

# XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE PROSPECTIVA Y V CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO

“TRANSFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DESDE  
LOS ESCENARIOS SUSTENTABLES EN LA NUEVA  
NORMALIDAD”

**TOMO II**





**Sello Editorial**  
Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

# **XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE PROSPECTIVA Y V CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO**

**“TRANSFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DESDE  
LOS ESCENARIOS SUSTENTABLES EN LA NUEVA  
NORMALIDAD”**

## **TOMO II**

### **Compiladores**

Marilú Avendaño Avendaño,  
Sandra Rocío Modragón Arévalo

## 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 Emeleth 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**

**XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE PROSPECTIVA Y  
V CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO TOMO I**

**Compiladores:** Marilú Avendaño Avendaño, Sandra Rocío Mondragón Arévalo.

Ficha Bibliográfica Diligencia por Biblioteca

**Grupo de Investigación y Estudios Prospectivos y Estratégicos - GIEPE**

**Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas  
y de Negocios - ECACEN**

**ISBN:**

**e-ISBN:**

©Editorial

Sello Editorial UNAD

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Calle 14 sur No. 14-23

Bogotá, D.C.

Agosto de 2023.

**Tomo II**

**Corrección de textos:** Armando Robledo Rico

**Diagramación:** Olga L. Pedraza Rodríguez

**Edición integral:** Hipertexto SAS

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons - Atribución – No comercial – Sin Derivar  
4.0 internacional. [https://co.creativecommons.org/?page\\_id=13](https://co.creativecommons.org/?page_id=13).



El congreso tuvo como segundo tema los negocios inteligentes y tendencias de los sistemas de información en el e-commerce, con subtemas tan importantes como Business Intelligence.



# Contenido

<b>Presentación</b> .....	<b>11</b>
<b>Capítulo 1.</b> Análisis de la desigualdad en los departamentos del Tolima, Huila y Caquetá: una aproximación desde la curva de Kuznetsw.....	14
<b>Capítulo 2.</b> Plan estratégico de mercadeo para el posicionamiento de la APP TIC móvil Cafam: uso de las billeteras móviles en la “nueva normalidad” .....	22
<b>Capítulo 3.</b> Análisis de la competitividad de Colombia y planteamiento de políticas para la nueva normalidad.....	32
<b>Capítulo 4.</b> SPIN OFF y STARTUP como resultado de la investigación social, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio.....	42
<b>Capítulo 5.</b> Análisis del riesgo sistémico: diseño de un modelo de alerta temprana para inferir la ocurrencia de crisis financieras con aplicación a mercados emergentes. El caso del mercado bursátil .....	50
<b>Capítulo 6.</b> El proceso de control contable y tributario en las juntas de acción comunal de la comuna 4 de la ciudad de Popayán departamento del Cauca .....	60
<b>Capítulo 7.</b> Big Data: una herramienta esencial para incrementar la ventaja competitiva de la organización que puede limitar la libertad personal .....	68
<b>Capítulo 8.</b> Identificación de procesos organizacionales de la tribu Indígena Misak (Guámbianos) que sean aplicables o adaptativas a las organizaciones del hoy.....	76
<b>Capítulo 9.</b> Efectos de la internacionalización de la economía colombiana en la producción y el ingreso de los sectores arrocero, cafetero, caña de azúcar y cacaoero en Colombia. Análisis de datos de panel en los años 2011-2020.....	84

<b>Capítulo 10.</b> Evaluación de la sostenibilidad percibida en Tunja como destino turístico .....	92
<b>Capítulo 11.</b> El derecho a la consulta previa, plasmado en una herramienta digital para la gestión del conocimiento del cabildo indígena Awá La cabaña del municipio de Puerto Asís, Putumayo .....	100
<b>Capítulo 12.</b> Relación del gobierno corporativo, apalancamiento y desempeño financiero en Colombia.....	108
<b>Capítulo 13.</b> Estudio prospectivo para el sector lácteo del municipio de Ciénaga, departamento de Boyacá.....	118
<b>Capítulo 14.</b> Liderazgos alternativos juveniles en el contexto de las instituciones educativas colombianas .....	128
<b>Capítulo 15.</b> La flexibilidad laboral como estrategia postforfista en la nueva forma de organización del trabajo: un fenómeno complejo .....	138
<b>Capítulo 16.</b> Tendencias aplicadas a la creación de nuevos negocios y estrategias comerciales a causa de la emergencia sanitaria por Covid-19 en las provincias de Tundama y Sugamuxi durante los años 2020 y 2021 .....	148
<b>Capítulo 17.</b> Estrategias basadas en el desarrollo sostenible para el fortalecimiento de la cadena de valor del sector lechero en Chocontá, Cundinamarca .....	156
<b>Capítulo 18.</b> Empoderamiento y emprendimiento de la mujer rural como estrategia de desarrollo sostenible en el departamento de la Guajira .....	164
<b>Capítulo 19.</b> Propuesta de instrumento de valoración de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales .....	170
<b>Capítulo 20.</b> Análisis de la oferta académica en educación superior en el sur del departamento de Sucre frente al potencial productivo de la región y la vocación de sus habitantes.....	176
<b>Capítulo 21.</b> Consideraciones teóricas y metodológicas del contexto ambiental y social del sector cafetero en Colombia- Memoria.....	184

<b>Capítulo 22.</b> Evaluación de los determinantes de la calidad del empleo en la ciudad de Neiva .....	190
<b>Capítulo 23.</b> Cambios en el comportamiento del consumidor a causa de un “Cisne gris” en Colombia.....	198
<b>Capítulo 24.</b> Fortalecimiento de capacidades productivas de organizaciones de víctimas del conflicto armado en producción y comercialización de huevo comercial con implementación de fuentes alternativas de alimentación, municipio de Sahagún, departamento de Córdoba.....	206
<b>Capítulo 25.</b> Alternativas de fortalecimiento comercial y organizacional para microempresas del corregimiento de la florida en el municipio de Pereira en época de pandemia por Covid-19.....	214
<b>Capítulo 26.</b> Calidad del servicio y nivel de satisfacción de la formación en los programas profesionales de Escuela de ciencias administrativa contables económicas y de negocios- ECACEN zona sur.....	222
<b>Capítulo 27.</b> Educación financiera como aporte a la organización empresarial de mujeres rurales en los corregimientos de Bruselas y Guacacallo municipio de Pitalito, Huila.....	230
<b>Capítulo 28.</b> Observatorio regional de gestión administrativa: una perspectiva de autoevaluación y planificación usando TI .....	236
<b>Capítulo 29.</b> Análisis de las fintech y su aporte a la inclusión financiera en Colombia: retos y desafíos.....	242
<b>Capítulo 30.</b> Estrategias de mercadeo aplicadas en las unidades de negocio de la economía solidaria. Caso asociación de mujeres rurales de Colombia y el Caquetá Asmucoca .....	250
<b>Capítulo 31.</b> Discusión de las exenciones tributarias como factor diferenciador para la competitividad local y regional.....	260
<b>Capítulo 32.</b> Calidad de servicio como estrategia de marketing para el fortalecimiento de la competitividad empresarial.....	269
<b>Capítulo 33.</b> Análisis bibliométrico de gestión de conocimiento en turismo inteligente	275

<b>Capítulo 34.</b> Incidencia del emprendimiento y creación de empresas en la formación profesional .....	281
<b>Capítulo 35.</b> Propuesta de un modelo de innovación social para la recuperación de la riqueza ambiental del municipio de San Pedro- Sucre desde el empoderamiento de las comunidades.....	286
<b>Capítulo 36.</b> Propuesta de instrumento de valoración de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales .....	296
<b>Capítulo 37.</b> Tácticas de marketing digital implementadas en las mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes y durante la pandemia del covid-19 .....	304
<b>Capítulo 38.</b> Propuesta de instrumento de valoración de la gestión del conocimiento organizacional .....	314
<b>Capítulo 39.</b> Impacto de la integración laboral de la persona con discapacidad. Un caso de estudio .....	324



# PRESENTACIÓN

---

La UNAD es una institución de educación superior, referente nacional e internacional en educación virtual y a distancia. Teniendo en cuenta que con su cobertura busca brindar la oportunidad de acceso a la educación superior de la mayoría de los ciudadanos ávidos de conocimiento científico y de formación profesional, la cual tiene como propósitos:

1. Hacer que los nuevos profesionales se conviertan en agentes transformadores de la realidad nacional, generando para ello escenarios académicos propicios para el encuentro de diferentes actores.
2. Lograr espacios de diálogo para brindar soluciones a las problemáticas regionales en aras de construir un mejor país de forma colectiva desde la gestión de las organizaciones y el desarrollo regional sostenible.
3. Involucrar actores sociales y expertos de cada región en la construcción de los diferentes escenarios económico, social, cultural, tecnológico, político y ambiental.

Por todo lo anterior, se realizó el XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE PROSPECTIVA y el V CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO durante los días 26 a 29 de octubre del año 2021, del cual presentamos en este documento sus MEMORIAS.

Dichos eventos buscaron como objetivo general, generar un espacio de discusión académica con expertos de diferentes áreas del conocimiento que les permitiera identificar las diferentes oportunidades que tienen las organizaciones para la transformación socioeconómica desde los escenarios sustentables en la nueva normalidad donde se le apuesta a la competitividad y la distribución de oportunidades para todos, en términos de asignación de recursos, preservación ambiental y mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

A su vez, dichos eventos tuvieron como objetivos específicos el querer contextualizar sobre el desarrollo de la dinámica de los negocios y tendencias de los sistemas de información en *e-commerce* frente a los escenarios que presenta la nueva normalidad con el fin de lograr la competitividad empresarial a nivel global; exponer las diversas propuestas y escenarios para la transformación de las

organizaciones y los modelos de desarrollo sostenible con el fin de fortalecer el emprendimiento, la responsabilidad social corporativa, la innovación social y la gestión de proyectos; identificar los nuevos escenarios económicos y financieros actuales que originan cambios sociales, productivos y empresariales con el fin de optimizar la administración y la gerencia en las organizaciones y también, reconocer las tendencias globales en la gestión de plataformas humanas y trabajo inteligente con el fin de lograr el desarrollo de equipos de alto desempeño.

El congreso tuvo como tema central la “*Transformación socioeconómica desde los escenarios sustentables en la nueva normalidad*”, definido a lo largo de las ponencias que giraron alrededor de unos ejes temáticos bastante significativos con sus respectivos subtemas. El primero de ellos fue la *Plataforma humana y trabajo inteligente para el desarrollo de equipos de alto desempeño*, con subtemas como los pilares y herramientas digitales para la efectividad del liderazgo en entornos VICA (Volátiles, Inciertos, Complejos y Ambiguos), la incidencia de las instituciones de educación superior en la formación del talento humano en la postpandemia; las realidades y escenarios de innovación para la generación, transferencia y uso del conocimiento; la mentalidad ágil para acelerar el crecimiento empresarial a partir de la innovación y la resiliencia y el desarrollo de los OKR (*Objectives Key Results*) para la sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos perdurables y rentables.

El segundo eje temático tuvo relación con los *negocios inteligentes y tendencias de los sistemas de información en el e-commerce*, con subtemas tan importantes como *Business Intelligence*: adaptabilidad de las organizaciones en la transformación tecnológica, la transformación en la gestión de los modelos de negocios a partir de la tecnología móvil M2C Y M2B, las tendencias de los sistemas de información en el *E-commerce*, una mirada desde las transformaciones productivas en las plataformas tecnológicas *on line*, *e-shop*, e-logística y ciberseguridad, la digitalización y virtualización de las organizaciones en contexto de sostenibilidad empresarial y social y, la evolución del *marketing* directo frente a la mundialización del comercio regional.

El tercer subtema sobre el cual versaron las diferentes ponencias fue la *transformación de la gestión y los modelos de desarrollo sostenible en las organizaciones*, con subtemas tratados tales como las tendencias financieras globales e inclusión financiera en escenarios de incertidumbre, las oportunidades y desafíos de las finanzas verdes como base para el desarrollo económico desde la RSE, los factores de crecimiento económico para la competitividad regional y el desarrollo humano y, la economía de las regiones con propuestas de proyectos productivos para la recuperación empresarial.

Finalmente, el congreso tuvo como eje temático para disertación, exposición y análisis de conferencistas, ponentes y participantes en general, *las nuevas realidades económicas y financieras para la transformación social, productiva y empresarial*, con subtemas como la recuperación económica desde el impacto de la OPM (*Organizational Project Management*) basada en equidad y sostenibilidad ambiental, el *Brightline* y su impacto en la transformación organizacional, la responsabilidad social corporativa en contexto de la cuarta revolución industrial y la inteligencia artificial, la innovación social como valor agregado para el desarrollo competitivo sustentable y perdurable, el *Spin Off y Startup* como resultado de la investigación social, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio y para terminar, las apuestas de cooperación para el desarrollo endógeno desde las políticas públicas, todos estos, temas y subtemas alrededor de los cuales giró el trabajo investigativo, expositivo y argumentativo de las más de 25 ponencias realizadas, de las cuales presentamos a continuación sus memorias, con los datos de sus respectivos autores, de las instituciones a las cuales representaban y sus avances en la producción de conocimiento científico para la transformación socioeconómica desde los escenarios sustentables en la nueva normalidad.



---

# ANÁLISIS DE LA DESIGUALDAD EN LOS DEPARTAMENTOS DEL TOLIMA, HUILA Y CAQUETÁ: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA CURVA DE KUZNETS

---

**Fuente:** <https://www.ecosdelcombeima.com/> / <https://diariodelhuila.com/>





## Capítulo 1.

# ANALYSIS OF INEQUALITY IN THE DEPARTMENTS OF TOLIMA, HUILA AND CAQUETÁ: AN APPROXIMATION FROM THE KUZNETS CURVE



**José Alejandro Vera Calderón<sup>1</sup>**

**Oscar Mauricio Tejada Duran<sup>2</sup>**

**William Guillermo Naranjo Acosta<sup>3</sup>**

- 1 Magíster en Administración de Empresas, Administrador de Empresas, Catedrático Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, CEAD Ibagué. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0752-6446>  
Correo electrónico: jose.vera@unad.edu.co
- 2 Magíster en dirección estratégica del marketing, profesional en mercadotecnia, Docente Tiempo completo Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, CEAD Ibagué. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1598-1385>  
Correo electrónico: oscar.tejada@unad.edu.co
- 3 Especialista en dirección para el desarrollo de la gestión pública, economista, docente MT Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, CEAD Ibagué. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0223-931X>  
Correo electrónico: William.naranjo@unad.edu.co



## RESUMEN

La dicotomía entre el crecimiento económico y la desigualdad, ingreso al debate desde los estudios de Kuznets, el presente artículo realiza un estudio empírico de la validez de la hipótesis de Kuznets en los Departamentos del Tolima, Huila y Caquetá. Inicialmente se presenta los aportes teóricos del problema de estudio, en segundo lugar, se propone un modelo econométrico para validar la hipótesis, finalmente, se presenta los resultados obtenidos, y se desarrolla la discusión del cumplimiento de la curva de Kuznets en el contexto de los 3 departamentos seleccionados. Una vez validado los supuestos de la metodología de los mínimos cuadrados ordinarios, se construyó la curva evidenciando que para los departamentos del Tolima y Huila se cumple la hipótesis de Kuznets, mientras tanto, para el departamento de Caquetá la hipótesis no se rechazó.

**Palabras clave:** condiciones de vida; modelo de crecimiento; justicia social.

## ABSTRACT

The dichotomy between economic growth and inequality, entry into the debate from the Kuznets studies, this article carries out an empirical study of the validity of the Kuznets hypothesis in the Departments of Tolima, Huila and Caquetá. Initially, the theoretical contributions of the study problem are presented, secondly, an econometric model is proposed to validate the hypothesis, finally, the results obtained are presented, and the discussion of compliance with the Kuznets curve is developed in the context of the 3 selected departments. Once the assumptions of the ordinary least squares methodology had been validated, the curve was constructed showing that for the departments of Tolima and Huila the Kuznets hypothesis is fulfilled, meanwhile, for the department of Caquetá the hypothesis was not rejected.

**Keywords:** Living conditions; Growth models; Social inequality

## Desarrollo de la ponencia

---

La investigación desarrollada permitió identificar el cumplimiento de la curva de Kuznets en los Departamentos del Tolima, Huila y Caquetá, con el fin de aportar evidencia estadística a la disyuntiva entre crecimiento económico y desigualdad, por tal razón, la investigación se planteó el siguiente objetivo; determinar las variables significativas de la desigualdad en el departamento del Tolima, el desarrollo de la investigación dio luces de la relación entre desigualdad y crecimiento en el contexto territorial para el Departamento del Tolima.

Los resultados expuestos en el presente documento, muestran la evidencia empírica de la relación entre crecimiento económico y desigualdad desde un enfoque correlacional, y basados en técnicas paramétricas que permita identificar el grado de correlación, como también, variables significativas en el aumento o disminución de la pobreza medida desde el tradicional índice de GINI, generando un aporte al conocimiento desde la utilización de técnicas estadísticas para comprender mejor la relación teórica entre crecimiento y desigualdad.

La investigación se realizó utilizando un modelo de regresión de panel dinámico, el autor concluye que “los resultados para el índice de Gini confirman la teoría, y recientes resultados empíricos, de que la desigualdad de ingresos es perjudicial para el crecimiento. Es decir, a mayor valor de Gini menor será el desarrollo económico, y viceversa, entre menor valor de Gini mayor será el crecimiento.” (Castillo Lozano, 2019), evidenciando la relación teórica entre la variable desigualdad y crecimiento económico. El estudio se realiza mostrando los datos generales para departamentos, sin embargo, en ningún momento realiza análisis para cada uno de los mismo.

## Metodología

---

La investigación tiene un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, para el cual se propone contrastar de un modelo econométrico, utilizando la metodología de los mínimos cuadrados ordinarios, se estimó el siguiente modelo econométrico:

$$\text{Log}Y=\beta_0+\beta_1\text{Log}X_1+\beta_2\text{Log}X_2+\hat{u}$$

La metodología utilizada se basa la regresión de varios modelos, los cuales se construyen con información del marco teórico del proyecto de investigación, y se espera que el modelo seleccionado cumpla los supuestos de la metodología de la econometría, mediante los mínimos cuadrados ordinarios, de acuerdo con Gujarati.

## Resultados

---

Inicialmente se elaboró las gráficas del PIB y el PIB *per cápita* para cada uno de los departamentos en estudio (Tolima, Huila y Caquetá). Donde se evidencia en primer lugar, que el Departamento de Caquetá presenta la menor serie del PIB *per cápita* históricamente, igualmente, el tamaño del PIB *per cápita* entre Tolima y Huila son muy parecidos, es importante resaltar que la tendencia de largo plazo en los tres departamentos es positiva hasta el año 2019, en el 2020 producto del confinamiento el nivel de ingresos en los 3 departamentos disminuyó.

## Conclusiones

---

El crecimiento económico en los territorios en estudio se fundamenta en la agricultura y presentan poca inversión en el sector industrial, lo que implica que se presente una correlación negativa entre crecimiento y desigualdad.

Es necesario una política pública que industrialice la producción en estos departamentos con el fin que se encuentre niveles más alto en la frontera de posibilidades de producción y se presente una mayor maximización del beneficio, igualmente, una economía más industrializada permite ubicarse en la fase 2 de la curva de Kuznets, permitiendo que el aumento en el crecimiento económico disminuya los niveles de desigualdad.

## Bibliografía

---

- Aghion, P., Eve, C., & Garcia-P, C. (1999). Inequality and Economic Growth: The Perspective of the New Growth Theories. *Journal of Economic Literature*, 1615-1660. doi:10.1257/jel.37.4.1615
- Ayaviri, D., Medina Gutiérrez, J. Z., & Quispe Fernandez, G. (2018). Análisis de la desigualdad y crecimiento económico en la Comunidad Andina de Naciones. *Espacios*, 11-23. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n33/a18v39n33p11.pdf>
- Castillo Lozano, D. A. (2019). *El efecto de la desigualdad sobre el crecimiento económico departamental en Colombia*. Obtenido de EAFIT: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/15188/DionisioAndres\\_CastilloLozano\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/15188/DionisioAndres_CastilloLozano_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Charles, J. A., Mayer, E. L., & Cheín, N. F. (2018). Desigualdad en el ingreso y crecimiento económico de los municipios mexicanos: el efecto de la natalidad-capital humano. *Estudios Económicos*, 195-217. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ee/v33n2/0186-7202-ee-33-02-195.pdf>
- DANE. (14 de 08 de 2020). *Boletín técnico PIB II trimestre de 2020*. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadística: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_IItrim20\\_produccion\\_y\\_gasto.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IItrim20_produccion_y_gasto.pdf)
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CIENCIA, T. E. (s.f.). *ANEXO 3 - DESCRIPCIÓN RUBROS, EJEMPLO DE PRESUPUESTO*. Recuperado el 01 de 04 de 2020
- Díaz, O., & Mayorga Mogollón, W. (2009). Crecimiento y desigualdad en América Latina: un análisis empírico. *Criterio libre*, 51-70.
- Forbes, K. J. (2000). A Reassessment of the Relationship between Inequality and Growth. *The American Economic Review*, 869-887.
- Fossati, V. (2002). *Desigualdad y Crecimiento. Un Análisis para las Provincias Argentinas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/3496/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/3496/Documento_completo.pdf?sequence=1)

- Gallo, C., Miranda, R., & Rodríguez, E. (2010). La desigualdad del ingreso desde una perspectiva estructural. *Revista Realidad*, 187-227. Obtenido de file:///D:/Personal/Downloads/Dialnet-LaDesigualdadDelIngresoDesdeUnaPerspectivaEstructu-6521343.pdf
- Martínez Navarro, D., Amate Fortes, I., & Guarnido Rueda, A. (2016). *Desigualdad y desarrollo: ¿Está vigente la curva de Kunzets en la actualidad?* Almería: Universidad de Almería.
- Naranjo Acosta, W.G. (2020). La demanda velocidad del dinero en Colombia (2005-2020). *Revista Innova ITFIP*, 7(1), 42-56. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/100>
- Ríos Santos, S. (2003). Efectos de la desigualdad del ingreso sobre el crecimiento económico: un análisis por entidad federativa para México. *Ensayos*, 89-122.
- Robledo Caicedo, J. (05 de 2020). Banco de la República. Obtenido de *La pobreza en Florencia: Un análisis de sus factores, consecuencias y posibles soluciones*: [https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9841/DT-SERU\\_287.pdf](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9841/DT-SERU_287.pdf)
- Rosales Álvarez, R. A., & Bonilla Londoño, J. A. (2006). Universidad de los Andes. Obtenido de *Introducción a la econometría*: [https://economia.uniandes.edu.co/files/profesores/ramon\\_rosales\\_alvarez/docs/econometria1/documentos%20de%20clase/Introduccion\\_.pdf](https://economia.uniandes.edu.co/files/profesores/ramon_rosales_alvarez/docs/econometria1/documentos%20de%20clase/Introduccion_.pdf)
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (22 de 08 de 2008). Sello Editorial UNAD. Recuperado el 06 de 11 de 2019, de [https://sgeneral.unad.edu.co/images/documentos/consejoSuperior/acuerdos/2008/COSU\\_ACUE\\_0006\\_26082008.pdf](https://sgeneral.unad.edu.co/images/documentos/consejoSuperior/acuerdos/2008/COSU_ACUE_0006_26082008.pdf)

**El crecimiento económico en los territorios en estudio se fundamenta en la agricultura y presentan poca inversión en el sector industrial.**



# PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADERO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA APP TIC MÓVIL CAFAM: USO DE LAS BILLETERAS MÓVILES EN LA “NUEVA NORMALIDAD”

**Fuente:** <https://images.ctfassets.net/-> <https://elcomercio.pe/>





## Capítulo 2.

# STRATEGIC MARKETING PLAN TO POSITIONING TIC MÓVIL APPLICATION: USING MOBILE WALLETS IN THE “NEW NORMALITY”



**Meliza Johana Daza**<sup>4</sup>

**Oscar Mauricio Tejada**<sup>5</sup>

**Nancy Yaneth Gordillo**<sup>6</sup>

4 Universidad Nacional Abierta y a Distancia, ECACEN, Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Administradora de empresas, Egresada. <https://orcid.org/0000-0001-7969-7661>. Correo electrónico: [mjdaza@unadvirtual.edu.co](mailto:mjdaza@unadvirtual.edu.co)

5 Universidad Nacional Abierta y a Distancia, ECACEN  
Correo electrónico: [otejada@unadvirtual.edu.co](mailto:otejada@unadvirtual.edu.co)

6 Universidad Nacional Abierta y a Distancia, ECACEN, Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Administradora de empresas  
Correo electrónico: [ngordillo@unadvirtual.edu.co](mailto:ngordillo@unadvirtual.edu.co)



## RESUMEN

La pandemia del COVID 19 ha roto paradigmas, obligando tanto a empresas como a consumidores a transformar rápidamente sus hábitos, comportamientos y maneras de proceder en un entorno de mercado constantemente cambiante. En respuesta a estos rápidos cambios la empresa Cafam ha creado una nueva App para sus afiliados, denominada TIC Móvil, que actualmente no se encuentra posicionada. El objetivo de este estudio es realizar una investigación de mercados enfocada a identificar las variables de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de descarga y uso de la aplicación TIC Móvil Cafam, aplicando como instrumento de recolección de datos la aplicación de un cuestionario, los resultados aportados por esta investigación de mercados permiten identificar las principales características demográficas y comportamentales del mercado obteniendo como resultado final de este estudio la formulación de un plan estratégico de mercadeo digital para el posicionamiento de la App TIC Móvil.

**Palabras clave:** Transformación digital; marketing digital; nueva normalidad; billetera móvil; COVID 19.

## ABSTRACT

The COVID 19 global pandemic has broken paradigms, forcing companies and consumers to quickly transform their routines, behaviors and procedures. Those points have been reflected in the constantly changing market environment. Answering to these quickly changes the company "Cafam" has created a new application for its affiliates that has been called "TIC Móvil" which is currently not positioned. The objective of this study is to carry out market research focused on identifying the consumer behavior variables that influence the decision to download and use "TIC Móvil" Cafam's application, applying as a data collection instrument a questionnaire. The statistics results provided by this market research allow to identify the main demographic and behavioral characteristics of the market. Furthermore, as a final result of this study is formulated a strategic digital marketing plan for the positioning of the "TIC Móvil" Cafam's application.



**Keywords:** Digital transformation; digital marketing; new normality; Mobile wallets; COVID 19

## Desarrollo de la ponencia

---

La reciente pandemia del COVID 19 ha dejado atrás los hábitos y comportamientos que hacían parte de la cotidianidad para empresas y consumidores. Creando así un entorno post pandémico en el contexto de una “nueva normalidad” que trae consigo retos enormes para las empresas y una exigencia de rápida respuesta ante la constante evolución tecnológica que este fenómeno ha implicado. Dando una mirada más cercana a una de las organizaciones más antiguas y representativas del país, se encuentra la caja de compensación familiar Cafam con más de 64 años de trayectoria, que en la búsqueda de corresponder a esta evolución ha transformado su tarjeta integral transaccional bajo el modelo de tarjeta debito con banda, en una aplicación móvil transaccional que aún no ha obtenido el posicionamiento esperado, este estudio permite concluir mediante un estudio de comportamiento del consumidor los motivos de no uso, falencias y virtudes de este nuevo producto tecnológico para la formulación de una propuesta de mercadeo acorde con las necesidades de posicionamiento y características propias.

- Comportamiento del consumidor post-pandemia
- Caja de Compensación Familiar Cafam
- Cafam ante el fenómeno de la pandemia por COVID 19
- Las Fintech y su rol en la transformación digital
- Transformación de la tarjeta integral Cafam
- Aplicación TIC Móvil Cafam

## Metodología

---

Para este estudio que se planteó una investigación de mercados cuantitativa con diseño no experimental de tipo transversal descriptivo y transversal correlacional-causal que permitirá identificar las características de los usuarios y potenciales usuarios de la aplicación TIC Móvil y la correlación entre las variables del comportamiento del consumidor y su decisión de descarga y uso de la aplicación TIC Móvil Cafam.

La investigación está delimitada a los 722.842 afiliados de la caja de compensación familiar Cafam ubicados en el departamento de Cundinamarca que por normativa es el único departamento en donde tiene jurisdicción la caja de compensación familiar CAFAM. Una vez identificadas las necesidades de la investigación se realizará el análisis de los datos recopilados con el *software* SPSS Statistical Package for Social Science de IBM que permite realizar análisis a preguntas de respuesta sencilla, respuesta múltiple y análisis de asociación de variables categóricas identificando la correlación entre las mismas.

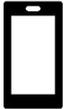
## Resultados y discusión

---

Una vez obtenidos los resultados del estudio se concluye que el plan estratégico de mercadeo para el posicionamiento de la aplicación TIC Móvil debe tener como segmento objetivo principal la población entre los 25 a 40 años perteneciente a la generación de los Millennials, de ocupación Empleado, que devenguen entre 1 y 4 SMMLV de preferencia con contenido guiado a hombres que son los más receptivos a utilizar esta aplicación y como mercado objetivo secundario la población entre los 41 a 53 años pertenecientes a la generación X de ocupación Empleado, que devenguen entre 1 y 4 SMMLV.

## Propuesta de Mercadeo

**Tabla 1.** Estrategia Marketing Mix

Las 4 P's	Estrategia	Las 4 C's
<p>Producto</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resaltar las funcionalidades existentes del producto que son de mayor interés para los usuarios: consulta de movimientos y extractos, monitoreo de transacciones, medio de pago con obtención de descuentos diferenciados y recargas a celular.</li> <li>Mitigar las falencias que identifican los usuarios del producto fortaleciendo la confianza en las App Bancarias, resaltando los controles de prevención del fraude y generando instructivos didácticos que faciliten el uso del producto.</li> <li>Incorporar nuevas funcionalidades del producto que son de interés del usuario como pago de servicios públicos y privados y transferencia entre cuentas.</li> </ul>	<p>Consumidor</p> 
<p>Precio</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>El producto no genera ningún costo de cara al público es 100% gratuito.</li> <li>Disminuir costos de promoción consiguiendo patrocinio en campañas por parte de los convenios y aliados estratégicos.</li> <li>Direccionar los dineros cargados a aumentar las ventas en establecimientos Cafam y convenios aliados</li> </ul>	<p>Costo</p> 
<p>Plaza</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar un plan de ventas con la App TIC Móvil a través de canales telefónicos y chat WhatsApp</li> <li>Fortalecer la estrategia de ventas con la TIC Móvil como medio de pago a través de páginas web de los comercios aliados.</li> <li>Aumentar el alcance de la estrategia de ventas con la TIC Móvil en canales de ventas presenciales, aplicando una estrategia de venta cruzada con los establecimientos propios y en convenio</li> <li>Resaltar la conveniencia de utilizar la TIC Móvil como medio de pago ahorrando tiempo, sin filas y sin desplazamientos</li> <li>Mejorar la experiencia en los canales de atención al cliente, disponer de foros, preguntas frecuentes y marketing de contenidos que lleve al usuario a autogestionar sus soluciones.</li> </ul>	<p>Conveniencia</p> 

Las 4 P's	Estrategia	Las 4 C's
Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar una estrategia integrada de marketing de contenidos que genere una mayor conversión de usuarios, fidelización y aporte valor a la campaña.</li> <li>Utilizar medios digitales propios, ganados (seguidores en redes, SEO y recomendaciones) y pagados (PPC y Ads) para redirigir tráfico a canales propios, de modo que un contenido de interés general pueda ser convertido en un cliente y posteriormente en una venta</li> <li>Diseñar un plan de incentivos para fidelización de los usuarios como medio de pago que consista en juegos, sorteos y premios (de preferencia cargados a la TIC Móvil)</li> </ul>	 Comunicación

## Bibliografía

- Accenture. (2020a). *Aportando valor y valores durante el COVID-19*. Accenture.
- Accenture. (2020b). *Channel Shift: Prioritizing Digital Commerce. Navigating the human and navigating the human and*. Accenture.
- Accenture. (2020c). *How COVID-19 will permanently change consumer behavior*. Accenture.
- Accenture. (2020d). *Nosotros las personas de la era postdigital Colombia*. Bogotá: Accenture.
- Accenture. (2020e). *Productivity in Uncertain Times Through the Elastic Digital Workplace*. Accenture.
- Arellao, R. (1993). *Comportamiento del consumidor y marketing*. México: Harla.
- Asobancaria. (2020). El papel de la transformación digital de la banca durante el periodo de cuarentena por emergencia sanitaria. *Banca & Economía - Edición 1245*, 1-16.
- Asocajas. (2021). *Asocajas*. Obtenido de [asocajas.org.co/gremio/](http://asocajas.org.co/gremio/)

- Branch. (2021). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021*. Bogotá: We are social.
- Cafam. (27 de septiembre de 2012). *Cafam 55 años*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ab3ja-lfQT4&t=131s>
- Cafam. (2020). *Informe de gestión social Cafam 2019*. Bogotá: Cafam.
- Cafam. (2021). *Caja de compensación familiar Cafam*. Obtenido de [www.cafam.com.co](http://www.cafam.com.co)
- Casco, A. R. (2020). Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. *INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología*, 98 - 105.
- Coolhunting Group. (2017). *Las 6 generaciones de la era digital*. Instituto de economía digital.
- Daza N., M. J. (2021). *Plan estratégico de mercadeo para el posicionamiento de la app TIC Móvil Cafam*. Bogotá: UNAD.
- Deloitte. (2020). *Estudio de consumo móvil en Colombia 2020*. Bogotá: Deloitte.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernandez, K., Olivero, E., Acosta, J., Guerrero, I., Cazallo, A., Medina, H.,... Vanegas, B. (2016). *Gestión del conocimiento y capacidad de innovación: Modelos, sistemas y aplicaciones*. Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Iqbal, M. S., Hassan, M. U., & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Econstor*, 1-23.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson.
- Peter, P., & Olson, J. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Planeación, D. N. (2020). *Reporte inclusión financiera 2020 primer trimestre*. Bogotá: Punto Aparte.
- Quintanilla, I. (2002). *Psicología del consumidor*. Madrid: Prentice Hall.
- Revista Dinero. (08 de septiembre de 2020). *¿Cuáles son las leyes que rigen a la banca digital y a la banca tradicional?* Obtenido de Colombia Fintech: <https://www.colombiafintech.co/novedades/cuales-son-las-leyes-que-rigen-a-la-banca-digital-y-a-la-banca-tradicional>
- Sánchez, C. (2019). *Normas APA*. Obtenido de Guía Normas APA 7a Edición en español: <https://normas-apa.org/introduccion/normas-apa-en-espanol/>
- Self-service technology adoption: An analysis of customer to technology interactions. (2016). *Procedia Computer Science 100*, 103-109.
- Solomon, M. (2013). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- Superintendencia de subsidio familiar. (2019). *Informe de gestión 2018*. Bogotá: Super-subsidio.
- Superintendencia de Subsidio Familiar. (2021 de 04 de 22). *Población Sistema del Subsidio Familiar - consolidado*. Obtenido de Superintendencia de Subsidio Familiar: <https://www.datos.gov.co/Organismos-de-Control/Poblacion-Sistema-del-Subsidio-Familiar-consolidado/2m5e-hjvb>
- Tecnologías Cafam. (Abril de 2021). *Google Play*. Obtenido de TIC Móvil Cafam 1.5.2: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cafam.billeteramovil&hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cafam.billeteramovil&hl=es_419&gl=US)
- Universidad de Pamplona. (2020). *Guía Resumen del estilo APA 7a Edición*. Pamplona: Universidad de Pamplona.

Valhondo, D. (2002). *Gestión del conocimiento del mito a la realidad*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.

Villegas, A. F. (2009). *Aspectos regulatorios que deben cumplir las entidades financieras y no financieras que deseen prestar servicios de pagos a través de celulares y en general servicios de pagos electrónicos*. Bogotá: Banca de las oportunidades.

Zeithaml, V., Jo Bitner, M., & D. Gremler, L. (2009). *Marketing de servicios*. México: Mc Graw Hill.

**El crecimiento económico en los territorios en estudio se fundamenta en la agricultura y presentan poca inversión en el sector industrial.**



---

# ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE COLOMBIA Y PLANTEAMIENTO DE POLÍTICAS PARA LA NUEVA NORMALIDAD

---

**Fuente:** <https://www.freepik.es/foto>





## Capítulo 3.

# COLOMBIA'S COMPETITIVENESS ANALYSIS AND PUBLIC POLICY FORMULATION FOR THE NEW NORMALCY



**Silvia Patricia Barrera Malpica<sup>7</sup>**

<sup>7</sup> Magíster en Administración. Especialista en Gerencia Financiera. Administradora Industrial. Docente UNAD.  
ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-5239-6033>.  
Correo electrónico: [silvia.barrera@unad.edu.co](mailto:silvia.barrera@unad.edu.co)



## RESUMEN

La competitividad es sin duda en la actualidad, un factor fundamental para el análisis del progreso de los territorios, es por esto, que en el presente artículo se realiza un breve recorrido histórico donde se puede comprender la construcción de la competitividad institucional, la cual se ha convertido en un concepto que vincula un extenso grupo de indicadores, que miden de diversas formas la productividad, pero también, las condiciones de desarrollo de los países en aspectos como la educación, la seguridad, la salud, el desarrollo empresarial, y la innovación, entre otros. A continuación, se procede a realizar un análisis de la evolución de los indicadores de competitividad de Colombia, y su posición en diferentes rankings a nivel mundial. Después de revisar el país como conjunto, se inspecciona el progreso de la competitividad en los departamentos de Colombia. Se evidencian brechas supremamente amplias entre Bogotá D.C. y los demás departamentos, lo cual representa inmensas diferencias en el desarrollo de los territorios, así como falta de presencia del Estado en muchos de ellos. Se encuentra que es fundamental incluir un mayor número de variables con el objeto de contar con mayores argumentos para el análisis del avance de la competitividad del país. Finalmente, se proponen una serie de alternativas para la postulación de políticas para mejorar la competitividad de los territorios, pues aún los resultados de los sectores privados de la economía dependen fundamentalmente de los lineamientos de los gobiernos.

**Palabras clave:** competitividad; colombia; productividad; progreso; indicadores.





## ABSTRACT

Competitiveness is a fundamental factor for the territories progress analysis, this article provides a brief historical overview about the competitiveness institutional construction; nowadays, this concept links an extensive group of indicators, and measure productivity in different ways, but it also evaluates the countries development conditions in aspects such as education, security, health, business development, and innovation. then, it is made an analysis of the evolution of Colombia's competitiveness indicators and its position in different world rankings. after reviewing the country as a whole, the investigation shows the Colombia's departments competitiveness progress; it allows to visualize extremely wide gaps between Bogotá D. C. and the other departments, which represent huge territories development differences, as well as the lack of state presence in many of them. research finds that is essential to include more variables to have most arguments for the country's competitiveness progress analysis. finally, several alternatives are proposed to improve the territories competitiveness postulation policies, also considering that economy private sectors results depend largely on government guidelines.

**Keywords:** competitiveness; Colombia; productivity; progress; indicators.



## Desarrollo de la ponencia

---

En la presente investigación se analiza en primera instancia las diferentes acepciones relacionadas con el concepto de competitividad, a partir de esto, y aplicando un enfoque metodológico de tipo cualitativo, se revisan los resultados de la competitividad de Colombia frente al resto de países del mundo, así como un análisis interno con el resultado de los indicadores de competitividad departamental. Finalmente, se presentan algunas recomendaciones para el establecimiento de políticas gubernamentales que redunden en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y en el progreso de los territorios.

## Metodología

---

El enfoque metodológico aplicado para el desarrollo del artículo es de tipo cualitativo inductivo, en el cual se realizó una profunda acción indagatoria a los temas específicos relacionados con la competitividad, manteniendo la estructura de revisión teórica, teniendo en cuenta que este documento hace parte del soporte argumentativo de un proyecto de investigación denominado “*Localización y especialización productiva: el caso Colombia*”, que busca determinar las implicaciones de la oferta de estudios superiores sobre la competitividad de los territorios. Gracias a este trabajo adelantado se proporcionarán herramientas para realizar el análisis de los datos obtenidos en la siguiente etapa del proyecto.

## Resultados

---

### ***Indicadores de competitividad de Colombia Vs resto del mundo***

El pobre desempeño de la economía colombiana a nivel internacional es el factor común en el análisis de los diferentes índices que evalúan la competitividad.

A pesar de ocupar la casilla 31 entre las economías más grandes del mundo por PIB en 2019, Colombia ocupa el puesto 67 en el Índice global de innovación y el puesto 52 en el índice global de competitividad. Pero los desequilibrios van más allá. En educación, el país ocupa el puesto 55 en las pruebas PISA en lectura, el puesto 58 en ciencias y el puesto 61 y matemáticas evidenciando que pese al crecimiento económico aún hay 58 países en promedio que tienen mejores estándares educativos (Fedesarrollo, 2013).

Por su parte, como complemento para el análisis de la competitividad global, el Banco Mundial puso en marcha desde el año 2002 el proyecto *Doing Business*, el cual proporciona una medición de las normas que regulan la actividad empresarial en 190 economías; estos informes proporcionan datos sobre la facilidad para hacer negocios y recomiendan reformas para mejorar los resultados en cada una de las áreas de los indicadores.

## Discusión

---

### ***Políticas para el mejoramiento de la competitividad***

Como se analizó atrás, las políticas del Estado deben crear condiciones para que la gente prospere; y teniendo en cuenta que la reducción de la desigualdad debe ser una prioridad de los gobiernos, se deben concebir y proponer políticas fiscales adecuadas para crear un equilibrio justo entre crecimiento, sostenibilidad de la deuda y protección social. Esto se explica porque a medida que las políticas monetarias empiezan a agotarse, es fundamental que las economías dependan de la política fiscal, las reformas estructurales y los incentivos públicos para asignar más recursos a toda la gama de factores de la productividad (World Economic Forum, 2019). Con reformas estructurales bien calibradas es posible estimular la productividad y el crecimiento incluso a largo plazo, que es de especial importancia para los territorios que se han quedado rezagados.

Es fundamental clarificar que los programas ambientales, sociales y económicos ya no pueden seguirse por separado y en paralelo: deben fusionarse en un único programa de crecimiento sostenible e inclusivo. En este enfoque, las concesiones recíprocas

percibidas entre los factores económicos, sociales y ambientales pueden mitigarse adoptando un enfoque holístico y a más largo plazo del crecimiento (World Economic Forum, 2019).

## Conclusiones

---

A pesar de que, en la escala de América Latina, los indicadores de Colombia lo muestren como el tercer o cuarto país más competitivo de la región, los indicadores económicos actuales del país tales como la devaluación, la inflación y el nivel de desempleo, muestran cifras alarmantes en el año 2021, encontrándose la economía en la etapa de reactivación luego de la pandemia generada por el virus SARS-CoV-2. Estos indicadores son agravados por la inestabilidad política y social, así como por la inseguridad y las actuaciones de los grupos armados al margen de la ley, que han dejado la firma del tratado de paz convertido en un acto meramente simbólico que permitió la entrada de sus comandantes al Senado.

## Bibliografía

---

- Acevedo, N., & Jiménez, L. (2015). Índice para la medición de la competitividad en Colombia. *Revista CEA*. 1(2), 109-121.
- Alexandros, P., & Mataxas, T. (2016). “Porter vs Krugman”: History, analysis and critiques of regional competitiveness. *Journal of Economics and Political Economy* 3(1), 65-80.
- Benitez, M. (2012). Evolución del concepto de Competitividad. *Actualidad y Nuevas Tendencias* 3(8), 75-82.
- Buendía, E. A. (2013). El papel de la ventaja competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico* 28(69), 55-78.

- Castro, S., Vázquez, G., & Vega, J. (2015). Ecuador, Perú y Colombia: ¿Competidores o complementarios sudamericanos? Análisis de su competitividad global. *Revista Global de Negocios* 3(6), 13-28.
- CEPAL. (2017). *Escalafón de Competitividad de los Departamentos de Colombia 2017*. Bogotá D.C.: Naciones Unidas. Oficina de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en Bogotá.
- Consejo Privado de Competitividad. (2019). *Informe Nacional de Competitividad 2019-2020*. Bogotá D.C.: Panamericana Formas e Impresos.
- Fedesarrollo. (2013). *20 años de competitividad en Colombia*. Bogotá DC: Fedesarrollo.
- Ferrer, L. E., González, K. P., & Mendoza, L. M. (2015). La innovación como factor clave para mejorar la competitividad de las Pymes en el departamento del Atlántico, Colombia. *Dictamen Libre* (16), 21-36.
- FMI. (2019). *Informe Anual del FMI 2019*. Washington D.C.: Fondo Monetario Internacional.
- IMD. (2019). *IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019*. Lausana, Suiza: International Institute for Management Development (IMD).
- Institute for Management Development - IMD. (2019). *Anuario Mundial de Competitividad 2019. Síntesis de resultados para Colombia*. Bogotá D.C.: Departamento Nacional de Planeación - DNP.
- Kliksberg, B. (Dirección). (2017). *El informe Kliksberg IV: John Maynard Keynes* [Película]. Argentina. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=dZlYOa7LuF8>
- Krueger, A. (2012). Fallas del Gobierno en el desarrollo. *Criterio Jurídico* 12(1), 215-240.
- Krugman, P. (1995). Competitividad: Una peligrosa obsesión (Traducción por Edison Fred Henao). *Ensayos de Economía* 6(9-10), 17-34.
- Lombana, J., & Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y Gestión* (26), 1-38.

- McGraw Hill. (16 de junio de 2020). *McGraw Hill Education*. Obtenido de Los Fallos del Mercado: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175476.pdf>
- Mortimore, M., & Peres, W. (2001). La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe. *Revista de la CEPAL (74)*, 37-59.
- Ponce de León, R. (22 de febrero de 2020). Joseph E. Stiglitz: “La idea de que el mercado es eficiente y un motor de competitividad es absolutamente errónea”. *elDiario.es*, págs. [https://www.eldiario.es/economia/joseph-stiglitz\\_128\\_1122342.html](https://www.eldiario.es/economia/joseph-stiglitz_128_1122342.html).
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Nueva York: The Free Press.
- Porter, M. E. (21 de octubre de 2005). In search of a Competitive Identity: Towards a competitiveness agenda for Colombia. Cartagena, Colombia: Institute for Strategy and Competitiveness. Harvard Business School.
- Rodríguez, V. (2013). Fallas del mercado y regulación económica: ¿La regulación ejercida por el gobierno permite lograr un mejor funcionamiento de los mercados? *Quipukamayoc Revista de la Facultad de Ciencias Contables 21(39)*, 99-111.
- Stiglitz, J. (Dirección). (2020). *Joseph Stiglitz: “El experimento del neoliberalismo resultó ser un fracaso abismal”* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=FjKhU78VAnc>
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad XXXI(2)*, 179-198.
- Winterbottom, M., & Whitecross, M. (Dirección). (2012). *La doctrina del shock (Documental completo doblado al español)* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=yIhZjEsgsNQ>
- World Bank Group. (2020). *Doing Business 2020*. Washington DC: International Bank for Reconstruction and Development.
- World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Ginebra: World Economic Forum.

**El crecimiento económico en los territorios en estudio se fundamenta en la agricultura y presentan poca inversión en el sector industrial.**



---

# SPIN OFF Y STARTUP COMO RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL, EL EMPRENDIMIENTO Y LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

---

Fuente: imagenes de [www.freepik.es/foto-gratis](http://www.freepik.es/foto-gratis)



LET'S GO!!



Start Up

LET'S GO!!



# START



# STARTUP

## Capítulo 4.

# SPIN OFF AND STARTUP AS A RESULT OF SOCIAL RESEARCH, ENTREPRENEURSHIP AND NE



**Yarly Cecilia Reid García**<sup>8</sup>

**Fredys Padilla González**<sup>9</sup>

**Wilfred Vilardy Naggles**<sup>10</sup>

**Johan Enrique Caballero Olivares**<sup>11</sup>

- 8 Administrador de empresa UNAD. Especialista en Entornos Virtuales de Aprendizaje Universidad de Panamá. Magíster en Entornos Virtuales de Aprendizaje. Universidad Técnica Nacional de Costa Rica. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3876-9718>. Correo electrónico: [yarly.reid@unad.edu.co](mailto:yarly.reid@unad.edu.co).
- 9 Contador Público, Especialista en Educación Superior a Distancia, Magíster en Mercadeo, Candidato a Magíster en Finanzas, Doctor en Gestión de la Innovación. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9927-1585>. Correo electrónico: [fredys.padilla@unad.edu.co](mailto:fredys.padilla@unad.edu.co)
- 10 Economista, Especialista en Gerencia de Empresas, Magíster en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo, Doctor en Ciencias Gerencias y PosDoctor en Gestión en las Organizaciones y PosDoctor en Gerencia Publica y Gobierno. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5201-6539>. Correo electrónico: [wilfred.vilardy@unad.edu.co](mailto:wilfred.vilardy@unad.edu.co)
- 11 de profesión Contador Público, egresado de la Universidad de la Costa, Barranquilla, Colombia. Magíster en Administración de Organizaciones de la UNAD, Docente ocasional de la Ecacén. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2582-0171>. Correo electrónico: [johan.caballero@unad.edu.co](mailto:johan.caballero@unad.edu.co). CvLAC: [https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001560544](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001560544)



## RESUMEN

La presente ponencia permite analizar las spin off y Startup como resultado de la investigación social, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocios comprende para ello dos actores ambos con ámbito universitario, a saber, un emprendedor que busca poder beneficiarse de una oportunidad o de una necesidad que está identificada en un mercado por medio de la creación de una Startup; el otro actor es un persona investigadora o grupo de investigación universitaria que explota comercialmente un resultado que es derivado de una investigación o producto de su conocimiento a través de una Spin off universitaria, el objetivo es analizar las startup y las spin off como resultado de la investigación social, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio, la pertinencia está basada en teorías académicas y aportes de la realidad económica, las que permitieron tener un sólido conocimiento, además se han convertido estas empresas en grandes aliados de emprendimiento y una excelente opción para hacer atractivo negocios en Colombia a través de una investigación descriptiva. Como conclusión de la presente ponencia se halló que no existen diferencias significativas para la creación de un startup o de un spin off, lo que es importante tener muy claro es el concepto de negocio que se desea desarrollar y algunas herramientas que se aplican para una u otra.

**Palabras clave:** Spin Off; Startup; Emprendimiento; Investigación social; Modelos de negocios.

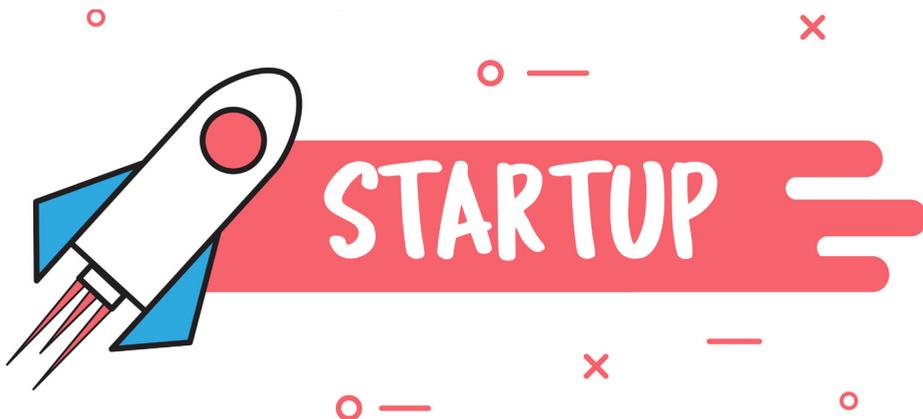




## ABSTRACT

This presentation allows us to analyze spin-offs and startups as a result of social research, entrepreneurship and new businesses. For this purpose, it comprises two actors, both with a university level, namely, an entrepreneur who seeks to benefit from an opportunity or a need. that it is identified in a market through the creation of a Startup; the other actor is a researcher or university research group that commercially exploits a result that is derived from research or the product of their knowledge through a university Spin off, the objective is to analyze startups and spin-offs as a result of the social research, entrepreneurship and new business models, the relevance is based on academic theories and contributions from economic reality, which allowed us to have a solid knowledge, these companies have also become great entrepreneurship allies and an excellent option for make business attractive in Colombia through descriptive research. As a conclusion to this presentation, it was found that there are no significant differences for the creation of a startup or a spin off, what is important to be noticeably clear about is the business concept that you want to develop and some tools that are applied to a company. Other

**Keywords:** Spin Off; Startup; Entrepreneurship; Social Research; Business Models.



## Desarrollo de la ponencia

---

La presente ponencia tiene como objetivo analizar las startup y las spin off como resultado de la investigación social, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio, la pertinencia está basada en teorías académicas y aportes de la realidad económica, las que permitieron tener un sólido conocimiento, además se han convertido estas empresas en grandes aliados de emprendimiento y una excelente opción para hacer atractivo negocios en Colombia.

### ***El emprendimiento de base tecnológica hasta las spin-off***

El emprendimiento de base tecnológica, se entiende como aquel proyecto empresarial que surge de un conocimiento el cual es aplicada para solucionar una necesidad de la industria o del mercado y tiene su origen al interior de una entidad educativa superior, gracias a esta entidad se desarrolla las investigaciones que son básicas y aplicadas, y las cuales se les conoce como spin off.

Estas empresas son derivadas de otras que se denominan matriz y es pionera ya sea un centro universitario o una empresa pública o empresa privada que son las gestoras. Cuando la spin-off son proveniente del ambiente empresarial, se les denomina spin-off corporativa o empresarial, pero si se crean a partir de los resultados de actividades de investigación y desarrollo científico y tecnológico desde el ámbito académico, se les denomina spin off universitaria o académica.

### ***El emprendimiento de base tecnológica hasta los startups***

El emprendimiento de base tecnológica puede tener como resultado una startup, la cual es definida como “una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema” (Ries, 2012, p. 64). También se describen como “empresas de nueva creación que surgen desde el entorno productivo y empresarial para convertir el conocimiento tecnológico generado por profesionales en nuevos productos, procesos y servicios aptos para su introducción y explotación en el mercado” (Observatorio virtual de transferencia de tecnología, 2018).

Estas iniciativas se gestan por personas que son independientes de las organizaciones o las instituciones universitarias, su capital social proviene del equipo fundador, que no está apoyado en capital intelectual de cualquier organización.

- Modelos para la creación de Spin-off.
- Modelo de la caja negra (Black Box Model).
- Modelo planteado por Scott Andrew Shane.
- Modelo propuesto por Clarysse y Moray.

## Resultados

---

Desde el año 2006 la empresa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es la red de investigación en emprendimiento más grande del mundo, a través de ella se monitorea la actividad emprendedora de todos los países que anualmente son participantes en el estudio. La GEM ha hecho medición acerca del emprendimiento en Colombia en donde uno de los indicadores del GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), la cual describe la tendencia de la nueva actividad empresarial, incluyendo en ella emprendedores nacientes y nuevos emprendedores. Según estadísticas del año 2018, Colombia tiene una TEA DEL 18,9 que la componen una mayor porción por los llamados emprendedores nacientes en un 60% en relación con los nuevos emprendedores que es del 40%.

## Discusión

---

El apoyo a los startups se ha convertido en una pieza clave para las estrategias de innovación y desarrollo productivo para las pymes colombianas, ya que generan espacios de diálogos y de intercambio de experiencias entre las mismas y contribuye a un avance en el aprendizaje y el diseño de mecanismos más eficaces.

## Bibliografía

---

- Betancur Monsalve, M. C., & Garay Herazo, K. J. (2015). En la senda de una hoja de ruta de Spin-Off universitarias en Colombia. Spin-Off Colombia. <http://www.spinoff-colombia.org/wp-content/uploads/2016/09/EN-LA-SENDA-DE-UNA-HOJA-DE-RUTA-DE-SPIN-OFF.pdf>.
- Bravo, García, S. (2015). Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados. Sotavento MBA.
- Castillo-Vergara, M., y A. Alvarez-Marin, La transferencia de investigación en instituciones de educación superior mediante spin-off, Revista Actualidades Investigativas en Educación, v. 15, nº 3
- Colciencias. (2016, octubre). HACIA-UNA-HOJA-DE-RUTA-SPIN-OFF.pdf. Recuperado 20 de abril de 2017, a partir de <http://www.spinoffcolombia.org/wp-content/uploads/2016/07/HACIA-UNA-HOJA-DE-RUTA-SPIN-OFF.pdf> Colombia.
- Clarysse, B. y Moray, N. 2004. A Process study of entrepreneurial team formation: the case of a research-based Spin-off. Journal of business Ventures. 19(1):55-79.
- Djokovic, D., & Souitaris, V. (2008). Spinouts from academic institutions: A literature review with suggestions for further research. Journal of Technology Transfer, 33(3), 225–247. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9000-4>.
- Empresa emergente. (2017). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Wikipedia. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Empresa\\_emergente&olvid=96475152](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Empresa_emergente&olvid=96475152)
- Golob, E. (2003). Generating spin-offs from university-based research: An institutional and entrepreneurial analysis [Doctoral dissertation in Urban Planning]. Rutgers University.
- FINTECH, América Latina (2018). Crecimiento y Consolidación. Bid. Finovista
- Iglesias Sánchez, P. P., Jambrino Maldonado, C., y Peñafiel Velasco, A. (2012). Caracterización de las Spin-off universitarias como mecanismo de transferencia de tecnología a través de un análisis clúster. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa
- Londoño-Cardozo, J., & Hernández Madroñero, I. (2018). El problema de los conceptos científicos en la clasificación de las organizaciones. En C. Tello Castrillón, E. F. Pineda-Henao, J. Londoño-Cardozo, I. Hernández Madroñero, M. A. Salcedo Serna, & M. S. Ortega.

- Gómez, M. (2018). Startup y spinoff: una comparación desde las etapas para la creación de proyectos empresariales Start-ups and spin-offs. Universidad Pontificia Bolivariana, Centro de Desarrollo Empresarial, Medellín, Colombia,
- González, Conjeturas organizacionales. Fundamentos para el estudio de la organización (Primera, pp. 103-128). Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Macías, M. (2017). El camino para innovar: cómo pasar de la idea al modelo de negocio creando valor para tus clientes. Barcelona: Deusto.
- Morales Gualdrón Silvia Tereza (2008). El emprendedor académico y la decisión de crear Spin-Off: Un análisis del caso español, Servei de publicacions
- Montoya, D. (2015). Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial. Contexto, IV, 7-20.
- iNNpulsas Y Universidad Nacional. (28 de abril de 2017). iNNpulsas Colombia. Obtenido de [www.innpulsacolombia.com](http://www.innpulsacolombia.com)
- Montoya Pineda, D. M. (2016). Startup y Spinoff: Definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. Contexto, 5, 141-152. <https://doi.org/10.18634/ctxj.5v.0i.657>.
- Ndonzuau, F.N.; Pirnay, F. y Surlemont, B. 2002. A stage model of academic spinoff creation. Technovation
- OECD. (2001). Putting the Young in Business, Policy Challenges for Youth Entrepreneurship. LEED Note-book (n.o 29). París: OCDE.
- OCDE. (2005). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (Grupo Tragsa, Trad.; Tercera Edición). OECD/European Communities.
- Sierra A. (2018). Estrategias y factores para mantener en el mercado colombiano las empresas. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá.
- Santos Larios Francisco, (2013). Dirección General de Enseñanza Superior e Investigación Científica.
- Ries, E. (2012). El método Lean Startup. Barcelona: Deusto.
- Rodeiro Pazos, D. (2008). La creación de empresas en el sistema universitario español. Universidad Santiago de Compostela.

---

# ANÁLISIS DEL RIESGO SISTÉMICO: DISEÑO DE UN MODELO DE ALERTA TEMPRANA PARA INFERIR LA OCURRENCIA DE CRISIS FINANCIERAS CON APLICACIÓN A MERCADOS EMERGENTES. EL CASO DEL MERCADO BURSÁTIL

---

**Fuente:** imagenes de [www.freepik.es/foto-gratis](http://www.freepik.es/foto-gratis)



# SYSTEMIC RISK ANALYSIS: DESIGN OF AN EARLY WARNING MODEL TO INFER THE OCCURRENCE OF FINANCIAL CRISES WITH APPLICATION TO EMERGING MARKETS. THE CASE OF THE STOCK MARKET



**Carlos Alirio Pismag Ramírez<sup>12</sup>**

**Jhon Hayder Bolaños Garcés<sup>13</sup>**

**Luis Angel Menese Cerón<sup>14</sup>**

- 12 Contador Público, Especialista en gerencia de Impuestos, Magíster en Gestión de las Organizaciones Universidad Cooperativa de Colombia. Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9171-7167>  
Correo electrónico: [pismagcarlos@gmail.com](mailto:pismagcarlos@gmail.com)
- 13 Profesional en Mercadeo Corporativo, Especialista en Mercadeo Corporativo, Magíster en Gestión de las Organizaciones Universidad Cooperativa de Colombia, Gerente Departamental Sociedad Colombiana de Anestesiología y Reanimación SCARE Fepasde, ST BR3 Oficial POR Ejército de Colombia. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8784-8332>  
Correo electrónico: [jhonhayder@msn.com](mailto:jhonhayder@msn.com)
- 14 Administrador de Empresas, Magíster en Administración, Especialista en Finanzas, Doctorando en Economía de los negocios. Profesor universitario en pregrado y posgrado. Es investigador del grupo multicampus CACE de la universidad Cooperativa de Colombia. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3619-5164>  
Correo electrónico: [luis.menesesc@campusucc.edu.co](mailto:luis.menesesc@campusucc.edu.co)



## RESUMEN

La presente investigación, combina el campo teórico con la implementación empírica del modelo óptimo que permita encontrar la forma de comprender la transmisión de volatilidad producto del contagio financiero y que por ende aumenta los niveles de riesgo. El estudio se centra en determinar los principales indicadores macro prudenciales del riesgo sistémico aplicado a los mercados emergentes, especialmente al mercado bursátil nacional con el fin de inferir con antelación la ocurrencia de fenómenos de crisis financiera.

Se estima los aspectos económicos y financieros claves, tales como el desempeño macro de los mercados, la estructura funcional y el desempeño económico-financiero de los diferentes agentes involucrados en el contagio financiero. En este contexto, se tiene en cuenta como población objeto de estudio al mercado bursátil colombiano, durante un periodo de cinco (5 años) asumiendo desde el punto de vista teórico que constituye el mercado financiero más representativo de la economía nacional y desde el punto de vista metodológico, que son mercados sobre los cuales existe la mayor cantidad de datos disponible en las diferentes plataformas de información económica-financiera para economías emergentes, como la colombiana.

Finalmente, la representación para el análisis del contagio financiero se realiza con modelaciones de tipo GARCH, debido a que dichos modelos son adecuados en el estudio de la dinámica de los activos dentro los mercados bursátiles.

**Palabras clave:** interdependencia; globalización; mercado financiero; gestión del riesgo.



## ABSTRACT

This research combines the theoretical field with the empirical implementation of the optimal model that allows finding a way to understand the transmission of volatility as a result of financial contagion and therefore increases risk levels. The study focuses on determining the main macro-prudential indicators of systemic risk applied to emerging markets, especially the national stock market, in order to infer in advance, the occurrence of financial crisis phenomena.

The key economic and financial aspects are estimated, such as the macro performance of the markets, the functional structure and the economic-financial performance of the different agents involved in financial contagion. In this context, the Colombian stock market is taken into account as the population under study, during a period of five (5 years), assuming from the theoretical point of view that it constitutes the most representative financial market of the national economy and from the point of view of methodological view, which are markets on which there is the greatest amount of data available in the different economic-financial information platforms for emerging economies, such as Colombia.

Finally, the representation for the analysis of financial contagion is carried out with GARCH-type models, since these models are suitable for studying the dynamics of assets within the stock markets.

**Keywords:** Interdependence; globalization; financial markets; risk management.

## Desarrollo de la ponencia

---

El estudio se centra en determinar los principales indicadores macro prudenciales del riesgo sistémico aplicado a los mercados emergentes, especialmente al mercado bursátil nacional con el fin de inferir con antelación la ocurrencia de fenómenos de crisis financiera.

## Metodología

---

La prueba empírica a utilizar para el desarrollo del análisis de contagio financiero en este proyecto consiste en adelantos metodológicos, descritos y en marcados en la primera generación de estudios, puntualmente estimaciones mediante modelos de varianza condicional para medir los cambios en las relaciones de dependencia entre los mercados.

### **Modelo GARCH**

De acuerdo con Bollerslev (1986) el proceso ARCH introducido por Engle en 1982 explícitamente reconoce la diferencia entre la varianza incondicional y condicional, permitiendo a este cambiar con el tiempo en función de los errores pasados.

En las aplicaciones empíricas del modelo ARCH un desfase de tiempo relativamente prolongado en la ecuación de la varianza condicional es a menudo llamado for y para evitar problemas con variación negativa en los parámetros estimados normalmente se impone una estructura de rezagos fija. En este sentido parece de interés práctico extender la clase de modelos ARCH para permitir tanto una memoria más larga y una estructura más flexible de retraso.

## Resultados

---

Se estima los modelos de varianza condicional expuestos anteriormente, conforme como lo sugerido, por Forbes y Rigobon (2000), teniendo en cuenta que las evaluaciones de contagio financiero con las pruebas tradicionales en presencia de heterocedasticidad pueden generar resultados sesgados a favor de contagio financiero.

Los resultados cumplen la condición necesaria para analizar correctamente los spreads de volatilidad entre los mercados, pues, los residuos no están serialmente correlacionados según los correlogramas calculados para todos los datos.

Respecto a la ecuación de la varianza condicional, los coeficientes de alfa ( $\alpha$ ) miden el grado de reacción a los golpes y los coeficientes betas ( $\beta$ ) capturan la persistencia de la volatilidad. Cabe aclarar que se realiza la estimación de los modelos para el periodo completo, y dividiendo los periodos en cada dos años, lo anterior se realiza teniendo en cuenta que, los procesos de contagio financiero se manifiestan en el corto plazo, con el fin de mejorar la capacidad de estimación de los modelos.

## Conclusiones

---

La transmisión internacional de choques entre las economías puede devenir en contagio financiero, si la reacción de los mercados financieros es muy sensible y no puede ser asociada al comportamiento de los fundamentales macroeconómicos de la economía.

La propagación y las consecuencias de dicho fenómeno financiero están asociadas a aumentos del riesgo sistémico de los mercados, generando que las aumente la probabilidad de pérdida de las decisiones de los inversionistas internacionales, producto de asimetrías en la información relacionada con el país donde se ha invertido.

Los resultados también revelan que las sensibilidades a los choques varían de mercado a mercado, probablemente por diferencias en liquidez y el tipo de inversionistas que intervienen en los mercados, tanto real como bursátil.

## Bibliografía

---

- Aloui, R., Aïssa, M.S.B., & Nguyen, D.K. (2011). Global Financial Crisis, Extreme Interdependences, and Contagion Effects: The Role of Economic Structure? *Journal of Banking & Finance*, Vol. 35, No. 1, pp. 130-141.
- Baig, T. & Goldfajn, I. (1999). Financial Market Contagion in the Asian Crisis. *IMF Staff Papers*. Vol. 46, No. 2. International Monetary Fund.
- Bernardi, B. (2005). El contagio financiero en países emergentes. *Pensamiento y gestión*, No. 19, Universidad del Norte
- Bollerslev, T. (1986). Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, Vol. 31, pp. 307-327
- Calvo, S. & Reinhart, C. (1996). “Capital Flows to Latin America: Is There Evidence of Contagion Effects?” Policy Research Working Paper, 1619.
- Carmona, F. (2014). Un Ejemplo De ACP Paso A Paso. Departament d’Estadística, Universitat de Barcelona, España.
- Castells, M. (1999) *Globalización, Identidad y Estado en América Latina*; Santiago de Chile: PNUD.
- Concha, J., Berch, A., García, D. (2011). Índice Elcano: Oportunidades y riesgos estratégicos para la economía colombiana; *Estudios gerenciales*, Vol. 27, no. 118.
- Eichengreen, B.; Rose, A. & Wyplosz, C. (1996). Contagious Currency Crises, NBER Working Paper, 5681. Recuperado de: <http://www.nber.org/papers/w5681.pdf>

- Engle, F.R. (1982). "Autoregressive Conditional Heteroskedasticity whit Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation". *Econometrica*, Vol. 50, No. 4, pp. 987- 1008.
- Forbes, K. & Rigobon, R. (1999). No Contagion, Only Interdependence: Measuring Stock Market Co-movements, NBER Working Paper, 7267. Recuperado de: <http://www.nber.org/papers/w7267.pdf>
- Forbes, K. & Rigobon, R. (2000). "Contagion in Latin America: definitions, measurement and policy implications". Working Paper 7885. National Bureau of Economic Research.
- Forbes, K. & Rigobon, R. (2001). "Measuring Contagion: Conceptual and Empirical Issues", S. Claessens y K. Forbes (eds.), *International Financial Contagion*, Kluwer Academic Publishers, pp.480.
- Fuentes, M. & Godoy, S. (2005). "Sovereign spreads in emerging markets: a principal components analysis" Documento de Trabajo No. 333, Banco Central de Chile.
- Gonzales, P., Díaz del Pascual, A., Torres, E. & Garnica, E. (1994). Una aplicación del análisis de componentes principales en el área educativa. *Revista Economía*. No. 9 Universidad de los Andes. Venezuela.
- Hamao, Y. Masulis, R. & Ng, V. (1990). Correlations in Price Changes and Volatility across International Stock Markets, *The Review of Financial Studies*, Vol. 3, No. 2, pp. 281- 307.
- Horta, P (2010). Contagion Effects in the European Nyse Euronext Stock Markets in the Context of the 2010 Sovereign Debt Crisis, Portuguese Securities Market, Commission CEFAGE-UE, Universidade de Évora
- Horta, P., Mendes, C., & Vieira, I. (2010). Contagion Effects of the Subprime Crisis in the European NYSE Euronext Markets, *Portuguese Economic Journal*, Vol. 9, No. 2, pp.115- 140.
- Kaminsky, G. & Reinhart, C. (1998). On Crises, Contagion, and Confusion. *Journal of International Economics*, 51(1), pp. 145-168.

- Kenourgios, D., Samitas, A., & Paltalidis, N. (2011). “Financial Crises and Stock Market Contagion in a Multivariate Time-Varying Asymmetric Framework”, *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, Vol. 21, No. 1, pp. 92-106.
- King, M. & Wadhvani, S. (1990). “Transmission of volatility between stock market”. *The Review of Financial Studies*, National Bureau of Economic Research, Vol. 3, No. 1.
- Kuusk, A., Paas, T., & Viikmaa, K. (2011) financial contagion of the 2008 crisis: is there any evidence of financial contagion from the US to the Baltic States. *Eastern Journal of European Studies*. Vol. 2.
- Longin, F. & Solnik, B. (1995). Is the Correlation in International Equity Returns Constant: 1960- 1990, *Journal of International Money and Finance*, Vol. 14, No. 1, pp. 3-26
- Marín, N. (2012). Evidencia de contagio financiero en los retornos de los índices accionarios DAX, DJIA e IGBC en la reciente crisis financiera: una aplicación a partir de modelos de cópula (93-123). En *Modelación y estrategias en finanzas*. Medellín: Sello Editorial Universidad De Medellín.
- Milhoj, A. (1984). The moment structure of ARCH processes. Research report, Vol. 94, Institute of Statistics, University of Copenhagen, Copenhagen.
- Peña, D. (2003). Componentes Principales. En *Análisis de Datos Multivariantes*. Capítulo 5. McGraw-Hill Interamericana, Madrid.
- Ramírez, M. & Martínez, C. (2009). International propagation of shock: An evaluation of contagion effects for some Latin America countries. *Serie documentos de trabajo*, No.17, Universidad Del Rosario
- Rigobon, R. (2002). “International Financial Contagion: Theory and Evidence in Evolution”, the Research Foundation of the Association for Investment Management and Research™.
- Rigobon, R. (1999). On the Measurement of the International Propagation of Shocks, NBER Working Paper. 7354, Recuperado de: <http://www.nber.org/papers/w7354.pdf>

Rodríguez, J. (2007). Measuring Financial Contagion: A Copula Approach, *Journal of Empirical Finance*, Vol. 14, No.3, pp. 401-423.

Tai, C. (2007). Market Integration and Contagion in Asian Emerging Stock and Foreign Exchange Markets. *Emerging Markets Review*, Elsevier, Vol. 8, No. 4.

Uribe, J. (2011). Contagio financiero: una metodología para su evaluación mediante coeficientes de dependencia asintótica. *Lecturas de economía*. No. 75, pp. 29-57.

Vázquez, G. (2007). La crisis del sistema monetario europeo (1992-1993): ¿crisis financiera o crisis de políticas de cooperación monetaria? Departamento de Economía Aplicada I. Universidad Complutense de Madrid. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/audesco/dt/wp0702.pdf>

Villar, O. & Vaya, E. (2004). Contagio financiero entre economías: un análisis exploratorio espacial. Recuperado de <http://www.aecr.org/web/congresos/2004/pdf/104.pdf>

Weiss, A. (1982). Asymptotic theory for ARCH models: Stability, estimation and testing. Discussion paper, University of California, San Diego, CA.



---

# EL PROCESO DE CONTROL CONTABLE Y TRIBUTARIO EN LAS JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL DE LA COMUNA 4 DE LA CIUDAD DE POPAYÁN DEPARTAMENTO DEL CAUCA

---

**Fuente:** imagenes tomadas de [www.freepik.es](http://www.freepik.es)





## Capítulo 6.

# THE ACCOUNTING AND TAX CONTROL PROCESS IN THE COMMUNITY ACTION BOARDS OF COMMUNE 4 OF THE CITY OF POPAYÁN DEPARTMENT OF CAUCA



**Juana Patricia Díaz Olaya<sup>15</sup>**

**Dora Silvana Velasco Hurtado<sup>16</sup>**

**Yudith Cristina Caicedo Domínguez<sup>17</sup>**

- 15 Magíster en Administración de Organizaciones, especialista en Dirección Prospectiva y estratégica de las organizaciones universitarias y Contadora Pública, grupo de investigación ILAMA, docente UNAD, [https:// orcid. org/0000-0001-6035-110X](https://orcid.org/0000-0001-6035-110X)  
Correo electrónico [juanapdiaz@gmail.com](mailto:juanapdiaz@gmail.com)
- 16 Magíster en administración de negocios, especialista en gerencia social, especialista en educación superior a distancia, economista. Grupo de investigación ILAMA, docente UNAD, <https://orcid.org/0000-0002-9065-6761>  
Correo electrónico [silvanavelasco21@gmail.com](mailto:silvanavelasco21@gmail.com)
- 17 Magíster en Administración de Organizaciones, especialista en Gestión del Talento Humano, administradora de empresas, grupo de investigación ILAMA, docente UNAD, <https://orcid.org/0000-0003-1061-5167>  
Correo electrónico [yudithcaicedo6@hotmail.com](mailto:yudithcaicedo6@hotmail.com)



## RESUMEN

Se realizó un estudio con las Juntas de Acción Comunal (JAC) de la comuna 4 de Popayán, cuyo objetivo fue el diagnóstico, diseño y validación de una herramienta de gestión organizacional denominada "Manual de Apoyo a los procesos contables y tributarios" para el manejo de la norma vigente. Para ello se utilizó una metodología mixta y un estudio con alcance descriptivo. Como técnicas para recolectar información, la encuesta y el estudio de caso. La encuesta fue aplicada a los dignatarios representativos pertenecientes a 23 Juntas de Acción Comunal, como muestra censal seleccionada entre 33 barrios que la componen. Realizado el diagnóstico y diseñada la herramienta, esta se validó a través del estudio de caso, con la JAC del Barrio San Camilo. Los resultados obtenidos se analizaron con estadística descriptiva. El diagnóstico arrojó que, del total de encuestados, solo el 34.4% tienen información sobre las normas internacionales de información financiera NIIFS, el 65% manifiesta no conocerlas, no tener interés o no estar de acuerdo con las mismas; solamente 32.8% manifestaron contar con políticas contables según la normatividad vigente y un 43% manifiesta no conocer ni tener algún tipo de protección de los sistemas de información contable contra riesgos tecnológicos. Dichos resultados se convirtieron en la base cognitiva para el diseño de la herramienta de gestión organizacional denominada: "Manual de apoyo a los procesos contables y financieros aplicables a las JAC de la Comuna 4 de la ciudad de Popayán", producto de la presente investigación.

**Palabras clave:** Gremio; normas NIIFS; gestión; herramienta; manual.





## ABSTRACT

A study was carried out with the Community Action Boards (JAC) of the commune 4 of Popayán, whose objective was the diagnosis, design and validation of an organizational management tool called “Manual of Support to the accounting and tax processes” for the management of the current regulation. For this, a mixed methodology and a study with a descriptive scope were used. As techniques for collecting information, the survey, and the case study. The survey was applied to representative dignitaries belonging to 23 Community Action Boards, as a census sample selected from the 33 neighborhoods that comprise it. Once the diagnosis was made and the tool designed, it was validated through the case study with the JAC of Barrio San Camilo. The results obtained were analyzed with descriptive statistics. The diagnosis showed that, of the total number of respondents, only 34.4% have information on the international financial information standards IFRS, 65% state that they do not know them, have no interest or do not agree with them; only 32.8% stated the existence of accounting policies according to current regulations and 43% stated that they did not know or have any type of protection of accounting information systems against technological risks. Said results became the cognitive basis for the design of the organizational management tool called: “Manual to support accounting and financial processes applicable to the JACs of Commune 4 of the city of Popayán”, a product of this research.

**Keywords:** Guild; IFRS standards; management; tool; manual.



## Desarrollo de la ponencia

---

El presente estudio se enmarca en la teoría organizacional de la economía solidaria, de acuerdo con los puntos de vista de los diferentes estudiosos. Economía Solidaria (ES)- Este término hace referencia a un conjunto heterogéneo de concepciones y enfoques teóricos, realidades socioeconómicas e institucionales, y prácticas empresariales y asociativas que, desde el último cuarto del siglo XX, vienen desarrollando un creciente sentido de pertenencia a una forma diferente de entender el papel de la economía y los procesos económicos en las sociedades contemporáneas (Pérez, s.f.). En Colombia podemos hablar de dos grandes sistemas que funcionan dentro del sector conformado por las organizaciones solidarias, primero, el de economía solidaria, en el cual se relacionan las organizaciones definidas por la ley 454 (Cooperativas, Asociaciones Mutuales y Fondos de Empleados); segundo, un sistema conformado por las Fundaciones, Corporaciones y Asociaciones, las Juntas de Acción Comunal y los Grupos de Voluntariado, en el que el marco legal está totalmente disperso.

## Metodología

---

La metodología utilizada corresponde al tipo mixto, como técnicas para recolectar la información se utilizaron la encuesta (cuantitativa) y el estudio de caso (cualitativo). Para el cálculo se aplicó una muestra censal, por lo pequeño de la población. La muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra (Lugones, 2015, p. 50). En el caso de esta investigación como la población es pequeña se realiza el estudio sobre el cien por ciento de esta.

Para realizar la investigación y diagnóstico de las JAC de la Comuna 4 de la ciudad de Popayán Cauca Colombia, se seleccionaron variables del proceso contable, proceso administrativo y proceso tributario. Las variables son de tipo cualitativo y se describen y miden según la escala de Likert que se define como una calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. Es ideal para medir reacciones, actitudes y comportamientos de una persona. (Tamayo, 2002, p. 45).

## Resultados

---

Para poder medir el cumplimiento de los principios contables en las JAC, se indagó acerca del cumplimiento del principio de ente económico en donde se hace la distinción entre la persona que maneja la contabilidad y el ente económico que esta representa; dejando claro que el manejo económico del primero debe distinguirse del segundo. En este sentido conocen en un porcentaje significativo (73.7%), las actividades contables de la actividad económica de sus asociados, convirtiéndose en un valor agregado para poder cualificar en el manejo contable y tributario de manera adecuada ya que como ese porcentaje está de acuerdo, con seguridad van a apropiarse los temas que se planifiquen al respecto utilizando la herramienta diseñada para tal fin. Este resultado se puede comparar con el resultado obtenido por Castro y Escobar (2014), cuando manifiesta que el 60% del total de los encuestados en el estudio respondieron que conocen las actividades contables de sus asociados. Lo que está indicando que son situaciones que se pueden presentar en este tipo de asociaciones para tener en cuenta en estudios futuros.

## Discusión

---

Actualmente las JAC de la ciudad de Popayán no cuentan con el conocimiento necesario y pertinente para seguir funcionando bajo las normas internacionales de información contable NIIFs, cuyo plazo de transición legal en Colombia está finalizando; hipótesis que fue comprobada en los resultados de la presente investigación ya que se evidenció que la mayoría de ellas manejan de manera informal los procesos contables y tributarios, sin tener en cuenta la aplicación de normas vigentes tales como: la Ley 1819 de 2016 y el decreto 2420 de 2015 para aplicación de las normas de contabilidad de información financiera, que obligan a cumplir con la normativa independiente del tipo de empresa, sea esta una organización gremial o una empresa con ánimo de lucro. Por otra parte, respecto a la legislación colombiana encontramos que en el Artículo 56 relacionado con el manejo del presupuesto, se menciona que todas las organizaciones comunales deben llevar contabilidad, igualmente elaborar presupuesto de ingresos y de gastos e inversiones para un período anual, Ley 743 de 2002 (Ministerio del Interior y de Justicia).

Por ello se diseñó un manual de apoyo al desarrollo del proceso contable y tributario, que subsane las limitantes encontradas en el manejo realizado por las Juntas de Acción Comunal de la Comuna 4.

## Conclusiones

---

El estudio arrojó como primera conclusión, el diagnóstico general de los procesos contables y tributarios aplicables a las JAC de la comuna 4 de la ciudad de Popayán así: solamente el 29.8% de los encuestados conocen las normas internacionales contables y financieras, por otra parte, se puede evidenciar que pese a que el 73.7% del total de encuestados consideran que conocen el manejo contable de las actividades de sus afiliados, esto no se ve reflejado en sus registros contables, razón por la cual la entrega del manual diseñado como producto de la presente investigación se convierte en una herramienta importante para el correcto funcionamiento administrativo y contable de las JAC en el marco normativo legal vigente en Colombia

## Bibliografía

---

- Álvarez, M. (2006). Manual de Planeación *Estratégica*. México: Panorama Editorial. [https://books.google.com.uy/books/about/Manual\\_De\\_Planeacion\\_Estrategica\\_Manual.html?id=NKbFooXrnyQC](https://books.google.com.uy/books/about/Manual_De_Planeacion_Estrategica_Manual.html?id=NKbFooXrnyQC)
- Álvarez Montero, J. A., & Quinto Yaguana, C. E. (2016). Tesis. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19441>
- Angulo y Fernández (2003). Manual de Procedimientos Contables de Café Momoy C.A. <https://www.monografias.com/trabajos-pdf5/propuesta-elaboracion-manual-procedimientos-contables-empresa/propuesta-elaboracion-manual-procedimientos-contables-empresa.shtml>
- Barrera Novoa, A. R. (2019). Conocimientos de gestión contable y financiera de los dignatarios de las juntas de acción comunal de Sogamoso. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 287-310. <https://doi.org/10.22490/9789586516389.13>

- Boisier, S, (2004). Desarrollo territorial y descentralización. El desarrollo en el lugar y en las manos de la gente. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad. Recuperado de: <file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Dialnet-AmericaLatinaEnUnMedioSiglo19502000-2387908.pdf>
- Castro, A., Escobar, A. (2014). La nueva propuesta de Publindex para el desarrollo de la comunidad desde otra perspectiva. *Aglala*, 5, I-II
- Congreso, R. (06 de agosto de 1998). *Ley 454*. Diario Oficial (43.357)
- DIAN. (1 de 1 de 2016). *Ley 1819 de 2016*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/Prensa/HistoricoCentrales/Ley%201819%20del%2029%20de%20Diciembre%20de%202016.pdf>
- Ley 743 de 2002. (1 de 1 de 2002). *Ministerio del Interior*. Obtenido de [https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/36\\_ley\\_743\\_de\\_2002.pdf](https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/36_ley_743_de_2002.pdf)
- Ley 1314, (2009). *Los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia*. Recuperado de <http://www.ctcp.gov.co/publicaciones-ctcp/otros/ley-1314-esquema/ley-1314-esquema>
- Lugones, G. (2015). *Módulo de capacitación para la recolección y análisis de indicadores de Innovación*. Banco Interamericano de Desarrollo [file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet\\_DisenoyValidacionDeCuestionarioParaLaExploracionDe-5278487%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet_DisenoyValidacionDeCuestionarioParaLaExploracionDe-5278487%20(2).pdf)
- Ministerio del Interior. (1 de 1 de 2008). *Decreto 890 de 2008*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=29343>
- Pérez, M. (s.f.). *HEGOA*. Recuperado de [www.hegoa.ehu.es](http://www.hegoa.ehu.es).
- Tamayo, M. (2002). El proceso de la investigación científica. recuperado de: HYPERLINK “<https://es.slideshare.net/sarathrusta/el-proceso-de-investigación-científica-mario-tamayo-y-tamayo1>” <https://es.slideshare.net/sarathrusta/el-proceso-de-investigación-científica-mario-tamayo-y-tamayo1>
- Torres (2002). Propuesta de un Manual de Procedimientos Contables en la empresa Golfeados el Rey. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos-pdf5/propuesta-elaboracion-manual-procedimientos-contables-empresa/propuesta-elaboracion-manual-procedimientos-contables-empresa.shtml>
- VENNAGE (S.F). Herramienta manual de diseño. Tomada de: <https://infograph.vennage.com/templates/favorites>

# BIG DATA: UNA HERRAMIENTA ESENCIAL PARA INCREMENTAR LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA ORGANIZACIÓN QUE PUEDE LIMITAR LA LIBERTAD PERSONAL

**Fuente:** Imágenes tomada de [www.freepik.es](http://www.freepik.es)





## Capítulo 7.

# BIG DATA: AN ESENTIAL TOOL IN ORDER TO INCREASE THE COMPETITIVE ADVENTAGE IN AN ORGANIZATION THAT CAN LIMIT THE PERSONAL LIBERTY



**Henry Hurtado Bolaños<sup>18</sup>**

**Elkin Fabián Tascón Giraldo<sup>19</sup>**

18 Licenciado en Matemáticas, Administrador de Empresas, Magíster en Ciencias de la Organización, Coordinador del área de Matemáticas y Mercadeo, Universidad Pontificia Bolivariana, Palmira. ORCID: <https://scholar.google.com/citations?user=hk-8rR4AAAAJ&hl=es>  
Correo electrónico: Henry.hurtado@upb.edu.co

19 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Palmira. Estudiante de Ingeniería Química, Universidad de Chicago, Estados Unidos, 2006 – 2009. Chemistry, student. Community College Wilbur Wright, 2006 – 2008.  
Correo electrónico: elkinfabian.tacson@upb.edu.co



## RESUMEN

En esta ponencia el término Organización se refiere al Estado, a una Iglesia, una empresa, una Universidad, un grupo social, étnico, cultural, político, etc. En la actualidad, el Big Data, representa un importante valor competitivo para las Organizaciones. El término describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que inunda la vida diaria, con los cuales se buscan regularidades para hallar información con la cual se puedan realizar inferencias o predicciones. No es la cantidad de datos lo significativo, la importancia del Big Data está en lo que las organizaciones hagan o puedan hacer con los datos, mejores decisiones y movimientos estratégicos, incluso incidir en la vida individual del público.

La ponencia tuvo como objetivo confirmar de los diferentes postulados teóricos como el Big data constituye una herramienta esencial para incrementar la ventaja competitiva de la organización, a su vez, que se diluye masivamente por el entorno privado de las comunidades. En atención a la finalidad de este escrito, el desarrollo del documento se centró en mostrar cómo el uso masivo del Big Data se ha venido convirtiendo en una forma muy eficaz para que algunas empresas líderes puedan superar a sus pares del mercado. En la mayoría de los sectores, tanto los competidores establecidos como los nuevos participantes aprovechan las estrategias basadas en datos para innovar, competir, capturar valor y conformar enormes bases de datos con información sensible de personas del común. Sobre la base de las consideraciones anteriores, el estudio se abordó metodológicamente como un tipo de investigación documental con un enfoque cualitativo.

**Palabras clave:** Big data; ventaja competitiva; libertades personales.



## ABSTRACT

In the current business scenario, people talk about Big Data because of the vast utilitarian value that this set of tools has for organizations. Big Data is a term that describes the large volume of data, both structured and unstructured, that floods businesses on a daily basis. It is not the amount of data that is important, the importance of Big Data is what organizations do or can do with the data, better decisions and strategic business moves and included limit the personals liberties.

The purpose of this article was to confirm from the different theoretical postulates how Big data is an essential tool to increase the competitive advantage of the organization. In keeping with the purpose of this paper, the development of the document focused on showing how the massive use of Big Data has been becoming a very effective way for some leading companies to outperform their peers in the market. In most industries, both established competitors and new entrants are leveraging data-driven strategies to innovate, compete and capture value, and increase big data bases about of personal information of the common people. Based on the above considerations, the study was approached methodologically as a type of desk research with a qualitative approach.

**Keywords:** Big data; competitive; advantage.

**El Big Data facilita la toma de decisiones, ofrece mayor información para lograr ventajas competitivas, posicionamiento de la empresa, de un producto o servicio y logra la diferenciación con los competidores directos e indirectos.**

## Desarrollo de la ponencia

---

En este estudio se revisa información bibliográfica de los últimos cinco años, acerca de la naturaleza de los grandes datos, la forma de procesamiento, la búsqueda de patrones y regularidades que pueden encontrarse en los datos para convertirse en información útil para la toma de decisiones por parte de las organizaciones y la incidencia que puede tener la recolección, análisis y uso de la información sobre las libertades de las personas.

Los siguientes referentes teóricos fueron escogidos teniendo como criterios su actualidad, y su congruencia con el tema objeto de estudio del presente artículo de carácter divulgativo.

El primer referente de importancia es el artículo

- Big data y business intelligence para la generación de conocimiento
- IBM Colombia y su red de innovación a través del Big Data
- LIBRO; Gestión competitiva organizacional: un enfoque interdisciplinario
- Big Data: La Próxima Frontera en la Toma de Decisiones Gerenciales
- La creación de valor en las empresas a través del Big Data
- Big Data Analytics: Oportunidades, Retos y Tendencias
- Big Data as a source of competitive advantages for companies
- Descripción y análisis de los desafíos para la generación de ventajas competitivas, basadas en big data y analytics, en la industria de telecomunicaciones
- Sustainable Competitive Advantage of Big Data Analytics in Higher Education Sector
- Entre otros

## Metodología

---

Este artículo se abordó metodológicamente desde un tipo de investigación de revisión documental, basado en la revisión de literatura de textos impresos y digitales, búsqueda en bases de datos, portales de libros, que permitiera revisar el aporte, en

todo sentido del Big Data en la sociedad actual y particularmente en la sociedad colombiana. La revisión documental es una técnica de observación en estudios cualitativos que permite construir una línea de tiempo acerca del desarrollo de un problema de investigación en estudio, tiene características de investigación longitudinal, histórica y reflexiva sobre el presente y futuro del tema en estudio.

## Resultados

---

El uso de soluciones en Big Data permite al empresario o emprendedor realizar análisis de información muy precisa y a detalle de casi cualquier cosa de la que se posea información, brindando soluciones estadísticamente probables y medibles facilitando la toma de decisiones basada en información, reduciendo los tiempos de respuesta e incertidumbre en la toma de decisiones, manteniendo a las empresas en un ámbito competitivo.

## Discusión

---

A diferencia de los sistemas tradicionales de investigación donde se recopila información a través de instrumentos como encuestas, cuestionarios y otras formas estructuradas de datos, el Big Data toma datos de múltiples fuentes, de forma simultánea y de manera masiva. El Big Data se alimenta del entorno, a través del internet de las cosas y de la inteligencia artificial, los algoritmos aprovechan la información que las mismas personas de manera desprevenida proporcionan a través de las redes sociales, los motores de búsqueda o los videos que comparten con su grupo de amigos, en este sentido, el Big Data es como un alienígena que vive entre nosotros, lo alimentamos, se nutre de nuestros insumos para luego procesar todos estos datos y convertirlos en acciones, a veces provechosas y otras veces invasivas y riesgosas.

## Conclusiones y recomendaciones

---

Después de todo este proceso de revisión teórica se concluye que Big Data ofrece la oportunidad de trabajar modelos predictivos en función de tiempo real, por la alta

velocidad con la que se analiza la información, mediante técnicas de aprendizaje automático y minería de datos basada en los gustos, características y pensamientos del consumidor. El Big Data facilita la toma de decisiones, ofrece mayor información para lograr ventajas competitivas, posicionamiento de la empresa, de un producto o servicio y logra la diferenciación con los competidores directos e indirectos.

## Bibliografía

---

- Ameijeiras Lois, I. (2019). *Big data y business intelligence para la generación de conocimiento*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Anuradha J., I. (2015). A Brief Introduction on Big data 5Vs Characteristics and Hadoop Technology. *Future Computing and Informatics Journal*, 54-89.
- Aristóteles. (2005). *Ética Nicomaquea*. Editorial Edigrama.
- Charles, V., & Germhan, T. (2013). Achieving Competitive Advantage Through Big Data. Strategic Implications. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 1069-1074.
- Ertemel, A. (2015). Consumer insight as competitive advantage using big data and analytics. *International Journal of Commerce and Finance*, 45-51.
- Galimany Suriol, A. (2014). La creación de valor en las empresas a través del Big Data. *Universidad de Barcelona*, 77-89.
- Gartner, G. (2019). Analytics and BI Magic Quadrant. *Brighttalk*, 98-112.
- Kamioka, T., & Tapanaimen, T. (2014). Organizational use of big data and competitive advantage exploration of antecedents. *AIS Electronic Library (AISeL)*, 1-17.
- Kubinaa, M., Varmusa,, M., & Kubinovab, I. (2015). Use of big data for competitive advantage of company. *Procedia Economics and Finance*, 561 – 565.
- Marrugo Castro, A. (2018). IBM Colombia y su red de innovación a través del Big Data. *Core*, 19-42.
- Marx, K. (2014). *El Capital*. Editorial Valencia Quintero Jorge Javier.
- McKinsey Global Institute. (2011). Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity.

- Mercado Páez, M. (2019). *Descripción y análisis de los desafíos para la generación de ventajas competitivas, basadas en big data y analytics, en la industria de telecomunicaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de San Andrés.
- Mercado Pérez, M., & Escobar Borja, M. (2020). El Big Data como estrategia para disminuir la brecha digital en la Región Caribe - Colombia. *Sapienza Organizacional*, 1-30.
- Minelli, M., Chambers, M., & Dhiraj, A. (2013). Big Data, Big Analytics: Emerging Business Intelligence and Analytic. *Trends for Today's Businesses*, 21-42.
- Muhammad, R., Tasmin, R., & Nor Aziati, A. (2019). Sustainable Competitive Advantage of Big Data Analytics in Higher Education Sector: An Overview. *Journal of Physics: Conference Series*, 21-45.
- Murillo Gonzalez, M. (2016). Sistema Big Data para el análisis de rutas de taxis en NYC. *Montblanc News*, 44-58.
- Osornio Ríos, A., Morales Hernández, L., Benitez Rangel, J., & Trejo Hernández, M. (2015). Capítulo 8, denominado El Big Data como ventaja competitiva e innovación en el sector hotelero en Querétaro. En *Gestión competitiva organizacional: un enfoque interdisciplinario* (pág. 271). Queretaro: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Poppr, K. (2014). *La miseria del historicismo*. Editorial Alianza Editorial.
- PowerData. (2019). Big Data: ¿En qué consiste? Su importancia, desafíos y gobernabilidad. *Powerdata*, 45-78.
- Platón. *La República*. (2005). Editorial Skala.
- Ruiz Amor, R. (2021). Big Data as a source of competitive advantages for companies. *Universidad Zaragoza*, 1-48.
- Tabares Pérez, L. (2018). Big Data Analytics: Oportunidades, Retos y Tendencias. *Academia*, 1-21.
- Tovar, W. (2018). Big Data: La Próxima Frontera en la Toma de Decisiones *Gerenciales*. *Research Gate*, 17-34.

---

# IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS ORGANIZACIONALES DE LA TRIBU INDÍGENA MISAK (GUÁMBIANOS) QUE SEAN APLICABLES O ADAPTATIVAS A LAS ORGANIZACIONES DEL HOY

---

**Fuentes:** imágenes tomadas de [www.participacionbogota.gov.co](http://www.participacionbogota.gov.co)





## Capítulo 8.

# IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL PROCESSES OF THE MISAK INDIGENOUS TRIBE (GUÁMBIANOS) THAT ARE APPLICABLE OR ADAPTIVE TO TODAY'S ORGANIZATIONS



Álvaro Fernando Romero Ramírez <sup>20</sup>

<sup>20</sup> Administrador de empresas, Especialista en gestión financiera y Magíster en administración de empresas.

Correo electrónico: [alvaro.romero@unad.edu.co](mailto:alvaro.romero@unad.edu.co)



## RESUMEN

En el siglo XV llega a tierras americanas Cristóbal Colón, aquel aventurero que anhelaba llegar a otras horizontes, pero que seguramente su astronomía lo hizo confundir; desde su llegada abrieron puertas a una de las más grandes transformaciones culturales en la historia humana, cargado de multiculturalismo con navegantes europeos y esclavos africanos; esta mezcla fue importante para la sociedad americana, pero que con la llegada de los visitantes se perdieron muchas costumbres netas de la zona. Colombia actualmente es reconocido por ser pluricultural y multilingüe, donde podemos encontrar 87 etnias indígenas (Dane 2017). El pueblo Misak se ha identificado como el encargado de garantizar el equilibrio y la armonía entre la naturaleza y el ser humano, y desde su condición de primeros pobladores, adquirieron el compromiso de defenderla, protegerla, mantenerla y devolverla para la humanidad entera, considerándose autoridad ambiental. El objetivo del presente trabajo es identificar la población indígena Misak (Guambianos) desde la óptica organizacional, donde se pretende entender sus costumbres, hábitos y cultura referentes a la forma de como ellos manejan los procesos organizacionales en sus zonas de vivencia, para así poder tomar esas formas de administrar y aplicarlas y/o adaptarlas a las empresas actuales. Se toma el pueblo Misak para realizar el estudio ya que primero que todo está localizado cerca de la residencia del investigador (Sur occidente del Huila y oriente Caucaño) y según el Censo DANE 2005 son auto reconocidas 21.085 Guambianos representando el 1.5% de la población indígena de Colombia según el Ministerio de Cultura.

**Palabras clave:** población indígena; organización; adaptación social; cultura del trabajo.

## ABSTRACT

In the fifteenth century, Christopher Columbus arrived to the Americas, that adventurer who longed to reach other horizons, but surely his astrology made him confused; since his arrival, he opened doors to one of the greatest cultural transformations in human history, filled with multiculturalism, when his ships brought European sailors and African slaves; this mixture was important for the American society, but with the arrival of visitors many customs from most south and central America's countries were lost. Colombia is currently recognized for being pluricultural and multilingual, where we can find 87 indigenous ethnic groups (The National Administrative Department of Statistics, 2017). The objective of this work is to identify Misak (Guambiano) indigenous population from the organizational point of view, where it is intended to understand their customs, habits, and culture regarding the way they manage organizational processes in their living areas, in order to take these forms of management and apply and / or adapt them to current companies. Misak people are taken to carry out the study because first, they are located close to the researcher's residence (Southwest Huila and East Cauca) and according to the NADS 2005 Census, 21,085 Guambianos are self-recognized, representing 1.5% of Colombia's indigenous population according to the Ministry of Culture.

**Keywords:** Indigenous peoples; Organizations; Social adaptation; Culture of work.



## Desarrollo de la ponencia

---

### *Introducción*

Este artículo desea tomar las mejores prácticas organizacionales que realizan los grupos indígenas de Colombia, en especial el pueblo Misak (Guambianos) encontradas en el Suroccidente de Colombia donde su mayor concentración de población está en el municipio de Silvia Cauca el cual será identificado como referente de esta investigación. Esta zona cuenta con once mil ochocientos setenta y siete (11.877) indígenas representados un 38.53% de la población Silviana. A pesar de que el departamento del Cauca ha sido estigmatizado como una de las zonas más golpeadas por el conflicto interno armado, este pueblo indígena a destacado su raizales y la resistencia activa de su entorno sociocultural.

Como objetivo investigativo se pretende presentar la identificación de procesos organizacionales de la tribu indígena Misak (Guámbianos) que sean aplicables o adaptativas a las organizaciones del hoy. Para esto se requiere realizar el diagnóstico por medio de vigilancia tecnológica y estado del arte, como análisis sistemático de información como principio de identificación de procesos nativos, tomando las mejores prácticas organizacionales de la tribu con el fin de transferirlas en las organizaciones.

### *Metodología*

---

El diseño de la investigación está enmarcado en un método descriptivo con enfoque cualitativo el cual se utilizó la entrevista como instrumento secundario. Los componentes investigativos que se proponen encuentran una estrecha relación con otros campos del conocimiento.

La implementación del método de investigación exalta la contextualización de algunos conceptos propios de la literatura etnografía dichos elementos propios de la sociología y antropología que permiten obtener los insumos principales para abordar las costumbre y bases organizacionales, culturales, económicas, sociales y ambientales de la comunidad Misak.

## Resultados

---

Esta investigación pretende resaltar la resiliencia de este pueblo indígena en la identificación de estructuras organizacionales, y manejo de recursos físicos y humanos.

Teniendo en cuenta que hoy en día las estructuras organizacionales de la Mipymes del país son muy frágiles ante los cambios del ecosistema empresarial, se identifica como muestra de resiliencia social, cultural, empresarial, económica, tecnología a los pueblos indígenas en este caso a el pueblo Misak ya que pesar de los problemas internos que ha tenido el departamento han podido superar y mitigar la afectación, siendo esto algo admirable para poderlo investigar a fondo y tomar algunos referentes de adaptación al entorno empresarial actual.

## Discusión

---

El departamento del Cauca es una zona con una alta demanda de población indígena, en donde su riqueza cultural hace que día a día sea una zona de estudio para que nosotros tomemos lo mejor de sí para luego replicarlo a todas las organizaciones del país.

Después de realizar las entrevistas pudimos darnos cuenta de la importancia que tienen los ancestros en temas organizacionales desde el punto de vista empresarial, ya que las tribus indígenas desde el submundo han creado costumbres, hábitos y culturas referente a la estructura de mandos, motivación con las comunidades y equipo de trabajo con las mingas.

El cooperativismo que se identificó por medio de la observación no participativa nos da a entender que gracias a esas estrategias que aplican desde hace muchos años, han servido para poder superar todas las circunstancias desfavorables que al mundo exterior a afectado.

Es por esto que la sociedad actual debe que tomar estos hábitos para aplicarlas o adaptarlas a las organizaciones que hoy en día desaparecen muy fácilmente del mercado.

## Bibliografía

---

- Dagua, A., Aranda, M., & Vasco, G. (1998). Guambianos: Hijos del Aroiris y del Agua Bogotá: CEREC - Los Cuatro Elementos - Fundación Alejandro Angel Escobar.
- Gros, C., & Morales, T. (2009). ¡A mí no me manda nadie! Historia de vida de Trino Morales Bogotá Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Walsher, A. D., & Marcelo, W. (2008). Introducción (pp. 5–11). Alai, Agencia Latinoamericana de Información.
- Zibechi, R. (2007). Autonomías y emancipaciones. América Latina en movimiento. Lima: Universidad Nacional Mayor San Marcos.
- Corredor (2013). *La minga y el Ya tul: elementos de economía propia para la pervivencia del pueblo Misak* 1. recuperado: [https://www.researchgate.net/publication/334573824\\_La\\_minga\\_y\\_el\\_Ya\\_tul\\_elementos\\_de\\_economia\\_propia\\_para\\_la\\_pervivencia\\_del\\_pueblo\\_Misak\\_1?enrichId=rgreq-3125f3fa7e1cbc3073b15ed3a74781f1XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMzNDU3MzgyNDtBUzo3ODIzODQ0ODgyNjc3NzZAMTU2MzU0NjQwNjMzNQ%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/334573824_La_minga_y_el_Ya_tul_elementos_de_economia_propia_para_la_pervivencia_del_pueblo_Misak_1?enrichId=rgreq-3125f3fa7e1cbc3073b15ed3a74781f1XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMzNDU3MzgyNDtBUzo3ODIzODQ0ODgyNjc3NzZAMTU2MzU0NjQwNjMzNQ%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)
- Tunubala, Floro, Muelas Trochez, Juan Bautista (2008). *Segundo plan de vida de pervivencia y crecimiento misak*. <https://repositoryoim.org/handle/20.500.11788/377?s-how=full>

**Esta investigación pretende resaltar la resiliencia de este pueblo indígena en la identificación de estructuras organizacionales, y manejo de recursos físicos y humanos.**



# EFFECTOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA EN LA PRODUCCIÓN Y EL INGRESO DE LOS SECTORES ARROCERO, CAFETERO, CAÑA DE AZÚCAR Y CACAOTERO EN COLOMBIA. ANÁLISIS DE DATOS DE PANEL EN LOS AÑOS 2011-2020

fuentes: [Imágenes/www.lamoncloa.gob.es/](https://www.lamoncloa.gob.es/)





## Capítulo 9.

# EFFECTS OF THE INTERNATIONALIZATION OF THE COLOMBIAN ECONOMY ON THE PRODUCTION AND INCOME OF THE RICE, COFFEE, SUGAR CANE AND COCOA SECTORS IN COLOMBIA. ANALYSIS OF PANEL DATA IN THE YEARS 2011-2020



**Roberto Adolfo Diaz Diaz<sup>21</sup>**

**Diana Carolina Verján Ávila<sup>22</sup>**

**José Alejandro Verá Calderón<sup>23</sup>**

- 21 Magíster en Economía, Economista. Docente Ocasional Medio Tiempo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD - CEAD Ibagué. Investigador Principal, Co-investigador del grupo de investigación Cananguchales; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2363-3188>. Correo electrónico: roberto.diaz@unad.edu.co
- 22 Magíster en Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos, Esp. En Pedagogía para el Desarrollo de Aprendizaje Autónomo, Ingeniero Industrial. Docente Ocasional Tiempo Completo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD - CEAD Ibagué. Co-investigadora del grupo de investigación Cananguchales; ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9899-6528>. Correo electrónico: diana.verjan@unad.edu.co
- 23 Magíster en Administración; Esp. en Gerencia de Proyectos; Administrador de Empresas; Docente Hora Cátedra de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - CEAD Ibagué; Co-investigador del grupo Cananguchales; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0752-6446>. Correo electrónico: jose.vera@unad.edu.co



## RESUMEN

El presente artículo presenta una parte de los resultados del Proyecto de Investigación Especial -PIE, denominado “Análisis del proceso de internacionalización de la economía en el ingreso de la población rural en Colombia, como base de una política de protección social en el sector rural” el cual recoge la evolución de los principales subsectores agrícolas (Arrocero, cafetero, caña de azúcar y el cacaotero), en el que se utilizan los datos reportados en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE y agremiaciones de productores. Los resultados analíticos y econométricos de la evolución de estos subsectores en el periodo 2011 a 2020 evidencian que la mayoría han ampliado la producción, la productividad y el valor real de las cosechas y por lo tanto el ingreso de los productores, por lo tanto, el proceso de internacionalización ha traído efectos positivos, lo cual se confirma con la modelación realizada por datos de panel.

El precio es significativo en el modelo en los modelos con un nivel del 90% de confianza y signo positivo esperado, por lo tanto, es una variable clave en las decisiones de producción de los agentes. El TLC con los Estados Unidos impacta de manera positiva a los cultivos de arroz, café y caña de azúcar, pero tiene efectos negativos en la producción de cacao, y no se encuentra evidencia sólida del efecto de covid19 en la producción, pero los modelos arrojan un signo negativo, pero sin significancia estadística (Esto se puede deber a lo reciente del fenómeno y por ende a la falta de datos) evidenciando la evidente pérdida en la producción de importantes renglones de la economía, pero no se encuentra afectaciones significativas en los cuatro subsectores.

**Palabras clave:** comercio internacional; modelo estándar del comercio; productividad.



## ABSTRACT

This article presents a part of the results of the Special Research Project -PIE, called “Analysis of the process of internationalization of the economy in the income of the rural population in Colombia, as the basis of a social protection policy in the rural sector” which includes the evolution of the main agricultural subsectors (rice, coffee, sugar cane and cocoa), in which the data reported in the National Administrative Department of Statistics -DANE and producer associations are used. The analytical and econometric results of the evolution of these subsectors in the period 2011 to 2020 show that the majority have increased production, productivity and the real value of crops and therefore the income of producers, therefore the process Internationalization has brought positive effects, which is confirmed by the modeling carried out by panel data.

Price is significant in the model in models with a 90% confidence level and expected positive sign, therefore, it is a key variable in agents’ production decisions. The FTA with the United States positively impacts rice, coffee and sugar-cane crops, but has negative effects on cocoa production, and there is no solid evidence of the effect of covid19 on production, but the models show a negative sign, but without statistical significance (This may be due to the recentness of the phenomenon and therefore to the lack of data) evidencing the evident loss in the production of important lines of the economy, but no significant effects are found in the four subsectors.

**Keywords:** International trade; standard model of trade; productivity.

## Desarrollo de la ponencia

---

El presente artículo hace parte de los resultados parciales del Proyecto de Investigación Especial -PIE, denominado “Análisis del proceso de internacionalización de la economía en el ingreso de la población rural en Colombia, como base de una política de protección social en el sector rural” el cual recoge la evolución de los principales subsectores agrícolas (Arrocero, cafetero, caña de azúcar y el cacaotero), en el que se utilizan los datos reportados en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE y agremiaciones de productores.

La presente investigación es realizada con una metodología no experimental, con la utilización de datos presentados en series de tiempo, sobre variables de la producción, el valor de producción a términos constantes, los precios, el tipo de cambio nominal, las variables dummy del TLC con Estados Unidos, TLC con la Unión Europea y la dummy del covid19 para trata de mirar los efectos de la actual crisis generada por la pandemia. Los datos utilizados son de fuentes secundarias de información, principalmente reportados en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE y agremiaciones de productores (Fedearroz, Asocaña; Federación Nacional de Caficultores de Colombia y la Asociación Nacional de Cacaoteros).

Para el modelo de Datos de Panel se emplea la siguiente ecuación (Wooldridge, 2010):

$$Y_{it} = \beta_1 X_{it} + \alpha_i + u_{it} \quad - \alpha_i \quad (i=1, \dots, n)$$

es la intersección desconocida para cada subsector (n intersecciones específicas de los sectores).

## Resultados

---

Se analizan los principales cultivos comercializables, donde se tuvo disponibilidad de datos de múltiples fuentes secundarias. La producción del tubérculo de la papa en Colombia presenta una tendencia a disminuir hasta el año de 2014, se recupera ligeramente, pero luego desciende para el año de 2016 y se recupera en los años de 2017 y 2018; no se tienen datos para los años de 2019 y 2020, en los cuales se puede evidenciar el efecto del ciclo recesivo de la economía colombiana y la crisis del Covid19; el

sector se está afectado por la importación de papa procesada desde Europa, lo cual se evidencia en el estancamiento en la producción para el periodo analizado. En lo referente a la producción de palma de aceite es la que presenta un mejor comportamiento en la producción, con un fuerte tendencia y se presente un incremento pasando de los 4,61 millones toneladas para el año de 2011 a 7,52 millones de toneladas en el año de 2018; hay que decir que los productores enfrenta una seria amenaza por la posible prohibición del consumo de dicho aceite en Europa y los Estados Unidos, lo que llevaría a la reducción considerable de la producción y del área sembrada en el país; además que tiene una serie de demandas sociales por los efectos de destrucción de la selva tropical para ampliar los cultivos de dicha oleaginosas.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Fedearroz.

Estimación de los efectos de los tratados comerciales en la producción de los subsectores agrícolas de arroz, café, caña de azúcar y cacao, por un modelo de datos de panel.

Para mirar el impacto de los tratados comerciales en el ingreso del sector rural de la economía colombiana se va a mirar el impacto en la producción de los siguientes productos agropecuarios que son bienes transables y de importancia para la economía colombiana y en especial para la producción del Departamento del Tolima a excepción de la caña de azúcar, que se cultiva principalmente en el Departamento del Valle del Cauca. Los subsectores analizados por medio de la metodología econométrica de modelos de datos de panel son el Café, Arroz, Caña de azúcar y el Cacao, medidos desde el año de 2011 a 2020.

## Conclusiones

---

Para los subsectores agrícolas que se analizaron y que son representativos de la economía agrícola y que tiene una importante participación en el ingreso de las familias rurales de muchas partes del país, especialmente de las regiones que tienen una considerable área sembrada en dichos cultivos, resulta positivo los avances en la producción, el ingreso, la tecnificación que se ve reflejada en el aumento de la productividad obtenida en los cultivos, lo cual ha traído beneficios en el periodo concreto de análisis entre los años 2011 a 2020. Pero se comienza a notar afectaciones en el cultivo del cacao con la variación e intensidad de estas en los precios de este producto; por lo cual se hace un llamado a realizar alianzas entre los países productores de cacao, así como a colocar mecanismos de protección más efectivos, como garantías de precios, incentivos para seguir tecnificándose o buscar precios justos que incidan en el bienestar de cientos de miles de familias productoras del grano.

## Bibliografía

---

- Bolívar, L. M., Cruz, N., & Pinto, A. (2015). Modelo gravitacional del comercio internacional colombiano, 1991-2012. *Economía & Región*, 245-270.
- Candial, A., & Lozano, J. (2008). Aplicación de una ecuación de gravedad al comercio Intraeuropeo. *Universidad Complutense de Madrid*, 20.
- Chaney, T. (2011). The Gravity Equation in International Trade: An Explanation. *University of Chicago*.
- Díaz, R. A. D., Parra, O. A. B., & Calderón, J. A. V. (2021). Capítulo 16. El papel de los precios internos, externos y del tipo de cambio en la producción del sector cafetero colombiano en el periodo 2000-2016. *Libros Universidad Nacional Abierta ya Distancia*, 294-325.
- Gallegos, E., & Santacruz, I. (2015). Aspectos metodológicos de estudios del PIB. *CIE-CAS-IPN*, 89-96.
- González, o. M. (s.f.). *Centro Iberoamericano de Estudios Internacionales*. Obtenido de <https://www.fundacioncibei.org/la-importancia-del-comercio-internacional-una-breve-referencia-descriptiva/>

- Gujarati, D. N. (2010). *Econometría*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, C. (2000). *Recopilaciones sobre el tratado de libre comercio de América del Norte*.
- Krugman, P. (2012). *Economía internacional: Teoría y Política*. Madrid: Pearson Educación.
- Labra, R., & Torrecillas, C. (2014). Guía CERO para datos de panel. Un enfoque práctico. UAM-Accenture Working Papers, 16(1), 57.
- Llano, C. (2010). Modelo gravitatorio y turismo: Una aplicación a los flujos monetarios interregionales del sector Turismo en España. *Revista de estudios regionales*, 211-240.
- López, D., & Muños, F. (2008). Los modelos de gravedad en América latina: el caso de Chile y México. *Bancomext*, 803-813.
- Márquez, L., Rochina, M., & Antuñano, I. (2004). UN MODELO DE GRAVEDAD AMPLIADO PARA LA.  $R \cdot V \cdot E \cdot H$ , 150-168.
- MELO, E. (2016). *Repositorio UNAP*. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2092/Melo\\_Mayta\\_Edwin.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2092/Melo_Mayta_Edwin.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mincomercio. (s.f.). *Mincomercio*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/>
- Morales, O. D., Duarte, N. A., & Marcia, G. (2015). Un Modelo de Gravedad Aplicado a las Exportaciones en Nicaragua. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*.
- Ocampo, J. A. (2014). Misión para la transformación del campo. Saldar la deuda histórica con el campo, DNP Departamento Nacional de planeación, Bogotá.
- Oficina de Estudios Económicos. (2020). *Colombia exportaciones e importaciones 2009 - 2019*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Principales teorías sobre comercio internacional. (1980). En *Economía Internacional* (págs. Mc Graw-Hill). México.
- Rozenzweig, Andrés. (2005). El debate sobre el sector agropecuario mexicano en el tratado de libre comercio de América del Norte, serie de Estudios y Perspectivas. Núm. 30, sede subregional de la CEPAL en México.
- Salazar, J. P., & Escobar, M. (2015). Un Modelo Gravitacional para Colombia y América entre 1996 & 2013. Medellín, Colombia.
- Torres-Reyna, O. (2007). Panel de análisis de datos de efectos fijos y aleatorios utilizando Stata (v. 4.2). Datos y Servicios Estadísticos, Universidad de Princeton.

# EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD PERCIBIDA EN TUNJA COMO DESTINO TURÍSTICO

**Fuente:** imagenes tomadas de <https://media.viajando.travel>





## Capítulo 10.

# EVALUATION OF PERCEIVED SUSTAINABILITY IN TUNJA AS A TOURIST DESTINATION



**Lizeth Alejandra Munévar Castellanos<sup>24</sup>**

**Pedro Emilio Ubaque Camacho<sup>25</sup>**

24 Ingeniera Ambiental, Especialista en Sistemas Integrados de Gestión QHSE y maestrante en Manejo y Sostenibilidad Ambiental de la Universidad Santo Tomás-Tunja, docente de tiempo completo de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN Zona Centro Boyacá CEAD-Tunja UNAD, <https://orcid.org/0000-0002-4670-7488>  
Correo electrónico: lizeth.munevar@unad.edu.co

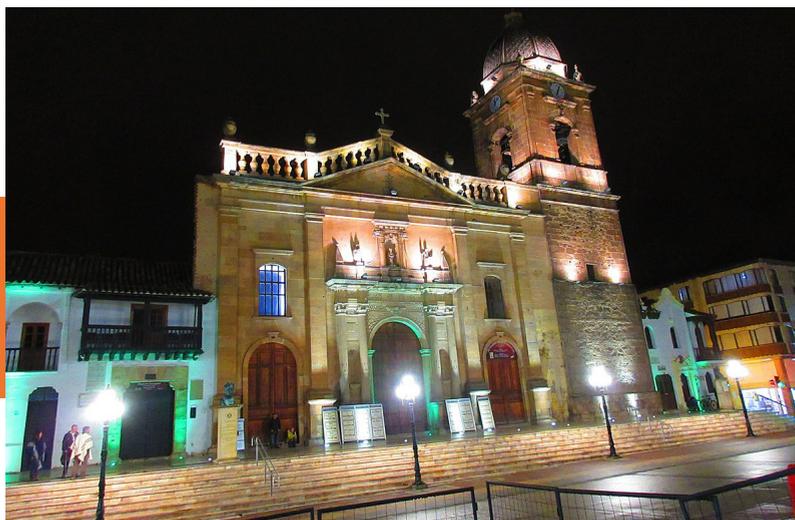
25 Administrador de empresas, Especialista en Alta Gerencia en Mercadotécnica y Magíster en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, docente de medio tiempo de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN Zona Centro Boyacá CEAD-Tunja UNAD, <https://orcid.org/0000-0002-5165-2039>  
Correo electrónico: pedro.ubaque@unad.edu.co



## RESUMEN

Este artículo presenta los resultados de la medición de la sostenibilidad percibida en Tunja como destino turístico, abordada a partir de las 3 dimensiones que la componen: económica, sociocultural y ambiental, las cuales deben medirse para determinar cuáles tienen influencia para los turistas que visitan la ciudad. Por tal razón, aquí se exponen los resultados obtenidos por medio de un instrumento de medición basado en enunciados asociados con sostenibilidad percibida. La investigación tiene como base un estudio exploratorio, descriptivo y correlacional compuesto por tres etapas, la identificación y definición de las dimensiones que conforman el constructo de sostenibilidad percibida, aplicación del instrumento de medición a turistas de la ciudad de Tunja y análisis factorial exploratorio para comprender la estructura dimensional del constructo bajo estudio. Al final de esta investigación, se identifica cuál es la percepción de sostenibilidad de los turistas para la mejora en buenas prácticas sostenibles en el destino turístico seleccionado.

**Palabras clave:** sostenibilidad percibida; destino turístico; evaluación; análisis factorial exploratorio.

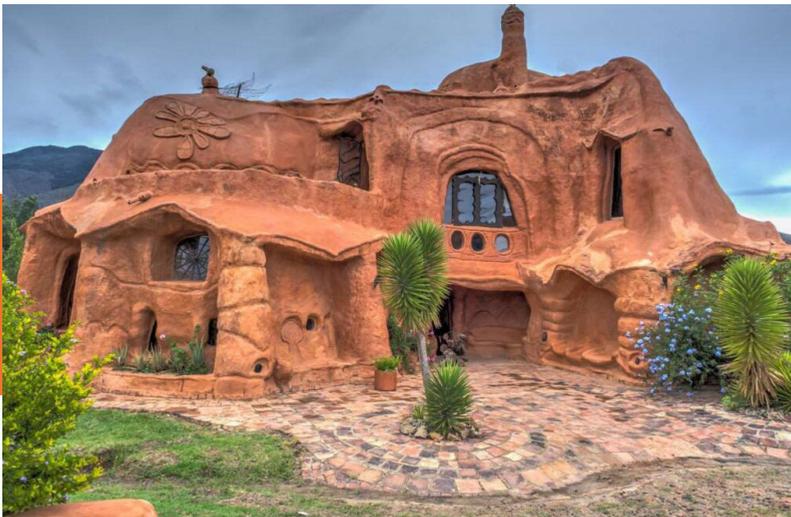




## ABSTRACT

This article presents the results of the measurement of the sustainability perceived in Tunja as a tourist destination, approached from the 3 dimensions that compose it: economic, socio-cultural and environmental, which should be measured to determine which ones have an influence on the tourists who visit the city. town. For this reason, the results obtained through a measurement instrument based on statements associated with perceived sustainability are presented here. The research is based on an exploratory, descriptive and correlational study composed of three stages, the identification and definition of the dimensions that make up the perceived sustainability construct, application of the measurement instrument to tourists from the city of Tunja and exploratory factor analysis to understand the dimensional structure of the construct under study. At the end of this research, the perception of sustainability of tourists is identified for the improvement in good sustainable practices in the selected tourist destination.

**Keywords:** Perceived sustainability; tourist destination; evaluation; exploratory factor analysis.



## Desarrollo de la ponencia

---

Esta investigación se busca como objetivo general evaluar la sostenibilidad percibida de los turistas que visitan la ciudad de Tunja, para determinar las dimensiones que influyen en esta y analizar el nivel de percepción de la sostenibilidad que tienen los turistas que visitan la ciudad de Tunja, Boyacá con miras a su posible certificación.

Para este propósito, el presente artículo en su capítulo dos presenta la revisión de literatura sobre el constructo de sostenibilidad percibida. En el capítulo tres se describe la metodología utilizada para la adaptación de una escala que mida la sostenibilidad percibida en sus dimensiones seleccionadas, la generación de ítems, así como la purificación de la escala aplicada a una muestra de turistas que visitaron la ciudad de Tunja. En el capítulo cuatro se sustentan los resultados del análisis factorial exploratorio y la medición de la sostenibilidad percibida. Finalmente, en el capítulo cinco se presentan las conclusiones sobre los hallazgos relacionados con el constructo bajo estudio.

Son tres las dimensiones del desarrollo sostenible: económico, sociocultural y ambiental, que hacen parte de los fundamentos de la sostenibilidad (Kim et al., 2018). En este sentido, el desarrollo del turismo sostenible debe satisfacer las demandas actuales de los turistas y las regiones que los reciben, a partir de una adecuada gestión del destino en lo económico, sociocultural y ambiental (Iniesta-Bonillo et al., 2016).

A partir de esta revisión de literatura, el presente artículo pretende aplicar los postulados de la sostenibilidad percibida de los destinos y como esta afecta las percepciones turísticas, en especial en destinos con turismo cultural y religioso como el de la ciudad de Tunja, en dónde, al parecer no se han desarrollado estudios con estas características.

## Metodología

---

El enfoque principal de la presente investigación es el cuantitativo, dentro de este enfoque se utiliza la encuesta como método investigativo con corte transversal, considerando los tipos de estudio exploratorio, descriptivo y correlacional (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2010).

## Resultados y discusión

---

Se presenta la caracterización sociodemográfica de la investigación, la cual se incluyó dentro del instrumento aplicado. En dicha tabla, se observa que el 43,3% de la muestra son hombres y 56,7% son mujeres. Asimismo, se aprecia que el 98,8% de las personas, son de origen nacional y solamente un 1,2% de origen internacional. Haciendo referencia a la edad, la mayor proporción corresponde a jóvenes menores de 30 años, con un porcentaje del 47,8%.

### ***Nivel global de la sostenibilidad percibida en Tunja como destino turístico***

Con relación al nivel general de sostenibilidad percibida de Tunja como destino turístico, se obtuvo un histograma de frecuencias (figura 1) para representar la valoración de los turistas frente a cada uno de los ítems incluidos en el instrumento.

En la figura 1, se observa que el nivel promedio de sostenibilidad percibida corresponde a 3,34, lo que indica, que aproximadamente el 48,3% de los turistas consideran que la sostenibilidad en el destino es parcial o regular, dado que, según las dimensiones estudiadas no se observó un alto nivel de percepción en las dimensiones económica, ambiental y cultural.

## Conclusiones

---

En esta investigación se realizó la evaluación de la sostenibilidad percibida en la ciudad de Tunja como un destino turístico en sus dimensiones económica, ambiental y cultural, a partir de una muestra de 180 turistas que visitaron la ciudad en el primer semestre de 2021. La muestra de turistas se caracterizó porque el 43,3% pertenecieron al género masculino y 56,7% al femenino, con predominio de turistas nacionales (98,8%), jóvenes menores de 30 años (47,8%), solteros (57,8%), empleados (38,3%) y con educación universitaria (48,9%)

## Bibliografía

---

- Alén, M., & Rodríguez, L. (2004). Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. *Revista Galega de Economía*, 13(1-2), 0. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39113201>
- Contreras-Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Chávez Valdez, A., Enríquez Acosta, J. Á., & León, C. (2018). Retos y perspectivas de la competitividad turística y sustentabilidad local en Bahía de Kino, Sonora. In E. Enríquez Acosta (Ed.), *Turismo, sustentabilidad y desarrollo local* (pp. 62–74). México: Pearson.
- Choi, S., & Ng, A. (2011). Environmental and Economic Dimensions of Sustainability and Price Effects on Consumer Responses. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 269–282. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0908-8>
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64–73. <https://doi.org/10.2307/3150876>
- Hair, J. F., Ronald, L. T., Rolph, E. A., & William, B. (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *J. Travel Res.* 38, 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación (5th ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Iniesta-Bonillo, M. A., Sánchez-Fernández, R., & Jiménez-Castillo, D. (2016). Sustainability, value, and satisfaction: Model testing and cross-validation in tourist destinations. *Journal of Business Research*, 69(11), 5002–5007. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.071>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec). (2014). *Norma Técnica Sectorial Colombiana 001-1 [NTS –TS]*. ICONTEC. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS\\_TS001\\_1.pdf](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_TS001_1.pdf)

- Kim, M. S., Thapa, B., & Kim, H. (2018). International tourists' perceived sustainability of Jeju Island, South Korea. *Sustainability*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su10010073>
- Martínez, P. & Rodríguez del Bosque, I. (2014). Sustainability dimensions: A source to enhance corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 17(4), 239–253. <https://doi.org/10.1057/crr.2014.13>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit). (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022*. Mincit. <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit). (2019). *Destinos turísticos de Colombia certificados en sostenibilidad*. Mincit. <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=cf570b29-7f96-40f2-8bb6-6f75c2653495>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35. <https://doi.org/10.2307/1251757>
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory (3er ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1999). *Desarrollo turístico sostenible: guía para administraciones locales*. Madrid. 221 p.
- Poudel, S. & Nyaupane, G. P. (2016). Understanding environmentally responsible behaviour of ecotourists: the reasoned action approach. *Tourism Planning & Development*, 14(3), 337-352 <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2016.1221851>
- Sánchez, M. M. (2018). Colombia in post-conflict: Tourism for peace or peace for tourism? *Araucaria*, 20(39), 415–438. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2018.i39.20>
- Serrano-Amado, A.-M., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- Valdivieso, C. E. (2013). Comparación de los modelos formativo, reflexivo y de antecedentes de evaluación estudiantil del servicio de docencia. *Revista de Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 16(1), 95-120. <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2182>
- Yusof, N. A., Abd Rahman, F. A., Che Jamil, F. M., & Iranmanesh, M. (2014). Measuring the quality of ecotourism services: case study – based model validation. *SAGE Open*, 4(2), 1-9. <https://doi.org/10.1177/2158244014538270>

---

# EL DERECHO A LA CONSULTA PREVIA, PLASMADO EN UNA HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DEL CABILDO INDÍGENA AWÁ LA CABAÑA DEL MUNICIPIO DE PUERTO ASÍS, PUTUMAYO

---

**Fuente:** imagenes de <https://upload.wikimedia.org/>





## Capítulo 11.

# THE RIGHT PRIOR CONSULTATION, EMBODIED IN A DIGITAL TOOL FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT OF THE AWÁ LA CABAÑA INDIGENOUS COUNCIL OF THE MUNICIPALITY OF PUERTO ASÍS, PUTUMAYO



**Sara Cristina Berrío Cano<sup>26</sup>**

**María Erika Narváez Ferrín<sup>27</sup>**

<sup>26</sup> Profesional en Comunicación en Lenguaje Audiovisual. Maestrante en Administración de Organizaciones. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1773-7538>. Correo electrónico: saracrisbob@hotmail.com

<sup>27</sup> Administrador de empresas, Magíster en Administración de Organizaciones, PhD © Administración Gerencial. Docente investigador Universidad Nacional Abierta y a Distancia. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8931-5775>. Correo electrónico: maría.narvaez@unad.edu.co



## RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo desarrollar una aplicación Offline para reforzar los saberes, ampliar las bases normativas y conceptuales en la comunidad Awá La Cabaña, del municipio de Puerto Asís, Putumayo, con lo cual se aporta al fomento y la construcción del bien común. Se definió un estudio de tipo mixto, no experimental de carácter exploratorio-descriptivo. Se realizan varios grupos focales para el diagnóstico. Se aplica una encuesta de 12 preguntas, 11 cerradas y una (1) abierta aplicada presencialmente con el fin de determinar el nivel de conocimiento sobre la consulta previa. Se definió una muestra finita estratificada de 22 habitantes, de sexo femenino y masculino, con edades de 18 a 66 años, quienes al interior de la comunidad tienen diferentes roles y plena capacidad de leer, interpretar y escribir textos en castellano. Se concluye que con la implementación de la aplicación se contribuye a la mejora educativa y formativa de la comunidad.

**Palabras clave:** derecho fundamental; consulta previa; comunidades étnicas; aplicación offline; gestión del conocimiento.

## ABSTRACT

This article aims to develop an Offline application to reinforce knowledge, expand the normative and conceptual bases in the Awá La Cabaña community, in the municipality of Puerto Asís, Putumayo, thereby contributing to the promotion and construction of the common good. A mixed, non-experimental exploratory-descriptive study was defined. Several focus groups are held for the diagnosis. A survey of 12 questions, 11 closed and one (1) open in person, is applied in order to determine the level of knowledge about the prior consultation. A stratified finite sample of 22 inhabitants was defined, female and male, aged 18 to 66 years, who within the community have different roles and full capacity to read, interpret and write texts in Spanish. It is concluded that the implementation of the application contributes to the educational and training improvement of the community.

**Keywords:** Fundamental Law; Prior Consultation; Ethic Communities; Offline Application; Knowledge management.

## Desarrollo de la ponencia

---

La consulta previa es un derecho fundamental para todos los grupos étnicos reconocidos por las instituciones en Colombia por el amparo que otorga la Constitución Política, a pesar de ello, este no ha sido lo suficientemente respetado en los territorios donde habitan estas minorías, ya que se ha pasado al desarrollo de múltiples proyectos por parte de empresas nacionales e internacionales de forma indiscriminada, generando un grave impacto ambiental, social y económico al interior de estas comunidades sumado al desconocimiento de la normatividad vigente para los procesos que se adelanten en sectores reconocidos como originarios, situación a la que no ha sido ajeno el pueblo Indígena Awá La Cabaña, del municipio de Puerto Asís, donde específicamente se desarrolló de un proyecto petrolero que a toda luz vulneró el derecho que tenían como conglomerado de conocer e interponer los recursos necesarios para proteger la vida en la ancestralidad, pero la falta de conocimiento y comprensión del material al que tardíamente tuvieron acceso complicó más el panorama de intervención sin consentimiento.

### Metodología

Partiendo del estudio teórico realizado para comprender la importancia del derecho a la consulta previa y de la problemática de la comunidad indígena Awá La Cabaña, se define una investigación de tipo mixto, la cual se comprende como “un proceso que recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio” (Tashakkori y Teddlie, 2003, como se citó en Barrantes, 2014, p. 100), es así como se plantea la importancia de combinar datos cualitativos y cuantitativos, que contribuyan a la comprensión desde una mirada más completa sobre el contexto actual. El alcance de esta investigación comenzó siendo exploratorio, como lo indica Hernández et al. (2006):

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio (pp. 100-101).

## Resultados

---

A continuación, se encuentran los resultados de la encuesta aplicada con la comunidad indígena Awá La Cabaña:

¿Para usted qué es la consulta previa? El 90% de los encuestados en la comunidad conoce sobre este proceso legal como un derecho fundamental, se reconocen como grupo étnico con pleno acceso al amparo de la consulta previa

¿Cuándo cree que se debe iniciar un proceso de consulta previa? El 80% de los encuestados identifican el momento pertinente en el que debe iniciarse un proceso de consulta previa,

¿De las siguientes opciones, cuáles cree que hacen parte de un grupo étnico? El 60% de los participantes se reconocen como grupo étnico.

¿Cuáles de los siguientes actores cree que intervienen en el proceso de consulta previa? El 80% de los encuestados identifican los actores principales, de allí que se puede inferir que es reflejo del actual proceso de consulta previa en el que están

¿Cuál de estos convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece el proceso de la consulta previa en nuestro país y protege a los grupos étnicos? El 90% de los encuestados demuestran un saber generalizado sobre este convenio.

## Propuesta

---

Como propuesta final tenemos una aplicación offline, construida para la gestión del conocimiento de la comunidad indígena Awá La Cabaña, luego de todo el estudio del tema de la consulta previa y del trabajo de campo con la comunidad.

Para la elaboración técnica se requirió de lo siguiente:



**Fuente:** Elaboración propia

Partiendo de los resultados de las encuestas y de su análisis, se generó todo el contenido que esta debía contener y que englobará desde todos los aspectos la consulta previa y fuera esta herramienta disponible y al alcance para la comunidad.

## Bibliografía

---

Alcaldía de Puerto Asís (s.f.). *Información del Municipio*. <https://www.puertoasis-putumayo.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

Ardila, G., Briceño, J. y Ugarte J. (2019). Los derechos fundamentales en personas naturales y jurídicas. Validación de un instrumento, análisis de concepciones y estrategia formativa para profesionales o estudiantes de derecho. *Revista Republicana*, 26, 109-142. <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/revistarepublicana/article/view/518/436>

Barrantes, R. (2014). Investigación, *Un camino al conocimiento, Un Enfoque Cualitativo, Cuantitativo y Mixto*. Editorial EUNED.

Castellanos S. (2019). *Los pueblos indígenas como sujeto colectivo titular del derecho a la consulta previa: exploración y explotación de recursos naturales no renovables* [Tesis de Grado, Universidad Externado De Colombia]. <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/1742>

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 241. 4 de julio de 1991 (Colombia).

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 330. 4 de julio de 1991 (Colombia).

Corte Constitucional de Colombia. Sala Plena. Sentencia N° SU-123/18. 15 de noviembre de 2018.

Decreto 1320 de 1998 [Presidencia de la República]. Por el cual se reglamenta la consulta previa con las comunidades indígenas y negras para la explotación de los recursos naturales dentro de su territorio. 13 de julio de 1998.

Decreto 1370 de 2018 [Presidencia de la República]. Por el cual se dictan disposiciones relacionadas con los límites de exposición de las personas a los campos electromagnéticos generados por estaciones de radiocomunicaciones y se subroga el capítulo 5 del título 2 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. 2 de agosto de 2018.

Decreto 2353 de 2019 [Presidencia de la República]. Por el cual se modifica la estructura del Ministerio del Interior y se determinan las funciones de algunas dependencias. 26 de diciembre de 2019.

Dirección de la Autoridad Nacional de Consulta Previa (s.f.). *Glosario de la Dirección de la Autoridad Nacional de Consulta Previa*. <https://consultaprevia.mininterior.gov.co/glosario-dancp>

Directiva Presidencial No. 08 de 2020 [Presidencia de la República]. Guía para la realización de consulta previa. 9 de septiembre de 2020.

Directiva Presidencial No. 10 de 2013 [Presidencia de la República]. Guía para la realización de consulta previa. 7 de noviembre de 2013.

Directiva Presidencial No. 01 de 2010 [Presidencia de la República]. Establece el marco general para el cumplimiento del Convenio 169 de la OIT. Establece las medidas susceptibles de realización o no de la Consulta Previa. 26 de marzo de 2013.

Fuenmayor, J. (2018). ¿Por qué es importante el aprendizaje permanente? <https://jesusfuenmayor.com/2018/05/25/por-que-es-importante-el-aprendizaje-permanente/>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación (4ª ed.). Mc GRAW HILL / Interamericana Editores, S. A. de C. V. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Methodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>

Ley 21 de 1991 [Congreso de Colombia]. Por medio de la cual se aprueba el Convenio número 169 sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, adoptado por la 76a. reunión de la Conferencia General de la O.I.T., Ginebra 1989. 4 de marzo de 1991.

Ley 99 de 1993 [Congreso de Colombia]. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. 22 de diciembre de 1993.

Méndez, L., Cruz Landa, A. y Galindo, N. (2018). Gestión del conocimiento y las Tic's. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/11/gestion-conocimiento-tics.html>

Ministerio del Interior (2012). *El Derecho de las Minorías Étnicas a la Consulta Previa "Retos y Perspectivas"*. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKÉwizv4vnh-zrAhXDrVvKkKH-f2WD-gQFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fwww.consejodeestado.gov.co%2Fwpcontent%2Fuploads%2FLibros%2FDerechoMinoriasEtnicasConsultaPrevia.pdf&usg=AOvVaw046sClGtJa0NYTCsGDL117>

Pueblos Originarios (s.f.). *Plantas sagradas de América del Sur*. Pueblos Originarios [https://pueblosoriginarios.com/sur/general/plantas\\_sagradas.html](https://pueblosoriginarios.com/sur/general/plantas_sagradas.html)

Real Academia de la Lengua Española. (2020). Derecho fundamental. En *Diccionario Panhispánico del español jurídico*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://dpej.rae.es/lema/derecho-fundamental#:~:text=1.,individualmente%20o%20de%20forma%20colectiva>

# RELACIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO, APALANCAMIENTO Y DESEMPEÑO FINANCIERO EN COLOMBIA

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 12.

# THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE GOVERNANCE, VALUATION, LEVERAGE AND FINANCIAL PERFORMANCE IN COLOMBIA



**Camilo Andrés Pérez Pacheco<sup>28</sup>**

**Luis Ángel Meneses C<sup>29</sup>**

28 Maestrante en Gestión Financiera, UNAD. Docente de Tiempo Completo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3537-8877>. Correo electrónico: camiloa.perez@unad.edu.co

29 Doctorando en Economía de los Negocios, Universidad ICESI. Docente tiempo completo Universidad Cooperativa de Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0467-8970>. Correo electrónico: luis.menesesc@campusucc.edu.co



## RESUMEN

La literatura financiera y la evidencia empírica en los mercados globales señalan que aquellas compañías que gestionan adecuadamente sus grupos de interés fortalecen y divulgan sus políticas de gobierno corporativo, alcanzan mayor efectividad en su funcionamiento institucional. En el contexto de un mercado emergente, este artículo estudia la relación entre la calidad de las prácticas de gobierno corporativo con la valoración, apalancamiento y desempeño financiero de empresas colombianas durante el periodo 2008-2018. A partir de la teoría de la dependencia de recursos y de agencia se establecen predicciones sobre las relaciones entre las variables de interés. Se examinaron empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Colombia y se empleó un índice de Bloomberg para medir la calidad de las prácticas de gobierno corporativo. Se utilizaron modelos de regresión en un panel de datos no balanceado incluyendo efectos fijos de tiempo y empresa. Los resultados indican que existe una relación positiva entre el índice de gobierno corporativo y las medidas de valoración y desempeño financiero de las empresas, y negativa frente a la medida de apalancamiento total. Estos resultados revelan que las buenas prácticas de gobierno corporativo conllevan un mejor funcionamiento al interior de las empresas, lo cual se refleja en una mejor performance en el mercado a través del tiempo.

**Palabras clave:** gobierno corporativo; valoración; apalancamiento financiero; desempeño corporativo; COLCAP.





## ABSTRACT

Financial literature and empirical evidence in global markets indicate that those companies that adequately manage their stakeholders, strengthen and disclose their corporate governance policies, achieve greater effectiveness in their institutional operation. In the context of an emerging market, this article studies the relationship between the quality of corporate governance practices and the valuation, leverage and financial performance of Colombian companies during the period 2008-2018. Based on the theory of resource and agency dependency, predictions are established about the relationships between the variables of interest. Companies listed on the Colombian Stock Exchange were examined and a Bloomberg index was used to measure the quality of corporate governance practices. Regression models were used on an unbalanced data panel including time and company fixed effects. The results indicate that there is a positive relationship between the corporate governance index and the financial performance and valuation measures of companies, and a negative relationship with the total leverage measure. These results reveal that good corporate governance practices lead to better functioning within companies, which is reflected in a better performance in the market over time.

**Keywords:** Corporate governance; valuation; financial leverage; corporate performance; COLCAP.



## Desarrollo de la ponencia

---

La evidencia empírica en los mercados competitivos globales sugiere que, aquellas compañías que gestionan adecuadamente sus grupos de interés fortalecen y divulgan sus políticas de gobernanza, logran una mayor efectividad institucional. En este sentido, el estudio del gobierno corporativo y su efecto en el desempeño de la empresa, en mercados desarrollados y emergentes, se ha convertido en una preocupación recurrente para los académicos e investigadores en el campo de la gestión y las finanzas corporativas.

El gobierno corporativo se concibe como un sistema de gestión, el cual considera optimizar las prácticas directivas en las organizaciones, esperando mejorar la confianza en los grupos de interés, y así, los resultados a futuro (Méndez y Rivera, 2015). Con base en esta noción, Castro y Cano (2004) señalan que el objetivo central de la teoría del gobierno corporativo es incrementar la confianza de los interesados y eliminar las gestiones fraudulentas de las organizaciones. Esto es posible gracias a los nuevos modelos de gestión corporativos, y a los efectos de la divulgación de la información, ya que, al ser un principio fundamental, hace que estos grupos de interés realicen seguimientos y control en el desempeño de las organizaciones (Acero y Alcalde, 2012)

En los últimos años, la literatura gerencial ha centrado su atención en las prácticas de gobierno corporativo, considerándolo un elemento fundamental de los estudios de la teoría de la empresa. Esto se debe a que su dinámica provee a los directivos y accionistas de mecanismos que permiten diseñar normas encaminadas a la minimización de conflictos de interés, y la consecuente mejora y transparencia en la toma de decisiones, lo que se traduce en un mejoramiento del desempeño empresarial a largo plazo (Escobar et al., 2016).

Este documento es el primer estudio que hace uso de índices corporativos de Bloomberg que miden gobernanza, con una estructura de análisis de panel de datos no balanceados, para la estimación de la relación gobierno-desempeño, aplicado al caso de Colombia. Este artículo se divide en cinco secciones. La segunda sección presenta la revisión de la literatura y establece las relaciones teóricas que se predicen de las 3 perspectivas que utilizamos. La tercera sección contiene los aspectos metodológicos y la estrategia econométrica. Posteriormente, en la cuarta se presentan los resultados y en la quinta se culmina con las conclusiones del estudio.

## Metodología

El presente estudio es un caso de aplicación de la teoría de las finanzas corporativas al estudio de la relación entre el gobierno corporativo, el desempeño de la empresa, su valoración y apalancamiento financiero para firmas que operan en el mercado colombiano. Es en esencia un estudio de tipo cuantitativo, comparativo y longitudinal que tiene como finalidad, vincular temáticas contemporáneas como los índices de gobierno corporativo, el desempeño financiero y las decisiones de financiación de la empresa específicamente para el caso de las 20 compañías colombianas que cotizan en Bolsa y hacen parte del índice bursátil COLCAP; el cual se postula como el índice bursátil de referencia de la Bolsa de Valores de Colombia desde enero de 2008, el cual está compuesto por las acciones más comercializadas en el mercado (Meneses y Perez, 2020).

## Resultados

Presenta algunas descriptivas de las variables presentadas. En ella se presenta el número de observaciones disponibles por variable, la media, desviación estándar y valores extremos. Se destaca que, en promedio, las empresas exhiben un desempeño positivo. Sin embargo, existe una alta variabilidad en el desempeño, independiente de cómo se mida, por la ROA o el ROE. Por otro lado, con relación a la Q de Tobin se destaca que, en promedio, las empresas mantienen una capitalización por debajo de su patrimonio. Sin embargo, debido a la alta variabilidad de esta medida se puede encontrar una gran proporción de empresas que tienen una capitalización por encima de su patrimonio, como se manifiesta por lo alto del valor máximo de esta variable que corresponde a más del doble de capitalización con relación al patrimonio. Con relación a los niveles de endeudamiento se destaca que, en promedio, las empresas mantienen niveles de endeudamiento relativamente altos, cercanos al 60% en el caso del endeudamiento total. Igualmente, existe una alta variabilidad de las medidas de endeudamiento entre las empresas.

## Conclusiones y discusión

---

Este artículo constituye una contribución a la literatura financiera que documenta la relación entre el gobierno corporativo y el desempeño de la empresa en el marco de los mercados emergentes. Se analizó una muestra de las 20 empresas colombianas que cotizan en bolsa y hacen parte del índice bursátil COLCAP. La calidad de la gobernanza se midió a partir de un índice propiedad de Bloomberg, el cual integra variables que representan mecanismos internos y externos asociados al gobierno corporativo. Adicionalmente, se implementaron técnicas de análisis econométrico para panel de datos no balanceados. Se incluyeron efectos fijos de empresa y año para controlar por posibles factores inobservables que afecten la relación entre desempeño de las empresas y el indicador de gobernanza corporativa.

## Bibliografía

---

- Acero, I. y Alcalde, N. (2012). Gobierno corporativo y rendición de cuentas: ¿existe algún efecto sobre la performance empresarial? *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 15(1):143– 178.
- Bae, K., Kang, J., y Wang, J. (2011). Employee treatment and firm leverage: A test of the stakeholder theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, 100(1):130–153.
- Benavides, J., Berggrun, L., y Perafán, H. (2016). Dividend payout policies: evidence from latin america. *Finance Research Letters*, 17:197–210.
- Benavides, J. y Mongrut, S. M. (2010). Governance codes: facts or fictions? a study of governance codes in Colombia. *Estudios Gerenciales*, 26(117):85–102.
- Bhagat, S., Bolton, B., y Subramanian, A. (2011). Manager characteristics and capital structure: Theory and evidence. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 46(6):1581–1627.

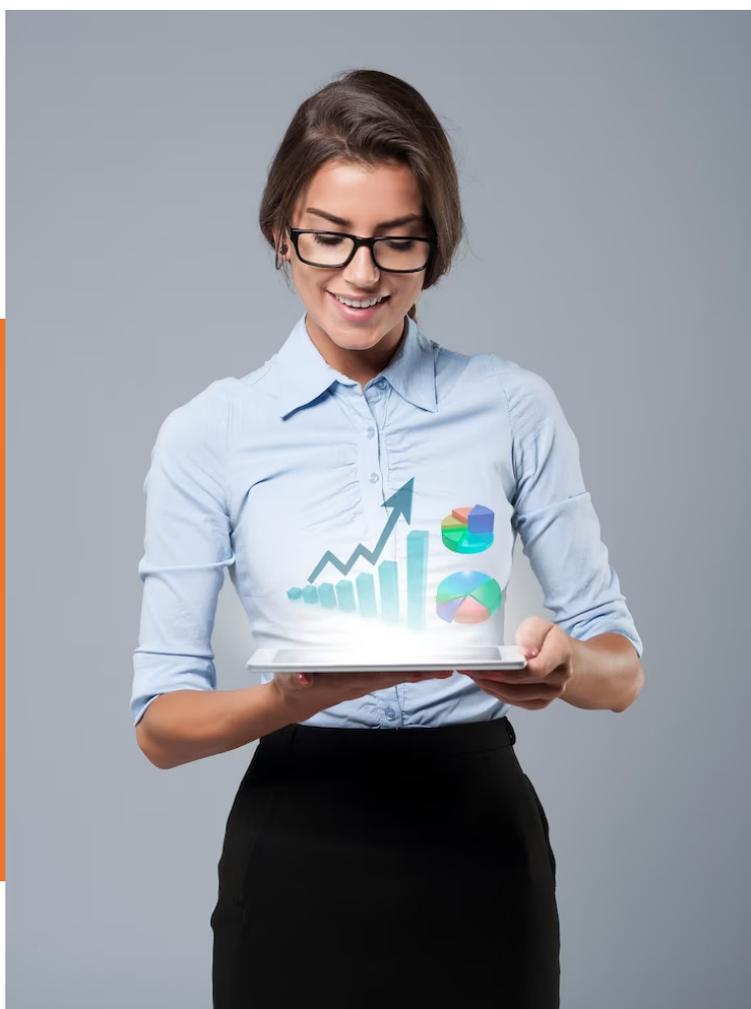
- Brown, L. D. y Caylor, M. L. (2004). Corporate governance and firm performance. *Available at SSRN 586423*.
- Buvanendra, S., Sridharan, P., y Thiyagarajan, S. (2017). Firm characteristics, corporate governance and capital structure adjustments: A comparative study of listed firms in Sri Lanka and India. *IIMB management review*, 29(4):245–258.
- Castro, R. M. y Cano, M. A. (2004). Buen gobierno corporativo, solución a la crisis de confianza: Cambios en la contabilidad y la auditoría, aporte de los estándares internacionales, apuntes de la comparación de los casos parmalat-enron. *Contaduría universidad de Antioquia*, (44):17–51.
- Chang, Y., Chou, R. K., y Huang, T. (2014). Corporate governance and the dynamics of capital structure: New evidence. *Journal of Banking and Finance*, 48:374–385.
- Cortés, D. L. (2013). Análisis de las prácticas de Gobierno Corporativo en la Bolsa de Valores de Colombia. *AD-minister*, (23):25–43.
- Da Silva, A. C. L. y Leal, R. P. C. (2005). Corporate governance index, firm valuation and performance in Brazil. *Brazilian Review of Finance*, 3(1):1–18.
- Durst, S., Hinteregger, C., y Zieba, M. (2019). The linkage between knowledge risk management and organizational performance. *Journal of Business Research*, 105:1–10.
- Escobar, N., Benavides, J., y Perafán, H. (2016). Corporate governance and financial performance: theoretical concepts and empirical evidence. *Cuadernos de Contabilidad*, 17(43):203–254.
- Fama, E. F. y French, K. R. (2002). Testing trade-off and pecking order predictions about dividends and debt. *The review of financial studies*, 15(1):1–33.
- Frank, M. Z. y Goyal, V. K. (2009). Capital structure decisions: which factors are reliably important? *Financial management*, 38(1):1–37.
- Haynes, K. y Hillman, A. (2010). The effect of board capital and CEO power on strategic change. *Strategic Management Journal*, 31:1145 – 1163.

- Holmstrom, B. (1979). Moral hazard and observability. *Bell journal of Economics*, 10(1):74–91.
- Huber, B. M., Comstock, M., y Polk, D. (2017). ESG reports and ratings: What they are, why they matter. In *Harvard Law School Forum on Corporate Governance and Financial Regulation*, volume 44.
- Iqbal, S., Nawaz, A., y Ehsan, S. (2019). Financial performance and corporate governance in microfinance: Evidence from Asia. *Journal of Asian Economics*, 60:1–13.
- Jensen, M. C. y Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4):305–360.
- Meneses, L. y Macuacé, R. (2011). Valoración y riesgo crediticio en Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 3(2):65–82.
- Meneses, L. y Perez, C. (2020). Análisis comparativo de eficiencia en mercados emergentes. el caso de Colombia, Chile y Perú. (*Text Serial Journal N.o 26*). *Apuntes Contables*.
- Mertzanis, C., Basuony, M. A., y Mohamed, E. K. (2019). Social institutions, corporate governance and firm-performance in the MENA region. *Research in International Business and Finance*, 48:75–96.
- Méndez, J. A. y Rivera, H. A. (2015). Relación entre gobierno corporativo y posicionamiento organizacional: instituciones de educación superior en américa latina. *Educación y educadores*, 18(3):435–455.
- Navimipour, N. J., Milani, F. S., y Hossenzadeh, M. (2018). A model for examining the role of effective factors on the performance of organizations. *Technology in Society*, 55:166–174.
- OECD (2004). The OECD principles of corporate governance. *Contaduría y Administración*, (216).
- Oneto, A. y Núñez, G. (2015). Corporate Governance in Brazil, Chile, Colombia, México and Perú. The Determinants of Risk in Corporate Debt Issuance.

Paz, C. (2004). El gobierno corporativo como estrategia de creación de valor. *Revista de derecho mercantil*, 251:7–65.

Pfeffer, J. y Salancik, G. R. (2003). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Stanford University Press.

Powell, T. C. (1992). Research notes and communications strategic planning as competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 13(7):551–558.



---

# ESTUDIO PROSPECTIVO PARA EL SECTOR LÁCTEO DEL MUNICIPIO DE CIÉNAGA, DEPARTAMENTO DE BOYACÁ

---

Fuente: <https://actualidadganadera.com>





## Capítulo 13.

# PROSPECTIVE STUDY FOR THE DAIRY SECTOR OF THE MUNICIPALITY OF CIÉNAGA, DEPARTMENT OF BOYACÁ



**Alicia Cristina Silva C.**<sup>30</sup>

**Carlos Rubén Trejos M.**<sup>31</sup>

**Sandra Magaly Díaz P.**<sup>32</sup>

- 30 Administradora de Empresas, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Magíster en Sistemas de Calidad y Productividad del Instituto Tecnológico de Monterrey, Doctorado en Administración de la UNAD Florida, Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD, investigadora grupo Sindamanoy. ORCID <http://orcid.org/0000-0002-9329-0777>  
Correo electrónico: [alicia.silva@unad.edu.co](mailto:alicia.silva@unad.edu.co)
- 31 Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Magíster en Mercadeo Agroindustrial, Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD, investigador grupo Sindamanoy. ORCID <http://orcid.org/0000-0003-0352-9981>  
Correo electrónico: [carlos.trejos@unad.edu.co](mailto:carlos.trejos@unad.edu.co)
- 32 Administradora de Empresas, Especialista en Gestión de Proyectos Candidata, Maestrante Administración de organizaciones; Orientador Del Centro de Desarrollo Empresarial SBDC del Sena Regional Boyacá, 13 años experiencia en la Creación de empresa, Fortalecimiento empresarial; Asesora de Proyectos Fondo Emprender.  
Correo electrónico [smdiazp@sena.edu.co](mailto:smdiazp@sena.edu.co).



## RESUMEN

Esta investigación contribuye al fortalecimiento organizacional desde la formulación del plan estratégico y prospectivo para el sector lácteo del municipio de Ciénaga, Departamento de Boyacá, a partir de la metodología de la prospectiva estratégica, desde las fases de estado del arte y vigilancia tecnológica del sector lácteo; así como la identificación de los factores de cambio y análisis estructural con el método MICMAC, el análisis de juego de actores MACTOR, hacia el diseño de escenarios según la metodología de cruz de ejes de Peter Schwartz, para la formulación de estrategias y planes de acción (Mojica, 2008).

La necesidad del sector es el direccionamiento estratégico orientado a hacer frente a los escenarios de pandemia; así como, el potencial de crecimiento del sector lácteo, lo cual genera retos y oportunidades, altamente aprovechables, por medio de la aplicación del método Delphi dirigida a expertos; así como de la aplicación de los métodos MICMAC y MACTOR de la caja de herramientas de la prospectiva estratégica. (Godet & Durance, 2007).

Los resultados se orientan hacia el planteamiento de escenarios de futuro y la formulación del plan estratégico para alcanzar dichos escenarios a 2030, por medio del análisis DOFA, el método de calidad de Kaoru Ishikawa, el método Kaizen y la aplicación de las cinco fuerzas de Michael Porter.

**Palabras clave:** Prospectiva; planificación estratégica; estudio de prospectiva; planificación; cambio organizacional.





## ABSTRACT

This research contributes to the organizational strengthening from the formulation of the strategic and prospective plan for the dairy sector of the municipality of Ciénaga, Department of Boyacá, based on the methodology of strategic prospecting, from the state of the art phases and technological surveillance of the dairy sector ; as well as the identification of the factors of change and structural analysis with the MICMAC method, the analysis of the game of MACTOR actors, towards the design of scenarios according to the cross-axis methodology of Peter Schwartz, for the formulation of strategies and action plans (Mojica, 2008).

The primary need of the sector is the strategic direction oriented to face pandemic scenarios; as well as the growth potential of the dairy sector, which generates highly exploitable challenges and opportunities, through the application of the Delphi method aimed at experts; as well as the application of the MICMAC and MACTOR methods of the strategic foresight toolbox. (Godet & Durance, 2007), in the search for results of strategic direction of the sector, to take advantage of opportunities through the formulation of actions aimed at improving the current situation.

The results are oriented towards the planning of future scenarios and the formulation of the strategic plan to achieve these scenarios by 2030, through SWOT analysis, the Kaoru Ishikawa quality method, the Kaizen method and the application of Michael's five forces. Porter, which shows an important scope due to the great strengths and opportunities available to the dairy sector in the region. It is evident that the sector has a technique and a solid market in the commercialization region, the technology used is competent to mark its production process in a relevant way, but there is still resistance to change, since the administrative process, although it has a path, It is not governed by planning that responds to short, medium and long term projections, which must be adjusted to the proposals of this research.

**Keywords:** Prospective; strategic planning; future studies; planning; organizational change.

## Desarrollo de la ponencia

---

### *Introducción*

El presente documento se realizó teniendo en cuenta el sector lácteo del municipio de Ciénaga, Boyacá; en el cual se hizo un diagnóstico interno y externo inicial, el análisis estructural utilizando el MICMAC y MACTOR para identificar el juego de actores, hasta llegar a la construcción de escenarios problemas mediante la utilización la metodología de cruz de ejes de Peter Schwartz con el fin de identificar los planes de acción. Está fundamentado en la metodología predictiva porque permite establecer el comportamiento y la tendencia futura de las variables estratégicas y factores de cambio internos y externos que afectan el desarrollo de las operaciones del sector, su propósito es brindar una herramienta administrativa la cual servirá como base para el direccionamiento estratégico y el análisis prospectivo al año 2030.

La investigación se justifica en la necesidad que presenta el sector lácteo para aprovechar el mercado actual y potenciar y satisfacer la demanda de los derivados lácteos tanto en la provincia de Márquez, como en otras provincias y departamentos, la cual está siendo cubierta por otras Procesadoras de Alimentos Lácteos de otras regiones del país. En este sentido, el diagnóstico empresarial brinda información general sobre aspectos como: la ubicación, plataforma estratégica, los productos que procesa, capacidad instalada, los canales de distribución, la maquinaria que utiliza, el producto estrella de la empresa, el manual de funciones y política de salud ocupacional.

### *Metodología*

---

La metodología aplicada en la presente investigación se enfoca mediante el modelo de prospectiva estratégica avanzada (Mojica F., 2010, p. 5), por medio de sus seis ejes estratégicos, que van desde el estado del arte, la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, pasando por las variables estratégicas, el juego de actores, para llegar al planteamiento de escenarios y estrategias de acción de futuro. El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo y

cualitativo, que según Mendoza (2016), “la investigación cuantitativa recoge y analizan datos cuantitativos sobre variables y la cualitativa hace registros narrativos de los fenómenos que son estudiados”, en tanto que aplica para el presente estudio, si se tiene en cuenta que la investigación planteada a través de este método nos permite aplicar las técnicas e instrumentos de recolección de datos como el Método Delphi, (Encuesta de expertos) Método avanzado de Mojica (2006) citado por Hernandez (2018, p. 37), en la cual se diagnostica todas las complejidades de la empresa a través de matrices y herramientas MICMAC y MACTOR, a fin de validar rangos numéricos para determinar el peso de impactos cruzados entre variables, las predicciones relevantes de influencias y dependencias de actores y variables claves para determinar los vectores de futuro el planteamiento de escenarios y estrategias requeridas.

## Resultados

---

El diagnóstico se construye a través de un estudio valorativo, realizado mediante mesas de trabajo con propietarios de las empresas, el personal directivo y cargos medios y el análisis de los procesos operativos, administrativos y de mercadeo en donde se recoge los principales factores incidentes tanto internos como externos, que permiten hacer una valoración real del estado actual, condensado en las matrices, Pest, DOFA, MEFI, y la construcción del árbol de pertinencias Marc Geget, en donde se sopesa los acontecimientos pasados, presentes y futuros, y que sirven como insumos claves para marcar la ruta del escenario ideal en un tiempo futuro, visionado a 2030

## Conclusiones

---

Se ha planteado un escenario deseado pensado al año 2030, en el cual el sector lácteo debe hacer esfuerzos para la gestión e implementación de procesos en áreas neurálgicas, como organización y administración, cualificación del talento humano, innovación y rediseños del proceso productivo, mercadeo y servicio al cliente.

El sector objeto de estudio viene generando avances en el campo empresarial contenido en el acopio y transformación de la leche para el procesamiento pro-

ductos que tienen reconocimiento de marca en la región, la misma dinámica del mercado, la competitividad que viene avanzando en los sectores económicos obligan a las empresas a enfrentar nuevos retos y desafíos en materia de mejoramiento de procesos productivos, administrativos y de mercados.

## Bibliografía

---

Ackoff, R. L. (1990). *Planificación de la empresa del futuro: planear o ser planeado.*, Límusa.

Aguilar, B. S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en tabasco*, 11(1), 338.

Baldemar, J., & Cortez. (2011). *El uso del método MICMAC y MACTOR: análisis prospectivo en un área operativa para la búsqueda de la excelencia operativa a través del Lean Manufacturing*. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Becerra, M. C. (2017). *El Conpes Lácteo de Boyacá es ejemplo nacional*. Tunja.

Castellanos, D. O. (2009). Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de caucho natural y su industria en Colombia. *Ingeniería e Investigación*, 29(2), 147.

Departamento de Planeación. Conpes 3527 (2008).. (2008). *Consejo Nacional de Productividad y competitividad*. Obtenido de [http://cenired.org.co/images/PDF/CONPES\\_3527\\_230608.pdf](http://cenired.org.co/images/PDF/CONPES_3527_230608.pdf)

*Estudio de la cadena láctea y su aporte a la competitividad de la zona noroccidental del municipio de pasto, departamento de Nariño*. (2013).

Faustino Castillo, M. L., & Giraldo Camacho, J. H. (2015). *Modelo Gerencial para el sistema de gestión logística en las Pymes del sector lácteo de la provincia de Sugamuxi en el departamento de Boyacá*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Tunja.

- García, R. M., & Lena, A. F. (2018). Aplicación del método delphi en el diseño de una investigación cuantitativa sobre el fenómeno FABLAB. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, 40, 166.
- Garza, V. J., & Cortez, A. D. (2011). El uso del método micmac y mactor análisis prospectivo en un área operativa para la búsqueda de la excelencia operativa a través del lean manufacturing (use of the micmac and mactor method prospective analysis in an operational area for the pursuit of ope. *Innovaciones de negocios*, 8(16), 356.
- Ghisays Morris, M. F., & Aragón Meier, M. A. (2012). *Estudio Prospectivo Colanta 2021*. Bogotá D.C: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.
- Gobernación de Boyacá (2016) Informe de gestión plan de desarrollo creemos en Boya 2016-2019. Recuperado de. HYPERLINK "[https://www. Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2019/12/InformedeGestionCreemos.pdf](https://www.Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2019/12/InformedeGestionCreemos.pdf)" [https://www. Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2019/12/InformedeGestionCreemos.pdf](https://www.Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2019/12/InformedeGestionCreemos.pdf)
- Godet, M., & Durance, P. (2007). Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. *Cuadernos de LIPSOR*, 104.
- Gomez de Castro, A., Lima, S., Maestrey, A., Trujillo, V. A., Mengo, O., & Medina, M. (2001). *La dimensión de futuro en la construcción de la sostenibilidad institucional*, San José.
- Goodstein, H. A. (1975). *La predicción del fracaso escolar elemental entre los niños de alto riesgo*.
- Gov.Co. (s.f.). *Alcaldía Municipal de Ramiriquí*. Obtenido de [http://www.ramiriqui- Boyacá.gov.co/](http://www.ramiriqui-Boyacá.gov.co/)
- Granados, L. D., & Yepes, L. D. (2011). *Negocios sostenibles con base en la evaluación de la cadena productiva del sector lácteo en la Sabana de Bogotá. (Trabajo de grado)*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Hernandez, L. E. (2018). Estudio de prospectiva estratégica a la incubadora de empresas del oriente. *Incubar Boyacá*.

- Hernandez, L. E. (2018). Estudio de prospectiva estratégica a la incubadora de empresas del oriente “*Incubar Boyacá*, a “2025. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Tunja.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (1975). *El método delfo*. Addison-Wesley.
- Lopez, L. M., & Ojeda, C. O. (2015). *Plan estratégico para las pymes del sector lácteo en el municipio de San Juan de Pasto 2014-2019*. Nariño: Universidad del Valle.
- Mapade.Org. s.f. (M. d. Boyacá, Editor) Obtenido de [https://www.mapade.org/ Boyacá.html](https://www.mapade.org/Boyacá.html)
- Mapade.org. Mapa de Boyacá. s.f. Obtenido de [https://www.mapade.org/ Boyacá.html](https://www.mapade.org/Boyacá.html)
- Mendoza, P. R. (2016). Investigación cuantitativa y cualitativa-diferencias y limitaciones.
- Mendoza, P. R. (2016). *Investigación cuantitativa y cualitativa-diferencias y limitaciones*.
- Mera, R. C., Barrera, O. A., & Avendaño, A. M. (2013). Plan prospectivo y estratégico del programa de administración de empresas de la universidad nacional abierta ya distancia–UNAD al año 2019.
- Miklos, T., & Tello, M. (1991). *Planificación Prospectiva*, México. Fondo de cultura económica.
- Mojica, F. (2010). *Introducción a la prospectiva estratégica para la competitividad empresarial*. Programa Bogotá Emprende de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Mojica, F. (2010). *Introducción a la prospectiva estratégica para la competitividad empresarial*. Programa Bogotá Emprende de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Mojica, F. J. (2006). Concepto y aplicación de la prospectiva estratégica. *Revista Med*, 14(1), 131.
- Orjuela, A. L. (2013). *Estudio de la cadena láctea y su aporte a la competitividad de la zona noroccidental del municipio de pasto, departamento de Nariño*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

- Peña, D. K. (2019). *Diseño e Implementación de Políticas Empresariales en la Empresa CLASEM SAC. (Tesis de grado)*. Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, Villa El Salvador.
- Porter, A. L., & al., e. (2006). Investigación interdisciplinaria: significado, métricas y crianza. *Evaluación de la investigación*, 15(3), 195.
- Reguant, Á. M., & Torrado, M. F. (2016). El método delphi. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9(2), 102.
- Saézn, M. (2013). La vía láctea. *Semana*, 112.
- Secretaría de fomento agropecuario de la Gobernación de Boyacá. (2013). La vía láctea. Tunja (Boyacá): Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Simanca, M. M. (2016). *Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Láctea en Colombia. Revista SciELO Vol. 27*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07642016000300009](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642016000300009)
- Suárez, P. L. (2013). *Comportamiento del sector lechero en el departamento de Boyacá: una aproximación desde la metáfora biológica*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Torreblanca, F. (2015). *Análisis PEST: factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos*.
- UNAD. (2017). *Líneas de Investigación de la UNAD*. Obtenido de <https://academia.unad.edu.co/ecacen/investigación-y-productividad/lineas>



# LIDERAZGOS ALTERNATIVOS JUVENILES EN EL CONTEXTO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS COLOMBIANAS

**Fuente:** <https://www.integracionsocial.gov.co/images> - <https://elcomercio.pe/resizer>





## Capítulo 14.

# ALTERNATIVE YOUTH LEADERSHIP IN COLOMBIA EDUCATIONAL INSTITUTIONS CONTEXT



**Deisy Ramírez Carrillo**<sup>33</sup>

**Eulices Cifuentes Garzón**<sup>34</sup>

**Julián A. Ríos Valencia**<sup>35</sup>

**Karen V. Vargas Gaitán**<sup>36</sup>

**Liliana Pardo Herrera**<sup>37</sup>

**Manuel A Velandia Novoa**<sup>38</sup>

**Marlon Zapata Valencia**<sup>39</sup>

**Natalia Carmona Buitrago**<sup>40</sup>

**Sindy M. Zapata Ceballos**<sup>41</sup>

33 Deisy Ramírez Carrillo. L. en Educación básica, ORCID 0000-0002-9182-2645 2.

34 Licenciado en inglés, ORCID 0000-0003-1322-7856 3.

35 Julián A. Ríos Valencia Contador público y administrador de empresas, ORCID 0000-0002-7322-115X 4.

36 Licenciada en humanidades énfasis en inglés, Especialista en Gerencia de Instituciones Educativa. ORCID 0000-0002-9915-5744 5

37 Administradora de empresas, maestrante en educación, especialista en Gerencia de Mercadeo estratégico, especialista en Gerencia de la calidad y auditoría. Docente Escuela ECACEN UNAD. ORCID 0000-0002-8582-6447. Correo electrónico: liliana.pardo@unad.edu.co

38 Administrador de empresas. ORCID 0000-0002-4764-1548

39 Marlon Zapata Valencia. Licenciado en pedagogía infantil. ORCID 0000-0003-0077-2476

40 Licenciada en Educación Básica con énfasis en inglés. ORCID 0000-0002-3561-7911. 9

41 Licenciada en Artística. ORCID 0000-0003-0731-5673



## RESUMEN

El analizar el impacto de los liderazgos alternativos juveniles en el contexto de las instituciones educativas colombianas conlleva a la interpretación de nuevas perspectivas de los contextos educativos en las instituciones en el concepto de líder alternativo.

El liderazgo es una de las habilidades consideradas más importantes en la actualidad, desarrollando competencias para la vida como la proactividad, dedicación, carisma, compromiso, trabajo en equipo que le permiten alcanzar metas u objetivos comunes. Los jóvenes han culminado su etapa de adolescencia y muchos de ellos habrán resuelto su paradoja de reconocimiento en diferentes ámbitos de su vida como el ocupacional, relacional o ideológico y se encuentran en transición hacia la etapa de madurez.

Es por ello, que se contribuye al desarrollo integral del sistema social en las acciones emergentes como necesidades prioritarias para la construcción de los pueblos y entornos de nuestro territorio colombiano como base estructural de una educación de calidad.

**Palabras clave:** liderazgo educativo; liderazgo juvenil; políticas públicas de juventud.





## ABSTRACT

Analyzing the impact of alternative youth leadership in the context of Colombian educational institutions leads to the interpretation of new perspectives of educational contexts in institutions in the concept of alternative leadership.

Leadership is one of the skills considered most important today, developing life skills such as proactivity, dedication, charisma, commitment, teamwork that allow you to achieve common goals or objectives. Young people have completed their adolescence and many of them will have resolved their paradox of recognition in different areas of their lives such as occupational, relational or ideological and are in transition to the stage of maturity.

That is why it contributes to the integral development of the social system in the emerging actions as priority needs for the construction of the peoples and environments of our Colombian territory as a structural basis for a quality education.

**Keywords:** Educational leadership; youth leadership; youth public policies.



## Desarrollo de la ponencia

---

En el presente estudio se tuvieron en cuenta investigaciones realizadas tanto en el contexto internacional como en el nacional:

En el contexto latinoamericano el estudio “Identificación de competencias de liderazgo en jóvenes dominicanos” (Urbáez, 2013) en donde su autora Nancy Josefina Urbáez realizó un estudio en República Dominicana a 405 jóvenes dominicanos en edad entre 18 y 35 años, unos líderes y otros colaboradores de los líderes. El objetivo de la investigación fue determinar las competencias de liderazgo que presentan los jóvenes líderes para analizarlas y compararlas con esquemas de liderazgo democrático, organizacional y contemporáneo.

La investigación tiene dos partes principales: La primera es el desarrollo teórico y la segunda es el desarrollo metodológico incluyendo resultados y prospectiva. El estudio se aborda desde el método científico cuyo propósito es descubrir los procesos de conceptualización y reinterpretación provocados por las interacciones sociales que orientan y explican las formas de acción. Como instrumento de estudio se utilizaron los cuestionarios sobre competencias de inteligencia emocional, social de liderazgo.

## Metodología

---

### *Diseño*

El abordaje del impacto de los liderazgos juveniles en el contexto de las instituciones educativas colombianas refiere a una metodología de corte cualitativo – etnográfico. El estudio realizado responde a la pregunta problema planteada con el propósito de buscar los factores que inciden en los liderazgos juveniles de los contextos escolares.

En este sentido, el diseño etnográfico pretende describir y analizar ideas, creencias, conocimientos y prácticas de grupos y comunidades. Tal como lo afirma Álvarez (2003) citado por Sampieri, collado, y Lucio, (2010) quien “considera que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente, así como los significados que le dan a ese

comportamiento bajo circunstancias comunes o especiales (p.501), propósito que se acoge a las pretensiones de la presente investigación.

## Instrumentos

---

Por consiguiente, se hace necesario elaborar y aplicar instrumentos de medición y de recolección de datos para obtener la información que requiere la investigación. El primer instrumento es una encuesta estructurada que responde a la identificación del perfil de los liderazgos alternativos juveniles en el contexto de las instituciones educativas colombianas.

## Población

---

La investigación se realizó con población juvenil de varias instituciones educativas de diferentes regiones del país, donde se toman las características relevantes del liderazgo que ejercen, tomando como punto de referencia los estudiantes de media vocacional y de educación superior, por lo que su participación es fundamental para desarrollar la moderación del objetivo general y los objetivos específicos, eligiendo las personas participantes de acuerdo con su influencia en el liderazgo dentro de las comunidades educativas, para lo cual se hace un proceso de muestra en cada institución para determinar aquellos conceptos relevantes y comunes dentro del mismo proceso investigativo.

## Hallazgos

---

Los antecedentes de los liderazgos alternativos juveniles en Colombia cobran una gran importancia en los contextos de las instituciones educativas porque en sí ellas aportan significativamente al desarrollo cultural y social dentro de las realidades de un proceso demográfico pertinente, descubriendo la visión general de un liderazgo democrático voluntario en la interpretación de realizaciones sociales y humanas, es

así donde los colectivos comunitarios y sociales toman un papel importante en la construcción de país, por lo tanto, se hace necesario interpretar modelos constructores de pensamiento y desarrollo en los jóvenes lo que permite una interpretación de acciones colectivas contribuyendo al mejoramiento continuo de grupos sociales y humanos en las cuales puedan impactar las realidades de los contextos alternativos en nuestro territorio colombiano.

## Propuesta

---

Según Maxwell, (1993) “El liderazgo no es ninguna especie de club exclusivo para “los quienes nacieron con membresía”. Las características personales que constituyen la materia prima del liderazgo pueden adquirirse. Enlázelas con el deseo de ser líder y nada le impedirá llegar a serlo” (p.04). El autor expresa que el liderazgo es una habilidad que puede ser adquirida por cualquier persona que tenga la capacidad de transformarse, de adquirir competencias que le permitan asumir cambios, de influir en otros y de buscar alternativas a las situaciones que se le puedan presentar en su vida y en su comunidad.

De acuerdo con Robbins (1999) citado por Chávez (2015) donde, “definió al liderazgo como la capacidad de influir en un grupo para que se logren las metas. La fuente de esta influencia podría ser formal, tal como proporcionada por la posesión de un rango general en una organización” (p.04). Entonces, se puede decir que el liderazgo es una de las habilidades consideradas más importantes en la actualidad, un líder puede influir en otros de forma positiva o negativa, pueden desarrollar competencias para la vida como la proactividad, dedicación, carisma, compromiso, trabajo en equipo que le permiten alcanzar metas u objetivos comunes. Se dice que esta capacidad se puede desarrollar en aspectos formales, pero también se hace evidente en espacios informales.

## Conclusión

---

Identificar el impacto de los liderazgos alternativos juveniles en las instituciones educativas colombianas es una oportunidad de ampliar la transformación social en diferentes enfoques que facilitan su comprensión y construcción de sus pensamientos críticos y transformadores.

Participar en el desarrollo investigativo del proyecto sombrija a través de la línea de profundización de liderazgo y gestión educativa es una oportunidad de generar nuevo conocimiento a partir de la definición de los contextos del liderazgo alternativo en los jóvenes de las instituciones educativas en Colombia, este punto de partida es un generador de conocimiento crítico y accionante desde la interpretación de cualidades y acciones que los jóvenes emprenden desde sus individualidades.

## Bibliografía

---

- Aron, A. M., Neva M., Armijo I. (2011). *Clima Social Escolar: una escala de evaluación – Escala de Clima Social Escolar, ECLIS*. Bogotá: Universitas Psychologica.
- Barrantes, Q. M. (2018). *Ciudadanía Juvenil y Política Pública de Juventud en Colombia. Análisis del referencial de ciudadanía juvenil en documentos de formulación de la política a nivel nacional*. <http://bdigital.unal.edu.co/70350/>: Universidad Nacional de Colombia.
- Castañeda Gamboa, G. I., Narváez Meneses, M. I., y Calvache Salazar, O. A. (2017). *Conocimientos, oportunidades y barreras para participar en políticas de apoyo a la juventud*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXIII, núm. 2, abril-junio, 2017, pp. 41-55, 12.
- Chávez, O. V. (19 de 11 de 2015). *Influencia del liderazgo efectivo en el crecimiento y bienestar de los liderados*. Obtenido de *Revista: caribeña de ciencias sociales*: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/11/liderazgo.html>
- Fernández (2017) *El desarrollo del liderazgo en adolescentes en ambientes educativos no formales*. Artículo, congreso nacional de investigación educativa (México). Universidad Iberoamericana Tijuana. Recuperado de: <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/2055.pdf>.
- French, L. y Bell, C. H. (1996). *Desarrollo Organizacional: aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización*. 5ª edición. México, D.F. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- García, D., y Gisela, E. (12 de 2018). *Universidad Abierta Interamericana*. Obtenido de *Liderazgo: Un análisis interno*: <https://n9.cl/nuxdw>

- González, P. M. D. (1995). Conducta prosocial. Evaluación e intervención (1ª ed.). España: Ediciones Morata, S. L.
- Ley estatutaria (1885). Congreso de la República de Colombia, 01 de marzo de 2018. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85540>
- López, M., Cáceres, MP. Y Agreda, M. (2017). Estudio sobre liderazgo estudiantil desde un enfoque socio-político en la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga (Colombia), 178-197. Doi: 10.17853/ijelm.2017.2514
- Manssur, F. G., Manssur, I. G., y Vera, A. C. (2018). Fomento de Jóvenes Líderes en la Educación Superior de Ecuador. Obtenido de Universidad de Guayaquil, Ecuador: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/682537>
- Maxwell (1993) Desarrolle el líder que está en usted. Editorial Caribe (p.136) Recuperado de: <https://www.webdelclub.com/whuracan/docu/des000019.pdf>
- Medrano, V. H. (2016). El proceso de formación profesional del técnico superior en enfermería y las competencias específicas: análisis teórico-critico. Obtenido de Instituto Tecnológico Bolivariano: <https://n9.cl/wdxf9>
- Montoya, G. L., y Garcés, A. V.-Á. (2010). Ámbitos y escenarios de participación política juvenil en Medellín. Anagramas volumen No 08, 19.
- Navarrete, S. (2020). Aumenta tu autoestima. Las 10 claves que necesitas para cambiar tu vida (1ª ed.). España: Editorial Círculo Rojo.
- Novoa, A. (2020). Liderazgo integral educativo innovador en las escuelas normales superiores de Colombia. Revista Electrónica Educare, 24(3). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7538270>
- Pont, B., Nusche, D., y Moorman, H. (2009). Mejorar el liderazgo escolar. Volumen 1: Política y práctica, (p.18-19). Recuperado de: <https://www.oecd.org/education/school/44374937.pdf>
- Poujol G. G. (2018). El contexto en el que se pretende que las y los estudiantes desarrollen habilidades socioemocionales en las escuelas de Latinoamérica. Universidad Pedagógica Nacional, México. Línea de investigación: Violencia social y escolar y pedagogía de la cooperación.

- Pulgarín, I., Quiroz, D., y Restrepo, C. (2017). Universidad de Antioquia. Obtenido de Estudio de caso influencia en el proyecto de vida de jóvenes entre los 14 y 26 años que tienen un proceso de intervención socioeducativa con dos líderes comunitarios de la zona noroccidental del municipio de Medellín: [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/13962/1/PulgarinIsabel\\_2017\\_Estudio-CasoInfluencia.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/13962/1/PulgarinIsabel_2017_Estudio-CasoInfluencia.pdf)
- República, E. C. (29 de 04 de 2013). Ley estatutaria 1622 de 2013. Obtenido de Por medio de la cual se expide el estatuto de ciudadanía juvenil y se dictan otras disposiciones.: [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=52971](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=52971)
- Roberto Hernandez Sampieri, C. F. (2010). Metodología de la investigación. México D.F.: Mc Graw Hill Educación.
- Ruiz, P., Ruiz, C., y Ricardo, M. (2007). La ética y su papel en la comprensión del liderazgo. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480661>
- Sepúlveda (2013) Juventud como Transición: Elementos Conceptuales y Perspectivas de Investigación en el Tiempo Actual. Artículo. Recuperado de: <https://n9.cl/cf-9ni>
- Sierra Villamil, G. M. (2016). Liderazgo educativo en el siglo XXI, desde la perspectiva del emprendimiento sostenible. Revista Escuela De Administración De Negocios, (81), 111-128. Recuperado de <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1562>
- Urbáez (2013) identificación de competencias de liderazgo en jóvenes dominicanos. Universidad de Valencia – Facultad de Psicología. Recuperado de: [http://www.cisc.org.mx/liderazgosjuveniles/documentos/MaterialBibliografico/Liderazgo/Tesis\\_Identificacion\\_liderazgos.pdf](http://www.cisc.org.mx/liderazgosjuveniles/documentos/MaterialBibliografico/Liderazgo/Tesis_Identificacion_liderazgos.pdf)
- Weinstein, J. y Hernández, M. (2014). Políticas hacia el liderazgo directivo escolar en Chile: Una mirada comparada con otros sistemas escolares de América Latina. Revista Psicoperspectivas, vol. 13, núm. 3, 2014, pp. 52-68 Pontificia Universidad Católica de Valparaíso Viña del Mar, Chile. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1710/171032365006.pdf>
- Williams, J. W. (2019). Inteligencia emocional. La transformación mental de 21 días para dominar sus emociones, mejorar sus habilidades sociales y lograr mejores y más felices relaciones (2ª ed.). Alemania: Editorial Sd Publishing Llc

---

# LA FLEXIBILIDAD LABORAL COMO ESTRATEGIA POSTFORFISTA EN LA NUEVA FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO: UN FENÓMENO COMPLEJO

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 15.

# LABOR FLEXIBILITY AS A POST-FOR-PROFESSIONAL STRATEGY IN THE NEW FORM OF WORK ORGANIZATION: A COMPLEX PHENOMENON



**Yesid Alexander Garcés Pulido**<sup>42</sup>

**Iván Alveiro Quintero Castaño**<sup>43</sup>

42 Especialista y Magíster en Gerencia del Talento Humano y Doctorando en Ciencias Sociológicas. Docente e investigador de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia en líneas de investigación como sociología del trabajo, gestión humana y desarrollo endógeno. <https://orcid.org/0000-0001-9563-5698>  
Correo electrónico: yesid.garces@unad.edu.co

43 Maestrante en Educación con Énfasis en la Enseñanza de las Ciencias. Docente e investigador de la Secretaría de Educación de Cali en líneas de investigación como sociología del trabajo, estéticas pedagógicas y desarrollo endógeno. <https://orcid.org/0000-0003-4622-0239>.  
Correo electrónico: ivan.alveiro.quintero@correounivalle.edu.co



## RESUMEN

Las formas de organización del trabajo en condiciones de flexibilidad laboral se refieren a un conjunto de cambios designados por la revolución tecno-científica que superó el binomio Taylorista-Fordista y se inscribe en el modelo de producción flexible; bajo el contexto de destrucción creativa de las estructuras de capital que se circunscribían en el mundo productivo de la década de los 70. La presente investigación caracteriza ese tránsito a través de una revisión bibliográfica amplia como metodología analítica de contenido que incorporar múltiples dimensiones, desde perspectivas diversas utilizadas por autores como Enrique de la Garza, Ricardo Antunes, Fumagalli y Xabier Collier, identificando la dicotomía y la complejidad del fenómeno de la flexibilidad laboral como estrategia postfosdista; visibilizando nuevas condiciones del sujeto que trabaja, que varía de acuerdo con la perspectiva en que se mire entre la precariedad laboral asumida muchas veces desde la contingencia del trabajador, y por otro, como un conjunto de características emergentes que se puntualizaran en esta investigación a partir de las relaciones laborales y organizacionales necesarias como lo son la polivalencia, el multifuncionalismo y la demanda de condiciones cognitivas cada vez mayores en los procesos del trabajo.

**Palabras clave:** flexibilidad laboral; sistemas flexibles de producción; sociedad del conocimiento; tecnologías de la comunicación; sociedad postindustrial.

## ABSTRACT

The forms of work organization under conditions of labor flexibility refer to a set of changes designated by the techno-scientific revolution that overcame the Taylorist-Fordist binomial and is inscribed in the flexible production model; under the context of creative destruction of the capital structures that were circumscribed in the productive world of the 1970s. The present research characterizes this transition through a broad bibliographic review as a content analytical methodology that incorporates multiple dimensions, from diverse perspectives used by authors such as Enrique de la Garza, Ricardo Antunes, Fumagalli and Xabier Collier, identifying the dichotomy and complexity of the phenomenon of



labor flexibility as a post-fordist strategy; making visible new conditions of the working subject, which varies according to the perspective in which it is seen between the labor precariousness often assumed from the contingency of the worker, and on the other hand, as a set of emerging characteristics that will be pointed out in this research from the necessary labor and organizational relations such as polyvalence, multifunctionalism and the demand for increasingly greater cognitive conditions in the work processes.

**Keywords:** Labor flexibility; flexible production systems; knowledge society; communication technologies; post-industrial society.

## Desarrollo de la ponencia

---

En términos de una aproximación de análisis temático planteada en la presente investigación sobre el entendimiento de la flexibilización laboral como estrategia postfordista de los nuevos modelos de organización del trabajo, se perfilan dos grandes tendencias de análisis alrededor de las características de estos nuevos modelos acusados por la trama tecno-científica moderna con impacto en las condiciones del sujeto que trabaja. Estas son, la precariedad laboral dada la reestructuración del modelo de producción fordista y la asunción de la polivalencia, el multifuncionalismo y la especialización cognitiva características emergentes que signan la dinámica económico productiva del capitalismo tardío.

Estas tendencias, se incorporan en nuestra investigación mediante el rastreo sistemático de literatura especializada del fenómeno de la flexibilidad laboral y sus conexiones con el modelo postindustrial. Motivo por el cual en análisis adquiere un sentido central a través de fuentes secundarias que tratan de construir una narrativa a veces lineal y otras veces zigzagueante sobre las perspectivas que se tienen sobre este fenómeno en particular. Así pues, se establece de manera general las líneas de articulación de la flexibilidad laboral asumidas como prácticas en relación con diferentes perspectivas disciplinares como es la sociología, antropología, la filosofía, y los sistemas jurisprudenciales.

A manera de conclusión, consideramos que la construcción sistemática teórico conceptual de la flexibilidad laboral responde a una estrategia de continuidad y discontinuidad del modelo fordista. Inspirado en las definiciones que se entretujan en los conceptos de especialización flexibles de Piore y Sabel, y de capitalismo cognitivo de Andrea Fumagalli.

Las líneas de continuidad vienen dadas por la necesidad imperante de los modelos fordistas en aumentar la intensificación del trabajo en relación con las tasas de productividad; para ser más puntuales en el proceso de acumulación flexible se incorpora la polivalencia y el multifuncionalismo como mecanismo para extender la dinámica y el ritmo de trabajo en relación con la producción. Por otra parte, unas líneas de discontinuidad en la medida en la que la flexibilidad cognitiva, aunque no se evidenció particularmente en el abordaje de la flexibilidad laboral, se surte de la flexibilidad interna, específicamente la funcional, para dotar de condiciones cada vez más intelectuales el proceso de trabajo; advirtiendo la ruptura de la división del trabajo del que diseña y ejecuta hacia una imbricación dinámica de esta división en el hombre máquina.

Hay una gran tendencia que se puede evidenciar desde la perspectiva de la flexibilidad, que se sustenta sobre la idea de la destrucción creativa del capitalismo burocrático; queriendo romper con su característica de rigidez y que ha permitido una mayor eficiencia como herramienta posfordista en la llamada flexibilidad organizacional identificando tres categorías: polivalencia, multifuncionalismo y centralidad en el trabajo intelectual; caracterizadas por una desalarización, al menos de tipo formal jurídico de las formas de organización del trabajo, además de constituirse como los tres criterios fuerza para capturar los activos de conocimiento internos y externos de la organización.

## Bibliografía

---

Alonso, Luis Fernando; y Conde (1996). Fernando las paradojas de la globalización: la crisis del estado del bienestar nacional y las regiones vulnerables. *Estudios regionales*, N. 44: 87-124.

- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social*. 24ª edición. Lumen.
- Atunes, R. (2005). *Los sentidos del trabajo. Ensayo sobre la afirmación y la negación del trabajo*. Herramientas.
- Arencibia Fernández, Freddy. (2011). Flexibilidad Laboral. Elementos teóricos-conceptuales para su análisis. Universidad Arturo Prat. Revista de Ciencias Sociales (CI), (26), pp.39-55.
- Becerra Rincón, María T.; y Rodríguez Colmenares, Isabel (2005). *Flexibilización Laboral en el sector salud: Una estrategia en la Gobernación del Zulia*. Gaceta Laboral, 11(3): 333-357.
- Benavides, Luida. (2000). *La flexibilidad: nuevo paradigma de las relaciones laborales*. Universidad de Carabobo.
- Benavides, Luisa (2000). *La flexibilidad: nuevo paradigma de las relaciones laborales*. Universidad de Carabobo.
- Blanch, Joseph María (2003). *Teoría de las relaciones laborales. Desafíos*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Bonofiglio, Nicolás; y Fernández, Ana Laura (2003). Sí, señor. *Precarización y flexibilización laboral en la década del noventa 6 congreso nacional de estudios del trabajo. Los trabajadores y el trabajo en la crisis*. Buenos Aires. ASET (asociación argentina de especialistas en el trabajo).
- Calderón, G. (2006a). La investigación humana y sus aportes las organizaciones colombianas. *Revista Cuadernos de Administración*. Universidad Javeriana, 19(31)
- Calderon, G. (2006b). *Modelos de gestión de recursos humanos en la industria colombiana. Relaciones con la cultura y la estrategia competitiva y su impacto sobre el desempleo organizacional*. [Proyecto de tesis doctoral]. Sevilla, España: Departamento de economía y empresa. Universidad Pablo de Olavide.
- Candelaria Gonzalez, María. (2006). Flexibilización de las relaciones laborales. Una perspectiva teórica postfordista. *Gaceta laboral*, 12 (1). [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-85972006000100003](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-85972006000100003)

- Candia, José Miguel (2003). "América latina: crisis del trabajo y nuevas formas de representación popular". *Cuadernos del CISH*, no 13-14: 167-194.
- Castell, Manuel. (2000). "Globalización, sociedad y política en la era de la información". *En: Revista Análisis Político*, N.º 37, abril-junio de 1999, pp. 2-17.
- Coller, Xavier. (1997). *La empresa flexible. Estudios sociológicos del impacto de la flexibilidad en el proceso de trabajo*. Centro de Investigaciones sociológicas. Siglo XXI de España editores. Primera edición.
- Coriat B. 1988. *El taller y el cronometro*. Barcelona: Siglo XXI.
- De la Garza, Enrique (1999). Flexibilidad del Trabajo: Discurso y construcción social. En Montero, Cecilia, Albuquerque, Mario e Insignia, Jaime (eds.). *Trabajo y Empresa: entre dos siglos*. Caracas. Editorial Nueva Sociedad. pp. 25-41.
- De la Garza, Enrique. (2000). La flexibilidad del trabajo en América Latina. *En: Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. Facultad Latinoamérica de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma Metropolitana. Fondo de Cultura Económica, pp. 148-178.
- De la Garza, Enrique. (2003). Las teorías sobre la reestructuración productiva y América Latina. En: De la Garza, Enrique (Coordinador). *Tratado Latinoamérica de Sociología del Trabajo*. Fondo de Cultura Económica, pp. 716-734.
- Enríquez Martínez, Álvaro y Castaneda Z, Delio Ignacio (2006). Estado Actual De La Investigación. *En Psicología Organizacional y del Trabajo en Colombia*. Act. Colom. Psicol, 9(1): 77-86.
- Erbes, Analía; Roitter, Sonia; y Delfini, Marcelo (2008). "Conocimiento, organización del trabajo y empleo en tramas productivas". *Revista de trabajo*. Año 4. No. 5.
- Figuroa, F. González. (2009). Un modelo para la analizar la flexibilización del mercado laboral. Colombia. <http://www.eumed.net/ce/2009a/fgf.htm>
- Finger F.P. y Novick P. (1998). "Spatial regulation of exocytosis: lessons from yeast". *J Cell Biol.* 142(3):609-12.

- Fumagalli, A. (2010). *Bioeconomía y Capitalismo Cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación*. Traficante de sueños.
- Garcés P, Y. A. (2017). El papel de gestión humana en la implementación de nuevas formas de organización del trabajo en las empresas colombianas, así como los efectos de dichas formas sobre las personas. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2846>.
- González, M. C. (2006). Flexibilización de las relaciones laborales: Una perspectiva teórica postfordista. *Gaceta Laboral*, 12(1), pp. 33-39.
- González, María Candelaria (2006). *Flexibilización de las relaciones laborales: Una perspectiva teórica postfordista*. *Gaceta Laboral*, 12(1): 33-69.
- González, Vitoria, Franklin José (2007). *Desarrollar una metodología para la estimación presupuestaria de los componentes de infraestructura tecnológica en los proyectos de Banesco*.
- Hernández Arias, Aymara (2005). "Flexibilización y organización del trabajo". *Revista de Ciencias Sociales*, 11(2): 256-276.
- Hernández Arias, Aymara. (2005). Flexibilización y organización del trabajo. *Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), p. 256-276.
- Invernizzi, Noela (2002). *Trabajo polivalente y conocimientos sobre la producción*.
- Isaza Castro, Juan Guillermo (2003). "Flexibilización laboral: un análisis de sus efectos sociales para el caso colombiano". *Revista Equidad y Desarrollo*, Nro. 1, 2.
- López Higueros Sandra Lucrecia (2010). *Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Los desafíos de la seguridad social a la política fiscal del estado guatemalteco en un contexto de flexibilización de las relaciones laborales*.
- López, D. (2002). *Mitos, alcances y perspectivas de la flexibilización laboral: un debate permanente*. *Análisis laboral*, (16), 1-18. <http://www.iisg.nl/labouragain/documents/lopez-flexibilizacion.pdf>

- Magdalena Echeverría (s.f.) *Temas laborales*. N.º 7. (3 de julio de 2015). [http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles\\_60338\\_Tema\\_Laboral\\_Subcontratac\\_de\\_la\\_producc\\_y\\_subcontratac\\_del\\_trabajo.pdf](http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles_60338_Tema_Laboral_Subcontratac_de_la_producc_y_subcontratac_del_trabajo.pdf)
- Martínez, Pahola; Salazar, Mercedes; Yucuma, Marcia Andrea; Cuervo Aullon, Mónica (2014). *Papel de gestión humana en procesos de flexibilidad funcional en empresas colombianas*. [Tesis de Maestría, Universidad de Manizales]. [https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/1249/Cuervo\\_Aullon\\_Monica\\_Yucuma\\_Guzman\\_Marcia\\_Andrea\\_Martinez\\_Salazar\\_Pahola\\_Mercedes\\_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/1249/Cuervo_Aullon_Monica_Yucuma_Guzman_Marcia_Andrea_Martinez_Salazar_Pahola_Mercedes_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Oncins de Frutos Margarita; y Mourenza Barrio, Teresa (1998). *NTP 499: Nuevas formas de organizar el trabajo: la organización que aprende*. Ministerio de trabajo y asuntos sociales España.
- Rodríguez Calvo, Ericka; y Coves Moreno, Anna María (2005). *IX Congreso de Ingeniería de Organización Gijón, 8 y 9 de septiembre de 2005*. Asignación de personal polivalente, basada en tiempos de rotación del personal a las tareas, buscando la satisfacción prioritaria de las tareas.
- Scott A. J. & Storper, M. (1992). “Regional development reconsidered”. En: Ernste, H. & Meier, V. eds. 1992. *Regional development and contemporary industrial response: extending flexible specialization*. London: Belhaven Press. Pp. 3-24.
- Sennett, Richard (1998) *The corrosion of character: the personal consequences of work in the new capitalism*. London: W. W. Norton.
- Sotelo, Adrián (1999). *Globalización y Precariedad del Trabajo en México*. México. Ediciones El Caballito. S.A.
- Tendencias en la industria brasilera. *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación*. Número 3.
- Tinto Arandes, Jose Antonio. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), pp. 135-173.

Weiis, Anita; Seco, Enrique y Ríos, Julián. (2010). *Cambio empresarial y tecnologías de información en Colombia*. Nuevas formas de organización del trabajo. Universidad Nacional de Colombia.

Wileidys, Artigas; Useche, María Cristina y Queipo, Beatriz (2008). *Flexibilización interna a través de la multifuncionalidad en empresas de telefonía fija en el estado Zulia*. Gaceta Laboral, 14(1): 66-80.

Zlotowsky, Michel y Keane, John (s.f.) *Biografía y Entrevista a Andre Gorz Antroposmoderno*. (3 de julio de 2015). [http://www.antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id\\_articulo=63](http://www.antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=63)



# TENDENCIAS APLICADAS A LA CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES A CAUSA DE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19 EN LAS PROVINCIAS DE TUNDAMA Y SUGAMUXI DURANTE LOS AÑOS 2020 Y 2021

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/vector-gratis>





## Capítulo 16.

# TRENDS APPLIED TO THE CREATION OF NEW BUSINESSES AND COMMERCIAL STRATEGIES DUE TO THE HEALTH EMERGENCY CAUSED BY COVID-19 IN THE PROVINCES OF TUNDAMA AND SUGAMUXI DURING THE YEARS 2020 AND 2021



**Mónica Sofía Castro Mora<sup>44</sup>**

**Leidy Carolina Chiriví Moreno<sup>45</sup>**

**Jenny Lizeth Sánchez Hernández<sup>46</sup>**

44

45

46 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Grupo de Investigación: Grupo de investigación en Gestión Administrativa y Empresarial Sostenible - GIGAS



## RESUMEN

La pandemia por COVID-19, ha creado una crisis de salud pública a escala mundial, al mismo tiempo afectando de forma directa la economía, quizás es una de las épocas más difíciles a la que nos hayamos enfrentado y sin duda se convierte en un desafío y prueba de resiliencia para los emprendedores. No obstante, para algunos sectores como por ejemplo las provincias de Tundama y Sugamuxi, presentan un impacto positivo frente a esta situación y gracias a esta se ha visto y contado con la oportunidad del desarrollo e identificación de nuevas ideas innovadoras y creativas de negocio, así como su incremento, por lo tanto es significativo considerar cómo las empresas enfrentan los cambios, el apoyo por parte del Estado con el que se ha contado y el ajuste de nuevas costumbres y hábitos de los consumidores en el cual se sitúa el siguiente documento. Es importante conocer las causas, consecuencias y algunos mecanismos que son utilizados por los gobiernos para enfrentar la contingencia causada por la pandemia, teniendo en cuenta el punto de vista económico, así como la gestión empresarial, por medio del desarrollo de nuevas tendencias y habilidades comerciales permiten la creación de nuevos negocios.

**Palabras clave:** COVID-19; Emprendimiento; Innovación; Empresas; Estrategias comerciales

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has created a public health crisis on a global scale, at the same time directly affecting the economy; it is perhaps one of the most difficult times we have faced and undoubtedly becomes a challenge and proof of resilience for entrepreneurs. However, for some sectors such as the provinces of Tundama and Sugamuxi, there is a positive impact in the face of this situation and thanks to this, the opportunity for the development and identification of new innovative and creative business ideas and their increase has been seen and counted on, therefore it is significant to consider how companies face changes, the government's support that we have been counted on and the adjustment of new customs and habits of consumers in which the following document is fo-

cused. It is important to know the causes, consequences and some mechanisms that are used by governments to face the contingency caused by the pandemic, taking into account the economic point of view as well as business management, through the development of new trends and commercial skills that allow the creation of new businesses.

**Keywords:** COVID – 19; Entrepreneurship; Innovation; Enterprise; Commercial strategies.

## Desarrollo de la ponencia

---

El desarrollo de la presente investigación se apoya en los referentes teóricos y fuentes de información suministrada principalmente por las Cámara de Comercio de las ciudades de Duitama y Sogamoso, como capitales de las Provincias del Tundama y Sugamuxi respectivamente. La información suministrada por las Cámara de Comercio corresponde a la creación de nuevos negocios durante el periodo de pandemia por COVID-19 entre el año 2020 y 2021, y que cabe aclarar, se encuentra en trámite de acuerdo con los requerimientos y disposiciones de estos entes públicos.

Adicionalmente, se realizó una revisión documental de investigaciones previas, así como otros documentos y normas relacionados con el tema de estudio.

El presente trabajo tiene un diseño metodológico de tipo documental, en el que se hará uso del método inductivo-deductivo para dar respuesta desde lo general (aplicación de normas, decretos, leyes de fomento para la creación de empresas) realizando conclusiones lógicas y válidas de la información recolectada, para continuar con la observación específica de lo particular (pymes existentes, nuevos negocios ante y post COVID-19) (Bernal, 2010).

Por otra parte, se realizará una investigación de tipo descriptivo ya que se convierte en un nivel básico de investigación apoyada por técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. Este estudio está orientado hacia la descripción y/o identificación de rasgos o características de una población, en su aspecto económico, político, social y cultural del entorno que está siendo objeto de estudio.

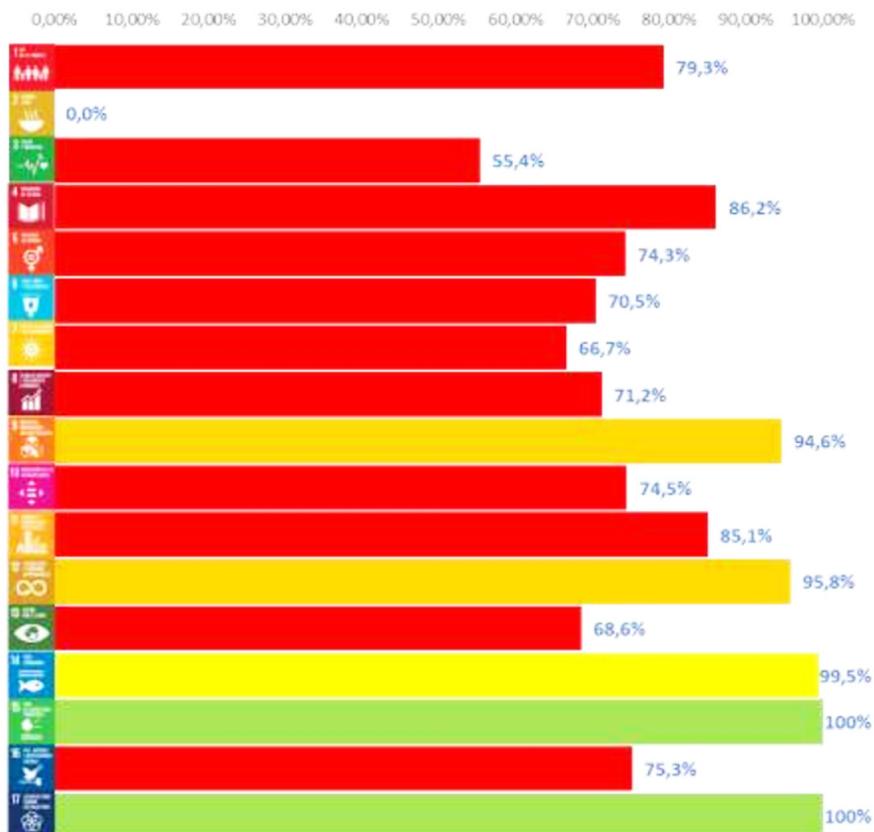
## Resultados

La llegada del virus Sars Cov 2 a nivel mundial puso en riesgo a pequeñas, medianas y grandes empresas, las cuales no contaban con ingresos y el capital financiero suficientes para hacer frente a una pandemia de tamaño envergadura. Para el caso de Colombia, las medidas tomadas para enfrentar la pandemia por COVID-19, ha dado paso a la creación de políticas públicas y medidas de contención para lograr mitigar los efectos de la pandemia en el aspecto económico. Las medidas de aislamiento y confinamiento cambiaron el rumbo diferente y se convirtieron en tropiezos que afectaron el funcionamiento normal de la economía del país y por ende a las regiones del territorio nacional. Un primer tropiezo, afectó la salud de los trabajadores y por ende sus ingresos al aumentar el ausentismo laboral y las horas de trabajo; por otro lado, afectó el consumo de los hogares debido al aislamiento obligatorio. En otro plano, el cierre parcial o total de varios negocios, generó un segundo impacto sobre los sectores productivos y los tipos de empresas, que, a su vez, impactaron en las finanzas públicas debido a que los ingresos por impuestos disminuyeron y los egresos para mitigar la crisis económica y de salud aumentaron. (MinCIT, 2021)

Para el caso de las Provincias de Tundama y Sugamuxi, la afectación económica ha sido evidente puesto que el suministro de alimentos fue escaso debido al aumento en los precios de productos de la canasta básica familiar, y la sobreoferta de alimentos agrícolas que tuvieron poca salida comercial debido a los cierres de vías. En este aspecto, el país se preocupa aún más por dar respuesta a los ODS con respecto al *Fin de la Pobreza*, (DNP, 2021) que a su vez se relacione con la política de reactivación, repotenciación y crecimiento sostenible como compromiso por el futuro de Colombia (MinCIT, 2021).



Figura 2. Porcentaje de avance ODS



**Nota:** Informe anual de avance en la implementación de los ODS en Colombia, 2020 ([www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co))

## Bibliografía

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3rd ed.). Pearson. 978-958-699-128-5

Cámara de Comercio de Duitama. (2020). *Boletín "Comportamiento Empresarial" 2020*. Cámara de Comercio de Duitama. <https://ccduitama.org.co/wp-content/uploads/2021/05/2020-Comportamiento-Empresarial-Boletín-.pdf>

- Cámara de Comercio de Duitama. (2020). *Efectos y expectativas de Recuperación Económica frente a la pandemia Covid19 en el Departamento de Boyacá*. Cámara de Comercio de Duitama. [https://competitivas.gov.co/sites/default/files/noticias/documentos/efectos\\_y\\_expectativas\\_de\\_recuperacion\\_economica\\_frente\\_a\\_la\\_pandemia\\_covid-19\\_en\\_el\\_departamento\\_de\\_Boyacá.pdf](https://competitivas.gov.co/sites/default/files/noticias/documentos/efectos_y_expectativas_de_recuperacion_economica_frente_a_la_pandemia_covid-19_en_el_departamento_de_Boyacá.pdf)
- Cámara de Comercio de Tunja. (2021). *Boyacá en cifras 2019 - 2020*. Cámara de Comercio de Tunja. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Boyacá-en-Cifras-2019-2020.pdf>
- Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Boyacá, Gobernación de Boyacá, Secretaría de Desarrollo Empresarial, Cámara de Comercio de Tunja, Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Sogamoso, Grupo de Investigación CREPIB. UPTC, Grupo de Investigación “Ideas en Acción”. UNAD, & Grupo de Investigación “Grupo de Investigaciones Sectoriales Empresariales y Desarrollo Económico. GISEDE. Universidad de Boyacá. (2020). *Efectos y Expectativas de Recuperación Económica frente a la pandemia COVID - 19, en el departamento de Boyacá*. <https://ccduitama.org.co/documentos/Observatorio/Efectos%20y%20expectativas%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20Boyac%C3%A1-%20covid.pdf?t=1595618870>
- Cruz Vásquez, J. L., Dueñas Quintero, D. M., & Rojas Del Basto, E. B. (2011). Caracterización de la gestión de la innovación en las empresas del sector manufacturero de Boyacá. *Apuntes del CENES*, 30(52), 145 - 181. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3922311>
- DNP. (2021, junio). *Reporte Nacional Voluntario 2021*. Departamento Nacional de Planeación. <https://ods.gov.co/es/resources>
- Domínguez Rivera, J. (2017). *Aumentó la creación de empresas en Boyacá*. Boyacá Radio. [https:// Boyacáradio.com/noticia.php?id=16192](https://Boyacáradio.com/noticia.php?id=16192)
- Emami-Langroodi, F. (2018). Teoría del desarrollo económico de Schumpeter: un estudio de la destrucción creativa y los efectos del espíritu empresarial en el crecimiento económico. *SSRN*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?ABSTRACT.\\_id=3153744](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?ABSTRACT._id=3153744)

- Función Pública Gobierno de Colombia. (2006, enero 27). *Ley 1014 de 2006*. Gestor Normativo. <https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924>
- Fundación Centro de Desarrollo Tecnológico para la Sostenibilidad y Competitividad Regional. (2021, enero 20). *Boyacá en cifras 2019 - 2020*. Cámara de Comercio de Tunja. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Boyacá-en-Cifras-2019-2020.pdf>
- Gobernación de Boyacá. (2020, junio 05). *Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023*. Gobernación de Boyacá. <https://www.Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>
- Gobernación de Boyacá. (2020, diciembre 10). *INFORME DE GESTIÓN Y RESULTADOS DEL PLAN DE DESARROLLO 'PACTO SOCIAL POR BOYACÁ: TIERRA QUE SIGUE AVANZANDO 2020-2023'*. Gobernación de Boyacá. <https://www.Boyacá.gov.co/wp-content/uploads/2021/02/InformeGest4toTrimestre2020.pdf>
- Gómez Molina, A., & Molina Pérez, L. A. (2020). *Incidencias, causas y efectos de la pandemia covid-19 en la economía colombiana*. Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/24628>
- Hidalgo Proaño, L. F. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8/8>
- MinCIT. (2021, febrero 11). *CONPES 4023 Reactivación Económica*. Mincomercio. <https://competitivas.gov.co/noticias/documento-conpes-4023-reactivacion-economica>
- Münch, L. (2010). *ADMINISTRACIÓN. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson. 978-607-442-389-1

---

# ESTRATEGIAS BASADAS EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR LECHERO EN CHOCONTÁ, CUNDINAMARCA

---

**Fuente:** <https://choconta.101tramites.> - <https://www.cundinamarca.gov.co/>





## Capítulo 17.

# STRATEGIES BASED ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT SECTOR FOR STRENGTHENING THE VALUE CHAIN IN THE DAIRY SECTOR IN CHONCONTÁ, CUNDINAMARCA



**Gallego Ortiz Yury Carolina<sup>47</sup>,**

**Mancera Rodríguez Liliana Patricia<sup>48</sup>**

**Melo Hidalgo Ángela Mayellis<sup>49</sup>**

47 Ingeniera de alimentos, Universidad del Quindío, especialista en sistemas de gestión de calidad, candidata a magíster en Administración de organizaciones, docente auxiliar. Corporación Unificada Nacional CUN, sede Bogotá, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3222-1150>  
Correo electrónico: [yury\\_gallego@cun.edu.co](mailto:yury_gallego@cun.edu.co)

48 Zootecnista, Universidad Nacional de Colombia, MSc Ciencia y tecnología de alimentos, docente investigadora Corporación Unificada Nacional CUN, Bogotá, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5461-8154>  
Correo electrónico: [liliana\\_mancera@cun.edu.co](mailto:liliana_mancera@cun.edu.co)

49 Administradora de Empresas, Magíster en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD: <https://orcid.org/0000-0001-5994-571X>



## RESUMEN

El objetivo del estudio fue indagar el conocimiento previo que tenían emprendedores rurales del sector lechero del municipio de Chocontá, Cundinamarca, para poder definir por medio de estrategias de sostenibilidad alternativas que fortalezcan la cadena de valor del sector lechero. Para ello, se empleó la metodología descriptiva Delphi utilizando dos rondas de entrevistas a 18 personas expertas, que pertenecen a las asociaciones que comprenden las políticas públicas que orienta el municipio hacia el sector lácteo como medio idóneo para identificar en sus conocimientos mejores prácticas BPA y BPM bajo el contexto de desarrollo sostenible y adopción de programas medio ambientales para mitigar los impactos negativos. Posteriormente, los resultados hallados, identificaron que la comunidad reconoce los parámetros del desarrollo sostenible desde el punto de vista medioambiental, económico y social, los cuales, favorecen la competitividad en los emprendimientos. Sin embargo, los entrevistados desconocen las metodologías de desarrollo sostenible, los 17 objetivos de desarrollo sostenible y la forma de implementación de los objetivos para poder adecuar el sistema productivo. No obstante, los expertos desarrollan actividades desde su alcance como el reciclaje, el cuidado de fuentes hídricas, la conservación de bosques y el trabajo asociativo para mejorar las condiciones en sus emprendimientos.

**Palabras clave:** desarrollo económico; desarrollo territorial, industria láctea; producción alternativa; gestión ambiental.





## ABSTRACT

The objective of the study was to investigate the previous knowledge that rural entrepreneurs had in the dairy sector of Chocontá, Cundinamarca, to define through alternative sustainability strategies that strengthen the value chain of the dairy sector. For this, the Delphi descriptive methodology was used using two rounds of interviews with 18 experts, which belong to the associations and include public policies that orient people towards the dairy sector as an ideal means to identify in their knowledge best practices BPA and BPM in the context of sustainable development and adoption of environmental programs to mitigate negative impacts.

Then, the results found, identified that the community recognizes the parameters of sustainable development from the environmental, economic and social point of view, which, favor the competitiveness in the enterprises. Afterward, interviewees do not know the sustainable development methodologies, the 17 sustainable development goals and how to implement the goals in order to adapt the production system. However, the experts develop activities from their scope such as recycling, the care of water sources, the conservation of forests and the work of associations to improve the conditions in their ventures.

**Keywords:** Economic development; territorial development; dairy industry; alternative production; environmental management.

## Desarrollo de la ponencia

---

### *Introducción*

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura- FAO, afirma que la generación de valor en la cadena láctea es un factor fundamental para su fortalecimiento porque fundamenta su crecimiento en la eficacia y capacidad com-

petitiva en factores relevantes como la higiene, calidad nutricional y estabilidad de los precios, los cuales considera que son las principales problemáticas para el sostenimiento equitativo de las producciones lecheras en Colombia (FAO, 2020). De igual forma, FAO reconoce al sector lechero como un instrumento para el desarrollo sostenible de las comunidades rurales; por lo tanto, crea políticas públicas que respondan a las necesidades del sector y que abarcan la mano de obra que aportan las mujeres rurales en las etapas de producción primaria, transformación y comercialización de los productos lácteos.

De igual manera, en la actualidad los emprendimientos rurales juegan un papel fundamental para la economía campesina, puesto que el desarrollo productivo de las regiones se da a través de múltiples iniciativas enmarcadas en turismo rural, generación de valor agregado mediante métodos de conservación ancestrales, producción primaria que garantiza la seguridad alimentaria de las grandes ciudades, implantación de tecnologías que optimicen el campo y permitan responder a la necesidades de los clientes, entre otros emprendimientos sumamente importantes para la equidad del país.

Bajo este contexto, al identificar las características administrativas del municipio de Chocontá, el cual, se encuentra dividido administrativamente bajo el sector rural que comprende 22 veredas, con una extensión de 299.66 km<sup>2</sup> y que representa el 99.52 % en su gran mayoría territorio rural y 0,48% hace parte de la cabecera municipal (PDM, 2016). Así mismo, la transformación del sector rural a partir del conocimiento de los objetivos del desarrollo sostenible como política pública comprende temáticas que los emprendedores del sector lácteo del municipio desconocen las normativas y políticas agrarias que marcan las tendencias del emprendimiento rural asociativo y que requiere la atención de problemáticas del cambio climático, la revolución tecnológica, los desafíos sociales y las tendencias de los nuevos consumidores quienes definen los retos y oportunidades a los cuales se encuentran enfrentadas las empresas que participan de la dinámica de la transformación que promueve la nueva revolución de crecimiento en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS.

En consecuencia, se ha generado una nueva revolución y tendencias empresariales las cuales marcan los objetivos estratégicos a alcanzar por las organizaciones, destacándose principalmente la orientación hacia la atención de las problemáticas del cambio climático, la revolución tecnológica, los desafíos sociales y las tendencias de los nuevos consumidores; los cuales definen los retos y oportunidades a los cuales se encuentran enfrentadas las empresas que estén convencidas de las nuevas creencias de transformación empresarial.

Por ello, el objetivo del estudio fue investigar cuál era el conocimiento previo que tenían los emprendedores del sector lechero de Chocontá, Cundinamarca, para poder definir por medio de estrategias de sostenibilidad alternativas al sector lechero.

Teniendo en cuenta la problemática identificada para la construcción del estudio, se realizó una revisión teórica de los diferentes modelos propuestos sobre el desarrollo sostenible a través de los años por diferentes autores, por tal razón se reconocieron ocho modelos de sostenibilidad tales como: Gestión de los interesados, Siete niveles de sostenibilidad, Las siete caras de la sostenibilidad del monte, La base de la pirámide, De la Cuna a la Cuna, El marco de valor sostenible, Sostenibilidad de múltiples partes interesadas, (Trompenaars y Coeberh, 2014) y Múltiple Ambiental-Modelo del Centro Lowell para la producción sostenible, que se podrían conjugar con el fin de proponer soluciones teniendo en cuenta las necesidades de las comunidades lecheras.

Para desarrollar esta investigación, se estructuró el trabajo utilizando la metodología Delphi de carácter cualitativo, por medio de dos rondas de entrevistas a 18 productores expertos de la comunidad objetivo, logrando la identificación de variables de foco de análisis y facilitando el cruce con la información bibliográfica propuesta, con el fin de poder proponer estrategias que sean aplicables a los emprendimientos rurales lecheros del municipio.

En este sentido, se evidenció que la comunidad reconoce los parámetros que fundamentan el desarrollo sostenible pero no implementan ningún tipo de metodología propuesta por un modelo, es por esto, que en el ejercicio de sus actividades económicas se han centrado en realizar acciones que contribuyan a mejorar su situación económica, social y medio ambiental; a través de campañas de reciclaje en sus territorios y manejo de residuos peligrosos generados por el uso de agroquímicos, con el fin de mitigar el daño en las fuentes hídricas cercanas, obteniendo un aporte al factor medio ambiental. Asimismo, desde la parte social han centrado su crecimiento a través de la creación de asociaciones campesinas que permiten generar avances sociales en conjunto.

Además, se identificó que podría ser pertinente la conjugación varios modelos de sostenibilidad y se recomienda a la comunidad tener en cuenta el Plan de Desarrollo Municipal para los años 2020-2023 (Chicuasque, 2020), puesto que este se encuentra articulado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS,2020) y podría ser un canal efectivo para la unión y planteamiento de estrategias positivas en las asociaciones lecheras del municipio, esto desde el punto de vista de unir esfuerzos que respondan a las necesidades de cumplimiento de los entes gubernamentales a través del impacto en población de injerencia de su municipio.

## Bibliografía

---

Astigarraga, E. (2003). El método Delphi. San Sebastián: Universidad de Deusto, 1-14.

Chicuasque, R.A. (2020). Plan de Desarrollo 2020-2023, unidos y comprometidos por Chocontá.

[https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000673/33609\\_plan-desarrollo-f.pdf](https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000673/33609_plan-desarrollo-f.pdf)

FAO. (2020). Portal lácteo. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <http://www.fao.org/dairy-production-products/es/>

Freeman, R.E. (2010). *Gestión estratégica: un enfoque de partes interesadas*. Prensa de la Universidad de Cambridge.

Global Reporting Initiative. (2012). GRI e ISO 26000: *Cómo usar las directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000*.

ICA. (2020). Resolución 067449, por medio de la cual se establecen los requisitos para obtener la certificación en buenas prácticas ganaderas BPG en la producción de leche.

<https://www.ica.gov.co/getattachment/Areas/Pecuaria/Servicios/Inocuidad-en-las-CadenasAgroalimentarias/LISTADO-DE-PREDIOS-CERTIFICADOS-EN-BPG/Resolucion-067449del-08-de-mayo-2020-1.pdf.aspx?lang=es-CO>

ISO 14001. (2018). Organización Internacional de Normalización. ISO 14001 Gestión Medioambiental.

Londoño Velásquez, C. M. (2018). Comparativo de indicadores de desarrollo sostenible en los sistemas de producción de lechería, certificados y no certificados en buenas prácticas ganaderas: caso norte de Antioquia.

MADR. (2012). Resolución 017 de 2012. Por la cual se establece el sistema de pago de la leche cruda al proveedor. Ministerio de agricultura y desarrollo rural.

<https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/d.angie/Res%20%20000017%20de%202012.pdf>

- Morales Villamil, A. J. (2017). Caracterización de la competitividad basada en los modelos de gestión sostenible de las grandes y medianas lecherías: una recomendación a pequeñas unidades productivas de la ciudad de Manizales. *Departamento de Administración*.
- ODS. (2020). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas. [https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020\\_Spanish.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf)
- PDM. (2016). Plan de desarrollo del municipio de Chocontá, departamento de Cundinamarca, “Usted y yo, mejor gestión para Chocontá”. [https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000021/1044\\_plan-de-desarrollo-2016--2019.pdf](https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000021/1044_plan-de-desarrollo-2016--2019.pdf)
- PDT. (2016). Plan de Desarrollo de Cundinamarca (2016-2020). Unidos podemos más 2016-2020. <http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9d-d7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IDIW39U>
- PND. (2018). Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia- Pacto por la Equidad.
- Ramírez Guerra, S. (2018). *Retro prospectiva del sector lácteo colombiano*. [Tesis maestría]. Universidad de Antioquia.
- Román-Valencia, A. (2016). *Evaluación de las fuerzas de la competitividad del sector lechero de Filandia, Quindío (caso: Asoproagro)*. [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia.
- Trompenaars, F., & Coebergh, P. H. (2014). *100+ management models: How to understand and apply the world's most powerful business tools*. Infinite Ideas.
- Soler, J. A. P., Delgado, F. M., Sanjuán, A. M. B., & García, M. N. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 63-73.
- Valle, J. A. B., Narcisa, M. F. N., & Yolanda, M. V. E. (2020). Emprendimiento sostenible en comunidades rurales de la Provincia de los Ríos. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*.

# EMPODERAMIENTO Y EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER RURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://laguajirahoy.com/>





## Capítulo 18.

# EMPOWERMENT AND ENTREPRENEURSHIP OF RURAL WOMEN AS A SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IN THE DEPARTMENT OF LA GUAJIRA



**Remedios Pitre Redondo<sup>50</sup>**

**Marelbis Arregoces Vanegas<sup>51</sup>**

**Luis Daniel Cortes Olivera<sup>52</sup>**

50 Universidad Nacional Abierta y a Distancia. ORCID:  
Correo electrónico: remedios.pitre@unad.edu.co

51 Universidad Nacional Abierta y a Distancia. ORCID:  
Correo electrónico: marelbis.arregoces@unad.edu.co

52 Universidad Nacional Abierta y a Distancia.  
Correo electrónico: olicor16@hotmail.com



## RESUMEN

El desarrollo de un emprendimiento tiene un gran impacto en la vida de las mujeres y en todo su entorno, el objetivo general de la presente investigación es analizar el empoderamiento y emprendimiento de la mujer rural como estrategia de desarrollo sostenible en el departamento de la Guajira. La metodología empleada fue de carácter cuantitativo, se recolectó los datos a través de la aplicación de encuesta estilo Likert los cuales permitió la construcción y la demostración de las teorías a través del razonamiento deductivo.

**Palabras clave:** innovación; transformación; sociedad; autonomía; desarrollo; interacción; erradicación.

## ABSTRACT

The development of an enterprise has a significant impact on the lives of women and their entire environment, the general objective of this research is to analyze the empowerment and entrepreneurship of rural women as a sustainable development strategy in the department of La Guajira. The methodology used was quantitative in nature, the data was collected through the application of a Likert-style survey, which allowed the construction and demonstration of theories through deductive rationing.

**Keywords:** Innovation; transformation; society; autonomy; development; interaction; eradication.

## Desarrollo de la ponencia

---

El presente trabajo se enmarca en analizar el empoderamiento y emprendimiento de la mujer rural como estrategia de desarrollo sostenible en el departamento de la Guajira.

En la presente investigación se efectuó la validez mediante la técnica del juicio del experto asociada a las de contenido y constructo, por la cual el instrumento se entrega a cinco (05) expertos de contenido y metodología, con su respectiva matriz de respuestas, objetivos de la investigación, sistema de variables, y la información requerida para calificar las preguntas formuladas. Los expertos revisarán el contenido, la redacción y constructo de cada ítem y emitirán sus recomendaciones pertinentes al caso, Pa-lella – Martins (2006). Para establecer la confiabilidad del instrumento se utilizará el coeficiente de Alpha Cronbach el cual según Pa-lella- Martins (2006) es una técnica que permite determinar el nivel de confiabilidad y validez del instrumento de medición el cual evalúa a través de la escala de Likert.

## Discusión

---

Las capacidades de la mujer rural son determinantes a la hora de abordar el emprendimiento, pues parte de actividades rutinarias la mujer en el departamento de la Guajira se desarrolla en actividad comercial, lo cual, por medio de iniciativa propia y capacidades individuales, como son los casos de las mujeres que conforman una microempresa de preparación de alimentos

La motivación para emprender es uno de los componentes que resaltan en cuanto al emprendimiento de la mujer rural en el departamento de la Guajira, se generan componentes individuales y sociales positivos, Todo esto sumado a las capacidades de las mujeres rurales de salir adelante.

Una de las herramientas de las que estas mujeres campesinas están utilizando para mejorar sus condiciones de vida y la de sus familias, así como también conquistar espacios donde anteriormente se las limitaba, es el emprendimiento, el cual les ha permitido de manera organizada conformar a partir de una idea de negocio, distintas pequeñas y medianas empresas en el departamento de la Guajira, aprovechando las ventajas de estas tierras ubicada en una zona rural, potenciando la elaboración y producción de productos alimenticios procesados, los cuales ayudan de forma directa a sus comunidades ya que la materia prima de estos productos son cultivados en este mismo corregimiento.

Las características estructurales de la mujer rural, como lo es la autonomía, destacando que estas mujeres afirmaron que son autónomas de sus vidas, decididas a mejorar

sus condiciones de vida, así mismo se encontró que estas mujeres son versátiles pues se pueden desarrollar en diversas actividades, son recursivas, así mismo se destaca que estas mujeres son líderes de sus comunidades y todo esto refuerza su posición dentro de la sociedad, colocando a la mujer en un buen lugar dentro de una sociedad que tradicionalmente es machista.

## Bibliografía

---

DANE. 2020. Ficha Metodológica. Gran Encuesta Integrada de Hogares. DIMPE [http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/659/get\\_microdata](http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/659/get_microdata)

Echeverría, L. (2018) El Futuro de la Administración. Objeto Virtual de Información. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21161>

Hernández (2016). “Estrategias de conciliación entre la vida familiar y el trabajo remunerado en el contexto de la flexibilidad laboral”. Tesis presentada para optar por el título de magíster en género, dirigida por Luz Gabriela Arango, Universidad Nacional de Colombia.

López y Garrido (2014). El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género. La Ventana, Número 13.

O’Kean, J. (2015). Economía. (1ª. ed.) España. Ed. McGraw-Hill. España. P.p. 25-93. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/50271?page=36>

Hernández y otros (2014). Metodología de la investigación (6ta ed., p. 599). México: McGraw-Hill.

Balestrini (2013). La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. Volumen II: el Poder de la Identidad. Trad. Carmen Martínez Gimeno. México. Siglo XXI Editores.

Blanco (2013). Fortunas familiares. Ediciones Cátedra. Universidad de Valencia. Instituto de La Mujer. Madrid.

Castillo (2012). Poder y empoderamiento de las mujeres. Coedición de Tercer Mundo Editores. Fondo de documentación mujer y género Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.

Gomes (2012). Innovación y cultura de las organizaciones en tres regiones de Colombia. Bogotá. Colciencias- Tercer Mundo Editores

Herrera (2012). “El trabajo femenino en talleres y a domicilio en el sector de la confección en Bogotá”. Bogotá. Dirección Nacional de Equidad para la Mujer. Casa de la Mujer Trabajadora CUT.

Méndez (2012). Metodología De La Investigación. Tercera Edición. McGRAW-HILL Interamericana Editores S.A. México.

Organización Internacional del Trabajo (1997 – 2007). Global Agenda Council on Women’s Empowerment 2011 -2012. Five Challenges, One Solution: Women.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2011; Díaz, 2002; Farah y Neuburger, 2013).

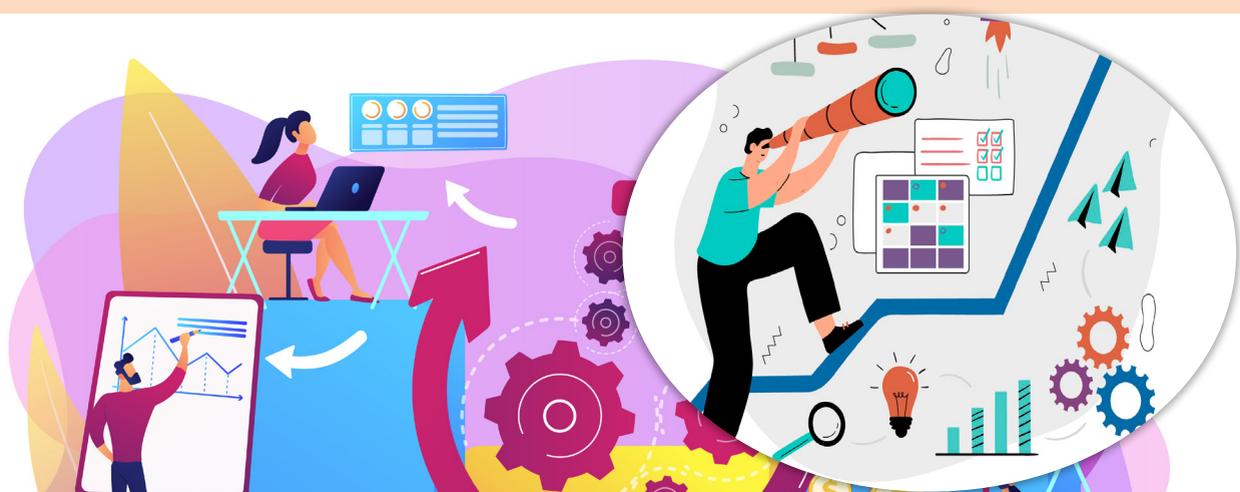
Sáenz (2013). Primer Foro Estatal de la Mujer. Campeche, Campeche, “Abriendo Espacios”. 25 junio de 2004 Relatoría de la Mesa No. 4 “Mujer Indígena”.

Women’s Entrepreneurial Venture Scope (2013). On the determinants of entrepreneurial activity: Social norms economic environment and individual characteristics» Swealish Economics Policy Review, Vol.11, N°2, Pag269-313.



# PROPUESTA DE INSTRUMENTO DE VALORACIÓN DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD INTERNA DE MERCADEO EN EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/vector-gratis>





## Capítulo 19.

# PROPOSAL OF AN INSTRUMENT FOR ASSESSING THE FACTORS THAT AFFECT THE INTERNAL COMPETITIVENESS OF MARKETING IN SOCIAL ENTERPRISES



Juan camilo Vega Guerrero <sup>53</sup>

José Ever Castellanos Narciso <sup>54</sup>

53 Magíster en Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia. Investigador principal del grupo de investigación Fénix. Docente asistente de la UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7128-1290>  
Correo electrónico: [juan.vega@unad.edu.co](mailto:juan.vega@unad.edu.co)

54 Docente de la UNAD, sede Bogotá, Colombia. Doctor en Gestión de la Universidad EAN, Colombia. Doctor en Ciencias Empresariales de la Universidad de Nebrija, España. Magíster en Administración, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3823-2950>  
Correo electrónico: [jose.castellanos@unad.edu.co](mailto:jose.castellanos@unad.edu.co)



## RESUMEN

La sostenibilidad de las organizaciones, independiente de sus propósitos, está relacionada con la competitividad<sup>55</sup>, y acentuando que en las empresas con propósitos sociales se evidencia baja competitividad de mercadeo al interior de las mismas (Ruiz, Retolaza y Mugarra, 2007). El documento tiene por propósito: diseñar un instrumento de evaluación de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales. El documento parte de la identificación de los componentes y elementos teóricos a valorar en el instrumento mediante el análisis de contenidos en investigaciones relacionadas con: emprendimiento social, empresas sociales y componentes de competitividad, los cuales conforman el aparte de desarrollo conceptual y teórico del documento. La segunda parte se orienta en la validación conceptual y de estructura del instrumento por parte de cinco (5) expertos en investigación y docencia en temas de mercadeo.

**Palabras clave:** emprendimiento social; competitividad; ventaja competitiva; capacidades en mercadeo.

## ABSTRACT

The sustainability of organizations, regardless of their purposes, is related to competitiveness, and accentuating that in companies with social purposes there is evidence of low marketing competitiveness within them (Ruiz, Retolaza & Mugarra, 2007). The purpose of the document is: to design an instrument for evaluating the factors that affect the internal competitiveness of marketing in social enterprises. The document starts from the identification of the theoretical components and elements to be assessed in the instrument through the analysis of contents in research related to: social entrepreneurship, social enterprises and competitiveness components, which make up the conceptual and theoretical development section of the document. The second part focuses on the conceptual and structural validation of the instrument by five (5) experts in research and teaching in marketing issues.

55 La competitividad es la capacidad que posee una organización para contrarrestar de forma eficiente a sus competidores a través de sus productos o servicios, y poder acceder al mercado, generando sostenibilidad y aumentar la participación en el mercado (Rubio y Baz, 2005)

**Keywords:** Social entrepreneurship; competitiveness; competitive advantage; marketing capabilities.

## Desarrollo de la ponencia

---

La investigación es de carácter exploratorio mediante el método de triangulación y convergencia planteado por Cerda (2011). El proceso se desarrolla en dos fases:

1. Análisis de investigaciones: caracterización y conceptualización del emprendimiento social y de componentes de competitividad. Con los anteriores insumos se identifican los componentes y elementos que debe abordar un instrumento para evaluar las variables de competitividad endógena de marketing en organizaciones que desarrollan emprendimiento social.
2. Diseño del instrumento: construcción del instrumento para valorar las variables de competitividad endógena de marketing en organizaciones que desarrollan emprendimiento social basado en los resultados de la fase de análisis de investigaciones. Posteriormente el instrumento construido se somete a la validación de estructura, contenido, forma y sintaxis por parte de cinco (5) expertos en temas de investigación y docencia relacionados con mercadeo u emprendimiento.

## Conclusiones

---

El instrumento de evaluación de factores de competitividad endógena en mercadeo debe estructurarse sobre los pilares de capital social, valor social e innovación.

Perfil de interés es la importancia del capital social como un componente para la viabilidad organizacional para la consecución de recursos y de interacción con la comunidad y el contexto.

Es de interés la aceptación y afinidad del diseño preliminar del instrumento entre los expertos, lo cual sirve como un parámetro para mejorar las características del mismo, y como un insumo para ser sometido a pruebas de validación cuantitativa

Es relevante incluir en el instrumento elementos relacionados con el manejo de herramientas de mercadeo digital y de gestión con cadenas de suministro o de intermediación.

## Bibliografía

---

- Arias, C. y Castillo, E. (2011). «La Educación Para El Emprendimiento y Empresarismo Virtual: Potencialidades». *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. N.º 32 (febrero-mayo de 2011).
- Bacchiaga, A. y Borzaga, C. (2001). Social enterprises as incentive structures. *An Economic Analysis*. En C. Borzaga and J. Defourny. *The Emergence of Social Enterprises*. London, UK: Routledge.
- Cerda Gutiérrez, H. (2011). *Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Biblioteca Agropecuaria de Colombia.
- Cervantes, A. (2005). *Competitividad e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas mexicanas*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Defourny, J. (2001). Introduction. From third sector to social enterprise. En C. Borzaga and J. Defourny. *The emergence of social enterprise*. London, UK: Routledge.
- Defourny, J. (2004). *Social Enterprise in an Enlarged Europe: Concept and Realities*. Second Conference on Social Economy in the Central and Eastern European Countries: Social Entrepreneurship & Economic Efficiency. [en línea]. Disponible en: [www.emes.net](http://www.emes.net).
- Galera, G. y Borzaga, C. (2009). Social Enterprise: An evolution overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*, 5 (3), 210- 228.
- Handy, F., Ranade, B., & Kassam, M. (2007). To profit or not to profit: Women entrepreneurs in India. *Nonprofit Management and Leadership*, 17(4), 383-401.
- Henrique, D.C. y Da Cunha, S.K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., y Thurik, R. (2010). What Do We Know About Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research, *REPORT SERIES. Policy*.
- Laville, J. L. and Nyssens, M. (2001). The Social Enterprise, Towards a theoretical socioeconomic approach. En C. Borzaga and J. Defourny. *The emergence of social enterprise*. London, UK: Routledge.
- Leviner, N., Crutchfield, L. R., & Wells, D. (2007). Understanding the impact of social entrepreneurs: Ashoka's answer to the challenge of measuring effectiveness. *Research on Social Entrepreneurship and Contributing to an Emerging Field*, 89-103.

- Melián, A.; Campos, V. y Sanchis, J. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *Revesco*, 106, 150-172.
- McClelland, D.C. (1989). Estudio de la motivación humana. Madrid: Narcea.
- Martínez F. y Carmona, G. (2009). «Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas». *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación* (2009). Volumen 7, número 3.
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-242.
- Nyssens, M. (2006). Social Enterprise at the crossroads of market, public policy and civil society. En M. Nyssens. (Ed.). *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*. London and New York: Routledge.
- Romo, D., y G, Abdel. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Revista de comercio exterior*, 55(3), 200-214.
- Rubio, L., y V. Baz. (2005). El poder de la competitividad. Centro de Investigación para el Desarrollo. México: A.C. Fondo de cultura económica.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17, 32-47.
- Ruiz, M, Retolaza, J.L. y Mugarra, A. (2007): «Cláusulas Sociales y mercados tutelados: herramientas para la competitividad de las empresas de inserción». CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 59, octubre, pp. 123-151.
- Salinas, F. y Rubio, M.J. (2001). Tendencias en la evolución de las organizaciones no lucrativas hacia la empresa social. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37, 79-116.
- Spear, R. and Bidet, E. (2005). Social enterprise for work integration in 12 European countries: a descriptive analysis. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 76, 195-231.
- Vidal, I. (2001). Spain: Social enterprises as a response to employment policy failure. In C. Borzaga and J. Defourny. *The Emergence of Social Enterprises*. London, UK: Routledge.
- Villajos, E. y Sanchis, J. (2013). Las empresas sociales y el management social. *Gezki*, 10, 189-216.

---

# **ANÁLISIS DE LA OFERTA ACADÉMICA EN EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SUR DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE FRENTE AL POTENCIAL PRODUCTIVO DE LA REGIÓN Y LA VOCACIÓN DE SUS HABITANTES**

---



# ANALYSIS OF THE ACADEMIC OFFER IN HIGHER EDUCATION IN THE SOUTH OF THE DEPARTMENT OF SUCRE IN RELATION TO THE PRODUCTIVE POTENTIAL OF THE REGION AND THE VOCATION OF ITS INHABITANTS



**Amalio Segundo Otero Tapia<sup>56</sup>**

**Julio César Sánchez Sánchez<sup>57</sup>**

**Luis Alejandro Forero Barón<sup>58</sup>**

**Roy Antonio Castillo Giraldo<sup>59</sup>**

**Zuyin Chiquinquirá Lima Hernández<sup>60</sup>**

- 56 Mg en Administración de Organizaciones UNAD Colombia, Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Transversal 45 # 44A – 221. Cartagena-Bolívar. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0142-0344>  
Correo electrónico: Amalio.otero@unad.edu.co
- 57 Magíster en Administración Universidad Tecnológica De Bolívar, Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Transversal 45 # 44A – 221. Cartagena-Bolívar ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4836-1473>  
Correo electrónico: julio.sanchez@unad.edu.co
- 58 Magíster en Diseño y Gestión de Proyectos Universidad Internacional de La Rioja Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD Calle 14 sur No. 14-23. Bogotá – Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8556-5419>  
Correo electrónico: luisa.forero@unad.edu.co
- 59 Especialista en Revisoría Fiscal y Contraloría Universidad De Cartagena. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Transversal 45 # 44A – 221. Cartagena-Bolívar ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3678-0371>  
Correo electrónico: roy.castillo@unad.edu.co
- 60 Tecnólogo en Gestión de Mercados-SENA. Estudiante de Administración de empresas-UNAD. Transversal 45 # 44<sup>a</sup> – 221. Cartagena-Bolívar ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0552-3778>  
Correo electrónico: zclimah@unadvirtual.edu.co



## RESUMEN

La investigación buscaba analizar la oferta académica presentada por las instituciones de educación superior - en adelante IES - presentes en el sur del departamento de Sucre en la región Caribe colombiana, contrastándola con el potencial productivo y la vocación de sus habitantes para saber que tanto aporta dicha oferta al desarrollo a partir de su labor como actores importantes y activos dentro del departamento, de esta manera, se pudo identificar el grado de pertinencia de la oferta de formación para desarrollar el potencial productivo de la región. La investigación constó de tres objetivos específicos que permitieron analizar las características y potencial productivo de la zona, la oferta académica creada para los municipios del sur del departamento de Sucre y la pertinencia desde la perspectiva de habitantes y líderes, expertos académicos y empresarios. Se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativa y cualitativa de enfoque descriptivo en el que se identifican características del problema de estudio y se describen para su estudio. Finalmente se logra establecer que la oferta académica en el departamento de Sucre no satisface las necesidades del potencial productivo, lo que lleva a un desarrollo productivo paulatino en uno de los departamentos con mayor potencial agro del país.

**Palabras clave:** calidad de la educación; pertinencia de la educación, enseñanza centrada en el rendimiento, eficiencia de la educación.





## ABSTRACT

The research sought to analyze the academic offer presented by the higher education institutions - hereinafter IES - present in the south of the department of Sucre in the Colombian Caribbean region, contrasting it with the productive potential and the vocation of its inhabitants to know how much this offer contributes to the development from their work as important and active actors within the department, in this way, it was possible to identify the degree of relevance of the training offer to develop the productive potential of the region. The research consisted of three specific objectives that made it possible to analyze the characteristics and productive potential of the area, the current academic offer and the belonging from the perspective of inhabitants and leaders, academic experts and businessmen. A quantitative and qualitative research of descriptive approach was carried out in which characteristics of the study problem are identified and described for its study. Finally, it is established that the academic offer in the department of Sucre does not meet the needs of the productive potential, which leads to a gradual productive development in one of the departments with the greatest agricultural potential in the country.

**Keywords:** Quality of education; relevance of education; performance-centered teaching; efficiency of education.



## Desarrollo de la ponencia

---

Se llevó a cabo un estudio con el propósito general de analizar la oferta académica de educación superior presente en el sur del departamento de Sucre en la región Caribe colombiana, contrastándola con el potencial productivo y la vocación de sus habitantes. De manera específica se llevó a cabo una caracterización del potencial productivo del departamento, identificación de la oferta académica de las IES en el departamento, y estudio de la percepción de expertos empresarios y académicos sobre la pertinencia de la oferta académica en el desarrollo.

Para el alcance de los objetivos se planteó una investigación de tipo cuantitativa y cualitativa, de enfoque descriptivo en la que se busca establecer el potencial productivo del Sur de Sucre, además tener una contextualización general de la oferta educativa en la zona y su pertinencia con las necesidades que se experimentan en el sector para garantizar su desarrollo producto agroindustrial.

El presente trabajo se realiza en el sur del Departamento de Sucre en el Caribe colombiano, en las subregiones de San Jorge y La Mojana, integrada por Caimito, Guaranda, La Unión, Majagual, San Marcos, San Benito Abad, y Sucre, los cuales tienen una común localización geográfica y comparten suelos de alta fertilidad que permite la diversidad en la producción alimentaria, pero también pobre infraestructura vial y poco acceso a la educación y formación que le permita un desarrollo adecuado y acorde con sus características y potencialidades

## Discusión

---

De manera preliminar se pueden establecer dos premisas puntuales. En primera instancia, la zona sur del departamento de Sucre, de acuerdo con los reportes de entidades como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), puede reconocerse como una zona de alto potencial ganadero, sus características geográficas y climáticas ayudan a la cría de bovinos de alta calidad, además de que cuenta con territorio suficiente para tener a los animales; en ese sentido la zona tenía como principal actividad la ganadería y se pueden destacar cifras también aportadas por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA con una producción de ganado vacuno 65%, carneros 9%, asnos 3%, ganado equino 8% y ganado porcino 15%(Instituto Colombiano Agropecuario-Ica, 2020).

En segunda instancia se tiene la oferta de educación superior en la región, es importante tener en cuenta que la población que cada año egresa de la educación media, encuentran como principal barrera para iniciar el proceso de estudios de educación superior, la falta de recursos económicos para pagar los semestres de la universidad, el transporte o la pensión en las principales ciudades donde se encuentran las instituciones, por lo que a nivel nacional se han llevado a cabo diferentes estrategias para llevar la educación a los lugares de menor oportunidad. En la zona sur de Sucre se evidencia una predominancia de licenciaturas en la oferta, solo se cuenta con el programa de tecnología en gestión empresarial, sin embargo, no está activo el programa en la actualidad.

La pertinencia de la oferta académica en el departamento de Sucre puede ser fácilmente evaluada por los actores que interactúan en el ámbito productivo, para el caso serían los habitantes y líderes del departamento que se encargan de llevar a cabo las actividades productivas, por otro lado, se tiene a los expertos académicos que desarrollan los procesos de formación de los profesionales en el departamento y conocen el potencial productivo, finalmente se tienen a los empresarios, que conocen los mercados, las necesidades del consumidor y el talento humano necesario para llevar a cabo las actividades productivas de manera adecuada.

Desde la óptica de estos actores se ha podido determinar que la oferta educativa del departamento de Sucre no es pertinente porque no está formando el talento humano requerido para desarrollar las actividades que corresponden a las potencialidades. Así las cosas, la economía se encuentra estancada, lo que hace al departamento uno de los más pobres del país aun por encima de ser uno de los más fértiles.

## Bibliografía

---

Aguilera Diaz, M. (2005). *BANCO DE LA REPÚBLICA*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2020, de ECONOMIA DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE: [https://www.banrep.gov.co/docum/Lectura\\_finanzas/pdf/DTSER-63-VE.pdf](https://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-63-VE.pdf)

Dussán, C., Ruíz, F., Tamayo, O., & Montoya, D. (2017). Perspectiva de los empleados sobre la pertinencia académica de los programas de pregrado de la universidad. *Revista Latinoamericana de estudios educativos*, 30-48.

- Flores, V., Terán, D., & Pérez, M. (2017). Estudio de pertinencia de las carreras administrativas de la Universidad Metropolitana, Sede Machala. *Revista Dilemas Contemporáneos*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de LA EDUCACION EN COLOMBIA: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356787\\_recurso\\_1.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356787_recurso_1.pdf)
- Florez, J., & Pernia, F. (2018). Tendencias globales que marcan el desarrollo de la educación superior en el Ecuador: pertinencia, regionalización y expansión de la oferta. *Scielo*, 217-239.
- Gajardo, M. (2014). *Educación y desarrollo rural en América Latina: reinstalando un campo olvidado de las políticas educativas*. Perú: Ministerio de Educación del Perú.
- Gobernación de Sucre. (2020). *Nuestro Departamento*. Recuperado el 30 de septiembre de 2020, de Portal Web: <http://www.sucre.gov.co/departamento/nuestro-departamento>
- ICA. (22 de Enero de 2015). *Trashumancia: la salvación de los ganaderos en Sucre*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020, de Trashumancia: la salvación de los ganaderos en Sucre: <https://www.elheraldo.co/sucre/trashumancia-la-salvacion-de-los-ganaderos-en-sucre-181404>
- ICA. (2020). *Censo Pecuario Nacional*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2020, de Censo Pecuario Nacional: <https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/epidemiologia-veterinaria/censos-2016/censo-2018.aspx>
- MINEDUCACION. (2016). *Revisión de las políticas nacionales de educación*. Bogotá: OCDE. Recuperado el 16 de julio de 2020, de Revisión de las políticas nacionales de educación: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356787\\_recurso\\_1.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356787_recurso_1.pdf)
- MINISTERIO DE EDUCACION. (2020). *SNIES*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2020, de Consulta por programas: <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/programas>
- Nogueiras Mascareñas, L. (1996). *La práctica y la teoría del desarrollo comunitario: Descripción de un modelo*. Madrid: NARCEA S.A.
- Porzecanski, T. (1983). *Desarrollo de comunidades y subculturas*. Buenos Aires: Humanitas.

TERRIDATA DNP. (2020). *Fichas y tableros*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2020, de Fichas y tableros: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles>

UNTERM. (2014). *Community development*. Recuperado el 13 de Agosto de 2017, de Portal: <http://unterm.un.org/DGAACS/unterm.nsf/8fa942046ff7601c85256983007ca-4d8/526c2eaba978f007852569fd00036819?OpenDocument>

Ware, C. (1986). *Estudio de la comunidad*. Boston, Massachusetts: Humanitas.



**Fuente:** <https://revistaeducacionvirtual.com/>

---

# CONSIDERACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS DEL CONTEXTO AMBIENTAL Y SOCIAL DEL SECTOR CAFETERO EN COLOMBIA- MEMORIA

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 21.

# THEORETICAL AND METHODOLOGICAL CONSIDERATIONS OF THE ENVIRONMENTAL AND SOCIAL CONTEXT OF THE COFFEE SECTOR IN COLOMBIA MEMORY



**Julio Cesar Montoya Rendón<sup>61</sup>**

**Henry Hurtado Bolaños<sup>62</sup>**

61 Magíster en Administración, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Administrador de Empresas, investigador con diferentes publicaciones.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1170-9296>

Correo electrónico: juliocesarmr@gmail.com

62 Profesor Escuela de Ciencias Administrativas, Económicas, Contables y de Negocios, Administrador de Empresas, Licenciado en Matemáticas, Especialista en Administración de Salud, Magíster en Ciencias de la Organización. Investigador grupo ILAMA.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8468-1867>

Correo electrónico: henry.bolanos@unad.edu.co



## RESUMEN

El presente trabajo trata los aspectos ambientales y sociales del sector cafetero en Colombia. Los aspectos ambientales a tener en cuenta son: aire, suelo, agua, recursos naturales no renovables y cambio climático. Los aspectos sociales a tener en cuenta son: trabajo, condiciones laborales, salud, seguridad de la comunidad, educación, bienestar social, equidad de género, patrimonio cultural, desplazamiento y participación de la comunidad.

En el presente trabajo, se propone realizar una exploración de fuente secundaria sobre la incidencia que tiene el cultivo del café en los aspectos social y ambiental. También, se consideran unas metodologías para medir el impacto social y ambiental, aspectos que se tendrán en cuenta en etapas más avanzadas de este proyecto de investigación.

Concretamente, en el presente trabajo, se describen aspectos sociales como: Comercio justo, elementos sociales clave, equidad de género. Con respecto a los aspectos ambientales se hacen alusión a la contaminación del agua, residuos, biodiversidad y paisaje.

**Palabras clave:** contexto ambiental; contexto social; sector cafetero.

## ABSTRACT

This work deals with the environmental and social aspects of the coffee sector in Colombia. The environmental aspects to take into account are: air, soil, water, non-renewable natural resources and climate change. The social aspects to take into account are: work, working conditions, health, community safety, education, social welfare, gender equity, cultural heritage, displacement and community participation.

In the present work, it is proposed to carry out a secondary source exploration on the impact that coffee cultivation has on social and environmental aspects. Also, some methodologies are considered to measure the social and environmental impact, aspects that will be taken into account in more advanced stages of this research project.



Specifically, in this work, social aspects are described such as: Fair trade, key social elements, gender equity. With regard to environmental aspects, allusion is made to the pollution of water, waste, biodiversity and landscape.

**Keywords:** Environmental context, social context; coffee sector.

## Desarrollo de la ponencia

---

En el presente trabajo, se propone realizar una exploración de fuente secundaria sobre la incidencia que tiene el cultivo del café en los aspectos social y ambiental. También, se consideran unas metodologías para medir el impacto social y ambiental, aspectos que se tendrán en cuenta en etapas más avanzadas de este proyecto de investigación.

## Conclusiones

---

Los estudios de aspectos sociales y ambientales del sector caficultor brindan información pertinente para la toma de decisiones y el diseño de políticas tendientes a mejorar el contexto cafetero en sus aspectos sociales y ambientales. Lo que motiva a que los caficultores incursionen en modelos de producción sostenibles, lo que los hace más atractivos en los mercados internacionales que cada vez demandan más con respecto a la producción limpia y justa, de tal manera que cada eslabón de la cadena de producción y comercialización aporte valor a todos los actores involucrados y especialmente a la sociedad y al ambiente. Es de esperarse que los actores que más lucro sacan de esta industria, como son las multinacionales dedicadas a su procesamiento, etiquetado y comercialización, den la participación que por derecho les corresponde a los agricultores.

Lo anterior, debe redundar en la calidad de la información sobre cómo se produce el café, permitiendo identificar los aspectos más sensibles que tienen que ver con la producción de café como: calidad del producto, inocuidad, productividad, respecto al medio ambiente y mejoramiento en la calidad de vida de los actores.

## Bibliografía

---

- Barros, J. (2019) Café con aroma a bosque. Tomado de <https://semanarural.com/web/articulo/caficultores-de-risaralda-y-cauca-le-apuestan-a-la-siembra-de-arboles-para-obtener-mejores-cosechas/964>
- Cardona, C. (2017) Análisis de la equidad de género en el sector café en Colombia - Voces de cafeteros hombres y mujeres y sus organizaciones. Tomado de [https://comerciosostenible.org/sites/default/files/archivosSDL/analisis-equidad-genero\\_sector-cafe-colombia.pdf](https://comerciosostenible.org/sites/default/files/archivosSDL/analisis-equidad-genero_sector-cafe-colombia.pdf)
- COMPES (2014) Política para la preservación del paisaje cultural cafetero de Colombia - 3803. <http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/Conpes1.pdf>
- Corantioquia (2016) Manual de gestión del recurso hídrico. [https://www.corantioquia.gov.co/SiteAssets/PDF/Gesti%C3%B3n%20ambiental/Producci%C3%B3n%20y%20Consumo%20Sostenible/Manuales\\_GIRH/Cafetero.pdf](https://www.corantioquia.gov.co/SiteAssets/PDF/Gesti%C3%B3n%20ambiental/Producci%C3%B3n%20y%20Consumo%20Sostenible/Manuales_GIRH/Cafetero.pdf)
- Deutsche Welle (2021) Suiza gana más dinero con el café que Colombia. ¿Cómo es posible? <https://www.youtube.com/watch?v=LRmCnQXO1Xw>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (FNC) Eje ambiental – página web. <https://federaciondecafeteros.org/wp/sostenibilidad/eje-ambiental/>
- Fernández, Y. Sotto, K. Vargas, L. (2020). Impactos ambientales de la producción del café, y el aprovechamiento sustentable de los residuos generados. vol.15, n.1, pp.93-110. Epub Nov 20, 2020. ISSN 1909-0455. <https://doi.org/10.22507/pml.v15n1a7>. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-04552020000100093#B36](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-04552020000100093#B36)
- Garmendia, A. Alcaide, A. Crespo, C. Garmendia, S. (2005) Evaluación del impacto ambiental. Editorial Pearson Educación, S.A., Madrid.
- ICONTEC INTERNACIONAL (2015) ISO 14001- 2015 Sistema de gestión ambiental – Requisitos con orientación para su uso. [https://informacion.unad.edu.co/images/control\\_interno/NTC\\_ISO\\_14001\\_2015.pdf](https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf)

- ISO (2010) ISO 26000 Responsabilidad social. [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- Mendoza, K. (2018) Posibilidades que brindan las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial al sector cafetero colombiano, desde una perspectiva ambiental. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/20603>
- OCDE (2001) Indicadores medioambientales para la agricultura. <https://www.oecd.org/env/consumption-innovation/1960514.pdf>
- Pérez, M. (2021) Fairtrade consigue precios decentes para los productores de Café. [https://preview.sellocomerciojusto.org/news/es\\_ES/2021/07/28/0001/fairtrade-consigue-precios-decentes-para-los-productores-de-cafe](https://preview.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2021/07/28/0001/fairtrade-consigue-precios-decentes-para-los-productores-de-cafe)
- Ramírez, C. (2016) La producción de café de alta calidad y los impactos generados en el ámbito social, ambiental y económico en Colombia. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17517/12279824.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, C. (2016) La produccionproducción de café de alta calidad y los impactos generados en el ámbito social, ambiental y económico en Colombia. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17517/12279824.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robin, S. (s.f.) Herramientas de medición del impacto social. Tomado de [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social\\_M%C3%B3dulo1.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social_M%C3%B3dulo1.pdf)
- SENER (s.f.) Metodología para la evaluación del impacto social. Tomado de [https://energypedia.info/images/7/72/GIZ\\_Metodologia\\_Evaluaci%C3%B3n\\_Impacto\\_Social\\_2016.pdf](https://energypedia.info/images/7/72/GIZ_Metodologia_Evaluaci%C3%B3n_Impacto_Social_2016.pdf)
- Varias organizaciones (2019) Huella ambiental del café en Colombia – Documento guía. <http://www.andi.com.co/Uploads/HUELLA%20AMBIENTAL%20%20DEL%20CAF%C3%89%20EN%20COLOMBIA.pdf>

---

# EVALUACIÓN DE LOS DETERMINANTES DE LA CALIDAD DEL EMPLEO EN LA CIUDAD DE NEIVA

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 22.

# ASSESSMENT OF THE DETERMINANTS OF JOB QUALITY IN THE CITY OF NEIVA



**Dagoberto Valencia Ortiz**<sup>63</sup>

**Juan David Pulido Vargas**<sup>64</sup>

**Libardo Trujillo Torres**<sup>65</sup>

63 Magíster en Economía, Economista. Docente UNAD. Investigador del grupo Cananguchales, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1904-6650>  
Correo electrónico: dagoberto.valencia@unad.edu.co

64 Magíster en Economía, Economista. Docente UNAD. Investigador del grupo Cananguchales, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9483-4345>.

65 Correo electrónico: [juan.pulido@unad.edu.co](mailto:juan.pulido@unad.edu.co).  
Magíster en Economía, Magíster en Contratación Pública. Economista. Docente UNAD. Investigador del grupo Cananguchales, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6928-8397>  
Correo electrónico: [libardo.trujillo@unad.edu.co](mailto:libardo.trujillo@unad.edu.co)



## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es la determinación de las variables que inciden en la calidad de empleo en la ciudad de Neiva. Para tal fin, se plantea una metodología de enfoque mixto que permita analizar los comportamientos de las variables del mercado laboral que capturan las encuestas del DANE, y la generación de instrumentos propios como encuestas y entrevistas a los actores laborales municipales para la generación de cruces de información que permitan un análisis más completo y minucioso.

Los resultados de la propuesta de investigación permitirán el diseño de políticas públicas que propendan por la generación de empleo de calidad y con un nivel de estabilidad que permita encaminar a la ciudad en un modelo de desarrollo endógeno capaz de incrementar productividad a las empresas y redundar en bienestar social

**Palabras clave:** calidad de empleo; desempleo; desarrollo endógeno; determinantes.

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the variables that affect the quality of employment in the city of Neiva. To this end, a mixed approach methodology is proposed that allows analyzing the behavior of the labor market variables captured by DANE surveys, and the generation of its own instruments such as surveys and interviews with municipal labor actors for the generation of crossings of information that allows a more complete and detailed analysis.

The results of the research proposal will allow the design of public policies that promote the generation of quality employment and with a level of stability that allows the city to move towards an endogenous development model capable of increasing productivity in companies and resulting in social welfare.



**Keywords:** Quality of employment; unemployment; endogenous development; determinants.

## Desarrollo de la ponencia

---

### *Introducción*

En la actualidad el mundo atraviesa por una preocupante situación de pandemia que ha cobrado no solo las vidas de miles de personas, sino que también ha traído consecuencias devastadoras para las economías domésticas, obligando a los gobiernos a la implementación de estrategias que propendan por la conservación y preservación de la vida, llevando a la población a un confinamiento obligatorio por varios meses incluso. Este panorama de confinamiento ha generado que las dinámicas económicas se vean afectadas, reduciendo la producción, el empleo de factores, la movilidad de personas y en últimas imposibilitando la consecución de la meta de crecimiento económico proyectada para el 2020 (Chiatchoua, Lozano & Durán, 2020)

A nivel departamental se evidencia según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) una baja participación dentro del total de la producción nacional la cual es del 2% del PIB nacional para el año 2019. En esa misma vía los sectores que mayor crecimiento han tenido son los de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, el sector público y de defensa y el comercio en general, principalmente el informal.

Por otro lado, se puede destacar que la principal preocupación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es la búsqueda de la erradicación de la pobreza en todas sus dimensiones, entendiendo que uno de los principales objetivos que plantea el programa es la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad. El presente trabajo de investigación pretende la identificación de las principales causas que inciden en la calidad de empleo en la ciudad y la generación de políticas públicas que propende por

la activación de dinámicas económicas que redunde en el crecimiento y desarrollo endógeno del territorio analizado.

Finalmente, desde el enfoque de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia la presente investigación es pertinente, puesto que está soportada en la línea de investigación desarrollo sostenible y competitividad, en la sublínea desarrollo endógeno y en los temas de investigación centrales del grupo de investigación CANANGUCHALES y de la escuela ECACEN. A su vez, el proyecto representará una alternativa de análisis desde el mercado laboral y permitirá el diseño de estrategias regionales, así como la visualización de la universidad en la región como dinamizador de contextos.

## Resultados

---

La investigación se encuentra en curso, por tanto, el documento contiene el planteamiento de la problemática y realiza una revisión documental que permite identificar los referentes teóricos y contextuales que dan cuenta de dicha problemática. Los principales resultados esperados, están asociados a la obtención de una evaluación oportuna de los determinantes de la calidad del empleo para la ciudad de Neiva y la generación de insumos para la formulación de política que redunde en un incremento en la tasa y calidad de la empleabilidad en la ciudad.

## Conclusiones

---

En primer lugar, es importante identificar la tasa de desempleo de la ciudad de Neiva y su comportamiento frente al total nacional. En este indicador se logra constatar que Neiva representa para el 2021 el puesto número 6 en las principales ciudades con mayor desempleo en el país con una tasa de 18.4.

Por otro lado, esta ciudad presenta una de las mayores tasas de subempleo a nivel nacional caracterizándose por los altos niveles de informalidad y la precarización de las condiciones laborales. Así mismo, se pretende identificar el nivel de incidencia de aspectos como la cualificación de la mano de obra, los salarios, la experiencia, los niveles de sindicalización, los sectores económicos de los empleos, entre otros, como principales determinantes de la calidad del empleo en la ciudad.

Finalmente, se puede concluir que la ciudad de Neiva además de ser una de las ciudades con mayor tasa de desempleo a nivel nacional, presenta altas tasas de subempleo que evidencia el inconformismo con los empleos generados por parte de los ocupados. Así mismo, es importante resaltar que no hay estudios que permitan identificar los determinantes de la calidad del empleo en la ciudad y por ello esta investigación toma vigencia.

## Bibliografía

---

- Bustamante, C. y Arroyo, S. (2008). La raza como un determinante del acceso a un empleo de calidad: un estudio para Cali. *Ensayos sobre política económica*, 26(57), 130-175.
- Calderón, B. & Calderón, M. (2012). La calidad del empleo de las entidades de la economía social en periodo de crisis. *Revista Vasca de Economía*, 79 (01). 31-58. Recuperado de: <https://ideas.repec.org/a/ekz/ekonoz/2012103.html>
- Chacaltana, J. & Yamada, G. (2009). Calidad del empleo y productividad laboral en el Perú. Recuperado de: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/51423/1/613977726.pdf>
- Chiatchoua, C., Lozano, Carmen. & Durán, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del centro de Investigaciones de la Universidad de la Salle*, 14 (53), 265-290. Recuperado de: <http://doi.org/10.26457/recein.v14i53.2683>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). *Boletín Técnico. Principales indicadores del mercado laboral*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). *Mercado laboral. Neiva*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- División de análisis macroeconómico. (2020). Impacto de la pandemia covid-19 sobre el mercado laboral en Colombia: el papel del empleo en la recuperación económica. Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID). Universidad Nacional de Colombia.

- Ernst, C. & López, E. (2020). El Covid-19 y el mundo del trabajo en Argentina: impacto y respuestas de política. Organización Internacional del Trabajo (OIT). Recuperado de: <https://www.emcyasociados.com.ar/wp/wp-content/uploads/2020/03/El-COVID-19-y-el-mundo-del-trabajo-en-Argentina-OIT.pdf>
- Farné, S. (2003). Estudios sobre la calidad del empleo en Colombia. *Revista Estudios de economía laboral en países andinos*, 5.
- Farné, S. & Vergara, C. (2007). ¿Calidad del empleo: qué tan satisfechos están los colombianos con su trabajo? *Revista Coyuntura Social*, (36), 51-70. Recuperado de: <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/1747>
- Gittleman, M. & Howel, D. (1995). Changes in the structure and quality of jobs in the United States: Effects by race and gender, 1973-1990. *Industrial and Labor Relations Review*, 48 (3). 420-440.
- Gutierrez, M. (2014). Los enfoques filosóficos de generación del conocimiento y las apuestas metodológicas que exigen. Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://www.javeriana.edu.co/blogs/mlgutierrez/files/Enfoques-y-estrategias-de-investigación4.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw Hill Education. Sexta Edición.
- Lerma, H.D. (2009). Metodología de la Investigación. Propuesta, anteproyecto y proyecto. Ecoe Ediciones. Cuarta Edición.
- Llorente, R. (2020). Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: un análisis de los colectivos vulnerables. Serie documentos de trabajo. Instituto Universitario de análisis económico y social. Recuperado de: [http://www.iaes.es/uploads/2/0/8/6/20860996/dt\\_02\\_20.pdf](http://www.iaes.es/uploads/2/0/8/6/20860996/dt_02_20.pdf)
- López, H. (2007). ¿Por qué el desempleo en Ibagué ha sido tan alto? Ensayos sobre economía regional. Recuperado de: <https://ideas.repec.org/p/col/000103/013866.html>
- Maurizio, R (2020). Rotación ocupacional y calidad del empleo. *Desarrollo económico*, 60 (230), 27-58. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/pdf/26976098.pdf?refreqid=excelsior%3A684bd45e61d8faf8efcbe462730e4e5a>
- Mendoza, J.E. (2020). COVID-19 y el empleo en México: impacto inicial y pronósticos de corto plazo. *Contaduría y Administración*, 65 (4), Especial COVID-19, 2020, 1-18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7590711>
- México ¿cómo vamos? (2020). El impacto del COVID-19 sobre el empleo formal en

los estados. Recuperado de: <http://ru.economia.unam.mx/178/1/El%20impacto%20del%20covid-19%20sobre%20el%20empleo%20formal%20en%20los%20estados.pdf>

Mora, J. & Ulloa, M. (2011). Calidad del empleo en las principales ciudades colombianas y endogeneidad en la educación. *Revista de Economía Institucional*, 13 (25), 163-177. Recuperado de: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?ABSTRACT\\_id=2001014](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?ABSTRACT_id=2001014)

Organización Internacional del Trabajo, (2013). Informalidad, calidad del empleo, y segmentación laboral en Argentina. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/52478624.pdf>

Pineda, J. (2007). Calidad del empleo: comparaciones locales para Colombia. *El desarrollo: perspectivas y dimensiones. Aportes interdisciplinarios*.

Pérez, L., Sánchez, A. & Viñas, A. (2020). Calidad del empleo e igualdad de género. Una propuesta de medición y aplicación en España. *Regional and Sectorial Economic Studies*, 20 (1). Recuperado de: <https://www.usc.gal/economet/reviews/eers2016.pdf>

Posso, C. (2010). Calidad del empleo y segmentación laboral: un análisis para el mercado laboral colombiano 2001-2006. *Revista Desarrollo y Sociedad*, 191-234. Recuperado de: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.13043/dys.65.7>

Rosenthal, G. (1989). "More than wages at issue in job quality debate", *Monthly Labor Review*, 112 (12), 1989, pp. 4-8.

Sousa, V., Driessnack, M. & Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cualitativa. *Artículos de Actualización. Rev. Latino-Am. Enfermagem* 15 (3). <https://doi.org/10.1590/S0104-11692007000300022>

Verdera, F. (1995). Propuestas de redefinición de la medición del subempleo y el desempleo y nuevos indicadores sobre la situación ocupacional en Lima. Documento de trabajo OIT 22.

---

# CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR A CAUSA DE UN “CISNE GRIS” EN COLOMBIA

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images-> <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 23.

# CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOR CAUSED BY A “GRAY SWAN” IN COLOMBIA



**Andrea del Pilar Barrera Ortegón<sup>66</sup>**

**Germán Fernando Medina Ricaurte<sup>67</sup>**

66 Este documento hace parte del proyecto de investigación PIE-023-2020 de la UNAD, titulado “Cambios en el comportamiento del consumidor a partir de la ocurrencia de un cisne negro”.

Administradora de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia, Estudiante Doctorado en Administración Universidad de Celaya, Magíster en Administración de Instituto Tecnológico de Monterrey, Especialista en Ingeniería de procesos y Gestión de la Calidad de la Universidad EAN y Docente Asistente de la UNAD, Integrante del Grupo de Investigación FENIX, Investigador principal del proyecto PIE 023/2020 titulado Cambios en el comportamiento del consumidor a partir de la ocurrencia de un cisne negro. Par Académico del Ministerio de Educación Nacional, Experiencia en Dirección Académica Universitaria, director de Curso de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD- Correo electrónico: andrea.barrera@unad.edu.co.

67 Economista, Magíster en Administración de Organizaciones, Especialista en Gestión Pública, Especialista en Pedagogía para el desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Docente Asistente de carrera de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, integrante del grupo de investigación Fénix. Investigador principal del proyecto PIE 021/2020 titulado Impacto de las externalidades no económicas en la economía colombiana. Correo electrónico: german.medina@unad.edu.co



## RESUMEN

La pandemia declarada por el Covid 19 da inició a un cambio de paradigma para la sociedad, Colombia no ha sido ajena a este aspecto y un hecho que para una generación puede ser considerado como un cisne negro, pero que después de un análisis se convierte en un cisne gris que llega a transformar la vida y los comportamientos que se van asentando acorde con cómo se van desarrollando las medidas de asilamiento tomadas por el gobierno nacional. Este trabajo muestra un acercamiento a los cambios que han experimentado los consumidores colombianos en su comportamiento de compra a medida que la pandemia va avanzando, el trabajo se desarrolla a través de la revisión de fuentes secundarias y de los comportamientos observados, se establecen 4 estados o fases de comportamiento que responden a los niveles de asilamiento y guardan relación con la reacción que experimentan los consumidores.

**Palabras clave:** pandemia; comportamiento del consumidor, cisne negro; Covid 19; cisne gris.

## ABSTRACT

Pandemic declared by the Covid 19 initiates a paradigm shift for society, Colombia has not been immune to this and a fact that a generation can be considered a black swan, but after analysis becomes a gray swan that manages to transform life and the behaviors that are settling according to how the isolation measures taken by the national government are developing. This paper shows an approach to the changes that Colombian consumers have experienced in their buying behavior as the pandemic progresses, the work is developed through the review of secondary sources and the observed behaviors, 4 states are established o behavioral phases that respond to isolation levels and are related to the reaction experienced by consumers.

**Keywords:** Pandemic; Consumer Behavior, Black Swan; Covid 19; Gray Swan.



## Desarrollo de la ponencia

---

La realidad que vivimos ha sufrido una transformación que inicia a partir de la aparición del Covid19 en china a finales de 2019, el virus presenta un índice de contagio superior al virus de la gripa común y unas características que generan un impacto significativo para la humanidad, en tal sentido, los diferentes gobiernos del mundo han desarrollado medidas para evitar la propagación del contagio, como el asilamiento obligatorio que a su vez impacta en la disminución de la actividades económicas (El Tiempo, 2020)

En Colombia se cuenta con una total de 4.931.563 casos confirmados y con una tasa de mortalidad 0.3% de acuerdo con los datos de la universidad de John Hopkins, en este sentido se plantea retos interesantes, a partir de la implicación de convivir con el virus y de qué manera el ser humano y el consumidor asume estos cambios y esta nueva situación. la satisfacción de las necesidades de los consumidores se ve matizada por la situación que influirán en su comportamiento y en la conformación de su canasta.

## Resultados

---

Teniendo en cuenta el establecimiento de la pandemia y los confinamientos se establecieron 5 estados de comportamiento del consumidor frente a las medidas de asilamiento presentadas por la pandemia a partir de lo cual se modela un comportamiento de consumidor descritos a continuación:

- **Precaución:** Se percibe el problema, en contexto lejano, se presta atención, pero no es definitorio para el cambio de comportamiento.
- **Alerta:** Se enfrenta una situación de peligro y pérdida de control, se asumen comportamientos de sobrevivencia que permitan generar seguridad en medio de la incertidumbre.

- **Acomodación:** Se establece una adecuación partiendo del aprendizaje, inclusión de nuevos hábitos.
- **Adaptación:** Se vive una nueva situación, se asientan los nuevos comportamientos y hábitos en la cotidianidad.
- **Reactivación:** esta tiene que ver con la reactivación económica en relación con experimentar la nueva realidad y vivir en un nuevo contexto.

## Conclusiones

---

El proceso de observación ha permitido establecer que se han modificado hábitos en la forma de consumir, y que de acuerdo con el impacto psicológico que la pandemia dejó en cada individuo se acentúan algunos hábitos dentro de los que se han podido identificar como previsivos, derrochadores, equilibrados y desafiantes, características que se establecen a partir de la afectación que ha tenido en su vida la pandemia

En el evento de que se presente un cisne gris es uno de los ejes más relevantes, ya que mediante esta se va dinamizando el conocimiento, el reconocimiento de la realidad, el entorno, el contexto en que vivimos, y mediante los métodos de investigación, los podemos reconocer y documentar, de ahí la importancia de la investigación cualitativa.

La ciencia evoluciona, así como sus métodos, de ahí la importancia de conocer cómo se desarrolla la investigación cualitativa, en procesos como el impacto que tiene el COVID-19 en el comportamiento del consumo, con el fin de realizar unos procesos analíticos acordes con la realidad a observar.

## Bibliografía

---

Aaker, D. A. K., Day, V. I., y George, S. (2001) Investigación de mercados. Limusa

Amalia, P., Milhaela, D., & Ionut. P. (2012). From Market orientation to the community orientation for an open public administration: a conceptual framework. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 62,871-875. <https://www.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.146>

- Barreto, I., Velandia-Morales, A. y Rincón, J. (2011). Estrategias metodológicas para el análisis de datos textuales: aplicaciones en psicología del consumidor. *Suma Psicológica*, 18(2), 7-15.
- Briones, Guillermo. (1981). *Métodos y Técnicas de investigación para las ciencias sociales. La formulación de problemas de investigación social*. Uniandes. Bogotá.
- Casco, A. R. (2020). Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. *Innovare: Revista de ciencia y tecnología*, 9(2), 98-105.
- Caprariello, P.A., & Reis, H.T. 2013. To do, to have, or to share? Valuing experiences over material possessions depends on the involvement of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 199-215. <https://bit.ly/30jZdjX>
- Cazau Pablo, (2006) *Introducción a La Investigación en Ciencias Sociales Tercera Edición*. Buenos Aires.
- Chu, C. (2018). Psychological Ownership in Hoarding. In J. Peck & S. B. Shu (Eds.), *Psychological Ownership and Consumer Behavior*. New York: Springer.
- DANE. (2020). Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Fecha de consulta 20 de enero de 2021. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>
- El Tiempo. (13 de marzo de 2020). Prensa china asegura que primer caso de coronavirus fue en noviembre. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/mundo/asia/primer-contagio-de-covid-19-en-china-fue-en-noviembre-segun-prensa-472466>
- Gómez, G. (25 de marzo de 2020). A cuidarnos todos: empieza el vital aislamiento preventivo en Colombia. La FM. Recuperado de <https://www.lafm.com.co/colombia/cuidarnos-todos-empieza-el-vital-aislamiento-preventivo-en-colombia>
- Hamilton, W., Mittal, C., Shah, A., Thompson, D.V., & Griskevicius, V. (2019). How financial constraints influence consumer behavior: An integrative framework. *Journal of Consumer Psychology*, 29(2), 285-305. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1074>
- Hawkins, D. I., Best, R. J. y Coney, K. A. (2004). “Comportamiento del consumidor: Construyendo Estrategias de Marketing”. (9ª Edición). México: Editorial McGraw Hill Interamericana
- Hernández Sampieri, Fernández, Baptista (2014) *Metodología de la Investigación*. Segunda edición McGraw Hill México.

- Henríquez Fuentes, G. R., Rada Llanos, J. Á., y Jassir Uffre, E. (2016). Análisis del comportamiento del consumidor: medición cuantitativa del servicio en estudiantes de Administración de una universidad acreditada en Barranquilla. *Psicogente*, 19(36), 266–283.
- Jacoby, J. (1976): Consumer Psychology: an octennium. *Annual Review of Psychology*. Vol. 37, 331-358
- Katz, R., Jung, J., & Callorda, F. 2020. *El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19*. CAF. <https://bit.ly/3k3109F>
- Kirk, C. P., y Rifkin, L. S. (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 124-131.
- Kotler P; Keller K, (2012) Dirección de Marketing 14° ED. Addison-Wesley
- Li, D., & Atkinson, L. 2020. The role of psychological ownership in consumer happiness. *Journal of Consumer Marketing, ahead-of-print* (ahead-of-print). <https://bit.ly/2D2Ej01>
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993). "Consumer Behaviour: Concepts and Applications". New York: Editorial McGraw-Hill.
- McCARTHY, E. J., & Perreault, W. D. (1997). *Marketing*. McGraw-Hill.
- Muniady, R., Mamun, A.A., Permarupan, P.Y., Raihani, N., & Zainol, B. 2014. Factors Influencing Consumer Behavior: A Study among University Students in Malaysia. *Asian Social Science*
- Murphy, P. E., & Enis, B. M. (1986). Classifying products strategically. *Journal of Marketing*, 50(3), 24-42
- Mercado, K. E., Perez, C. B., Castro, L. A., & Macias, A. (2019). Estudio Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en Línea. *Información Tecnológica*, 30(1), 109–120. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.4067/S0718-07642019000100109>
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. A. y Quintanilla, I. (2006). "Comportamiento del Consumidor". Barcelona: Editorial UOC.
- Morales, A. y López, W. (2008). Investigación cualitativa y psicología del consumidor: alternativas de aplicación. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 26(2), 290-303.

- NC Solutions. (2020). Top Categories on March 12. *NCS COVID-19 Resources*. Recuperado de <https://www.ncsolutions.com/covid/top-cpg-categories-on-march-12/>
- Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247
- Rigoberto, C. A. (2020). efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. *INNOVARE REVISTA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 5.
- Ros, J. (2020). El coronavirus, los cisnes negros y los rinocerontes grises. *Mirabilia: electronic journal of antiquity and middle ages*, (30), 69-89.
- Sheth, J. (2020a). Impact of COVID-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280-283. <https://www.doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Séptima edición. Naucalpan de Juárez: Pearson
- Sánchez, D (2015) *comportamiento del consumidor en la búsqueda de información de precios on-line (tesis doctoral)* universidad autónoma de Madrid, España
- Sirkis, G. (2018). ¿Cómo son los consumidores argentinos? Medición de la conformación del yo y comparación con otras culturas. *Documentos de Trabajo*, (625), 1-30.
- Stanton, William J., (2007) *Fundamentos de Marketing*, 11va. Edición, Editorial McGraw Hill, Colorado.
- Taleb Nassim (2011) *El Cisne Negro. El impacto de lo altamente improbable*. Primera edición. Editorial Paidós.
- Wucker, M. (2016). *The gray rhino: How to recognize and act on the obvious dangers we ignore*. Macmillan.
- Zwanka, R. J., & Buff, C. 2020. COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of the Consumer Behavioral Shifts to Be Caused by the COVID-19 Pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, 0(0), 1-10. <https://bit.ly/33gbx6v>

---

**FORTALECIMIENTO DE  
CAPACIDADES PRODUCTIVAS  
DE ORGANIZACIONES DE  
VÍCTIMAS DEL CONFLICTO  
ARMADO EN PRODUCCIÓN  
Y COMERCIALIZACIÓN DE  
HUEVO COMERCIAL CON  
IMPLEMENTACIÓN DE  
FUENTES ALTERNATIVAS  
DE ALIMENTACIÓN,  
MUNICIPIO DE SAHAGÚN,  
DEPARTAMENTO  
DE CÓRDOBA**

---

# STRENGTHENING THE PRODUCTIVE CAPACITIES OF ORGANIZATIONS OF VICTIMS OF THE ARMED CONFLICT IN THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF COMMERCIAL EGGS WITH IMPLEMENTATION OF ALTERNATIVE SOURCES OF FOOD, MUNICIPALITY OF SAHAGÚN DEPARTMENT OF CORDOBA



**Lucía Margarita Salgado González<sup>68</sup>**

<sup>68</sup> Docente Ocasional TC de la UNAD. Profesión Administrador de Comercio Exterior, Especialista en Gerencia con Énfasis en Gestión Pública, MBA (UNAD Florida), Magíster en Administración de Organizaciones (UNAD). Docente desde el año 2010 de la UNAD, líder del semillero de investigación ECOSPROG. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2586-8389>. Correo electrónico: [lucia.salgado@unad.edu.co](mailto:lucia.salgado@unad.edu.co)



## RESUMEN

La presente investigación se desarrolla en el Municipio de Sahagún, departamento de Córdoba, para dar solución a la poca capacidad productiva y organizacional para la gestión de proyectos productivos que garanticen la seguridad alimentaria, la generación de ingresos y el mejoramiento de sus ingresos de la población víctima del conflicto armado; en este sentido el objetivo de la investigación es fortalecer las capacidades productivas y organizativas de las víctimas del conflicto armado de la Asociación de Víctimas Desplazadas del Conflicto Armado del Municipio de Sahagún, Córdoba – ASOVISAC, para el mejoramiento de las condiciones de vida.

Para cumplir con el objetivo de la investigación se abordan los temas de producción de especies menores (aves de corral), trabajo en equipo, emprendimiento, educación financiera y proyecto de vida, comercio digital. Como resultado se fortalecen las capacidades productivas en producción de especies menores (aves de corral) como un espacio de formación en temas relacionados con instalación, adecuación, nutrición y manejo para la producción de especies menores, educación financiera y proyecto de vida como herramientas agropecuarias de convivencia y reincorporación social, así como contribución a mejorar la calidad y cantidad de la alimentación de las familias de víctimas del conflicto armado pertenecientes a ASOVISAC.

**Palabras clave:** víctimas, Fortalecimiento, Producción, Organización, aves de corral.

## ABSTRACT

This research is carried out in the Municipality of Sahagún, department of Córdoba, to solve the little productive and organizational capacity for the management of productive projects that guarantee food security, income generation and improvement of the population's income victim of the armed conflict; In this sense, the objective of the research is to strengthen the productive and organizational capacities of the victims of the armed



conflict of the Association of Displaced Victims of the Armed Conflict of the Municipality of Sahagún, Córdoba - ASOVISAC, for the improvement of living conditions.

To fulfill the objective of the research, the issues of production of minor species (poultry), teamwork, entrepreneurship, financial education and life project, digital commerce are addressed. As a result, the productive capacities in the production of minor species (poultry) are strengthened as a training space on issues related to installation, adaptation, nutrition, and management to produce minor species, financial education and life project as agricultural tools of coexistence and social reintegration, as well as contribution to improving the quality and quantity of food for families of victims of the armed conflict belonging to ASOVISAC.

**Keywords:** Victims; Strengthening; Production; Organization; poultry.

## Desarrollo de la ponencia

---

El panorama que viven actualmente las familias víctimas del conflicto armado en el municipio de Sahagún, Departamento de Córdoba se ve reflejada en las pocas alternativas o buenas condiciones en la disposición de lo económico, social, político, ambiental y cultural, entre otros. Este aspecto ha tenido mucho impacto en las familias, ya que estas no cuentan con los ingresos suficientes para suplir todas sus necesidades básicas primarias. Otra problemática que está viviendo la comunidad de Víctimas del Conflicto Armado en el Municipio de Sahagún es la poca capacidad productiva y organizacional para la gestión de proyectos productivos que garanticen su seguridad alimentaria, la generación de ingresos y el mejoramiento de sus ingresos; frente a este panorama se hizo necesario la formulación de proyectos productivos para la población víctima con enfoque diferencial, para el desarrollo de la avicultura y la auto sostenibilidad.

Dando respuesta a esta problemática, se realiza el proyecto “Fortalecimiento de capacidades productivas de organizaciones de víctimas del conflicto armado en producción y comercialización de huevo comercial con implementación de fuentes alternativas de alimentación, municipio de Sahagún departamento de Córdoba”, para ello se realiza un diagnóstico a la comunidad de Víctimas del Conflicto Armado en el Municipio de Sahagún, realizando encuentros con líderes de la mesa municipal de víctimas para conocer su estado actual denotando poca organización y unidad de grupo, lo que imposibilita el acceso a proyectos o convocatorias, pero, a pesar del panorama que tienen las víctimas en un contexto general, sobresale un grupo de ellas que ha superado la situación y ha generado espacios de encuentro colectivo y, conformaron la Asociación de Víctimas desplazadas del Conflicto Armado del Municipio de Sahagún, Córdoba – ASOVISAC, conformado por 20 familias y cuyo representante Legal es el Señor Pedro Pablo Padilla, con el cual se hace el acercamiento para concertar e iniciar un proceso de empoderamiento para fortalecer sus capacidades productivas y organizativas en la producción y comercialización de huevo comercial para la garantía de su seguridad alimentaria y nutricional y la generación de empleo e ingresos para la familia. El fortalecimiento de las capacidades productivas permite a las familias víctimas del conflicto armado disminuir la inseguridad alimentaria y la generación de ingresos económicos extras con la venta del producto.

El objetivo general de la Investigación es fortalecer las capacidades productivas y organizativas de las familias víctimas del conflicto armado en el municipio de Sahagún, Córdoba. Los objetivos Específicos son: Realizar un diagnóstico participativo con la población víctima del conflicto armado perteneciente a ASOVISAC. Realizar proceso de capacitación para el fortalecimiento de las capacidades productivas y organizativas de ASOVISAC. Realizar la evaluación y seguimiento participativo del proceso y, Implementar un proceso productivo de especies menores (gallinas ponedoras) para la producción de huevos.

## Conclusiones

---

La investigación mediante el Modelo de Investigación Acción Participativa – IAP logró transformar las condiciones existentes de los miembros de ASOVISAC, partiendo de la premisa de la realización de intervenciones sobre problemáticas y demandas sociales específicas; mediante la realización de un proceso reflexivo permanente de la mano con las personas miembros de ASOVISAC, cuyos visionarios colectivos ayudaron a promover cambios y agregaron valor a la investigación.

Se tomó conciencia del compromiso que deben tener con el medio ambiente, mediante sistemas productivos que generen opciones de sostenibilidad ambiental mediante alternativas de alimentación para el mejoramiento de los procesos productivos y el mejoramiento de sus capacidades productivas.

Se generaron espacios para el emprendimiento con responsabilidad social y ambiental.

Se realizó el diagnóstico de los aspectos sociales y de capacidades productivas de las personas víctimas del conflicto armado del municipio de Sahagún con el fin de establecer la problemática involucrada en los aspectos relacionados con sus capacidades productivas.

El proyecto permitió la capacitación a un miembro de cada familia perteneciente a ASOVISAC, en los temas de producción de especies menores (aves de corral), trabajo en equipo, emprendimiento, contabilidad básica y costos, comercio digital. Los talleres realizados se hicieron de manera participativa donde las 20 personas fueron afianzando sus saberes para crear empresas para mejorar las condiciones de vida de las familias pertenecientes a ASOVISAC.

Se implementó un sistema productivo de gallinas ponedoras con sistemas alternativos de alimentación con suplementación con matarratón y bore, que suministrará el 90% de concentrado tipo industrial y el 10%, de alimento forrajero Bore y Matarratón; esto impactará en la reducción de los costos de producción por la disminución del consumo de concentrado y beneficiará al medio ambiente porque establecerá media hectárea en banco de forraje (Matarratón y Bore) que ayude a mejorar las condiciones del suelo, mediante la transformación del CO<sub>2</sub> y aumentará retención de humedad.



## Bibliografía

---

- Aguilera Díaz, M. (2014). Determinantes del desarrollo en la avicultura en Colombia: instituciones, organizaciones y tecnología
- Asamblea Departamental. Plan de Desarrollo del Departamento de Córdoba 2020 - 2023. “Ahora le Toca a Córdoba: Oportunidades, Bienestar y Seguridad”. Recuperado de [https://www.gobcordoba.micolombiadigital.gov.co/sites/gobcordoba/content/files/000057/2828\\_ordenanza-0009-plan-de-desarrollo-departamental--20202023--ahora-le-toca-a-cordoba--web.pdf](https://www.gobcordoba.micolombiadigital.gov.co/sites/gobcordoba/content/files/000057/2828_ordenanza-0009-plan-de-desarrollo-departamental--20202023--ahora-le-toca-a-cordoba--web.pdf)
- Cortez, L. Y. (2018). Efectividad, de los programas de emprendimiento y generación de ingresos para la población víctima del desplazamiento forzado en el municipio de Arauca. *Revista Interfaces*, 1(1), 25-45. file:///C:/Users/USER/Downloads/3674-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6067-1-10-20181029%20(1).pdf
- Giraldo, O. F. (2016). Seguridad alimentaria y producción pecuaria campesina: el caso de la localidad rural de Sumapaz, (January 2008), Págs.1-7.
- Gómez Cardona, L. A., & Motta Jaramillo, A. F. Mecanismos para la generación de ingresos de las víctimas de conflicto armado contemplados en la Política Pública para la atención y reparación integral, para el periodo 2013-2015 en el Bajo Cauca Antioqueño.
- Solarte, C. M. S. (2021). Contribución del emprendimiento a la inclusión laboral de las víctimas del desplazamiento forzado en Colombia. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 12(1), 10-14.
- Velásquez G, J. A. (2013). El emprendimiento en la teoría económica. Universidad Metro Polítana, Caracas-Venezuela. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/297816205\\_EL\\_EMPRENDIMIENTO\\_EN\\_LA\\_TEORIA\\_ECONOMICA](https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_LA_TEORIA_ECONOMICA).

**Se generaron espacios para el emprendimiento  
con responsabilidad social y ambiental.**



# ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO COMERCIAL Y ORGANIZACIONAL PARA MICROEMPRESAS DEL CORREGIMIENTO DE LA FLORIDA EN EL MUNICIPIO DE PEREIRA EN ÉPOCA DE PANDEMIA POR COVID-19

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 25.

# COMMERCIAL AND ORGANIZATIONAL STRENGTHENING ALTERNATIVES FOR MICRO-ENTERPRISES OF THE CORREGIME OF FLORIDA IN THE MUNICIPALITY OF PEREIRA IN A TIME OF PANDEMIC BY COVID-19



**Azucena María García Cruz<sup>69</sup>**

**Humberto Bedoya<sup>70</sup>**

**Dioselina Mosquera<sup>71</sup>**

69 Investigador principal

70 Coinvestigador

71 Estudiante semillero



## RESUMEN

La siguiente investigación tiene como objetivo proponer alternativas de fortalecimiento en la dinámica organizacional y comercial a las microempresas del Corregimiento de La Florida en el Municipio de Pereira frente a los desafíos ocasionados por la pandemia del COVID-19. Materiales y Métodos: Se aplicará la metodología BUNT, en dos fases: En Fase 1 se realizará identificación de las microempresas del Corregimiento de La Florida; en Fase 2 se hará un diagnóstico de las microempresas, para obtener un análisis general de la Microempresa sobre los aspectos comerciales y organizacionales en que se encuentran. Resultados: En lo organizacional 11(69%) no utilizan manual de funciones y en lo comercial no utilizan estrategias de mercadeo 10 microempresas que corresponden a /62.5%). Conclusiones: En aspectos organizacionales son escasas las microempresas que utilizan manuales de funciones y en estrategias de mercadeo es muy significativo comercialmente el no uso de estas prácticas de mercadeo.

**Palabras clave:** microempresa; innovación; emprendimiento; desarrollo social; enfoque económico.

## ABSTRACT

Micro-enterprises for their ability to generate employment and income, contributing to the national and world productive apparatus, boosting economic activity. Organizations can make use of innovation as a key strategy to propose alternatives to strengthen the organizational and commercial dynamics of micro-enterprises in the Township of La Florida in the Municipality of Pereira in the face of the challenges caused by the COVID-19 pandemic. Materials and Methods: The BUNT methodology will be applied in two phases: In Phase 1, the identification of the micro-enterprises of the Florida Township will be carried out; In Phase 2, a diagnosis of the microenterprises is carried out, in order to obtain a general and specific analysis of the Microenterprise on the commercial and organizational aspects in which they are found. Results: Organizationally, 11 (69%) do not use a function manual and commercially, 10 micro-enterprises do not use marketing strategies, corresponding to /62.5%). Conclusions: In or-



ganizational aspects, there are few micro-companies that use function manuals and in marketing strategies, the non-use of these marketing practices is commercially significant.

**Keywords:** Microenterprise; innovation; entrepreneurship; social development; economic approach.

## Desarrollo de la ponencia

---

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. (CEPAL, 2009)

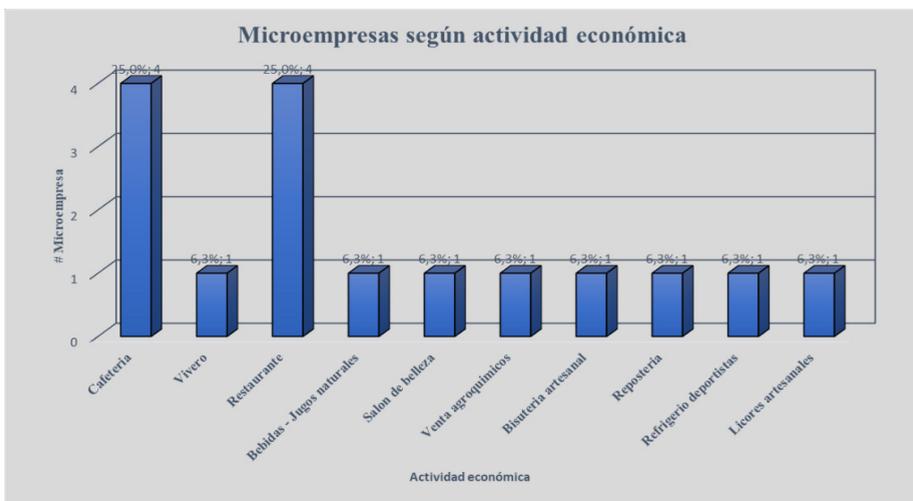
La microempresa se enmarca en la Ley 905 de 2004, la cual está facultada para fortalecer al sector empresarial en el país, luego de los primeros intentos dados por la Ley 590 de 2000, con relación, a la promoción y fortalecimiento de las unidades productivas a nivel nacional, y definió como micro empresas aquellas unidades productivas familiares incluidas las pequeñas y medianas empresas, así como los dispositivos de industrialización económica que adelantarán tanto las entidades que operan desde la personería natural o jurídica, con respecto a acciones empresariales, de la agroindustria, técnicas, de comercio o de prestación de servicios, sin importar que se tratase de un emprendimiento que compete al sector rural o al sector urbano.

En Colombia, la realidad apunta a demostrar que son las microempresas las que dinamizan su economía, ya que representan el 92.1% de las empresas del país. Estas generan el 50% del empleo a nivel nacional, siendo los principales sectores en los que se desempeñan las microempresas: el sector comercial con un 53.4%, sector servicios con un 31.9%; y el sector industrial con el 14.7%. (Araujo, 2008).

## Resultados

A continuación, se presentan los resultados de las 16 microempresas del estudio, en gráficos que muestran las variables del estudio, donde se puede decir que todas las microempresas del estudio tienen registro en Cámara de Comercio y Registro Único Tributario

**Gráfico 1:** Microempresas según actividad económica.

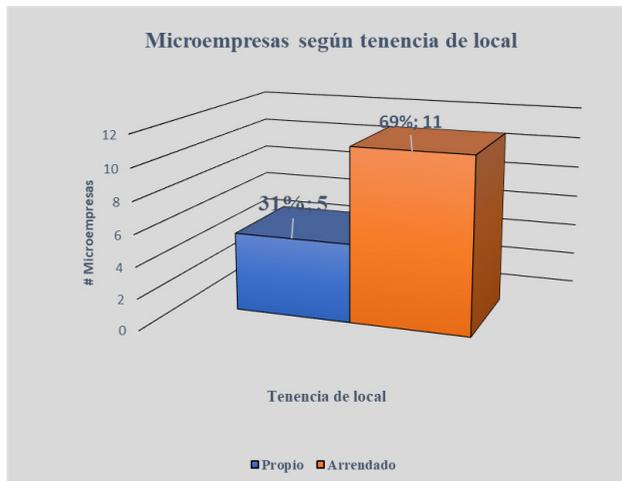


**Fuente:** elaboración propia

El gráfico N.º 1 señala que de las 16 microempresas (100%), se encuentra en primer lugar la línea de cafetería y restaurante 4 y 4 respectivamente para un (50%), sigue en 2º lugar las demás actividades económicas con 8 Microempresas con un total de (50%).



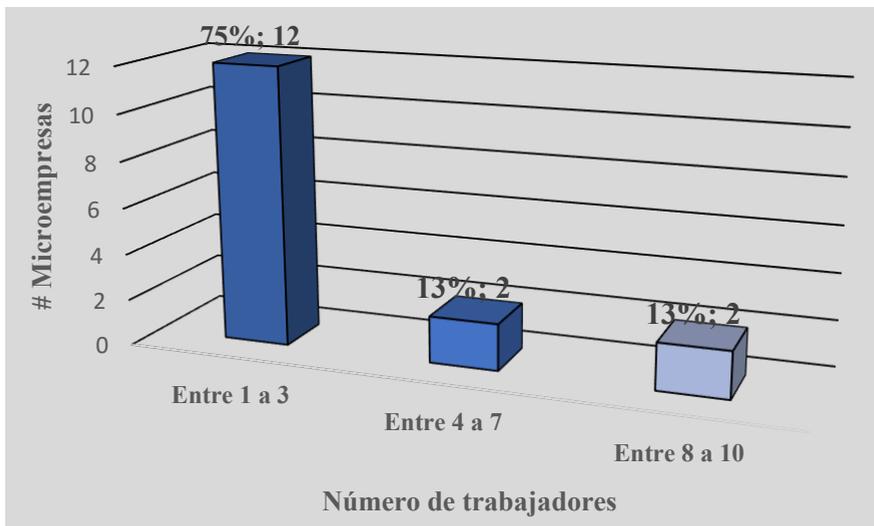
**Gráfico 2:** Microempresa según tenencia de local.



**Fuente:** elaboración propia

El gráfico N° 2, muestra que de las 16 microempresas (100%), 5 (31%) son propietarios de local y 11 de ellas (69%) son locales arrendados, lo cual señala que puede ser más crítico la reducción de ingreso.

**Gráfico 3.** Microempresas según número de trabajadores.



**Fuente:** elaboración propia

El gráfico N.º 3, indica que de 16 microempresas (100%), 12 de ellas (75%) tienen entre uno a tres trabajadores, luego 2 de ellas tienen entre 4 a 7 trabajadores y las otras 2 tienen entre 8 a 10 trabajadores.

## Conclusiones

---

En aspectos organizacionales son escasas las microempresas que utilizan manuales de funciones y en estrategias de mercadeo es muy significativo comercialmente el no uso de estas prácticas de mercadeo. Esto señala que se requiere una visión real de la problemática que enfrentan las microempresas, lo que lleva a concientizar la necesidad de plantear estrategias para su fortalecimiento, organizacional y comercial con innovación, y definir características distintivas para crear ventajas competitivas y posicionarse en el mercado.

## Bibliografía

---

- Álvarez Gallego, Juliana (2017) Banca de las oportunidades. La inclusión financiera de las Mipymes en Colombia Revista Coyuntura Pyme/Anif.
- Ángel Duarte, Duván Albeiro; Vega Flecha, Raúl Andrés; Forero Roper, Sonia Milena (2019) Análisis de la industria manufacturera de la ciudad de Tunja, basado en la metodología de emprendimiento (BUNT).
- Araujo, Daniel. (2008). Ministerio de Industria y Comercio. Viceministro de Desarrollo Empresarial. Banco Iberoamericano de Desarrollo.
- Benito Hernández, Sonia y Platero Jaime, Manuel (2012). Las microempresas en tiempos de crisis: análisis de la formación, la experiencia y la innovación. REVESCO N.º 108. Segundo Cuatrimestre. ISSN: 1885-8031 - [www.ucm.es/info/revesco](http://www.ucm.es/info/revesco)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL. 2009) Manual de la Micro, pequeña y Mediana empresa. División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión LATAM.
- Chanamé, Orbe. (2008). Comentarios a la Constitución. Lima: Juristas Editores Lima Perú.
- Castillo Monroy, M. L y Forero Roper, S. M. (2016). Universidad de Boyacá, Tunja.
- Federación Nacional de Comerciantes. (FENALCO. 2021). Re-Evolución Micro. Antigüedad de las microempresas. En: Re-Evolución Micro | Fenalco Presidencia Nacional.

Flores Mamani, A. E. (2015). Evaluación de los estados financieros para otorgar créditos a pequeñas y microempresas en Financiera Edyficar y como trasciende el sistema financiero en los clientes, Juliaca - 2013” (Contador público). Universidad Nacional del Altiplano. En

[http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2224/Flores\\_Mamani\\_Alfredo\\_Edy.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2224/Flores_Mamani_Alfredo_Edy.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gartner, W. (1989). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 47–67. En [https://books.google.de/books?hl=en&lr=&id=xDe6ilkLCggC&oi=fnd&pg=PA178&dq=entrepreneur+personality+traits&OTS=T8E\\_yVXtal&sig=YPq1hS7hg1NAKtjgualEaJDgrsl](https://books.google.de/books?hl=en&lr=&id=xDe6ilkLCggC&oi=fnd&pg=PA178&dq=entrepreneur+personality+traits&OTS=T8E_yVXtal&sig=YPq1hS7hg1NAKtjgualEaJDgrsl).

Min Comercio; Min TIC, Min Cultura. (2020) Estrategia Economía para la gente en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-lanza-estrategia-economia-para-la-gente>

Muñiz Jaime, Laura P; Franco-Yoza, José A; Delgado-Gutiérrez, Zoila M; Lucio-Pillagua, Adela del Jesús; Tumbaco-Tumbaco, Carlos R.(2019) Estrategias de competitividad para el fortalecimiento de las microempresas del cantón Jipijapa Pol. Con. Edición N.º 30) Vol. 4, No 2, pp. 114-127 ISSN: 2550 - 682X DOI: 10.23857/pc.v4i2.898.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE. 2019). Las MIPYMES en América Latina y el mundo. En: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/65ec5d34es/index.html?itemId=/content/component/65ec5d34-es>

Pérez, Samuel (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180320698018>

Secretaria del Senado (2021) Modificación Ley 905 de 2004 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. En [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html)

Sumba Bustamante, R. Y., y Santistevan Villacreses, K. L. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 323-326. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Tello Cabello, Sara Ynés (2014) Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política/ LEX N.º 14 - AÑO XII - 2014 - II / ISSN 2313-1861.*

Zevallos Vallejos, Emilio (2003) Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Fundación para el desarrollo Sostenible (FUNDES). Revista de la CEPAL 79.*

---

# **CALIDAD DEL SERVICIO Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FORMACIÓN EN LOS PROGRAMAS PROFESIONALES DE ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA CONTABLES ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS- ECACEN ZONA SUR**

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 26.

# SERVICE QUALITY AND SATISFACTION LEVEL OF TRAINING IN THE PROFESSIONAL PROGRAMS OF THE SCHOOL OF ECONOMIC AND BUSINESS ACCOUNTING ADMINISTRATIVE SCIENCES- ECACEN ZONA SUR



**Edna Yisell Hernández Arenas<sup>72</sup>**

**Yulli Ximena Villanueva García<sup>73</sup>**

**José Alejandro Verá Calderón<sup>74</sup>**

- 72 Especialista. en Gerencia de Negocios Internacionales, Administrador de Empresas Turísticas. Docente Ocasional Medio Tiempo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD - CEAD Ibagué. Investigador Principal, Co-investigador del grupo de investigación Cananguachales; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3695-9083>; CVLAC <https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do>  
Correo electrónico: ednay.hernandez@unad.edu.co
- 73 Magíster en administración de organizaciones, Administrador de Empresas. Docente Ocasional Medio Tiempo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD - CEAD Neiva. Co-investigadora del grupo de investigación Cananguachales; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0633-3450>; CVLAC [http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000095289](http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000095289);  
Correo electrónico: yulli.villanueva@unad.edu.co
- 74 Magíster en Administración; Esp. en Gerencia de Proyectos; Administrador de Empresas; Docente Hora Cátedra de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - CEAD Ibagué; Co-investigador del grupo Cananguachales; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0752-6446>; CVLAC [http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000022442](http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000022442)  
Correo electrónico: jose.vera@uand.edu.co



## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes de los programas profesionales de ECACEN zona sur, a través de la Escala Servqual (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985), la cual comprende las dimensiones de *fiabilidad*, relacionada con la habilidad para suministrar el servicio en forma precisa; la *tangibilidad* con respecto a la infraestructura física dispuesta para prestarlo; la *capacidad de respuesta*, que se refiere a la agilidad en el suministro del servicio; la *seguridad*, que se traduce en el conocimiento del servicio prestado y la amabilidad de los empleados y la *empatía* o la atención personalizada.

**Palabras clave:** calidad del servicio; percepción; expectativas; satisfacción; escala Servqual.

## ABSTRACT

The objective of the research is to determine the quality of the service and the level of satisfaction that the students of the professional programs of ECACEN southern zone have, through the Servqual Scale (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985), which includes the dimensions of reliability, related to the ability to deliver the service accurately; the tangibility with respect to the physical infrastructure available to provide it; response capacity, which refers to the agility in the provision of the service; trust, which translates into knowledge of the service provided and the friendliness of the employees and empathy or personalized attention.

**Keywords:** Service quality; perception; expectations; satisfaction; Servqual Scale.

## Desarrollo de la ponencia

---

Los servicios deben de prestarse en una calidad de calidad adecuado, de acuerdo con las necesidades y expectativas de los clientes, en el caso de la educación, ofertar educación con calidad y calidez, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD es la mega Universidad de Colombia, de carácter público y con cobertura en todo el territorio.

En la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN se busca el nivel de satisfacción de sus estudiantes en la Zona sur, conociéndose el nivel de satisfacción como el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará proveedor de forma inmediata. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor. En cambio, el cliente complacido será leal porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (Llanos & Mory, 2017).

## Resultados

---

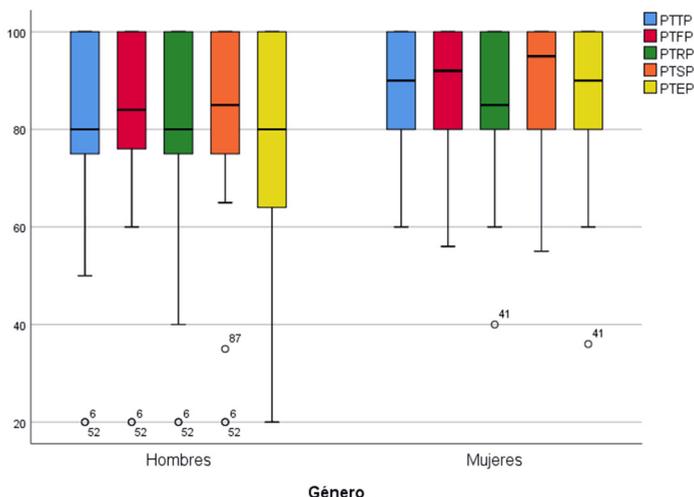
Como se menciona en el título y en los objetivos, la presente investigación tuvo como propósito determinar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de la formación en los programas profesionales de ECACEN zona sur. La información fue recolectada a través de un cuestionario estructurado el cual respondieron 118 alumnos de esta escuela. Para el procesamiento de la información se recurrió a la estadística descriptiva y multivariada para realizar las estimaciones que permitieran cumplir con el marco de objetivos. En un primer momento, se calcularán algunos estadísticos descriptivos tales como los diagramas de Box Whisker, las medidas de tendencia central para variables ordinales y la prueba U de Mann Whitney para identificar si hay diferencias entre lo contestado por hombres y mujeres.

Con respecto al objetivo específico “*Evaluar la calidad del servicio en la formación profesional en los programas de ECACEN zona sur mediante el modelo Servqual*”, según se observa en la figura 1, las variables percibidas de cada una de las 5 dimensiones se

encuentran ubicadas del tercer cuartil hacia arriba (Tabla 1), es decir, con evaluaciones iguales o superiores a 80 que equivale en la Escala de Likert a las respuestas “moderadamente de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, lo que evidencia el alto nivel de calidad del servicio que los estudiantes le dan a ECACEN con respecto a estos atributos. De otra parte, se observa que las medidas de tendencia central, la media, la mediana y la moda tienen valores altos y relativamente iguales en términos estadísticos para estas cinco dimensiones.

En este escenario es importante destacar lo argumentado por Vargas & Aldana de Vega (2007), cuando exponen que la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes (Millones, 2010) y sus expectativas de manera razonable o el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave (Horovitz, 1991; ICONTEC, 2015). Para Kotler & Bloom (1984) un servicio es cualquier actividad intangible que una parte ofrece a la otra (Duque & Gómez, 2014; Hoffman & Bateson, 2010 en Duque & Gómez, 2014). Por su parte, Nishizawa (2014) a propósito de la calidad en el servicio, lo define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones (Senlle & Gutiérrez, 2005; Rubio & Uribe, 2013; Godoy, 2011).

**Figura 1.** Diagrama de Box Whisker dimensiones percepción de la calidad escala Servqual



**Nota.** En el gráfico de cajas se observan las 5 dimensiones de la Escala Servqual correspondientes a la percepción de la calidad del servicio de los alumnos encuestados de Ecacén zona sur: aspectos tangibles (PTTP), fiabilidad (PTFP), respuesta (PTRP), seguridad (PTSP) y empatía (PTEP).

**Fuente:** elaboración propia a partir de los datos.

## Conclusiones

---

Los hallazgos del estudio permitieron conocer que el constructo de calidad tiene connotaciones multidimensionales, lo cual se pudo demostrar en el desarrollo de esta investigación donde las diferentes variables que hacen parte de las dimensiones de la Escala Servqual: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, fueron evaluadas por los estudiantes de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN) zona sur y a través de ellas se pudo establecer el estado de actual de satisfacción de los alumnos de los diferentes programas académicos de esta escuela.

En este mismo sentido, la investigación demostró que los estudiantes de la ECACEN se mostraron muy satisfechos en términos generales con el nivel de calidad de la institución, sin embargo, al comparar las expectativas que tenían al ingresar a la UNAD-ECACEN con sus percepciones una vez utilizaron los diferentes servicios académicos y administrativos, se encuentra que existen oportunidades de mejoramiento en algunos de ítems que no fueron calificados de manera significativa y que integran la dimensión de *seguridad*, siendo ellos: que exista una buena relación con el tutor en su proceso de formación profesional, que los tutores sean más amables con sus alumnos y que les transmitan confianza. Desde la perspectiva de la dimensión de *empatía*, se requiere desarrollar estrategias tendientes a lograr que los tutores tengan en cuenta a los alumnos que requieran trato y atención personalizada en la solución de problemas de su proceso de formación, que los tutores comprendan sus necesidades particulares, que el personal académico-administrativo se preocupe por sus intereses y que los horarios establecidos sean adecuados.

Se evidenció de la misma forma, que los factores que mayor influencia tienen en la calidad del servicio en los programas de la ECACEN zona sur, tienen que ver con que los tutores respondan las preguntas de sus alumnos, que alguien muestre interés en solucionar sus problemas, que las personas que intervienen en su proceso de formación no cometan errores y que frente a los problemas que tengan con los tutores los responsables los solucionen rápidamente.

## Bibliografía

---

- Alaguna Díaz, M. A. (2016). Análisis de satisfacción del cliente respecto a los programas de educación ofertados por la bolsa de valores de Colombia y la relación con la intención de inversión.
- Alonso Dos Santos, M. (2016). Quality and satisfaction: The case of the University of Jaén. *Revista de la educación superior*, 45(178), 79-95.
- Álvarez, G. (2012). Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. *Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela*.
- Chase, R. B., Aquilano, N. J., & Jacobs, F. R. (2004). Operations management for competitive advantage. *Boston: Mc-Graw Hill*, 64, 70.
- Colmenares Delgado, O. A., & Saavedra Torres, J. L. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio.
- Dalongaro, R. C. (2014). La satisfacción del cliente con el supermercadismo en áreas de frontera. *Ciencias Administrativas*, (4), 35-49.
- Duque, E. J., & Gómez, Y. D. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición. *Suma de Negocios*, 181.
- Editorial Vértice. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. Editorial Vértice.
- Gálvez, I. E. (2005). Reflexiones en torno a la evaluación de la calidad educativa. *Tendencias pedagógicas*, (10), 17-28.
- Godoy, J. N. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio laboral revista venezolana*, 4(8), 23-35.
- González B. (2016). “El modelo SERVQUAL y su incidencia en el nivel de satisfacción de la Carrera de Economía de la Universidad Nacional de Chimborazo en el período 2014” (Master’s thesis, Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo, 2016.).
- González, L., Carmona, M., & Rivas, M. (2007). Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. *Instituto Andaluz de Tecnología, España. Ed. Grupo de Comunicación del Sur*.
- Grady, Bruce y Edgington, Rachel. (2008). Factors influencing word-of-mouth recommendations by MBA students: An examination of school quality, educational outcomes, and value of the MBA. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 79–101.
- Gumucio, R. L. (2005). La calidad total en la empresa moderna. *Perspectivas*, 8(2), 67-81.

- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio: a la conquista del cliente*. Madrid: Editorial Mc. Graw- Hill.
- ICONTEC. (2015). Obtenido de <https://www.ramajudicial.gov.co/documents/5454330/14491339/d2.+NTC+ISO+9000-2015.pdf/ccb4b35c-ee63-44b5-ba1e-7459f8714031>.
- Kotler, P. & Bloom, P. (1984). *Marketing Professional Services*. Englewood.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Díaz de Santos.
- Llanos Chapa, K. D. M., & Mory Palacios, G. J. (2017). Grado de relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo en la empresa comercializadora La Gran Oferta EIRL, Chiclayo 2016.
- Millones Zagal, P. (2010). Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado.
- Nishizawa, R. M. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*.
- Oliver, Richard L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *JMR, Journal of Marketing Research*, 17(4), 460.
- Rodríguez, Y. A., Ochoa, M. J., & Torres, M. H. (2009). Instrumento para evaluar el nivel de satisfacción en los usuarios de los servicios asistenciales. *Ingeniería industrial*, 30(2).
- Rubio, G. G., & Uribe, M.E. (2013). Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: una aplicación para las grandes superficies. Editorial Universidad del Tolima.
- Sadeghi, L., Abili, K., & Mortazavi, M. (2017). The evaluation of the quality of educational services from the students' point of view based on the servqual model. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 11(3), 600-609. Retrieved from <https://search-proquest>.
- Senlle, A., & Gutiérrez, N. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia del Servicio*. Liderazgo 21.
- Uribe, M.E. (2010). *Gerencia del servicio. Alternativa para la competitividad*. Bogotá: Ediciones la U – Editorial Universidad del Tolima.
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2007). *Calidad en el servicio*. Bogotá: Universidad de La Sabana.

---

# EDUCACIÓN FINANCIERA COMO APOORTE A LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DE MUJERES RURALES EN LOS CORREGIMIENTOS DE BRUSELAS Y GUACACALLO MUNICIPIO DE PITALITO, HUILA

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 27.

# FINANCIAL EDUCATION AS A CONTRIBUTION TO THE BUSINESS ORGANIZATION OF RURAL WOMEN IN THE TOWNSHIPS OF BRUSSELS AND GUACACALLO MUNICIPALITY OF PITALITO, HUILA



**Clara Sofía Caviedes Villegas<sup>75</sup>**

**Faiber Alexis Benavides Alba<sup>76</sup>**

**Mercedes Cruz Zúñiga<sup>77</sup>**

- 75 Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD. Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Magíster en Administración de Negocios de la Unad Florida y Magíster en Administración de Organizaciones. Integrante del Grupo de investigación Cananguchales, Líder del Semillero YUMA. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7991-1699>. Correo electrónico: clara.caviedes@unad.edu.co
- 76 Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD. Administrador de empresas, Especialista en Herramientas Virtuales para la educación. Maestrante en Gerencia de Proyectos Integrante del Grupo de investigación Cananguchales, Coinvestigador semillero YUMA. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7138-2139>. Correo electrónico faiber.benavides@unad.edu.co
- 77 Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD. Contador Público, Maestrante en Administración de Organizaciones. Integrante del Grupo de investigación Cananguchales, Coinvestigador semillero YUMA. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4630-7166>. Correo electrónico mercedes.cruz@unad.edu.co



## RESUMEN

La investigación está dirigida a las organizaciones empresariales de mujeres rurales ubicadas en los corregimientos de Bruselas y Guacacallo Municipio de Pitalito, Huila. Con el objetivo de proponer un plan estratégico con herramientas básicas Financieras y Tributarias para el fortalecimiento de la gestión administrativa.

El estudio está compuesto por el levantamiento de la línea base de las organizaciones empresariales de estos corregimientos, la identificación de las condiciones actuales de la gestión financiera y tributaria de las organizaciones empresariales y la elaboración del plan estratégico para la transferencia de estas herramientas para el fortalecimiento de su gestión administrativa.

El estudio está centrado en 30 mujeres en los corregimientos objeto de estudio para desarrollar las fases descritas en la metodología, de las cuales el 20% de las mujeres de cada grupo tienen algunas habilidades sobre educación financiera y el estrato socioeconómico está entre 1 y 2, y el 89% depende sus ingresos de actividades agrícolas.

**Palabras clave:** mujer rural; finanzas y comercio; economía agraria; planificación estratégica; educación de la mujer.

## ABSTRACT

The research is aimed at rural women's business organizations located in the townships of Brussels and Guacacallo Municipality of Pitalito, Huila. With the aim of proposing a strategic plan with basic financial and tax tools to strengthen administrative management.

The study consists of the survey of the baseline of the business organizations of these townships, the identification of the current conditions of financial and tax management of business organizations and the development of the strategic plan for the transfer of these tools for strengthening of its administrative management.

The study is focused on 30 women in the townships studied to develop the phases described in the methodology, of which 20% of the women in each group have some skills on financial education and the socioeconomic stratum is between 1 and 2, and 89% depend on their income from agricultural activities.

**Keywords:** Rural women; Finance and trade; agrarian economics; strategic planning; women's education.

## Desarrollo de la ponencia

---

Para el planteamiento del problema objeto de la investigación se responde al siguiente interrogante: ¿Cuáles son los programas de educación financiera acordes para las mujeres rurales de los corregimientos de Bruselas y Guacacallo del Municipio de Pitalito Huila, que les permitan al proyectarse y generar desarrollo en sus regiones?

## Resultados

---

La investigación actualmente se encuentra en curso, donde se ha definido un cronograma con el fin de obtener los resultados esperados que permita, determinar las necesidades de la mujer rural del corregimiento de Bruselas y Guacacallo en Pitalito Huila. Se cuenta con un grupo de 30 mujeres en los corregimientos objeto de estudio para desarrollar las fases descritas en la metodología, de las cuales el 20% de las mujeres de cada grupo tienen algunas habilidades sobre educación financiera y el estrato socioeconómico está entre 1 y 2, y el 89% depende sus ingresos de actividades agrícolas.

Frente a cultura del ahorro y manejo de productos financieros tan solo un 32% posee una cuenta de ahorro y 39% no maneja ningún producto financiero (cuenta de ahorro, CDT, cuenta corriente, crédito bancario, tarjeta de crédito entre otros).

Teniendo en cuenta el instrumento utilizado para toma de información más del 60% de las organizaciones lleva contabilidad y de ese porcentaje tan solo el 35% lleva los libros oficiales que establece la ley, los libros más utilizados son el libro de actas de asambleas, libro diario de contabilidad, frente a la pregunta si conoce la normatividad que obliga a llevar contabilidad solo el 25% la conoce, y maneja la terminología de las NIIF.

## Discusión o propuesta

---

En el planteamiento de las variables de impacto en el desarrollo del programa en educación financiera para las mujeres rurales de los corregimientos de Bruselas y Guaca-

callo de Pitalito Huila, se tuvo en cuenta la caracterización y el diagnóstico que permitió establecer las herramientas de información financiera útil para la toma de decisión de ahorro, inversión y endeudamiento para plantear el plan estratégico de capacitación financiera acorde con las necesidades identificadas en las mujeres rurales.

Según declaraciones de la Vicepresidenta de la república (Ramirez, 2019) El acceso a los servicios financieros formales implica un esfuerzo constante y articulado entre el sector público y el sector privado, especialmente en las zonas más apartadas del país, puesto que constituye un requisito indispensable para generar desarrollo económico y reducir los niveles de informalidad que se traducen en un entorno precario sin seguridad social para los campesinos colombianos y en especial para las mujeres. Es por esta razón que se han incrementado los créditos rurales y productos financieros de fácil alcance para esta población, sin embargo, el hecho que las personas tengan acceso a este tipo de productos no significa que se tenga un pleno conocimiento en términos financieros y la educación necesaria para poder aprovechar al máximo, estas competencias para el desarrollo empresarial.

En la región no se han adelantado este tipo de estudios, para establecer paralelos teniendo en cuenta un estado del arte pertinente, pero se articula la investigación con proyecto macro zonal, donde prima la importancia de la educación financiera para la mujer rural con el diseño e implementación del programa de educación financiera para las mujeres rurales. Según la aplicación del instrumento elaborado para la caracterización de las mujeres rurales de los corregimientos objetos de estudio se identificó que el 30.8% de la población cuenta con un nivel de estudio básica secundaria, acompañado de un preocupante 23.1% con educación básica secundaria y un 15.4% que no han recibido ningún tipo de educación, lo que hace relevante la puesta en marcha del proyecto y la ejecución del mismo, para el mejoramiento de las competencias en el sector de las finanzas personales adecuadas a las necesidades de cada unidad productiva familiar.

**Tabla 1.** Instrumento de trabajo para la propuesta final del plan estratégico de educación financiera

				Fecha elaboración		Elaborado por
Estrategia ¿Qué hacer?	Objetivos ¿Qué queremos lograr?	Actores ¿Qué o quiénes intervienen?	Acciones ¿Cómo lo lograremos?	¿Cuándo? Ordenar cronológicamente		
				Fecha inicio	Fecha final	

**Fuente:** Elaboración propia

## Bibliografía

---

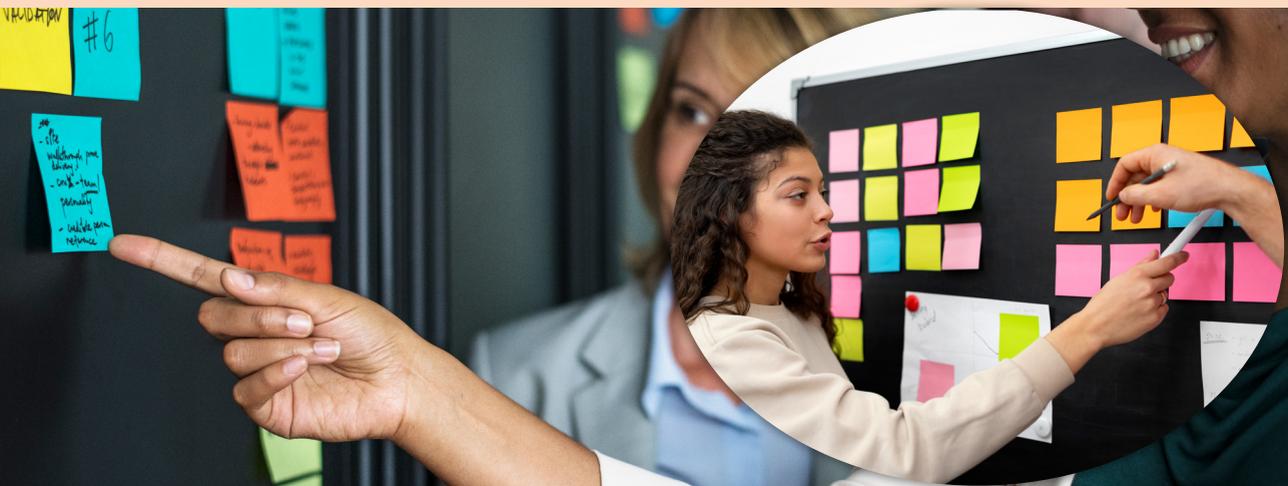
- DNP. (2013). *Departamento Nacional de Planeación DNP*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeación DNP: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-empresarial/ciencia-tecnologia-e-innovacion/Paginas/ciencia,-tecnologia-e-innovacion.aspx>
- Alcaldía de Pitalito. (2018). Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUKEwj7o6ClolXiAhWKY98KHcU0A20Qjhx-6BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.pdfkitapciniz.com%2Ftag%2Fpitalito-bicentenario&psig=AOvVaw3MptLoVl1Z\\_tNeAUdDzF8l&ust=1557175263742973](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUKEwj7o6ClolXiAhWKY98KHcU0A20Qjhx-6BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.pdfkitapciniz.com%2Ftag%2Fpitalito-bicentenario&psig=AOvVaw3MptLoVl1Z_tNeAUdDzF8l&ust=1557175263742973)
- Alcaldía de Pitalito. (2016). *Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito 2016 - 2019*. Pitalito.
- Alcaldía de Pitalito. (2016). *Plan de Comunicación Alcaldía de Pitalito 2016-2019*. Pitalito. Obtenido de [http://www.Alcaldía\\_pitalito.gov.co/calidad/estrategicos/PlanComunicaciones2016-2019.pdf](http://www.Alcaldía_pitalito.gov.co/calidad/estrategicos/PlanComunicaciones2016-2019.pdf)
- Alcaldía de Pitalito. (2018). *Plan de desarrollo de Pitalito*. Pitalito.
- DANE. (2017). *Boletín*. Obtenido de Perfil Pitalito Huila: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/huila/pitalito.pdf>
- INCODER. (Abril de 2012). *EL DESARROLLO RURAL CON ENFOQUE TERRITORIAL*. Bogotá: INCODER.
- Mendez Alvarez, C. E. (2001). *Metodología: guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.
- Moreno, J. (30 de 11 de 2018). *evistalevel.com.co/contenido/repensando-el-campo-colombiano-el-rol-de-la-mujer-rural*. Recuperado el 14 de 5 de 2020
- Municipio de Pitalito. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal*. Pitalito. Obtenido de [http://www.Alcaldía\\_pitalito.gov.co/normatividadvigente/Acuerdo\\_022-2016.pdf](http://www.Alcaldía_pitalito.gov.co/normatividadvigente/Acuerdo_022-2016.pdf)
- Parada, M. (9 de 3 de 2019). Recuperado el 14 de 5 de 2020, de <http://www.observatorioidetierras.org/wp-content/uploads/2017/03/PONENCIA-Ley-731.pdf>
- Ramírez Castrillón, C. A. (2015). *Perfil Productivo Municipio de Pitalito*. Pitalito. Obtenido de <https://ormethuiladotorg.files.wordpress.com/2015/12/perfil-productivo-municipio-de-pitalito.pdf>

---

# OBSERVATORIO REGIONAL DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA: UNA PERSPECTIVA DE AUTOEVALUACIÓN Y PLANIFICACIÓN USANDO TI

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 28.

# REGIONAL OBSERVATORY OF ADMINISTRATIVE MANAGEMENT: A PERSPECTIVE OF SELF-ASSESSMENT AND PLANNING USING IT



**Javier Medina Cruz**<sup>78</sup>

**Eliécer Pineda Ballesteros**<sup>79</sup>

**Freddy Reynaldo Téllez**<sup>80</sup>

78 Ingeniero de Sistemas, Magíster en Ingeniería de sistemas e informática, Doctor (c) en educación. Docente Asistente UNAD – CEAD Bucaramanga, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8047-2259>, Grupo de Investigación GUANE  
Correo electrónico: javier.medina@unad.edu.co

79 Ingeniero de Sistemas, Magíster en Informática. Docente Asociado UNAD – CEAD Bucaramanga, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1331-3084>, Grupo de Investigación GUANE, Correo electrónico: liecer.pineda@unad.edu.co

80 Ingeniero Electricista, Magíster en Potencia eléctrica. Docente Asistente UNAD – CEAD Bucaramanga, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2480-5244>, Grupo de Investigación GUANE, Correo electrónico: freddy.tellez@unad.edu.co



## RESUMEN

La medición y el seguimiento de indicadores de gestión, a partir del uso de la tecnología, aportan al mejoramiento de los procesos de gestión administrativa de entidades territoriales. Para poner a prueba esto, en el estudio realizado se consideró inicialmente revisar modelos estándares de control Interno y Sistemas de Gestión de Calidad, en relación con el Talento Humano.

Esto permitió la implementación de una herramienta de gestión para el apoyo al desarrollo de actividades administrativas. La herramienta desarrollada fue un aplicativo para el Observatorio Regional de Gestión Administrativa en los Municipios de Sexta Categoría (en adelante MSC) del Departamento de Santander. Como resultado se obtuvieron una serie de módulos *software* que permiten gestionar los procesos administrativos, acorde con las funcionalidades requeridas en estos entes territoriales.

**Palabras clave:** autoevaluación; calidad; elicitación; gestión; metodología ágil; software.

## ABSTRACT

The measurement and monitoring of management indicators, based on the use of technology, contribute to the improvement of the administrative management processes of territorial entities. To test this, in the study carried out, it was initially considered to review standard models of Internal control and Quality Management Systems, in relation to Human Talent.

This allowed the implementation of a management tool to support the development of administrative activities. The tool developed was an application for the Regional Observatory of Administrative Management in the Sixth Category Municipalities (hereinafter MSC) of the Department of Santander. As a result, a series of software modules were obtained that allow managing administrative processes, in accordance with the functionalities required in these territorial entities.

**Keywords:** Self-assessment; Quality; Elicitation; Management; Agile Methodology; Software.



## Desarrollo de la ponencia

---

El trabajo aquí presentado, se inició a través de un convenio gestionado entre la Escuela superior de Administración Pública ESAP y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. A través de este convenio, se desarrolló el proyecto de investigación PIE-36-17, titulado Fase I – Diseño del sistema de información para el Observatorio Regional de gestión administrativa en los Municipios de Sexta categoría en el Departamento de Santander, aprobado en la Convocatoria Interna de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería (ECBTI).

## Resultados y discusión

---

La deficiencia en la gestión de procesos administrativos conlleva a proponer estrategias, para tomar decisiones con bajo nivel de incertidumbre, que apunten al mejoramiento y fortalecimiento organizacional (Santacruz, 2019). Para esto, la herramienta presentada permite orientar y apoyar a los entes territoriales, para promover el mejoramiento de los procesos, a partir de actividades de autoevaluación y seguimiento de metas con miras al mejoramiento continuo.

En este sentido, se encuentra en la bibliografía referentes donde se exponen diseños de sistemas de información para gestión de procesos. En este orden de ideas, Palomo, Velosoy Schmal (2007) describen el aplicativo GREC (Gestión de la RECerca) que se usa en varias organizaciones. En este escrito, se encontró una propuesta que permitió hacer una descripción de conceptos para el desarrollo del modelo de datos.

Adicionalmente, se indagó por el concepto de desarrollo de modelos de gestión, encontrando que, para un mismo dominio del problema en el desarrollo del modelado, sin importar diferentes visiones de usuarios, pueden omitirse requerimientos claves para implementar funcionalidades sobremedidas (Lituak, Hadad y Doorn, 2016). Esto permitió realizar verificaciones, en cada fase del proceso de desarrollo, y establecer requisitos concretos que coadyuvaron a la implementación del modelo de gestión automatizado.

Complementariamente, dada la necesidad de consolidar los requisitos finales para la implementación de la herramienta de gestión, a partir de la comprensión de diversas problemáticas, se encontraron variadas técnicas que permitieron una óptima definición conceptual del sistema, reforzando la atención en la fase de la comprensión de las necesidades del entorno (Callejas, Castillo y Fernández, 2010).

Otra consideración importante, que sirvió de base para la implementación del aplicativo, se apoya en lo expresado por Hernández (2009) quienes consideran relevantes para la obtención de óptimos resultados, a partir de la medición de indicadores, en el área administrativa y en especial de la gestión de la información, la apropiación de la tecnología y particularmente la de los sistemas de información.

## Conclusiones

---

El modelo de gestión, a través del aplicativo software, permite autoevaluar y hacer seguimiento a los procesos de las organizaciones mejorando otros modelos que generalmente no permiten una adecuada interacción y que son muy poco intuitivos. Para esto, Royero (2003) manifiesta que la carencia de la visibilidad de estado de los procesos, en las organizaciones, atrasa las actividades y que estos síntomas se pueden observar en un alto porcentaje de las Mipymes.

## Bibliografía

---

- Alvarado, R., Acosta, K., & Buonaffina, Y. V. (2018). Necesidad de los sistemas de información gerencial para la toma de decisiones en las organizaciones. *InterSedes*, 19(39), 17-31.<http://dx.doi.org/10.15517/isucr.v19i39.34067>
- Becerra Lois, F. Á., Andrade Orbe, A. M., & Díaz Gispert, L. I. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades Investigativas en Educación*, 19(1), 571-604.<http://dx.doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>
- Callejas, Mauro; Castillo, Luz Yadira Y Fernández, Ruby Mónica. Heler: Una herramienta para ingeniería de requisitos automatizada. En: *Entramado*. 2010. Vol. 6, no. 2, p. 184-200.<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3379/2771>
- Cruz, J. C. O., & Carreño, C. J. C. (2017). El Observatorio de Bienestar y Responsabilidad Social Universitaria: como experiencia de integración e inclusión social desde la perspectiva investigativa, evaluativa y comunicativa de la comunidad universi-

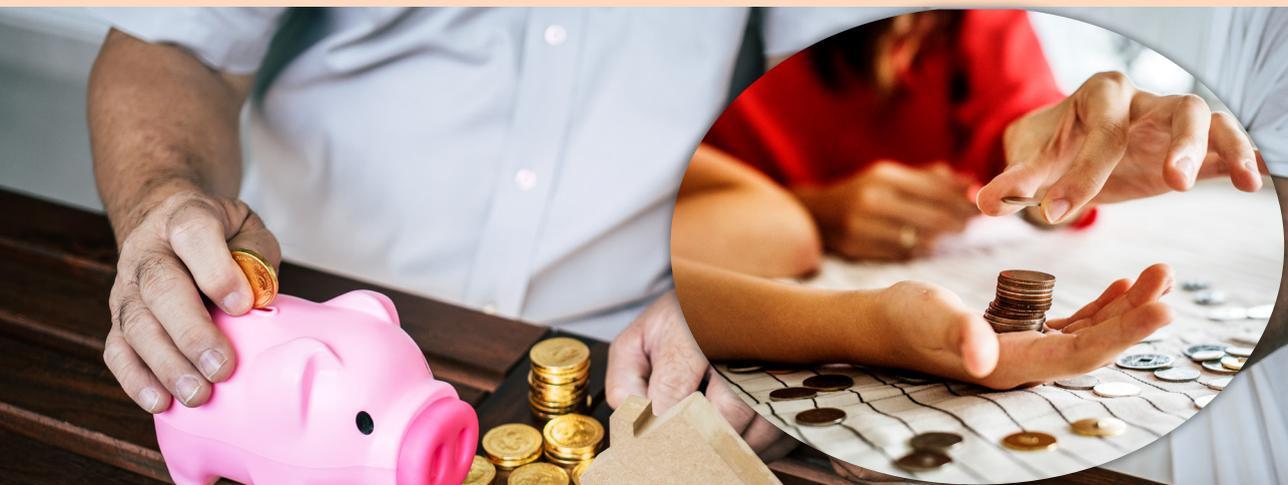
- taria de la Universidad Pedagógica Nacional. Eje: Observatorios Universitarios.
- Felcman, I. L. (2016). Nuevos modelos de gestión pública: tecnologías de gestión, cultura organizacional y liderazgo después del “eda bang paradigmático”: aportes para reflexionar sobre el destino de la gestión pública (dossier).
- Hernández, Juan Carlos. Sistema de información para la investigación unadista. En: *Revista de Investigaciones UNAD*. 2009. Vol. 8, N.o 2, p. 169-180. <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/revista-de-investigacionesunad/article/view/641/1481>>.
- Litvak, Claudia; Hadad, Graciela Dora Y Doorn, Jorge Horacio. Procesamiento de lenguaje natural para estudiar completitud de requisitos. XVIII Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación. Entre Ríos: RedUNCI, 2016.<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/54098>>.
- Mallar, Miguel Ángel (2010). LA GESTIÓN POR PROCESOS: UN ENFOQUE DE GESTIÓN EFICIENTE. *Revista Científica “Visión de Futuro”*, 13(1), [fecha de Consulta 30 de septiembre de 2020]. ISSN: 1669-7634. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3579/357935475004>
- Medina, J; Pineda E; y Téllez F. (2019). Requerimientos de *software*: Prototipado, *software* heredado y análisis de documentos. En: *Ingeniería y desarrollo*. Vol. 37, no. 2, 327-345.
- Naser, A., & Ramírez Alujas, Á. (2017). Plan de gobierno abierto: una hoja de ruta para los gobiernos de la región.
- Palomo, Iván F; Veloso, Carlos y Schmal, Rodolfo. Sistema de Gestión de la Investigación en la Universidad de Talca, Chile. En: *Información tecnológica*. 2007. Vol. 18, no. 1, p. 97 – 106.
- Pereira Bolaños, C. A. (2019). Actualidad de la gestión empresarial en las pymes. *Apuntes Contables*, (24), 39-53.<https://doi.org/10.18601/16577175.n24.03>
- Royero, Jaim. (2003). Gestión de sistemas de investigación universitaria en América Latina. En: *Revista Iberoamericana de Educación*. Vol. 33, no. 1, p. 1-19.
- Sanabria Téllez, J. A., & Cubillos Rodríguez, M. C. (2017). Observatorio en Emprendimiento: una postura desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. *Revista de la Universidad de la Salle*, 2014(64), 111-130.
- Santa Cruz Chinchay, R. M. (2019). Control interno y gestión administrativa de una universidad pública de Amazonas.
- Vásquez Ávila, L. P. (2016). Impacto de las herramientas gerenciales frente a la toma decisiones en el sector hotelero, de la ciudad de Villavicencio. *Departamento de Administración*. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/56545/40330248.2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vital, A. L. R., & Urbina, A. L. R. Estrategias gerenciales para promover la gestión empresarial en PyMEs de confección del Departamento del Atlántico (Colombia).

---

# ANÁLISIS DE LAS FINTECH Y SU APORTE A LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA: RETOS Y DESAFÍOS

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 29.

# ANALYSIS OF FINTECH COMPANIES AND THEIR CONTRIBUTION TO FINANCIAL INCLUSION IN COLOMBIA: CHALLENGES



**Julieth Alexandra Baron Bayona<sup>81</sup>**

**Luis Alejandro Forero Baron<sup>82</sup>**

81 Magíster en Economía y Finanzas, especialista en Gerencia Financiera y Economista, docente ocasional del programa de economía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0223-628X>  
Correo electrónico: [julieth.baron@unad.edu.co](mailto:julieth.baron@unad.edu.co)

82 Magíster en Diseño y Gestión de proyectos especialista en revisoría fiscal y contador público, docente de la Especialización en Gestión de Proyectos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8556-5419>  
Correo electrónico: [luisa.forero@unad.edu.co](mailto:luisa.forero@unad.edu.co)



## RESUMEN

La transformación digital ha permeado todas las esferas de la economía y el sector financiero no ha sido la excepción; los cambios constantes en los hábitos de los consumidores financieros requieren que los procesos en este campo sean digitalmente eficientes y en el menor tiempo posible. Este proceso de evolución de las entidades financieras tradicionales hacia las Fintech se da como consecuencia de la crisis financiera mundial del 2008, que provocó incertidumbre e incredulidad hacia los procesos tradicionales que enmarca el sistema financiero. Es así que ahora las compañías de inversión y de riesgo encuentran atractivas inversiones en este sector que en el 2019 se han invertido más de 8.000 millones de dólares en este tipo de startups. El sector Fintech está generando diferentes opciones de servicios para toda la población tanto bancarizada como no bancarizada además de empresas y el sector financiero tradicional se convierte en un aliado estratégico a través de sinergias que permiten ofrecer un abanico de servicios que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores financieros.

En este artículo se presenta la definición y evolución de las Fintech y tiene como objetivo determinar si ha sido importante su alianza con las instituciones financieras colombianas en el desarrollo de la inclusión financiera. Al final, se identifican cuáles serían los retos para lograr el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible relacionados con la inclusión financiera.

**Palabras clave:** inclusión financiera; fintech; instituciones financieras.

## ABSTRACT

The Digital transformation has permeated all spheres of the economy and the financial sector has been no exception; the constant changes in the habits of financial consumers require that the processes in this field be digitally efficient and in the shortest possible time. This process of evolution from traditional financial entities to Fintech is a consequence of the 2008 global financial crisis, which caused uncertainty and disbelief towards the traditional processes that frame the financial system. Thus, investment and venture companies now find attractive investments in this sector, which in 2019 have invested more than



8,000 million dollars in this type of startups. The Fintech sector is generating different service options for the entire population, both banked and unbanked, as well as companies, and the traditional financial sector is becoming a strategic ally through synergies that allow it to offer a range of services that seek to meet the needs of customers. financial consumers.

This article presents the definition and evolution of Fintech, and its objective is to determine if its alliance with Colombian financial institutions has been important in the development of financial inclusion. In the end, the challenges are identified to achieve compliance with the sustainable development goals related to financial inclusion.

**Keywords:** Financial Inclusion; Fintech; financial institutions.

## Desarrollo de la ponencia

---

Este artículo busca responder a la pregunta ¿Cómo las Fintech han impulsado la inclusión financiera en los últimos años en Colombia? y para dar respuesta a dicha pregunta se plantea como objetivo analizar la evolución de las Fintech para el desarrollo de la inclusión financiera en Colombia.

## Resultados

---

Según el 10° reporte anual de inclusión financiera en Colombia de la Superfinanciera y Banca de las Oportunidades en el que se diagnostica el estado de la inclusión en escenarios del acceso y el uso de los productos y servicios financieros con el fin de generar información y parámetros que fortalezcan la regulación financiera, y políticas públicas para el mejoramiento de la inclusión financiera. En este sentido y para dar soporte al

desarrollo de este artículo se realiza una descripción y análisis de las estadísticas reportadas en dicho documento específicamente lo relacionado con los indicadores digitales.

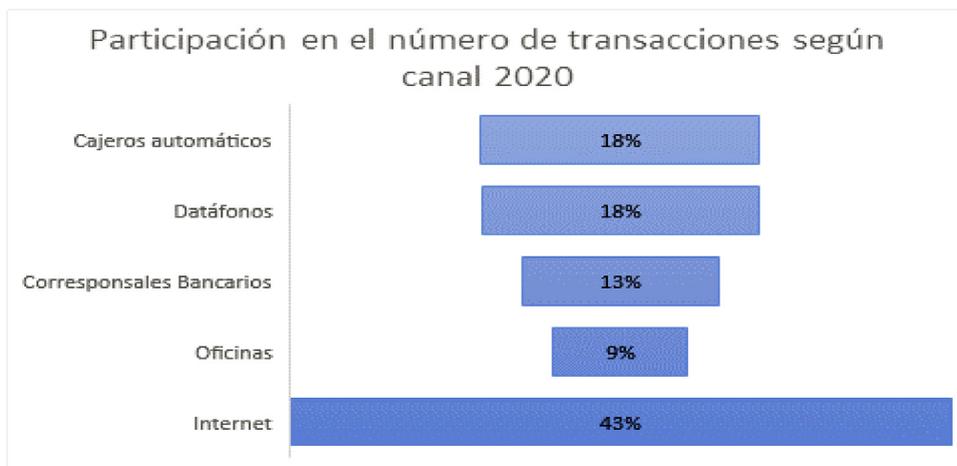
Inicialmente es importante mencionar que el indicador de acceso a productos financieros pasó de un 82,5% a diciembre de 2019 a un 87,8% en el 2020 con un incremento de 5.3 puntos porcentuales; mientras que dos millones seiscientos mil colombianos por primera vez accedieron a un producto con la banca, por lo cual al final del 2020 aproximadamente treinta y dos millones de personas adultas contaban con al menos un producto. Por su parte el indicador de uso aumentó del 66 al 72 por ciento debido al número de personas que cuentan con por lo menos un producto activo el cual subió del 23 al 26 por ciento.

Ahora, al validar el comportamiento del 2020 el producto de depósito digital fue el que mayor incremento tuvo al pasar del 9 al 22 por ciento de participación en consolidado total de depósitos en entidades financieras y de 6 a 11 millones.

En el mismo reporte de inclusión financiera 2020 se menciona que entre enero y diciembre de 2020 se presentaron más de 3 millones de transacciones financieras por valor de más de 7 billones por cuanto se aumentó la proporción de transacciones realizadas a través de diversos medios digitales en cuanto a números más de un 42 por ciento y en valores un 66 por ciento.

En comparación con el 2019 las transacciones relacionadas con algún producto digital fueron más de 216 millones aumentando un 141 por ciento con un valor aproximado de 35 billones.

Tal como se evidencia en la siguiente gráfica, los datos del sistema financiero respecto a los datos de transaccionalidad muestran que la era digital en términos de ecosistemas financieros están tomando mayor fuerza dado que a finales del 2020 se presentaron más de tres mil ochocientos millones de transacciones por un valor de 7.6 billones con una participación del 43 por ciento en número y 67 por ciento en valor a través de canales digitales. Cifras que son superiores a las reportadas en el 2019 tanto en número como en valor.

**Gráfico 1.** Participación en el número de transacciones según canal 2020

**Fuente:** Elaboración propia a partir del reporte de inclusión financiera 2020 SFC.

## Conclusiones

Tal como se menciona en los ODS, la inclusión financiera debería ser considerada como un mecanismo para potenciar el crecimiento económico y garantizar la reducción de la pobreza, retos que deben ser asumidos no solo por el gobierno nacional sino también por parte de las entidades financieras tradicionales y las Fintech. Sin lugar a duda y de acuerdo con los resultados evaluados a lo largo del artículo, las Fintech han impulsado en los últimos años a través de la innovación tecnológica nuevos productos y servicios financieros que los consumidores pueden adquirir a un bajo costo, con mínimo de requisitos y mediante plataformas digitales de fácil manejo.

Si bien es cierto que el decreto 2443 de 2018 definió que las sociedades de innovación tecnológica financiera no podrán prestar servicios financieros, se ha evidenciado una alianza estratégica entre estas y las entidades financieras que se han visto en la obligación de transformar estas nuevas realidades en oportunidades de cara a las demandas tecnológicas, eficientes y amigables solicitadas por los consumidores financieros. Por lo anterior, se podría pensar que las Fintech podrían reemplazar o quitar participación de la banca tradicional, pero en realidad de lo que se trata es de un nuevo escenario de cooperación entre una banca fortalecida por tradición y las nuevas generaciones

de industrias en tecnologías financieras, por lo cual se esperaba beneficiar al consumidor final y la inclusión financiera en el país.

Se ha evidenciado que las Fintech han presentado una dinamización en los últimos años ya que se pasó de tener 237 empresas en el 2017 a 322 en el 2020, es decir un crecimiento del 36%. Estos hechos se ven como una oportunidad para incentivar la economía colombiana que tradicionalmente se ha enfocado a la producción del sector primario.

## Bibliografía

---

- Banca de las oportunidades (2020). Reporte de inclusión financiera 2020. [https://ban-cadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2021-07/REPORTE\\_DE\\_INCLUSION\\_FINANCIERA\\_2020.pdf](https://ban-cadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2021-07/REPORTE_DE_INCLUSION_FINANCIERA_2020.pdf)
- Banco Interamericano de Desarrollo (2018). Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación.
- Banco mundial (2018). Inclusión financiera. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomia/overview#1>
- Cardona, D. (2020). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y de crecimiento fintech. *Semestre Económico*, 23(55), 183-203.
- Carballo, I. E. (2020). Tecnologías Financieras: oportunidades y desafíos de las Fintech para la regulación, la educación y la inclusión financiera. *Revista CIES Escolme*, 11(2), 247-276.
- Center for Financial Inclusion (CFI). (2009). *Financial Inclusion: What's the Vision?* Boston: CFI
- CODESPA (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible: una forma de fomentar la inclusión financiera. <https://www.codespa.org/blog/2015/09/04/objetivos-desarrollo-sostenible-una-forma-de-fomentar-la-inclusion-financiera/>

Departamento Nacional de Planeación [DNP] (2020). Política de inclusión permitirá que más ciudadanos y empresarios se integren a servicios financieros. 22 de octubre de 2020. <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Politica-de-inclusion-permitira-que-mas-ciudadanos-y-empresarios-se-integren-a-servicios-financieros.aspx>

GPFI y CGAP (2011), Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Towards Proportional Standards and Guidance, Washington D. C.

Kuvasz (2020). Principales Fintech de Latinoamérica 2020. <https://www.kvz.cl/medios-de-pago/fintech-latinoamerica/>

Lloreda (2019): Decreto 2443 de 2018: inversión en empresas fintech <https://lloedacmacho.com/decreto-2443-de-2018-inversion-en-empresas-fintech/>

Romanova, I., y Kudinska, M. (2016). Banking and fintech: A challenge or opportunity? Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, 98, 21-35. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920160000098002>



# ESTRATEGIAS DE MERCADERO APLICADAS EN LAS UNIDADES DE NEGOCIO DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES RURALES DE COLOMBIA Y EL CAQUETÁ ASMUCOCA

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 30.

# MARKETING STRATEGIES APPLIED IN THE BUSINESS UNITS OF THE SOLIDARITY ECONOMY. CASE ASSOCIATION OF RURAL WOMEN OF COLOMBIA AND CAQUETÁ ASMUCOCA



Iraide Molina Peralta<sup>83</sup>



## RESUMEN

Las unidades de negocio de la economía solidaria, son esenciales para el progreso económico local, principalmente el de Departamentos como el Caquetá, donde por diversos factores económicos, sociales, culturales y políticos, el desarrollo empresarial aun es incipiente, por tanto, es fundamental adelantar acciones que contribuyan a mejorar el desempeño organizacional de estas empresas en todos sus ámbitos, inclusive el mantener o aumentar su participación en el mercado, consecuentemente, este artículo evidencia el Diagnostico Estratégico de la Asociación de Mujeres Rurales de Colombia y del Caquetá ASMUCOCA aplicada al área de mercadeo y otras que influyen en esta, lo que permitió valorar la situación actual de esta unidad de negocio, e incluyo aspectos internos y externos, a partir de allí, se definieron una serie de estrategias de mercadeo, con el objetivo que desde ASMUCOCA, se implementen acciones encaminadas al logro de los objetivos de la unidad de negocio, especialmente los concernientes al incremento de ventas y por ende, un aumento de su participación en el mercado, con respecto a la competencia, y en consecuencia lograr un mayor posicionamiento en el mercado.

**Palabras clave:** empresa sin ánimo de lucro; diagnóstico estratégico; estrategias de mercadeo; mercadeo.

## ABSTRACT

The business units of the solidarity economy are essential for local economic progress, mainly that of Departments such as Caquetá, where due to various economic, social, cultural and political factors, business development is still incipient, therefore, it is essential to advance Actions that contribute to improving the organizational performance of these companies in all areas, including maintaining or increasing their market share, consequently, this article evidences the Strategic Diagnosis of the Association of Rural Women of Colombia and Caquetá ASMUCOCA applied to the area marketing and others that influence it, which allowed assessing the current situation of this business unit, and included internal and external aspects, from there, a series of marketing strategies were defined, with the objective that from ASMUCOCA, actions are implemented ai-



med at achieving the objectives of the business unit, especially those related to related to the increase in sales and therefore, an increase in its market share, with respect to the competition, and consequently to achieve a greater position in the market.

**Keywords:** Non-profit company; Strategic Diagnosis; Marketing Strategies; Marketing.

## Desarrollo de la ponencia

---

El presente artículo, emana del proyecto de investigación denominado Estrategias empresariales para la Asociación de Mujeres Rurales de Colombia y el Caquetá ASMUCOCA, cuyo objetivo general, es el de determinar estrategias empresariales para las diferentes áreas funcionales de la empresa, con el fin de que esta logre mantenerse en el tiempo.

En cuanto a la organización objeto de estudio, la Asociación de Mujeres Rurales de Colombia y el Caquetá ASMUCOCA, ha venido desarrollando durante los siete años de trayectoria, diversas actividades agropecuarias y proyectos con el fin de lograr consolidar e impulsar a sus asociadas a lograr objetivos individuales y grupales, que contribuyan al mejoramiento de sus condiciones de vida y las de sus núcleos familiares, así como el fortalecimiento de la economía local.

## Resultados

---

Los resultados del estudio son fruto de la aplicación de entrevistas y/o encuestas a las Noventa y Tres (94) asociadas, de las cuales se obtuvo como resultado la implementación de las herramientas propias de la planeación estratégica. En ese orden de ideas,

se realizó un reconocimiento de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas hallada para el área de mercadeo, lo que permitió la construcción de diferentes matrices, cuyo análisis, se detalla a continuación.

**Tabla 1.** Variables del Perfil Externo

Oportunidades	Amenazas
Incentivos gubernamentales	Inflación y precios altos
Equidad de género y mujer rural	Inestabilidad sector agropecuario
Sistema educativo media y tecnológico	Competencia desigual
Población activa laboral	Falta Apoyo y credibilidad instituciones
Telecomunicaciones e internet	Baja Políticas de apoyo asociativo
Facilidad de acceso a la tecnología	Desempleo e informalidad
Oferta productiva agropecuaria	Desplazamientos
Ubicación estratégica acopio y venta	Calidad de las vías

**Nota:** Esta tabla muestra las variables del Perfil Externo que influyen en ASMUCOCA.

**Fuente:** Estrategias empresariales para ASMUCOCA

**Tabla 2.** Variables del Perfil Interno

Fortalezas	Debilidades
Constitución legal al día	Inexistencia de Planes estratégicos
Reconocimiento institucional ante entidades gubernamentales	Estructura organizacional débil
Experiencia en gestión de proyectos	Comunicación y control directivo regular
Relación con proveedores aliados	Baja capacidad toma de decisiones y liderazgo
Unidades productivas	Baja Participación en el mercado
Calidad del producto orgánica y campesina	Altos costos de distribución y ventas
Acopio y venta de productos estratégico	Baja Innovación de productos
Acceso a capital y recursos financieros	No hay Estrategias de marketing
	Baja Capacidad endeudamiento
	Baja Liquidez
	Poco Valor agregado
	Nula Capacidad de transformación
	Baja Experiencia empresarial
	Escaso Personal interdisciplinario

**Nota:** Esta tabla muestra las variables del Perfil Interno que influyen en ASMUCOCA.

**Fuente:** Estrategias empresariales para ASMUCOCA

Tomando como base, las variables de los perfiles externos e internos, previamente identificadas, se estructuraron la Matriz de evaluación de factores internos MEFI, la que permite valorar las fortalezas y las debilidades encontradas en la organización y clasificadas en la matriz PCI, de tal forma que para este caso se asignó un peso por cada una de las variables según su importancia (0,0 hasta 1,0), así mismo se calificó cada factor entre 1 y 4 siendo el 4 la más importante. La suma de todos los valores ponderados determina el nivel de toda la organización. Se hace una clasificación de uno a cuatro para indicar si dicha variable representa:

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| 1 (debilidad importante) | 2 (debilidad menor)      |
| 3 (fortaleza menor)      | 4 (fortaleza importante) |

Los resultados de la matriz MEFI obtuvieron un valor de 2,14 lo cual representa una organización con muchas debilidades internas inclusive en el área de mercadeo, las cuales deben ser corregidas a fin de evitar el colapso de la asociación.

Por otra parte, en la Matriz de evaluación de factores externos MEFE, se evidenciaron los resultados de la evaluación de los factores externos, los cuales corresponden a las oportunidades y amenazas. Se determinó el peso de cada variable definida en la matriz POAM y se procedió a calificar entre 1 y 4 según el grado de importancia. Se hace una clasificación de uno a cuatro para indicar si dicha variable representa:

- |                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| 1 (amenaza importante), | 2 (amenaza menor),         |
| 3 (oportunidad menor),  | 4 (oportunidad importante) |

Los resultados muestran un valor de 2,53 el cual es más fuerte con respecto al anterior, demostrando que las oportunidades tienen un potencial para el direccionamiento estratégico de la asociación.

Como resultado del diagnóstico interno y externo, se consolidó la matriz DOFA con cada uno de los cuatro factores que reflejan el estado actual de la asociación, también permite generar las estrategias a partir del cruce FO, FA, DO, DA. Con esta información se desarrollan las matrices de comprobación para darle un enfoque a la propuesta estratégica del plan a corto, mediano y largo plazo.

Conforme al diagnóstico se pudo determinar que hay unas condiciones limitadas en su estructuración y organización interna en cuanto al área de mercadeo, lo cual permitió proponer estrategias y acciones de mejora encaminadas a fortalecer su redireccionamiento estratégico respecto al mercadeo, aprovechar las oportunidades para

gestionar apoyo técnico y académico, aprovechar las fortalezas que tiene con su experiencia en gestión de proyectos, entre otras acciones claves para mejorar sus resultados en los años siguientes.

## Conclusiones

---

El diagnóstico estratégico, muestra una gama de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, que, al ser analizadas mediante el proceso de la planeación estratégica, se evidencia que la asociación debe hacer uso de sus fortalezas, para lograr contrarrestar las debilidades y amenazas y aprovechar las oportunidades que el entorno ofrece.

De acuerdo al proceso de la planeación estratégica aplicado, se visualiza que la Asociación se encuentra en el cuadrante II de la matriz PEYEA, por lo tanto se debe de desarrollar estrategias agresivas que correspondan a crecer y sostenerse, así mismo la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE), corrobora que en el área de mercado se debe desarrollar las estrategias de Desarrollo de mercado y marketing estratégico y Mujer Rural Emprendedora, con las cuales la asociación y sus unidades de negocio logran su fortalecimiento y crecimiento y autosostenimiento en el tiempo.

Los actores internos de ASMUCOCA, requieren fortalecer su compromiso para que a través de las estrategias de mercado mencionadas puedan aumentar y consolidar su participación en el mercado actual e ingresar a nuevos mercados, lo que se verá reflejado en el logro de los objetivos organizacionales y un aumento en las utilidades de la asociación, por tanto, también beneficiará a las asociadas de manera individual.

Finalmente, se debe procurar la conformación de un grupo interdisciplinario de apoyo, que conlleve a la Asociación, a liderar diferentes políticas, proyectos y acciones que permitan su crecimiento en el mercado actual y futuros.

## Bibliografía

---

- Arrieta, V. Cervantes Borrero, Y., De la Cruz Lara, L., & López Cadena, D. (2021). *La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. Económicas CUC*, Volumen 42 (2), 243-254. [https://revistapublicando.org/download/pdf\\_187](https://revistapublicando.org/download/pdf_187)
- Da Silva, D. (23 de septiembre de 2020). *Desarrollo de mercado: ¿ha llegado la hora de expandir?* <https://www.zendesk.com.mx/blog/desarrollo-de-mercado/>
- Huamani, P. (2003). Importancia del planeamiento estratégico para el desarrollo organizacional. *Revista Gestión en el Tercer Milenio*, Volumen 5 (10), 105-110. [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05\\_n10/importancia.htm](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n10/importancia.htm)
- Lam, V. (28 de septiembre de 2020). *Importancia de tener una Estrategia de Marketing en el negocio.* <https://brandor.io/2020/09/28/importancia-de-tener-una-estrategia-de-marketing/>
- Laville, J. (2009). *Situación actual de la Economía Solidaria Norte- Sur*. Editorial Reas Euskadi. [http://www.bantaba.ehu.es/formarse/ficheros/view/Situaci%C3%B3n\\_actual\\_de\\_la\\_Economia\\_solidaria.pdf](http://www.bantaba.ehu.es/formarse/ficheros/view/Situaci%C3%B3n_actual_de_la_Economia_solidaria.pdf)
- Marín S, C. E. y Pérez C, C. (2008) *Fundamentos de marketing estratégico*. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/170129?page=23>
- Martín, S (25 de Julio de 2018). *Marketing estratégico: definición, beneficios y ejemplos.* <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-estrategico-definicion-beneficios-y-ejemplos>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Perfil Económico Departamental Caquetá.* <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx/Caqueta>
- Montalván, F. (2016). El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador. *Revista Publicando*, Volumen 3 (8), 467-486. [https://revistapublicando.org/download/pdf\\_187](https://revistapublicando.org/download/pdf_187)

Ramirez, D. A. (2017), *Acceso de asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios. Estudio de casos en el departamento del Meta (Colombia)*. Universidad nacional de Colombia. Bogotá. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/62871/TESIS%20ANDREA%20RAMIREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Razeto, L. (2010). ¿Qué es la economía solidaria? *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, Volumen 110, 47-52. [https://base.socioeco.org/docs/que\\_es\\_la\\_economia\\_solidaria\\_l.razeto.pdf](https://base.socioeco.org/docs/que_es_la_economia_solidaria_l.razeto.pdf)

Sampedro (2019). *Formulación de la plataforma estratégica organizacional para la agencia de medios PDT de Clínica Especialistas del Poblado* (Trabajo de Grado de Pregrado). Corporación Universitaria Lasallista

Sordo, I. (03 de agosto de 2021). *Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

Thompson, I. (Octubre de 2006). *Definición de Marketing*. <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>



**La asociación debe hacer uso de sus fortalezas, para lograr contrarrestar las debilidades y amenazas y aprovechar las oportunidades que el entorno ofrece.**



---

# DISCUSIÓN DE LAS EXENCIONES TRIBUTARIAS COMO FACTOR DIFERENCIADOR PARA LA COMPETITIVIDAD LOCAL Y REGIONAL

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>



# **DISCUSSION OF TAX EXEMPTIONS AS A DIFFERENTIATING FACTOR FOR LOCAL AND REGIONAL COMPETITIVENESS**



**Henry Ernesto González Becerra<sup>84</sup>**

**Francisco Javier García García<sup>85</sup>**

**Eva Inés Guatibonza Hernández<sup>86</sup>**

84 Economista Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Finanzas UPTC. Master in International Business, Central Queensland University, Australia. Docente investigador y líder Grupo de investigación Inacop, Universidad Antonio Nariño.  
Correo electrónico: henry.egb@gmail.com

85 Administrador de Empresa UPTC. Especialista en Derecho Empresarial Universidad Santo Tomas. Especialista en Gerencia de Mercadeo Uniboyacá. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. Investigador Grupo Visión, Desarrollo y Competitividad.  
Correo electrónico: javier00.garcia@hotmail.com

86 Economista UPTC. Especialista en Alta Gerencia, UPTC. Maestría en Relaciones Internacionales, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Investigador Grupo Visión, Desarrollo y Competitividad.  
Correo electrónico: evaines94@yahoo.com



## RESUMEN

El presente documento tiene como propósito plantear una discusión sobre el efecto real de las exenciones tributarias, como único mecanismo para la atracción de tejido productivo y la generación de empleo en los municipios del país. Metodológicamente, se adelantó una investigación de tipo mixto, con la aplicación de entrevistas semiestructuradas a secretarios, asesores y directores de las áreas de hacienda y planeación en un grupo de municipios de las Provincias de Sabana Centro y Sabana Occidente, en el Departamento de Cundinamarca, y Tundama y Sugamuxi, en el Departamento de Boyacá. Igualmente, se adelantó un análisis de las exenciones incluidas en los estatutos tributarios y de la recaudación de los impuestos ICA y predial, sobre los cuales se aplican generalmente este tipo de acciones. Del trabajo realizado, se establece que, en los municipios de más éxito, en la atracción de nuevas empresas, la utilización de las exenciones tributarias es solo un elemento más de una estrategia más amplia de política pública, que busca mejorar las condiciones generales de competitividad.

**Palabras clave:** exenciones tributarias; competitividad local y regional; planificación del territorio; política pública.

## ABSTRACT

The purpose of this document is to establish a discussion on the real effect of tax exemptions, as the only mechanism for attracting the productive fabric and generating employment in the country's municipalities. Methodologically, a mixed type of investigation was carried out, with the application of semi-structured interviews to secretaries, advisers and directors of the finance and planning areas in a group of municipalities of the Provinces of Sabana Centro and Sabana Occidente, in the Department of Cundinamarca, and Tundama and Sugamuxi, in the Department of Boyacá. Likewise, an analysis of the exemptions included in the tax statutes and of the collection of ICA and property taxes, on which this type of actions is generally applied, was carried out. From the work carried out, it is established that in the municipalities with the most success in attracting new companies, the use of tax exemptions is just one more element of a broader

public policy strategy, which seeks to improve the general conditions of competitiveness.

**Keywords:** Tax exemptions; local and regional competitiveness; planning of the territory; Public politics.

## Desarrollo de la ponencia

---

Este documento se desarrolla en tres partes generales. La primera, incluye los fundamentos teóricos, con la conceptualización de las exenciones, los descuentos, las amnistías y los beneficios tributarios, a lo que se agrega la diferenciación en el efecto de los costos fiscales de cada una de las cuatro medidas tributarias señaladas. Igualmente, se aborda la implementación de las exenciones tributarias y su alcance, en diferentes contextos. La segunda, corresponde a la descripción de la metodología, los instrumentos de recolección de la información y el análisis de la misma, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Finalmente, en la tercera, se presentan los resultados obtenidos, que sustentan las conclusiones y discusión final sobre la efectividad del uso de las exenciones tributarias, especialmente cuando esta estrategia se utiliza de forma aislada, y no como parte de una política general de competitividad.

## Análisis y resultados

---

La autonomía en el marco de la descentralización fiscal y el uso de incentivos tributarios

De acuerdo con el Artículo 21 de la Ley 905 de 2004 (Congreso de la República, 2004), las entidades territoriales pueden establecer condiciones específicas en materia tributaria con el fin de incentivar las actividades productivas, especialmente en lo que corresponde a las pequeñas y medianas empresas, en concordancia con lo establecido en la Ley 14 de 1983 (Congreso de la República, 1983). De esta manera, la descentralización fiscal y administrativa puede contribuir al desarrollo local, la generación de empleo, la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos y la consolidación de un entorno económico competitivo (Alburquerque, 2004).

De forma general, los dos impuestos que constituyen la principal fuente de ingresos propios en los municipios, ICA e impuesto predial, han sido objeto tanto de los mayores esfuerzos de recaudo, como de las iniciativas para incentivar la llegada de inversión productiva y la generación de empleo, teniendo en cuenta que la estrategia fiscal puede ser usada de forma proactiva como estrategia para potenciar la inversión privada (Galvis y López, 2010).

Tomando como referente diez de los doce municipios contrastados, se parte del estudio comparativo de las tarifas del impuesto de industria y comercio (ICA) y el impuesto predial, que tienen condiciones diferenciadoras entre ambos departamentos.

En primer lugar, respecto al impuesto predial, se observa una tarifa más alta en los municipios del Departamento de Cundinamarca en la mayor parte de los usos de suelos establecidos en los estatutos tributarios, especialmente después del año 2016, de forma particular en la subregión de Sabana Centro, mientras en el Departamento de Boyacá las tarifas tienden a ser más bajas, a excepción de la Ciudad de Tunja, que tiene condiciones similares en su estructura con Zipaquirá y Chía (Tabla 1), los dos municipios de mayor tamaño poblacional y urbano en la Sabana de Bogotá. Estos tres municipios, adicionalmente a las ciudades de Duitama y Sogamoso, son los únicos con población superior a 100.000 habitantes (DANE, 2018).

**Tabla 1.** Comparativo tarifas impuesto predial según uso de suelos 2008-2016

PROVINCIA	MUNICIPIO	USO	2008	2016	PROVINCIA	MUNICIPIO	USO	2008	
SABANA CENTRO (CUNDINAMARCA)	CHÍA	Urbano	3,40	15,90	TUNDAMA (BOYACÁ)	DUITAMA	Vivienda	3,50	
		Rural	3,40	15,90			Comercial	3,50	
		Hotelero	5,00	5,00			Industrial	6,00	
	TOCANCIPÁ	Urbano	2,00	8,50		PAIPA	Vivienda	5,50	
		Rural	2,00	8,00			Comercial	8,00	
		Industrial	5,00	16,00			Industrial	8,00	
		Vivienda	5,50	12,50			Turismo	8,00	
		Comercial	6,50	14,50			NOBSA	Urbano	4,00
		Industrial	9,50	9,50				Industrial	8,00
	Educación	10,00	10,00	Rural		3,00			
SABANA OCCIDENTE (CUNDINAMARCA)	MOSQUERA	Vivienda	6,00	10,00	SUGAMUXI (BOYACÁ)	SOGAMOSO	Urbano	6,00	
		Comercial	6,50	8,00			Vivienda	4,50	
		Industrial	9,00	10,00			CENTRO (BOYACÁ)	TUNJA	Comercial
	Vivienda	5,00	6,00	Industrial		5,00			
	Industrial	12,00	12,00						
	Comercial	7,00	7,00						

**Fuente:** Elaboración propia, con base en los estatutos y otras normas tributarias municipios de Chía (2018), Tocancipá (2018), Zipaquirá (2018), Funza (2018), Mosquera (2018), Duitama (2018), Paipa (2018), Nobsa (2018), Sogamoso (2018) y Tunja (2018).

De otra parte, en lo que corresponde con el ICA, que se cobra por las diferentes actividades económicas, cada municipio de acuerdo con sus vocaciones productivas ha establecido durante el periodo 2004-2017 tarifas diferenciadas, que tienen mayor similitud comparativamente con el impuesto predial. De forma más o menos general, las menores tarifas se aplican a las actividades de transformación de alimentos y lácteos, textiles y artesanías, mientras las más altas gravan a procesos industriales y productivos de mayor valor agregado como hierro y acero, automotores y construcción, aunque no hay una total paridad entre los distintos municipios. Sin embargo, las tarifas básicas son más altas de forma particular en los municipios de la Sabana de Bogotá, especialmente Zipaquirá, Mosquera y Funza (Tabla 2).

**Tabla 2.** Comparativo ICA según actividades industriales 2008-2016

PROVINCIA	MUNICIPIO	ACTIVIDAD	TARIFA	PROVINCIA	MUNICIPIO	ACTIVIDAD	TARIFA	
SABANA CENTRO (CUNDINAMARCA)	CHÍA	Cemento, hierro, acero	6,0	TUNDAMA (BOYACÁ)	DUITAMA	Lacteos	2,2	
		Químicos	7,0			Alimentos	2,8	
		Alimentos y lacteos	3,0			Material transporte	5,5	
		Textiles	4,0			Minas	7,0	
		Eléctricos	7,0			Otras	7,0	
	TOCANCIPÁ	Alimentos y lacteos	4,5		PAIPA	Alimentos y lacteos	4,0	
		Vestido	5,5			Vestido	4,0	
		Calzado	4,5			Calzado	4,0	
		Hierro y acero	7,0			Otras	7,0	
	ZIQAQUIRÁ	Cemento y hierro	7,0		SUGAMUXI (BOYACÁ)	NOBSA	Alimentos	2,0
		Alimentos	6,0				Cemento y hierro	7,5
		Muebles de forja	7,0				Muebles de forja	3,5
Trituración		7,0	Trituración	5,0				
SABANA OCCIDENTE (CUNDINAMARCA)	MOSQUERA	Bebidas y alimentos	6,0	CENTRO (BOYACÁ)		SOGAMOSO	Alfarería	3,0
		Textiles y calzado	6,5				Fundicion	4,5
		Construcción	7,0				Hierro y acero	4,5
		Metalurgico	7,0				Otras	6,0
	Textiles y calzado	6,0	TUNJA				Alimentos	4,0
	Alimentos	5,9				Calzado	4,0	
	Hierro y acero	6,0				Vestido	4,0	
	Automotores	6,0				Madera	5,0	
	Minerales	6,5			Otras	7,0		

**Fuente:** Elaboración propia, con base en los estatutos y otras normas tributarias municipios de Chía (2018), Tocancipá (2018), Zipaquirá (2018), Funza (2018), Mosquera (2018), Duitama (2018), Paipa (2018), Nobsa (2018), Sogamoso (2018) y Tunja (2018).

## Discusión y conclusiones

---

Finalmente, es importante señalar la diferencia entre las exenciones tributarias que se hacen sobre un recaudo potencial, y otro tipo de medidas fiscales como los descuentos por pronto pago, las amnistías por obligaciones no cumplidas, y los beneficios por inversiones sociales o protección del medio ambiente, que constituyen un costo, o gasto tributario, ya que se aplican sobre obligaciones ya causadas. A pesar de lo cual, existe una discusión abierta acerca de su efecto favorable al permitir una reorganización de la estructura tributaria y de los procesos de recaudo.

## Bibliografía

---

- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización. *Revista de la Cepal*. 82. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/1/082157171\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/1/082157171_es.pdf)
- Asocentro. (2018). Plan de desarrollo e información básica Asociación de municipios de Sabana Centro. <https://asocentro.com/>
- Congreso de la República. (1983). Ley 14 de 1983 - Fiscos de las entidades territoriales. [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=267](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=267)
- Congreso de la República. (1986). Decreto Ley 1333 de 1986 - Código de Regimen Municipal Colombia. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto\\_1333\\_1986.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_1333_1986.html)
- Congreso de la República. (2004). Ley 905 de 2004 - Promoción del del desarrollo de la micro, pequema y mediana empresa colombiana. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html)
- Contaduría General de la Nación. (2018). Consolidador de información financiera territorial CHIP. Ejecuciones presupuestales de ingresos por municipios 2009-2018. [https://www.chip.gov.co/schip\\_rt/index.jsf](https://www.chip.gov.co/schip_rt/index.jsf)

- DANE. (2018). Proyecciones de población 2005-2020. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>
- Fondo Monetario Internacional. (2007). Manual de transparencia fiscal 2007. <https://www.imf.org/external/np/fad/trans/spa/manuals.pdf>
- Galvis, D. López, M. (2010). ¿Son las políticas locales una buena estrategia para dinamizar el mercado de trabajo ? Algunos elementos para el caso colombiano. *Perfil de Coyuntura Económica*, (16), 155–170. <http://www.scielo.org.co/pdf/pece/n16/n16a08.pdf>
- Galvis, L.A. Bonilla, L. Gómez, S.M (2019). Exenciones y desarrollo regional: evidencia de Colombia. *Documento de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana*, (284). <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9788>
- González, H., Gracia, F., y Cuellar, R. (2020). Uso de exenciones tributarias como factor de competitividad y generación de empleo local: efectividad en las regiones de Colombia. *Boyacá siglo XII: Dinámicas de desarrollo y competitividad regional*. Fondo Editorial Universidad Antonio Nariño-
- Gutiérrez, S. F. (2010). *Instituciones y territorio: La descentralización en Colombia*. (Konrad Adenauer Stiftung, Ed.), *25 años de la descentralización en Colombia*. Colombia.
- Mattos, C. A. (1990). La descentralización ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local? *Cuadernos de Economía*, 14(978-603-45331-1-0), 173.194.
- Municipio de Chía. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2005-2013 (Acuerdos municipales 039/2005 y 052/2013).
- Municipio de Duitama. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2005-2012. Acuerdos 038/2005, 041/2008, y 040/2012.
- Municipio de Funza. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2001-2012. Acuerdos 013/2001 y 03/2012.
- Municipio de Mosquera. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2006 -2016. Acuerdos 020/2006, 025/2008, 031/2013 y 032/2016.

Municipio de Nobsa. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2008-2016. Acuerdos 039/2008, 015/2011 y 018/2016.

Municipio de Paipa. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2004-2016. Acuerdos 032/2004 y 013/2016.

Municipio de Sogamoso. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2005-2012. Acuerdos 015/2005, 038/2011 y 024/2012.

Municipio de Tocancipá. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2007-2017. Decretos 080/2007, 111/2008 y 090/2017.

Municipio de Tunja. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2006. Acuerdo 389/2006.

Municipio de Zipaquirá. (2018). Estatutos y otras normas tributarias 2004-2009. Acuerdos 023/2004 y 049/2009.

Parra, G. Y. Reyes, P. S. (2009). El gasto tributario en Colombia. Principales beneficios en el impuesto sobre la renta e IVA. Años gravables 2007 y 2008. *Dian*, 56.

Tello, M. (2008). *Desarrollo económico local, descentralización y clusters: teoría, evidencia y aplicaciones*. C. Católica. Ed.

Zapata, J. G. (2010). Las finanzas territoriales en Colombia, 52. <http://www.caf.com/media/3782/FinanzasTerritoriales.pdf>.



**CALIDAD DE SERVICIO COMO  
ESTRATEGIA DE MARKETING  
PARA EL FORTALECIMIENTO  
DE LA COMPETITIVIDAD  
EMPRESARIAL**

**QUALITY OF SERVICE AS A  
MARKETING STRATEGY FOR  
STRENGTHENING BUSINESS  
COMPETITIVENESS**



**Autor**



## RESUMEN

La calidad del servicio ha sido uno de los conceptos fundamentales al momento de buscar una ventaja competitiva por parte de las empresas. De esta forma, en un mercado donde cada vez más es el consumidor quien tiene el poder de decidir, es lógico suponer que solo satisfaciendo sus deseos y necesidades una empresa logra ser más competitiva. Esta es una investigación tipo Descriptivo-Analítico donde se analiza calidad de servicio como estrategia de marketing para el fortalecimiento de la competitividad empresarial. Se reconoce que la calidad del servicio tiene varias miradas, de un lado se asume por la brecha entre las expectativas y deseos del cliente basado en su percepción por su utilización en determinado momento, también como una herramienta para ser más competitivas e innovadoras con el fin de sobresalir y posicionarse en el mercado. Considera que efectivamente el hecho de disponer de un producto o servicio que muestra características que lo diferencien de los demás, hace que este sea más competitivo. De allí que los gerentes se deben abocar a encontrar ese factor distintivo, y aprovechar sus fortalezas para presentarlo con buenas estrategias al mercado.

**Palabras clave:** calidad; servicio; estrategias; marketing.

## ABSTRACT

The quality of the service has been one of the fundamental concepts when looking for a competitive advantage on the part of the companies. In this way, in a market where more and more it is the consumer who has the power to decide, it is logical to assume that only by satisfying their desires and needs a company manages to be more competitive. This is a Descriptive-Analytical type investigation where quality of service as a marketing strategy to strengthen business competitiveness. It is recognized that the quality of the service has several points of view, on the one hand it is assumed by the gap between the expectations and desires of the client based on their perception of its use at a certain moment, also as a tool to be more competitive and innovative in order to stand out and position itself in the market. Considers that effectively having a prod-

uct or service that shows characteristics that differentiate it from others, makes it more competitive. Therefore, managers should strive to find that distinctive factor, and take advantage of their strengths to present it with good strategies to market.

**Keywords:** Quality; service; strategies; Marketing.

## Desarrollo de la ponencia

---

El propósito de la investigación fue analizar la calidad de servicio como estrategia de marketing para el fortalecimiento de la competitividad empresarial, en este sentido la consulta de referentes bibliográficos, facilitó comprender que la calidad de servicio, tiene varias miradas, de un lado se asume por la brecha entre las expectativas y deseos del cliente basado en su percepción por su utilización en determinado momento (Jain y Aggarwal, 2017), de otra parte Andrés (2009) la concibe como el factor que sustenta la percepción del cliente, que le sirve para evaluar el servicio/producto que recibe, con sus atributos, empatía, y el precio, entre otros factores, lo que es determinante en la fidelización de los clientes

Los resultados obtenidos en la investigación permitieron analizar la calidad de servicio como estrategia de marketing para el fortalecimiento de la competitividad empresarial. Lo cual se logró, mediante la utilización de una metodología sustentada en el enfoque cualitativo, y tipología de estudio documental-bibliográfico, para la interpretación de los materiales consultados, en bases de datos científicas como Scopus, Redalyc, Scielo, y Google académico.

En este sentido, la investigación abordó las variables calidad de servicio, estrategias de marketing y competitividad, tomando como fuentes referenciales autores clásicos y de más reciente data, confrontando sus planteamientos y puntos de vista con lo que se pueden establecer ciertas consideraciones, a manera de conclusión.

Se logró evidenciar cómo las fuentes consultadas coinciden, al afirmar que para que una empresa sea competitiva, es relevante que se enfoque en asumir la calidad de servicio como una filosofía organizacional, lo que implica que se aboque en diseñar una misión, valores, políticas y procedimientos que promuevan el interior la calidad de servicio, en todos los niveles, así se podrá transmitir a sus clientes, en forma natural pues forma parte de su cultura corporativa.

Asimismo, se concluye que es importante la implementación de estrategias de marke-

ting, con el mismo fin de la competitividad. La experiencia empresarial, ha demostrado que el diseñar y aplicar estrategias orientadas a fortalecer el marketing, resulta en grandes beneficios, por ofertar en el mercado los productos o servicios en la forma y condiciones que el cliente espera.

Se tiene entonces, que, al utilizar la calidad de servicio y las estrategias de marketing, las empresas se vuelven más competitivas y por tanto con mayores niveles de rentabilidad, posicionamiento y participación del mercado en el cual participan.

## Bibliografía

---

- Ahrholdt, D., Gudergan, S., & Ringle, C., (2017). Enhancing service loyalty: The roles of delight, satisfaction, and service quality. *Journal of Travel Research*. 56(4): 436-450. [ Links ]
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Azman, I. & Yusrizal, S. (2016). Service quality as a predictor of satisfaction and customer loyalty. *Scientific Journal of Logistics*, 12(4), 269-283. DOI: 10.17270/J.LOG.2016.4.7
- Blanco-Ariza, A. B., Vázquez-García, A. W., García-Jiménez, R., & Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional y competitividad en industrias de alimentos: Análisis relacional. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(91), 829-845. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33169>
- Cantillo, N.; Pedraza, C.; Paz, A. y García, J. (2019). Dimensiones del servicio como ventaja competitiva en el sector farmacéutico del distrito especial turístico y cultural de Riohacha, Colombia. *Espacios*, 40 (1), 9- 21. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p09.pdf>.
- Dávila Narváez, H., Palacios Bauz, I., Peña Rivas, H. C., & Valencia Medranda, J. A. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *Revista De Ciencias Sociales*, 25, 130-145. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i1.29604>
- Drumond, M. & Machado, A. (2013). Processos de implementação de estratégias de marketing na indústria criativa de jogos eletrônicos. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 12(2),105-137. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331228859004>
- Ferraz, J.C., D. Kupfer y L. Haguenuer (1996a). El desafío competitivo para la industria brasileña. *Revista de la CEPAL*, N.º 58, LC/G.1916-P, Santiago de Chile.

- Ferrell, O. y Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: Cengage Learning
- García, J.; Durán, S.; Parra, M. y García, E. (2017). Elementos y principios de la calidad de servicio. En R Prieto, A Cazallo (Edit). *Marketing y Competitividad en las organizaciones*. Barranquilla: Editorial Universidad Simón Bolívar.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. de R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>.
- Jain, P. & Aggarwal, V. (2017). The effect of perceived service quality on customer satisfaction and customer loyalty in organized retail chains. *Amity Business Review*. 18(2), 77-89. <https://www.amity.edu/abs/abr/pdf/Vol%2018%20No.2/7%20.pdf>
- Kumar, V. & Hundal, B. (2019). Evaluating the service quality of solar product companies using SERVQUAL model. *International Journal of Energy Sector Management*. 13(3): 670-693. [ Links ]
- Lai, C. & Nguyen, M. (2017). Factors affecting service quality, customer satisfaction and loyalty of mobile phone service providers in Vietnam. *International Journal of Organizational Innovation*. 10(2): 75-85. [ Links ]
- Molina Medina, B. V., & Romero Silva, M. C. (2019). ADN organizacional para la calidad de servicio en las universidades de gestión pública colombianas. *Revista De Ciencias Sociales*, 24(4), 70-80. <https://doi.org/10.31876/racs.v24i4.24910>
- Müller Pérez, J., Azuela Flores, J. I., & Jiménez Almaguer, K. P. (2021). Estrategias de descuento en el precio y de bonus pack en la intención de compra. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(95), 868-881. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.26>
- Muñoz-Querales, E. E., Lechuga-Cardozo, J. I., & Pulido-Rojano, A. de J. (2020). Percepción de los decisores de centros comerciales sobre aplicación de acciones de marketing. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(2), 148-162. <https://doi.org/10.31876/racs.v26i2.32431>
- Parente-Laverde, A. M., & Macias, J. L. (2020). Desempeño exportador, orientación al mercado y estrategias de adaptación de pequeñas y medianas empresas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(91), 920-937. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33174>

- Pérez Peralta, C. M., Chirinos Araque, Y. del V., Ramírez García, A. G., & Barbera Alvarado, N. (2021). Factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(5), 350-369. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.23>
- Shah, S.; Jan, S. & Baloch, Q. (2018). Role of service quality and customer satisfaction in firm's performance: Evidence from Pakistan hotel industry. *Journal of Commerce and Social Sciences*. 12(1): 167-182. <https://www.econstor.eu/handle/10419/188340>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E. y Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. Epub 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján-Vera, P. E., & Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(ESPECIAL 3), 193-203. Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/36502>
- Silva-Ordoñez, I., Jiménez-Silva, W., Santamaría-Freire, E., & Villalba-Miranda, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista De Ciencias Sociales*, 25(2), 83-95. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i2.27350>
- Vargas Vega, T. de J., Saavedra García, M. L., Villegas González, E., & Hidalgo Gallardo, R. L. (2020). Determinantes de la competitividad en Pymes Comerciales del municipio de Acaxochitlan, México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(4), 82-96. Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35178>
- Zúñiga Oscco, R., Agreda Cerna, H. W., Quispe Rupaylla, R. V., & Aguirre Landa, J. P. (2021). Packaging: herramienta del marketing para el posicionamiento de una marca en Andahuaylas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(5), 520-539. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.34>

**ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE  
GESTIÓN DE CONOCIMIENTO  
EN TURISMO INTELIGENTE**

**BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF  
KNOWLEDGE MANAGEMENT  
IN SMART TOURISM**



**Autor**



## RESUMEN

Esta ponencia plantea el objetivo de identificar la evolución, tendencias y estructura semántica del turismo inteligente. Para su desarrollo, se realiza una revisión sistemática (RS) de 433 artículos de web of Science se aplican modelos y métodos cuantitativos de análisis bibliométrico empleando la herramienta Vos viewer, se analizan los clústeres temáticos mediante coocurrencia de palabras clave, el avance cronológico del campo de estudio y la evolución del cuerpo de conocimiento. El resultado demuestra la importancia del Turismo inteligente para enriquecer la experiencia turística y fortalecer la competitividad de los destinos mediante la integración del estado, la sociedad y la empresa. Para investigaciones futuras, se pueden determinar líneas temáticas en marketing con contexto social y turismo emocional.

**Palabras clave:** turismo inteligente; destinos inteligentes; ecosistemas turísticos.

## ABSTRACT

This presentation sets out the objective of identifying the evolution, trends and semantic structure of smart tourism. For its development, a systematic review (SR) of 433 web of Science articles is carried out, quantitative models and methods of bibliometric analysis are applied using the Vos viewer tool, thematic clusters are analyzed by co-occurrence of keywords, progress chronological field of study and the evolution of the body of knowledge. The result demonstrates the importance of smart tourism to enrich the tourist experience and strengthen the competitiveness of destinations through the integration of the state, society and the company. For future research, thematic lines in marketing with social context and emotional tourism can be determined.

**Keywords:** Smart tourism; smart destinations; tourism ecosystems.

## Desarrollo de la ponencia

---

La presente ponencia se enmarca en el eje temático de Negocios inteligentes y tendencias de los sistemas de información en el e-commerce, es producto del proyecto de investigación denominado “Modelo post COVID para turismo de naturaleza y ecoturismo en el municipio de Paipa.”, que se adelanta con la alcaldía de Paipa, El objetivo es realizar una revisión sistemática del estado de conocimiento en turismo inteligente y las tendencias conceptuales que emergen en las investigaciones de este tema.

## Discusión

---

En la presente discusión y basados en los resultados del análisis bibliométrico se abordan las consideraciones de los investigadores más destacados en Turismo inteligente con el fin de determinar el cuerpo de conocimiento, desde el surgimiento del concepto, los sistemas de información, para finalizar con las tendencias que emergen en el último año.

El turismo inteligente es un fenómeno social que surge de la convergencia de la vida cotidiana de los ciudadanos en los ecosistemas empresarial y turístico. Los mecanismos de la ciudad inteligente y el turismo proporcionan sistemas que implican flujos e intercambios de datos e información, que interactúan con sistemas externos (por ejemplo, transporte, atención médica y sistemas de pago) y con la optimización de tecnologías avanzadas que se dan gracias al apoyo de políticas gubernamentales. (Koo, C., Park, J. y Lee, J., 2017). Para Bores (2016), los ecosistemas de turismo inteligente tienen el potencial de generar una ventaja competitiva sostenida y una mejora de la calidad de vida tanto de los residentes como de los turistas en los destinos turísticos inteligentes.

El turismo inteligente describe la creciente dependencia de los destinos turísticos, la industria y los turistas y su relación con las formas emergentes de TIC que permiten transformar cantidades masivas de datos en propuestas de valor. (Gretzel, U. et al., 2015).

## Conclusiones

---

Como conclusiones de la revisión bibliométrica se puede indicar que los autores consultados coinciden en la importancia de desarrollar prácticas de turismo inteligente para fortalecer las capacidades competitivas de las regiones y fomentan la articulación entre los grupos de interés y las entidades públicas y privadas, Queda claro que la industria del turismo debe reinventarse mediante el uso de macrodatos y el desarrollo de destinos turísticos inteligentes, para lo cual realizar análisis de big data es fundamental como herramienta para respaldar la toma de decisiones comerciales y la asignación óptima de recursos, los datos confiables pueden orientar el quehacer gubernamental y empresarial permitiendo además detectar nuevas oportunidades de negocio. En pro de los turistas, los empresarios y las comunidades receptoras.

El turismo inteligente describe la creciente dependencia de los destinos turísticos, la industria y los turistas y su relación con las formas emergentes de TIC que permiten transformar cantidades masivas de datos en propuestas de valor. El desarrollo de prácticas de turismo inteligente integra elementos tecnológicos como como aplicaciones móviles para informar los puntos turísticos y los lugares de ubicación de los mismos, la disposición de bicicletas y buses turísticos, aplicaciones para traducir la información a diferentes idiomas. (Gretzel, U. et al.,2015).

Finalmente cabe resaltar la relación entre el turismo inteligente y la competitividad, pues transformar la información en productos o servicios con valor agregado informacional, pueden ser herramientas para desarrollar inteligencia competitiva, pues permite generar propuestas de marketing enfocadas a las necesidades del turista, pero sin desconocer el aporte de las comunidades residentes, los empresarios y el gobierno en estrategias alineadas que permitan el empleo racional de los recursos, el bienestar de los residentes y la sostenibilidad de los destinos.

## Bibliografía

---

- Borrás, J., Moreno, A. y Valls, A. (2014). Sistemas inteligentes de recomendación de turismo: una encuesta. *Expert Syst. Appl.*, 41, 7370-7389. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.06.007>
- Boes, K., Buhalis, D. e Inversini, A. (2016), "Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 No. 2, pp. 108-124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Buhalis, D y Foerste, M (2015), SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value, *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>.
- Casado-Aranda, L, Sánchez-Fernández, J, Manzano, A (2021) Tourism research after the COVID-19 outbreak: Insights for more sustainable, local and smart cities, *Sustainable Cities and Society*,73 <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103126>.
- Cohen, B. (2012). 6 componentes clave para las ciudades inteligentes. Obtenido de [http://www.ubmfuturecities.com/author.asp?section\\_id=219&doc\\_id=524053](http://www.ubmfuturecities.com/author.asp?section_id=219&doc_id=524053)
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. et al. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets* 25, 179–188. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Huiyue Ye, Sunny Sun y Rob Law (2021) Una investigación sobre el desarrollo del turismo inteligente desde la perspectiva de las partes interesadas, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26:10, 1156-1170, <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.1080/10941665.2021.1953086>
- Koo,C., Park,J. y Lee,J.(2017) Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives, *Information & Management*, 54(6), Pages 683-686, <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.1016/j.im.2017.04.005>
- Lee, P., Hunter, W., & Chung, N. (2020). Smart Tourism City: Developments and Transformations. *Sustainability*, 12(10), 3958. MDPI AG. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su12103958>

# INCIDENCIA DEL EMPREDIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





**Capítulo 34.**

# **INCIDENCE OF ENTREPRENEURSHIP AND CREATION OF COMPANIES IN VOCATIONAL TRAINING**



**Autor**



## RESUMEN

El objetivo del presente artículo es brindar un contexto del desarrollo de la investigación alrededor del tema de emprendimiento en la academia y su incidencia en la generación de negocios. Parte de una investigación en curso, de tipo cuantitativo descriptiva y analítica que permite conocer la situación real del emprendimiento y empresarismo generado desde a universidades en el departamento del Huila. Se tomó como pilar la ley de emprendimiento "Ley 2069 de 31 de diciembre de 2020" y antecedentes investigativos recientes, para establecer los resultados de la opción de grado de emprendimiento en la consolidación de empresas en el periodo 2015-2019, mediante la pregunta de investigación ¿Cuál es la incidencia de la opción de grado de emprendimiento en la consolidación de empresas de los egresados de las carreras administrativas, económicas y contables de las universidades del departamento del Huila?

Una vez realizada la revisión de antecedentes se obtiene como resultado que además de la capacitación, hay que crear programas de apoyo para los estudiantes emprendedores, con el fin de conseguir recursos para el desarrollo de sus ideas y fortalecimiento de los negocios constituidos.

**Palabras clave:** emprendimiento; negocios; capacitación habilidades; competencias.

## ABSTRACT

The objective of this article is to provide a context for the development of research around the topic of entrepreneurship in academia and its impact on business generation. Part of an ongoing, quantitative, descriptive, and analytical research that allows us to know the real situation of entrepreneurship and entrepreneurship generated from universities in the department of Huila. The entrepreneurship law "Law 2069 of December 31, 2020" and recent investigative antecedents were taken as a pillar, to establish the results of the entrepreneurship degree option in the consolidation of companies in the 2015-2019 period, through the question of research What is the impact of the entrepreneurship



degree option in the consolidation of companies of graduates of administrative, economic and accounting careers from the universities of the department of Huila?

Once the background check has been carried out, the result is that in addition to training, support programs must be created for entrepreneurial students, in order to obtain resources for the development of their ideas and strengthening of the established businesses.

**Keywords:** Entrepreneurship; business; skills training; competencies.

## Desarrollo de la ponencia

---

El propósito del presente artículo es revisar las investigaciones y resultados a la que han llegado diferentes autores los 3 últimos años, con el fin de tener una base que conlleve a mejores resultados en la recolección de la información y definición de la problemática en el entorno universitario en un aspecto tan importante abordado por todas las universidades, del cual no se visualiza en la realidad los mejores resultados

## Conclusiones

---

Las capacitaciones fomentan la postulación de ideas de emprendimiento y los resultados positivos con los estudiantes que tienen formación empresarial, porque identifican acciones para lograr el mejoramiento continuo de los bienes y servicios y acceder a los recursos de financiación, tecnología, hacer gestión comercial y proyectarse a nivel mundial, mediante la creación de negocios competitivos.

De otra parte, las habilidades personales, autoconfianza, habilidades intelectuales, son muy importantes para generar empresa. Algunos investigadores consideran que los estudiantes de universidades Públicas están interesados en llevar a cabo proyectos de emprendimiento y tienen la capacidad para identificar problemas.

No obstante, lo anterior es muy importante hacer evaluación de resultados de las iniciativas de emprendimiento, para que así aseguren su continuidad, además debe existir una relación entre el docente investigador y los emprendedores para un desarrollo profesional continuo

Finalmente es relevante crear además de la capacitación, crear programas de apoyo para los estudiantes emprendedores, con el fin de conseguir recursos para el desarrollo de sus ideas y fortalecimiento de los negocios creados.

## Bibliografía

---

- Andrea Teresa de Jesús Condori González, P. P. (2018). El emprendimiento y la potencialidad de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Industrial Data*, 91-100.
- Blanco, S. (2020). Las Spin-offs universitarias en Andalucía: un estudio de situación. *ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN*.
- Bretones, & Radrigán. (2018). Actitudeshaciael emprendimiento:elcasode losestudiantesuniversitarios chilenosy españoles. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 11-30.
- Enciso, & García. (2018). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. *Gestion y estrategia*.
- González, Torres, & Tinoco. (2017). Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Colima en México. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 43-59.

- Guachimposa, V. H. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 85.
- Laguía, A., Moriano, Molero, & Gámez. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 60-73.
- Macias, F., (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 88-103.
- Marín, Bohórquez, & Gutiérrez. (2015). Estrategias para el fomento del espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 301-324.
- Mendieta, E. P. (2019). Millennials Around Communication and Culture for Higher Education. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*.
- Muñoz, Montero, Gual, Rivadeneira, Betancourth, & Muñoz. (2018). El emprendimiento de los estudiantes universitarios en Ecuador: caso Universidad. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. [http](http://www.dilemas.com).
- Peralta Duran, J. (2019). Desarrollo regional y emprendimiento: evidencia para Colombia. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 467-490.
- Tanoira, Valencia, & Ponce. (2020). Factores que afectan la experiencia de emprendimiento en estudiantes universitarios. Un estudio en una institución privada en Mérida, Yucatán, México. 1-21.
- Tarapuez, G. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Suma de Negocios*.
- Vega, & Mera. (2016). Modelo de formación en emprendimiento social para Instituciones de Educación Superior en Colombia. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.

---

# PROPUESTA DE UN MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA LA RECUPERACIÓN DE LA RIQUEZA AMBIENTAL DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO- SUCRE DESDE EL EMPODERAMIENTO DE LAS COMUNIDADES

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 35.

# PROPOSAL FOR A SOCIAL INNOVATION MODEL FOR THE RECOVERY OF THE ENVIRONMENTAL WEALTH OF THE MUNICIPALITY OF SAN PEDROSSUCRE FROM THE EMPOWERMENT OF THE COMMUNITIES.



Engler de Jesús Ariza García<sup>87</sup>

Andrea Estefanía Gómez Domínguez<sup>88</sup>

87 Contador Público; Especialista en Administración Financiera; Magíster en Administración - MBA, Docente con funciones de investigación CCAV Corozal Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN, ORCID <http://orcid.org/0000-0002-6444-7982>  
Correo electrónico: engler.ariza@unad.edu.co

88 Licenciada en educación básica en énfasis en ciencias naturales y educación ambiental; Magíster en Gestión de la Innovación, Docente de Tiempo Completo – Corporación Universitaria del Caribe CECAR, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9798-2837>  
Correo electrónico: andrea.gomezd@cecar.edu.co

## RESUMEN

La presente investigación desarrolla la construcción de una propuesta de un modelo de innovación social para la recuperación de la riqueza ambiental en el municipio de San Pedro - Sucre desde el empoderamiento de las comunidades, que involucre además de las comunidades locales, los entes oficiales y privados que de una u otra forma, impactan o ejercen control sobre los recursos medioambientales del municipio. Este estudio es cualitativo de tipo descriptivo y propositivo. Por ello, se utiliza como referente teórico el modelo 360° propuesto por Monge y Allamand (2016) a partir de los cual se proponen las etapas de vinculación, cocreación e implementación que constituyen las variables a partir de las cuales se construyen los instrumentos de investigación utilizados en este estudio como: árbol del problema, lluvia de ideas y un cuestionario en escala Likert validado a través de la técnica del juicio de expertos. Los instrumentos fueron aplicados a 38 líderes representantes de cada una de las juntas de acción comunal de las veredas de San Pedro – Sucre.

**Palabras clave:** innovación social; empoderamiento comunitario; sostenibilidad ambiental; desarrollo rural.

## ABSTRACT

This research develops the construction of a proposal for a social innovation model for the recovery of environmental wealth in the municipality of San Pedro - Sucre from the empowerment of communities, which involves, in addition to local communities, official and private entities that in one way or another, impact or exercise control over the environmental resources of the municipality. This study is qualitative, descriptive, and purposeful. For this reason, the 360 ° model proposed by Monge and Allamand (2016) is used as a theoretical reference, from which the stages of linking, co-creation and implementation are proposed that constitute the variables from which the research instruments are built. used in this study as: problem tree, brainstorming and a Likert scale questionnaire validated through the expert judgment technique. The instruments were applied to 38 leaders representing each of the community action boards of the San Pedro - Sucre villages.

**Keywords:** Social innovation; community empowerment; environmental sustainability; rural development.

## Desarrollo de la ponencia

---

Esta investigación se llevó a cabo dentro del programa formación de alto nivel Colciencias – Gobernación de Sucre mediante la cual se logró proponer un modelo de innovación social para la recuperación de la riqueza ambiental del municipio de San Pedro- Sucre desde el empoderamiento de las comunidades. Para ello, se utilizó como punto de partida la revisión de la literatura a fin de analizar modelos de innovación social preexistentes y probados, encaminados hacia la sostenibilidad ambiental que permitieron determinar los elementos claves de éxito y los referentes para la construcción del modelo. Seguidamente se caracterizaron los actores regionales y locales que fomentan el cambio social y ambiental positivo en la comunidad. Y finalmente, se diseñó un modelo un modelo innovación social adaptado de Monge y Allamand (2016).

Por otra parte, el resultado de esta investigación es importante para las comunidades rurales del municipio de San Pedro y de la subregión sabanas del Departamento de Sucre pues no existe un antecedente reciente que aborde la temática objeto de este estudio.

## Discusión o propuesta

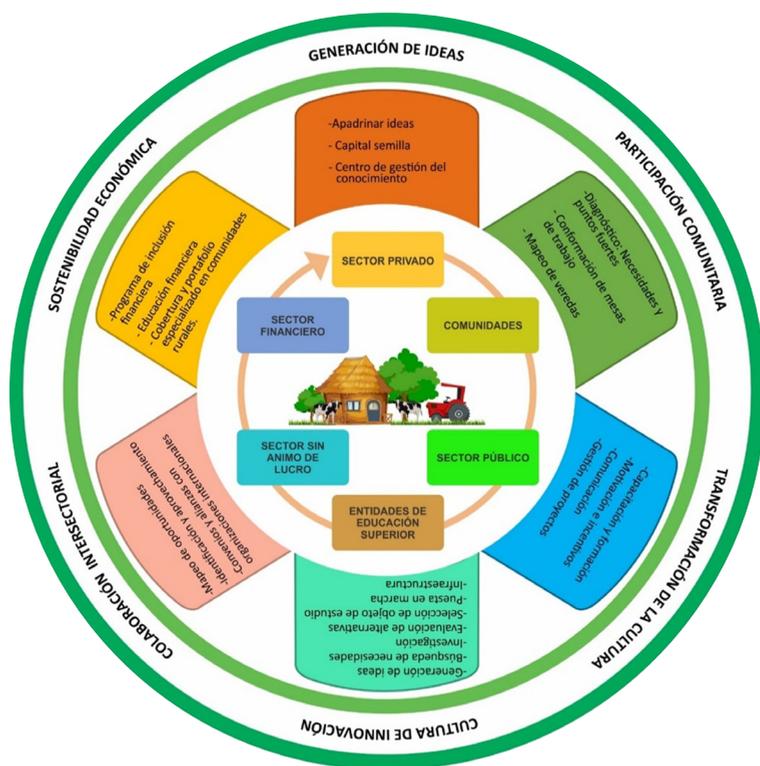
---

Los modelos de innovación social no se pueden limitar al aprendizaje individual o de pequeña escala, pues, si eso sucede estarían descontextualizados de la realidad que les circunda y por tanto tienen desconexión con el territorio. En ese sentido, a partir de los resultados de este estudio se sugiere incluir nuevos perfiles para replicar modelos de innovación social a comunidades donde las condiciones y necesidades sean parecidas, aspirando a promover iniciativas de mayor alcance con el apoyo de los diferentes entes, aumentando el nivel de personas beneficiadas.

De modo que es esencial conectar mancomunadamente a las diversas instituciones y la acción social, con las verdaderas necesidades que presentan los habitantes de cualquier territorio, por lo que es importante conocer y escuchar a la comunidad para que ellos puedan construir sus propias soluciones. De ahí que los modelos deben empoderar a las comunidades al conectarse con sus intereses (Alkire,2007) y se

enfoque con una sostenibilidad sólida como apoyo al bienestar de las generaciones futuras (Vasconcellos, 2021). De acuerdo con lo anterior se propone el modelo de innovación social (ver figura 5) tomado como base el modelo 360°, toda vez que, en este modelo “quienes participan aprenden las técnicas para desarrollar proyectos con impacto social y luego pueden repetir la secuencia con otros miembros de la comunidad; es decir, comienzan un nuevo ciclo” (Monge y Allamand, 2016, p. 82).

**Figura 1.** Modelo de innovación social propuesto adaptado de Monge y Allamand (2016).



En el presente modelo se involucran los siguientes actores: sector privado, comunidades, sector público, entidades de educación superior, sector sin ánimo de lucro y sector financiero según lo indicado por Jungsberg, Copus, Byskov, Nilsson, Perjo, Randall y Berlina (2020), en los que trabajando mancomunadamente (Hernández, Tirado y Ariza, 2016) lograrán aportar de manera positiva a la situación medio ambiental y social de las comunidades rurales (Castro-Arce et al., 2019).

## Conclusiones

---

Crear un modelo de innovación social para la recuperación de la riqueza ambiental del municipio de San Pedro Sucre, en el que estén inmersas entidades gubernamentales, locales, actores científicos, académicos y ambientales, es una gran oportunidad para apoyar y potenciar el desarrollo de la actividad agrícola en este municipio, dinamizando este sector, diversificando las áreas y líneas de producción.

Pues, actualmente no existe una relación entre la comunidad Sanpedrense y los actores científicos, por lo tanto, no puede generarse un impacto positivo en la comunidad y por ende estos actores no se interrelacionen en pro de la ejecución de proyectos de inversión social.

Además, existe poca relación entre las comunidades y los gobiernos locales, dado que la política pública pese que se enfoca en la búsqueda del bienestar social de la población, poco realizan proyectos de inversión social.

Razón por la cual, desde el empoderamiento social y teniendo en cuenta el modelo de innovación propuesto, se podrá contribuir a la recuperación de la fertilidad de los suelos, las especies arbóreas nativas, los afluentes hídricos y la productividad agrícola de San Pedro para el desarrollo socio- económico sostenible de su población rural.

## Bibliografía

---

Arcos, C., Suárez, M., & Zambrano, S. (2015). Procesos de innovación social como fuente de transformación social de comunidades rurales. *Revista Academia y Virtualidad*.

Ariza García, E. de J. y Gómez Domínguez, A.E. 2021. Factores asociados a la competitividad de las empresas del sector de la yuca industrial en San Pedro, Sucre. *Apuntes Contables*. 28 (jun. 2021), 95–112. DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n28.06>

- Ayob, N., Teasdale, S., & Fagan, K. (2016). How Social Innovation ‘Came to Be’: Tracing the Evolution of a Contested Concept. *Journal of Social Policy*, 45(4), 635-653. DOI: <https://doi.org/10.1017/S004727941600009X>
- Baker, S., & Mehmood, A. (2015). Social innovation and the governance of sustainable places. *Local Environment*, 20(3), 321-334. DOI: <https://doi.org/10.1080/13549839.2013.842964>
- Bock, Bettina B. (2012): Social innovation and sustainability; how to disentangle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development. *Studies in Agricultural Economics*, 114 (2). pp. 57-63. ISSN 2063 0476
- Camara de comercio de Sincelajo. (2019). Estudio de caracterización del municipio de San Pedro - departamento de Sucre. p. 4.
- Castro-Arce, K. Parra, C. & Vanclay, F. (2019) Social innovation, sustainability and the governance of protected areas: revealing theory as it plays out in practice in Costa Rica, *Journal of Environmental Planning and Management*, 62:13, 2255-2272, DOI: <https://doi.org/10.1080/09640568.2018.1537976>
- Deffuant, G., Huet, S., & Amblard, F. (2005). An Individual-Based Model of Innovation Diffusion Mixing Social Value and Individual Benefit. *American Journal of Sociology*, 110(4), 1041-1069. DOI: <https://doi.org/10.1086/430220>
- Echeverría, J. (2008). Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad CTS*, 4(10), 171-182.
- Edwards-Schachter, M., & Wallace, M. L. (2017). ‘Shaken, but not stirred’: Sixty years of defining social innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 64-79. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.012>
- Georgios, C., & Barraí, H. (2021). Social innovation in rural governance: A comparative case study across the marginalised rural EU. *Journal of Rural Studies*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.06.004>
- Hillier, J., Moolaert, F. and Nussbaumer, J. (2004). Trois essais sur le rôle de l’innovation sociale dans le développement territorial, *Géographie, Economie, Société*, 6 (2), 129- 152.

- Jungsberg, L., Copus, A., Herslund, L. B., Nilsson, K., Perjo, L., Randall, L., & Berlina, A. (2020). Key actors in community-driven social innovation in rural areas in the Nordic countries. *Journal of Rural Studies*, 79, 276–285. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.004>
- Lindberg, M. (2018). Promoting and sustaining rural social innovation. *European Public & Social Innovation Review*, 2(2), 30-41. Retrieved from <https://pub.sinnergiak.org/esir/article/view/61>
- Lombardi, M., Lopolito, A., Andriano, A. M., Prospero, M., Stasi, A., & Iannuzzi, E. (2020). Network impact of social innovation initiatives in marginalised rural communities. *Social Networks*, 63, 11–20. DOI <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2020.04.001>
- Monge, N. y Allamand, A. (2016). Innovación Social y valor compartido: el cambio de paradigma de la intervención social empresarial. En D. Domanski, N. Monge, G. Quitiaquez y D. Rocha (ed). *Innovación Social en Latinoamérica* (71-92). Gobernación de Cundinamarca, Fundación para la Innovación Social y Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Moulaert, F., F. Martinelli, S. Gonzalez, and E. Swyngedouw. 2010. *Can Neighbourhoods Save the City? Community Development and Social Innovation*. Oxon: Routledge.
- Parada C., Jenny E., & Ganga Contreras, F., & Rivera Jiménez, Y. (2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica. *Opción*, 33(82),563-587.
- Pel, B., Haxeltine, A., Avelino, F., Dumitru, A., Kemp, R., Bauler, T., ... Jørgensen, M. S. (2020). Towards a theory of transformative social innovation: A relational framework and 12 propositions. *Research Policy*, 49(8), 104080. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104080>
- Petruzzella, D., Brunori, G., Antonelli, A., 2017. *Innovazione sociale nelle aree rurali del Mediterraneo*. Collana Sviluppo e territori. Rosenberg & Sellier, Torino ISBN: 8878855820, pp.192.
- Phills Jr., J., Deiglmeier, K., y Miller, D. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.

Rodríguez Herrera, Adolfo & Alvarado, Hernán, 2008. “Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe,” Libros de la CEPAL, number 101 edited by CEPAL

Rodríguez, E., Carreras, I., & Sureda, M. (2012). Innovar para el cambio social. Barcelona: Programa ESADE- Pwc de liderazgo social.

Rodríguez, D. (2019, Octubre). La explotación gasífera: el conflicto social en la región de los Montes de Maria, el caso de los municipios de Ovejas y San Pedro- Sucre. Recuperado de <https://crudotransparente.com/2019/10/21/la-explotacion-gasifera-el-conflicto-social-en-la-region-de-los-montes-de-maria-el-caso-de-los-municipios-de-ovejas-y-san-pedro-sucre/>

Rubio, R. Estructura agraria de la sabana Sucreña. 2019.[Trabajo de grado optar para optar el título de Geógrafo]. Universidad de Córdoba

Vasconcellos Oliveira R. Social Innovation for a Just Sustainable Development: Integrating the Wellbeing of Future People. *Sustainability*. 2021; 13(16):9013. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13169013>

Voorberg, W. H., Bekkers, M. y Tummers, L. (2015) A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production: Embarking on the social innovation journey, *Public Management Review*, 17:9, 1333-1357, DOI: <https://doi.org/10.1080/14719037.2014.930505>



**Desde el empoderamiento social y teniendo en cuenta el modelo de innovación propuesto, se podrá contribuir a la recuperación de la fertilidad de los suelos**



---

# PROPUESTA DE INSTRUMENTO DE VALORACIÓN DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD INTERNA DE MERCADEO EN EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 36.

# PROPOSAL OF AN INSTRUMENT FOR ASSESSING THE FACTORS THAT AFFECT THE INTERNAL COMPETITIVENESS OF MARKETING IN SOCIAL ENTERPRISES



**Juan camilo Vega Guerrero** <sup>89</sup>

**José Ever Castellanos Narciso** <sup>90</sup>

89 Magíster en Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia. Investigador principal del grupo de investigación Fénix. Docente asistente de la UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7128-1290>  
Correo electrónico: [juan.vega@unad.edu.co](mailto:juan.vega@unad.edu.co)

90 Docente de la UNAD, sede Bogotá, Colombia. Doctor en Gestión de la Universidad EAN, Colombia. Doctor en Ciencias Empresariales de la Universidad de Nebrija, España. Magíster en Administración, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3823-2950>  
Correo electrónico: [jose.castellanos@unad.edu.co](mailto:jose.castellanos@unad.edu.co)



## RESUMEN

La sostenibilidad de las organizaciones, independiente de sus propósitos, está relacionada con la competitividad<sup>91</sup>, y acentuando que en las empresas con propósitos sociales se evidencia baja competitividad de mercadeo al interior de las mismas (Ruiz, Retolaza y Mugarra, 2007). El documento tiene por propósito: diseñar un instrumento de evaluación de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales. El documento parte de la identificación de los componentes y elementos teóricos a valorar en el instrumento mediante el análisis de contenidos en investigaciones relacionadas con: emprendimiento social, empresas sociales y componentes de competitividad, los cuales conforman el aparte de desarrollo conceptual y teórico del documento. La segunda parte se orienta en la validación conceptual y de estructura del instrumento por parte de cinco (5) expertos en investigación y docencia en temas de mercadeo.

**Palabras clave:** emprendimiento social; competitividad; ventaja competitiva; capacidades en mercadeo.

## ABSTRACT

The sustainability of organizations, regardless of their purposes, is related to competitiveness, and accentuating that in companies with social purposes there is evidence of low marketing competitiveness within them (Ruiz, Retolaza & Mugarra, 2007). The purpose of the document is: to design an instrument for evaluating the factors that affect the internal competitiveness of marketing in social enterprises. The document starts from the identification of the theoretical components and elements to be assessed in the instrument through the analysis of contents in research related to: social entrepreneurship, social enterprises, and competitiveness components, which make up the conceptual and theoretical development section of the document. The second part focuses on

---

91 La competitividad es la capacidad que posee una organización para contrarrestar de forma eficiente a sus competidores a través de sus productos o servicios, y poder acceder al mercado, generando sostenibilidad y aumentar la participación en el mercado (Rubio y Baz, 2005).

the conceptual and structural validation of the instrument by five (5) experts in research and teaching in marketing issues.

**Keywords:** Social entrepreneurship; competitiveness; competitive advantage; marketing capabilities.

### **Desarrollo de la ponencia.**

El propósito de investigación es: diseñar un instrumento de evaluación de los factores que inciden en la competitividad interna de mercadeo en emprendimientos sociales. Para lo cual se realiza un análisis de investigaciones sobre aspectos relacionados con caracterización y conceptualización del emprendimiento social y de competitividad junto con el diseño del instrumento y su correspondiente validación de estructura y contenidos por parte de expertos.

## **Análisis de resultados –Discusión**

---

Basado en la contextualización teórica, un instrumento para valorar los factores de competitividad interna de mercadeo debe abordar cuatro aspectos:

- Identificación de la oferta social: Se refiere a establecer las características de valor social asociadas al producto o servicio y que le permiten desarrollar ventaja competitiva mediante estudios de mercadeo, y evalúa:
- Identificación de las características del servicio que presta la organización para aportar al bienestar de la comunidad
- Identificación de las características del servicio que diferencia a mi organización de otras que prestan un servicio similar
- Estructuración de las capacidades sociales al mercado: Articular las capacidades organizacionales en mercadeo existentes a la oferta social identificada, y abarca:
  - La Publicidad de los servicios de la organización
  - Promoción de servicios o productos de la organización
  - La gestión de relaciones con entidades públicas
  - La gestión de relaciones con entidades privadas

- La gestión de relaciones con entidades no gubernamentales (ONG)
- La gestión de relaciones en redes sociales
- Implementación de actividades de promoción organizacional para la consecución de recursos
- Implementación de estudios de mercadeo para identificar el tipo de servicios a prestar por la organización
- Implementación de estudios de mercadeo para identificar las necesidades de las personas para prestarles un servicio por la organización

Administración en emprendimiento social: Direccionamiento organizacional en la toma de decisiones de forma proactiva, participativa, planificada y organizada buscando la viabilidad organizacional, y donde predomine la búsqueda del propósito social de la organización, orientada a aspectos como:

- Diseño de planes de mercadeo social
- Diseño de marca
- Diseño de la organizacional para articular la participación de la comunidad en la organización
- Estudios de viabilidad y sostenimiento organizacional
- Innovación social: Aplicación de ideas nuevas en la organización para crear valor social para la empresa, sus clientes y la comunidad, con elementos relevantes en:
  - La creación de ideas nuevas sobre productos o servicios para la generación de recursos
  - La creación de ideas nuevas para mejorar la calidad de vida de la comunidad
  - La valoración del cuestionario por parte de los expertos es satisfactoria, destacándose afirmaciones como: “El cuestionario es claro, está organizado de acuerdo con las variables y es fácil de responder”, “Creo que contempla los aspectos clave acorde con los objetivos del proyecto”.

De otro lado, a continuación, se presentan sugerencias de ajuste, las cuales principalmente son de forma o estructura, junto con sugerencias sobre aspectos que se deberían incluir para ser valorados en el instrumento:

	Sección 1	Sección 2	Sección 3
Aspectos de forma	<p>Eficiencia en la redacción de la presentación del cuestionario.</p> <p>El cuestionario es claro, está organizado de acuerdo con las variables y es fácil de responder</p>	<p>Solicitar información sobre inicio de la organización.</p> <p>Solicitar primero información personal y luego de la organización</p> <p>Agregar en genero la alternativa de; “No definido”.</p>	<p>Ajustar la redacción de la presentación de la sección</p>
Aspectos de Fondo			<p>Incluir en los ítems del instrumento elementos asociados al manejo de herramientas de mercado digital y de gestión con la cadena de suministro.</p>

## Bibliografía

- Arias, C. y Castillo, E. (2011). «La Educación Para El Emprendimiento y Empresarismo Virtual: Potencialidades». *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. N.º 32 (febrero-mayo de 2011).
- Bacchiega, A. y Borzaga, C. (2001). Social enterprises as incentive structures. *An Economic Analysis*. En C. Borzaga and J. Defourny. *The Emergence of Social Enterprises*. London, UK: Routledge.
- Cerda Gutiérrez, H. (2011). *Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Biblioteca Agropecuaria de Colombia.
- Cervantes, A. (2005). *Competitividad e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas mexicanas*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Defourny, J. (2001). Introduction. From third sector to social enterprise. En C. Borzaga and J. Defourny. *The emergence of social enterprise*. London, UK: Routledge.
- Defourny, J. (2004). *Social Enterprise in an Enlarged Europe: Concept and Realities*. Second Conference on Social Economy in the Central and Eastern European

- Countries: Social Entrepreneurship & Economic Efficiency. [en línea]. Disponible en: [www.emes.net](http://www.emes.net).
- Galera, G. y Borzaga, C. (2009). Social Enterprise: An evolution overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*, 5 (3), 210- 228.
- Handy, F., Ranade, B., & Kassam, M. (2007). To profit or not to profit: Women entrepreneurs in India. *Nonprofit Management and Leadership*, 17(4), 383-401.
- Henrique, D.C. y Da Cunha, S.K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., y Thurik, R. (2010). What Do We Know About Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research, *REPORT SERIES. Policy*.
- Laville, J. L. and Nyssens, M. (2001). The Social Enterprise, Towards a theoretical socioeconomic approach. En C. Borzaga and J. Defourny. *The emergence of social enterprise*. London, UK: Routledge.
- Leviner, N., Crutchfield, L. R., & Wells, D. (2007). Understanding the impact of social entrepreneurs: Ashoka’s answer to the challenge of measuring effectiveness. *Research on Social Entrepreneurship and Contributing to an Emerging Field*, 89-103.
- Melián, A.; Campos, V. y Sanchis, J. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *Revesco*, 106, 150-172.
- McClelland, D.C. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Martínez F. y Carmona, G. (2009). «Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas». *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación* (2009). Volumen 7, número 3.
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología Social*, 16(2), 229-242.

- Nyssens, M. (2006). Social Enterprise at the crossroads of market, public policy, and civil society. En M. Nyssens. (Ed.). Social enterprise: At the crossroads of market, public policies, and civil society. London and New York: Routledge.
- Romo, D., y G, Abdel. (2005). Sobre el concepto de competitividad. Revista de comercio exterior, 55(3), 200-214.
- Rubio, L., y V. Baz. (2005). El poder de la competitividad. Centro de Investigación para el Desarrollo. México: A.C. Fondo de cultura económica.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. Revista de empresa, 17, 32-47.
- Ruiz, M, Retolaza, J.L. y Mugarra, A. (2007): «Cláusulas Sociales y mercados tutelados: herramientas para la competitividad de las empresas de inserción». CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n.º 59, octubre, pp. 123-151.
- Salinas, F. y Rubio, M.J. (2001). Tendencias en la evolución de las organizaciones no lucrativas hacia la empresa social. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 37, 79-116.
- Spear, R. and Bidet, E. (2005). Social enterprise for work integration in 12 European countries: a descriptive analysis. Annals of Public and Cooperative Economics, 76, 195-231.
- Vidal, I. (2001). Spain: Social enterprises as a response to employment policy failure. In C. Borzaga and J. Defourny. The Emergence of Social Enterprises. London, UK: Routledge.
- Villajos, E. y Sanchis, J. (2013). Las empresas sociales y el management social. Gezki, 10, 189-216.

# TÁCTICAS DE MARKETING DIGITAL IMPLEMENTADAS EN LAS MIPYMES DEL SECTOR TEXTIL DE BOGOTÁ (COLOMBIA) PARA CAPTAR CLIENTES ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19

Fuente: imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 37.

# DIGITAL MARKETING TACTICS IMPLEMENTED IN MIPYMES OF THE TEXTILE SECTOR IN BOGOTÁ (COLOMBIA) TO ATTRACT CUSTOMERS BEFORE AND DURING THE COVID-19 PANDEMIC



**Juan Carlos Olaya Molano**<sup>92</sup>

**Paula Andrea Mejía Henao**<sup>93</sup>

**Ángela María Casanova Villareal**<sup>94</sup>

- 92 Administrador de empresas, Especialista en Gerencia Financiera y Docencia Universitaria, Magíster en Administración de Organizaciones y PhD en proyectos. Docente tiempo completo, Programa de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. Investigadora del Grupo de Investigación Gestión Organizacional y Desarrollo Humano (GODH). Director del Semillero de Investigación en Comportamiento Organizacional (SINCO). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7206-2687>. Correo electrónico: jolayamolano@usbog.edu.co, jucaolmo@hotmail.com
- 93 Administradora de Empresas y Magíster en Mercadeo. Docente tiempo completo, Programa de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. Investigadora del Grupo de Investigación Gestión Organizacional y Desarrollo Humano (GODH). Directora del Semillero Gestión y Control de las Empresas (GYCE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4525-1893>. Correo electrónico: pamejia@usbog.edu.co, pamejia444@hotmail.com
- 94 Economista y Magíster en Dirección de Empresas. Estudiante Semillero GYCE, Programa de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7769-6638>. Correo electrónico: amcasanovav@academia.usbbog.edu.co, u2100929@unimilitar.edu.co



## RESUMEN

El artículo tiene como propósito aportar al incremento de la competitividad desde el área de marketing de las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia). Teniendo en cuenta que las empresas y especialmente, las micro han sido afectadas en el desarrollo de sus actividades a través de la historia y particularmente con la aparición del COVID-19 en el entorno mundial. Sumado a lo anterior, se evidencia que las organizaciones no tienen un direccionamiento táctico en relación al marketing digital, lo que ha hecho que una gran proporción de Mipymes disminuyan sus ventas y, por ende, hayan desmejorado las garantías laborales y especialmente, el número de empleados para poder subsistir en el mercado. Como objetivo general se planteó identificar las tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes y durante la pandemia del COVID -19.

**Palabras clave:** estrategias organizacionales; tácticas organizacionales; marketing digital; Mipymes.

## ABSTRACT

The purpose of this article is to contribute to the increase of competitiveness from the marketing area of MSMEs in the textile sector in Bogotá (Colombia). Taking into account that companies, especially micro companies, have been affected in the development of their activities throughout history and particularly with the appearance of COVID-19 in the global environment. In addition to the above, it is evident that organizations do not have a tactical direction in relation to digital marketing, which has caused a large proportion of MSMEs to reduce their sales and, therefore, have deteriorated labor guarantees and especially the number of employees to survive in the market. The general objective was to identify the digital marketing tactics implemented in MSMEs of the textile sector in Bogotá (Colombia) to attract customers before and during the COVID-19 pandemic.

**Keywords:** organizational strategies; organizational tactics; digital marketing; MSMEs.



## Desarrollo de la ponencia

---

En seguimiento al estudio de (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020), claramente el impacto que tuvo el COVID-19 en el año 2020 se relacionó con una reducción en las ventas de las Mipymes que presenciaron el 96% de los empresarios y una capacidad financiera muy reducida en la que el 50% indicaron solvencia por un mes y solo el 6,5% por más de tres meses. El COVID-19 ha puesto en evidencia la respuesta y las consideraciones estratégicas de las Mipymes en la implementación de mecanismos financieros, tecnológicos, creativos y de marketing digital que les conduzca hacia la sostenibilidad de sus negocios en medio de la pandemia.

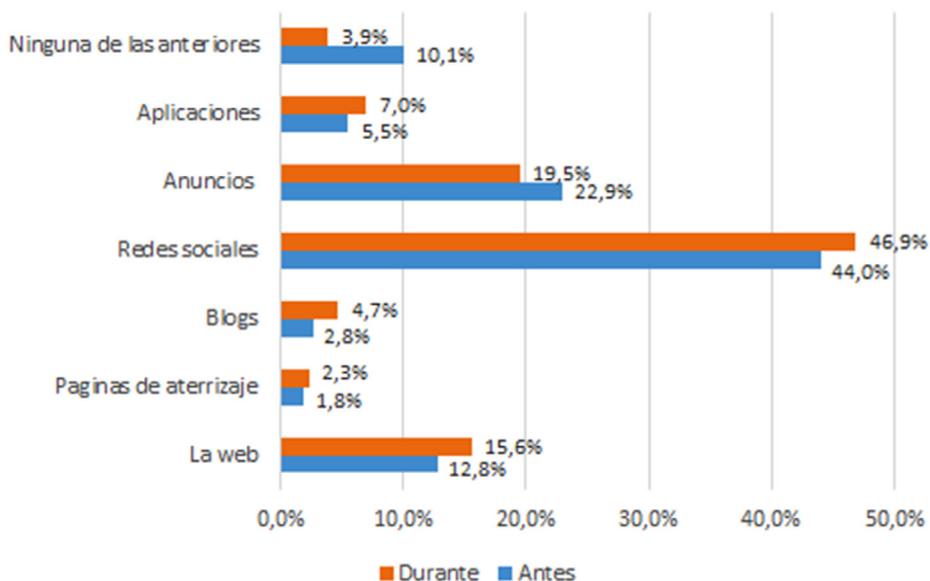
Aunque la respuesta ha sido favorable al evidenciarse el aumento en el uso de algunas herramientas como las redes sociales y las páginas web, no ha sido en una proporción que permita un aumento mayor en la captación y fidelización de los clientes, lo que se mostrará en el presente estudio. Claramente, una migración hacia al marketing digital que sea favorable se basa en estrategias comerciales que crean y mantienen relaciones rentables con los clientes a través de propuestas de valor diferenciables de otros modelos propuestos.

Atendiendo al escaso direccionamiento táctico de las Mipymes antes y durante el COVID-19 en la implementación de las herramientas del marketing digital, para mejores resultados en su actividad comercial, se plantea como objetivo general: identificar las tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes y durante la pandemia del COVID-19. Los objetivos específicos atienden a: a) establecer las tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes de la pandemia del COVID-19, b) establecer las tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes después de la pandemia del COVID-19 y c) comparar las tácticas de marketing digital implementadas en las Mipymes del sector textil de Bogotá (Colombia) para captar clientes antes y después de la pandemia del COVID-19.

## Resultados

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos, los cuales tienen relación directa con el objetivo general de la investigación, el cual tenía como propósito identificar las tácticas de marketing utilizadas por las Mipymes del sector textil de la ciudad de Bogotá para captar clientes y mantener la relación con ellos antes y durante la pandemia del COVID-19 además de soportar la información en los objetivos específicos para terminar comparando el antes y después de la pandemia. De tal forma que la figura 1 evidencia la evolución que ha tenido las tácticas de marketing digital utilizadas por las organizaciones objeto de estudio antes y después del COVID-19 para captar clientes. Los hallazgos se presentan a través de la variable relativa (%) y se presentan de forma comparativa.

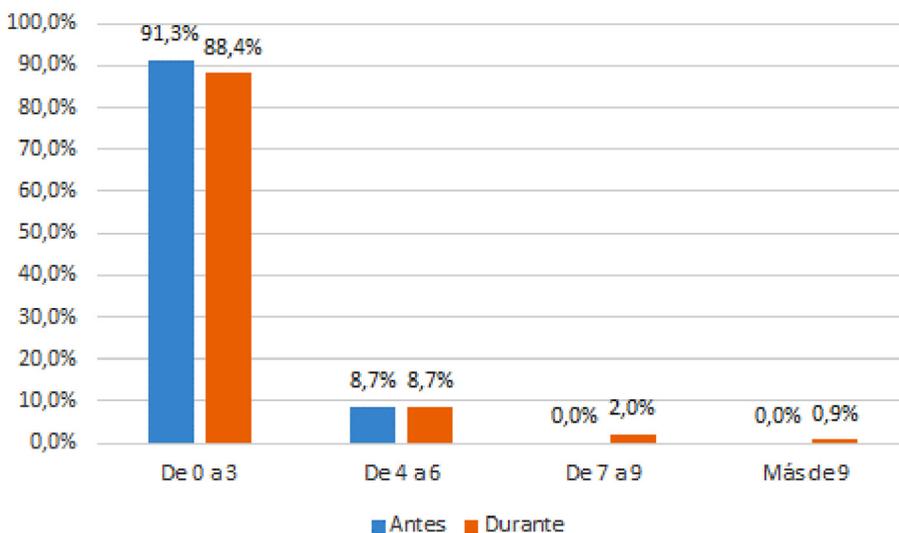
**Figura 1.** Tácticas de marketing para captar clientes antes y durante la Pandemia COVID-19. Fuente: elaboración propia



La información recopilada identifica que la táctica que ha venido siendo de las más utilizadas por las Mipymes del sector textil para atraer clientes ha sido el uso de redes sociales teniendo en cuenta un incremento de 2.9% con la aparición de la pandemia. Otra de las tácticas utilizadas para cautivar clientes ha sido el uso de páginas web con un incremento de 2.8%. Los resultados también evidencian incremento de 1,9 % en el uso de blogs y en cuanto al uso de las páginas de aterrizaje de igual forma presentaron un incremento del 0.5% en el periodo de investigación. Cabe resaltar que la publicación de anuncios a través de la red internet disminuyó 3.4% durante el periodo analizado y el porcentaje de micro y pequeños empresarios que antes y después de la pandemia no ha implementado tácticas de marketing digital disminuyó un 6.2% lo que evidencia que las Mipymes del sector textil de Bogotá como respuesta a la pandemia han utilizado tácticas de marketing digital para la captación de clientes durante la pandemia.

A su vez, en la figura 2. se da a conocer el número de personas que conforman el área de Marketing Digital en las Mipymes del sector textil de la ciudad de Bogotá antes y durante la pandemia. Los datos obtenidos se presentan a través de la variable relativa (%) y se presentan de forma comparativa con el propósito de identificar la evolución que ha tenido la conformación de los equipos de trabajo encargados de realizar las actividades de Marketing Digital en las micro, pequeña y mediana empresa objeto de investigación.

**Figura 2.** Colaboradores que conforman el área de Marketing Digital antes y durante la Pandemia. Fuente: elaboración propia



Los datos, resultado de la aplicación del instrumento de investigación, permiten evidenciar un incremento en los equipos de trabajo especialmente en los conformados de 7 a 9 empleados y a los de más de 9 colaboradores. Esto debido a que antes de la pandemia las Mipymes no contaban con un equipo de personal mayor de 7 personas, pero como consecuencia de la aparición de la pandemia el 2,9% de las organizaciones analizadas llegaron a contar con equipos de mayor proporción lo que evidencia la importancia que cobro el uso del marketing digital para mantener las relaciones con los clientes y a su vez continuar captando nuevos. Es de anotar que los equipos de 4 a 6 empleados se mantuvieron de igual manera en el periodo observado, mientras que los equipos de 0 a 3 empleados disminuyeron para dar paso a una conformación mayor de las unidades de marketing.

## Conclusiones

---

Las redes sociales son las herramientas de gran importancia en la ampliación del uso de herramientas digitales de las microempresas lo cual se refleja en el aumento del 2,9% en las micro, pequeñas y medianas empresas revisadas. Los microempresarios decidieron aumentar su implementación durante la pandemia para impulsar la comunicación y las ventas con sus clientes. Sin embargo, el poco uso táctico de las herramientas posiblemente puede reducir el impacto esperado.

Se sugiere a las Mipymes intensificar la formación de los grupos de trabajo de la organización dedicados a estructurar procesos de marketing desde la estrategia creativa, así como los mecanismos de difusión y herramientas de recolección de la información para cada uno de los puntos de contacto con los clientes. Fortalecer el plan estratégico de la organización y darle trazabilidad con el plan de mercado, que den paso a estrategias con una amplia prospectiva.

La recuperación rápida de las ventas y de la inversión de las empresas Mipymes del sector textil, requiere de la elaboración de herramientas tecnológicas que se encuentren dentro de su poder adquisitivo, estructuras sencillas a través de plataformas, programas informáticos o herramientas Office como el Excel que presenten un método de elaboración y seguimiento de estrategias de marketing tanto físicas como digitales en interfaces altamente intuitivas para el reconocimiento de tendencias, pueden marcar la diferencia al momento de determinar acciones contundentes en el proceso de recuperación económica y apoyar la sostenibilidad de las Mipymes en el mediano y largo plazo.

En cuanto a los canales, es importante fortalecer el uso táctico y recortar la intermediación para mejorar la competitividad en el mercado vía reducción de costos y precios en lo que llegan a ser claves los medios digitales. Se espera, además, por parte del gobierno eficiencia en la promulgación de Leyes que permitan reducir costos arancelarios de materias primas e insumos y mejorar sus procesos de arbitraje en las importaciones de textiles como productos terminados, lo que le permitiría reducir las quejas por parte de los empresarios y fomentar la actividad en el sector.

## Bibliografía

---

- ACOPI. (2021). *Encuesta de Desempeño Empresarial Primer Trimestre 2021*. Bogotá.
- Acosta, D., & Martínez, A. (2019). Marketing Digital y su evolución en Colombia. *Universidad Libre*, 4.
- American Marketing Association. (2017). *Definitions of Marketing*. Recuperado el marzo de 2020, de AMA: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- ANIF. (2020). *Gran Encuesta Pyme Lectura Nacional*. Bogotá.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *Encuesta Nacional sobre el Impacto Económico Covid-19 - Capítulo Bogotá*. Bogotá.
- Chaffey, D., Ellis, F., Johnston, K., & Mayer, R. (2016). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. England: Pearson.
- DANE. (2021). *Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB)*. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas*. Bogotá: DANE.
- DIAN. (2021). *Informe de recaudo, lucha contra la evasión y el contrabando*. Bogotá.

García, Lizcano, Ramos & Matos. (2019). Digital marketing actions that achieve a better attraction and loyalty of users. *Future Internet*.

Inexmoda. (2021). *Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Mayo-2021*. Bogotá.

Kannan, P., & Li, H. (2016). Digital. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 4-5.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Marín Dueñas, P. P., Lasso de la Vega González, C., & Mier-Terán Franco, J. J. (2015). La interactividad de las webs en las pequeñas y medianas empresas. *Opción*, 735-750.

Mejía, P., & Marin, V. (2020). Evaluación de la mezcla de mercadeo digital en las plataformas de venta virtual de autoservicios en Colombia. *Revista Geón*, 7(2), 4. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.212>

Ministerio de Comercio. (2020). *Informe de importaciones y*. Bogotá.

Ministerio de las TIC. (2018). *Ministerio de las TIC*. Recuperado el 11 de agosto de 2020, de Ministerio de las TIC: <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Iniciativas/Usuarios/MiPyme-Vive-Digital/>

Striedinger, M. (2018). El marketing digital transforma la gestión de las Pymes. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(27), 7.



**Las redes sociales son las herramientas de gran importancia en la ampliación del uso de herramientas digitales de las microempresas**



# PROPUESTA DE INSTRUMENTO DE VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 38.

# PROPOSAL FOR AN INSTRUMENT FOR EVALUATING ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE MANAGEMENT



**José Ever Castellanos Narciso** <sup>95</sup>

**Juan Camilo Vega Guerrero** <sup>96</sup>

- <sup>95</sup> Docente de la UNAD, sede Bogotá, Colombia. Doctor en Gestión de la Universidad EAN, Colombia. Doctor en Ciencias Empresariales de la Universidad de Nebrija, España. Magíster en Administración, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3823-2950>  
Correo electrónico: [jose.castellanos@unad.edu.co](mailto:jose.castellanos@unad.edu.co).
- <sup>96</sup> Magíster en Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia. Investigador principal del grupo de investigación Fénix. Docente asistente de la UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7128-1290>  
Correo electrónico: [juan.vega@unad.edu.co](mailto:juan.vega@unad.edu.co)



## RESUMEN

La ponencia tiene por propósito presentar una propuesta de instrumento para evaluar la gestión del conocimiento organizacional. El documento parte de la identificación de los componentes y elementos teóricos a valorar en el instrumento mediante el análisis de contenidos en investigaciones relacionadas con gestión de conocimiento para así mismo identificar y extraer las variables que se necesitan trabajar en el instrumento de investigación como: la cultura organizacional, la estructura organizacional, el liderazgo directivo, el entorno, los niveles de madurez, los procesos de gestión del conocimiento y la tecnología. De igual manera, en los análisis de resultados se muestran las variables que se trabajarán en el instrumento de investigación al igual que una tabla donde se recogen las subvariables a trabajar al igual que los principales aportes de los expertos en metodología. La discusión de los resultados permite establecer que existen siete áreas claves que se deben valorar en la estructura del instrumento: estrategia, tecnología, liderazgo, estructura organizacional, cultura y entorno. Por último, se presentan las conclusiones del ejercicio.

**Palabras clave:** gestión de conocimiento; conocimiento organizacional; procesos de gestión del conocimiento; nivel de madurez de gestión del conocimiento; instrumento de valoración

## ABSTRACT

The purpose of the presentation is to present a proposal for an instrument to evaluate the management of organizational knowledge. The document starts from the identification of the theoretical components and elements to be evaluated in the instrument through the analysis of contents in research related to knowledge management in order to identify and extract the variables that need to be worked on in the research instrument such as: culture organization, organizational structure, executive leadership, environment, maturity levels, knowledge and technology management processes. Similarly, the analysis of results shows the variables that will be worked on in the research instrument, as well as a table where the subvariables to be worked on are collected, as well as the



main contributions of the experts in methodology. The discussion of the results makes it possible to establish that there are seven key areas that must be evaluated in the structure of the instrument: strategy, technology, leadership, organizational structure, culture, and environment. Finally, the conclusions of the exercise are presented.

**Keywords:** Knowledge management; organizational knowledge; knowledge management processes; level of maturity of knowledge management; assessment instrument.

## Desarrollo de la ponencia

---

Validar instrumentos de investigación no es tarea fácil para el investigador. El mismo debe cumplir ciertas etapas y pasos de rigurosidad para llegar a evaluar resultados fiables. El objetivo de esta ponencia es desarrollar las primeras etapas de revisión de la literatura y creación de una lista de palabras clave para la construcción de un instrumento de investigación cuantitativo que mida los procesos de gestión del conocimiento y sea aplicable en las organizaciones.

Como primera medida, se elabora un marco conceptual de los temas más relevantes que sirven de soporte a la construcción del instrumento. Posteriormente se toman como base las áreas clave y de ellas se extrae las palabras clave que son las que aportarán las subvariables para la elaboración de las preguntas que serán 31.

## Análisis de resultados –Discusión

---

Basado en la contextualización teórica, un instrumento para evaluar la gestión del conocimiento debe valorar las siguientes áreas clave:

La cultura organizacional: relacionada con el contexto donde se desenvuelven los miembros de la organización, y enfocado en:

- Hábitos, valores y actitudes
- Disposición para compartir la información
- Tecnología: entendida como los procesos de adquisición, almacenaje y distribución del conocimiento e información.
- Redes internas y externas para identificar, generar, almacenar, compartir y usar la información.
- Conocimiento tecnológico
- Espacios físicos y virtuales
- Implementación de tecnología
- Estructura organizacional: Organización de los empleados por equipos formales e informales, enfocada en:
  - Definición de cargos y procesos.
  - Liderazgo directivo: refiriéndose al estilo de liderazgo, con énfasis en:
    - Estilo de liderazgo
    - Manejo de la información
  - Estrategia organizacional: plan de acción que guía a la organización teniendo en cuenta:
    - Planes de uso de la información
- Procesos de GC: pasos o fases que la organización implementa en la Gestión del Conocimiento, enfocada en:
  - Capacitaciones dirigidas a los procesos de identificación, adquisición, generación, almacenaje, transferencia, uso y control de la información
  - Documentación de los procesos de identificación, adquisición, generación, almacenaje, transferencia, uso y control de la información
  - Evaluación de los procesos de identificación, adquisición, generación, almacenaje, transferencia, uso y control de la información

- Entorno externo: es el espacio externo a la organización donde se concentra información relevante, enfocándose en:
- Identificación, adquisición, generación, almacenaje, transferencia, uso y control de la información externa

Con base en la definición y características de las siete (7) áreas clave en la gestión del conocimiento organizacional se diseña el instrumento. El instrumento se estructura en tres secciones: 1) presentación del cuestionario, 2) información general del participante y 3) factores de gestión de conocimiento. El instrumento en su sección de factores de gestión de conocimiento utiliza una escala de cinco niveles con valoración de 1 a 5, y una opción adicional si el ítem evaluado no existe en la organización con una valoración de cero (0). La sección de factores de gestión de conocimiento consta de 31 ítems distribuidos como se presenta a continuación:

**Tabla 2.** Consolidado de los Factores de gestión del conocimiento

Área clave	Número de pregunta en el instrumento de investigación	Subvariables/palabras clave
Estrategia	1,2,3	Conocimiento del plan de organización, conciencia del plan de uso de la información, articulación del uso de la información con la misión y visión
Tecnología	4,5,6,7,8,9,10,11	Redes internas y externas, tecnología robusta, conocimiento tecnológico de los colaboradores, proyectos piloto tecnológicos, implementación de tecnología en todas las áreas, espacios físicos y virtuales adecuados, mejoramiento continuo en la estructura tecnológica, herramientas virtuales para compartir información.
Cultura	12,13	Cultura de gestión del conocimiento, cultura para compartir y recibir información.
Liderazgo y gestión	14,15	Estilo de dirección enfocado en el conocimiento, incentivos para la gestión del conocimiento
Estructura Organizacional	18	Cargos enfocados en la gestión del conocimiento

Procesos de Gestión del Conocimiento	16,17,19,20,21,22,23,24,25,26,27	Experticia en gestión del conocimiento, incentivos para procesos de gestión del conocimiento, capacitaciones para procesos de gestión del conocimiento, capacitaciones permanentes y avanzadas, existencia de principio y normas para incentivos de gestión del conocimiento, definición de áreas y tareas específicas, procesos de gestión del conocimiento implementados en toda la organización, procesos de gestión del conocimiento sistematizados, medición de los procesos, intercambio de conocimiento con el entorno, existencia de planes de mejora en el proceso.
Entorno Externo	28,29,30,31	Adquisición de información externa para mejora del conocimiento, conciencia de incorporar información del entorno, relación e intercambio de información con todas las entidades, alianzas externas.

**Fuente:** elaboración propia.

Otros resultados de interés (valoración de expertos).

El instrumento se pasó a ocho expertos para su respectiva valoración y este fue el resultado:

Del total de expertos encuestados se encontró que el 75% de ellos tiene un nivel de conocimiento en GC muy alto y el restante 25% está en nivel alto. El 62,5% pertenece al sector de servicios (docentes) y el restante 37,5% pertenece al sector de la industria o comercio.

El resultado de la percepción de los expertos frente a la importancia de las variables seleccionadas: estrategia, tecnología, cultura, liderazgo y gestión, estructura organizacional, procesos de gestión del conocimiento y entorno externo para la medición del conocimiento organizacional se resume en la tabla 3:

**Tabla 3.** Percepción de los expertos

Categoría	Vcultura	Vliderazgo	VTecnología	Vestrategia	Vestructura	Ventorno	VProcesos de GC
Muy Alta	6	6	5	5	2	6	8
Alta	2	2	2	2	3	2	0
Media	0	0	1	1	3	0	0
Baja	0	0	0	0	0	0	0

**Fuente:** elaboración propia

El 100% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir la cultura organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 100% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir el liderazgo y gestión organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 87,5% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir la tecnología organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 87,5% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir la estrategia organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 62,5% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir la estructura organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 100% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir el entorno organizacional tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

El 100% de los encuestados considera que las preguntas utilizadas para medir los procesos de gestión del conocimiento tienen una importancia alta y muy alta en el instrumento de investigación propuesto para medir el conocimiento organizacional.

## Bibliografía

---

- Bueno, E. (1999) *La Gestión del Conocimiento: nuevos perfiles profesionales*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Castellanos, J. (2017). Sociedad, empresa e instituciones: Una aproximación desde la economía y la historia. Capítulo de libro. *Propuesta de un modelo de procesos de Gestión del Conocimiento*. P. 119-147. Editorial Sotecza. Madrid - España [Versión electrónica]. Recuperado el 30 de marzo de 2018 de <https://biblioteca.nebrija.es/cgi-bin/opac/O8334/ID68740c6a?ACC=161>
- Cerda Gutiérrez, H. (2011). Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos. Biblioteca Agropecuaria de Colombia.
- Davenport, T (1998). "Successful knowledge management projects." En: Sloan management review, invierno. Pp. 43-57.
- Davenport, T., y Prusak, L. (1998). Working knowledge: how organisations manage what they know. Harvard Business School Press, 46.
- Desouza, K. (2006). Knowledge Management Maturity Model: Theoretical Development and Preliminary Empirical Testing (tesis doctoral). University of Illinois at Chicago.
- Durango, C.; Quintero, M. y Ruiz, C. (2015). Metodología para evaluar la madurez de la gestión del conocimiento en algunas grandes empresas colombianas. *Tecnura*, vol. 19, núm. 43, pp. 20-36. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia.
- Jaimes, A. (2007). *La Gestión del Conocimiento en entidades de Conocimiento: El Caso de los Laboratorios Académicos y de las Empresas de Base Tecnológica en Europa*. Tesis doctoral.
- Marr, B. (2004). Measuring and benchmarking intellectual capital. *Benchmarking: An International Journal*, 559-570.

Quintas, P., Lefrere P. y Jones, G. (1997). Knowledge Management: A Strategic Agenda. *Longe Range Planning*, 30, 385-391.

Pee, L., Teah, H. y Kankanhalli, A. (2006). Development of a General Knowledge Management Maturity Model. Ponencia presentada en Korean Knowledge Management Society Conference (pp. 17-18), Seúl, Corea del Sur.



---

# IMPACTO DE LA INTEGRACIÓN LABORAL DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD. UN CASO DE ESTUDIO

---

**Fuente:** imágenes tomadas de <https://www.freepik.es/foto-gratis>





## Capítulo 39.

# IMPACT OF THE LABOR INTEGRATION OF THE PERSON WITH DISABILITY. A CASE STUDY



**Manuel Escourido Calvo<sup>97</sup>**

**Félix Puime Gillén<sup>98</sup>**

97 Departamento de Empresa. Universidad de A Coruña - España  
Correo electrónico: manuel.escourido@udc.es

98 Departamento de Empresa Universidad de A Coruña – España  
Correo electrónico: felix.puime@udc.es



## RESUMEN

La exclusión de las personas con discapacidad es un reto social que pasa por la inserción laboral. Por ello, las Administraciones Públicas deben diseñar medidas específicas que alcancen este objetivo. De las diferentes medidas que se implementan en España, los Centros Especiales de Empleo merecen especial atención por su efectividad. Como muestra, se estudia el caso de COGAMI (Galicia-España) y su impacto en el ámbito de la inserción socio-laboral de la persona con diversidad funcional.

**Palabras clave:** discapacidad; integración; inserción laboral; centro especial de empleo; valor social.

## ABSTRACT

The exclusion of people with disabilities is a social challenge that involves job placement. Therefore, Public Administrations must design specific measures that achieve this objective. Of the different measures implemented in Spain, the Special Employment Centers deserve special attention for their effectiveness. As an example, the case of COGAMI (Galicia-Spain) and its impact in the field of socio-labor insertion of people with functional diversity are studied.

**Keywords:** Disability; integration; labor insertion; special employment center; social value.

## Desarrollo de ponencia

---

Las personas con discapacidad (diversidad funcional) conforman un grupo vulnerable y numeroso al que la sociedad ha mantenido habitualmente en conocidas condiciones de exclusión. Este hecho ha comportado la restricción de sus derechos básicos y libertades condicionando u obstaculizando su desarrollo personal, así como el dis-

frute de los recursos y servicios disponibles para toda la población y la posibilidad de contribuir con sus capacidades al progreso de la sociedad.

## Conclusiones

---

El riesgo de exclusión social de las personas con diversidad funcional se minimiza cuando existe inserción laboral de la persona con discapacidad. En España, esta inserción puede ser directa (empleo ordinario) o indirecta (empleo protegido). Ambas modalidades cuentan con apoyo de las Administraciones Públicas en forma de subvenciones y ayudas fiscales y sociales.

De entre todas las medidas, los Centros Especiales de Empleo destacan por su eficacia (significan la mayoría de las contrataciones de personas con discapacidad en España y Galicia, año tras año). Estos centros son empresas de que compatibilizan la viabilidad económica con el compromiso de creación de puestos de trabajo para personas con discapacidad (al menos el 70% de la plantilla) y el fomento de una posterior integración de la persona con discapacidad en la empresa ordinaria.

Los resultados de los Centros Especiales de Empleo han de evaluarse desde un punto de vista económico (viabilidad económica) y desde un punto de vista del impacto social que generan: integración de la persona con discapacidad, mejora de su calidad de vida y de la de su entorno, generación de valor añadido en servicios específicos para la discapacidad, etc. Además, a esta valuación del valor social integrado de la organización debería añadirse el cálculo del retorno que se genera al sector público en forma de impuestos, seguros sociales, menores prestaciones, etc.

Con la aplicación de esta evaluación, se observa cómo, en el caso de estudio, la inversión pública en Centros Especiales de Empleo logra un alto impacto económico y social, generando retornos sociales que justifican el apoyo público.

Esto ni impide que, por otro lado, se haya de solucionar la controversia que rodea a esta fórmula de empleo protegido, sobre todo en lo relacionado con su objetivo de integrar a la persona con discapacidad en el mercado laboral ordinario. Los autores sugieren la creación de un indicador que mida o refleje el grado de concesión de este objetivo, de forma que complemente el proceso de evaluación actual de los CEEs, al tiempo que facilite la evaluación de las políticas públicas que “protegen” a este tipo de organizaciones.

## Bibliografía

---

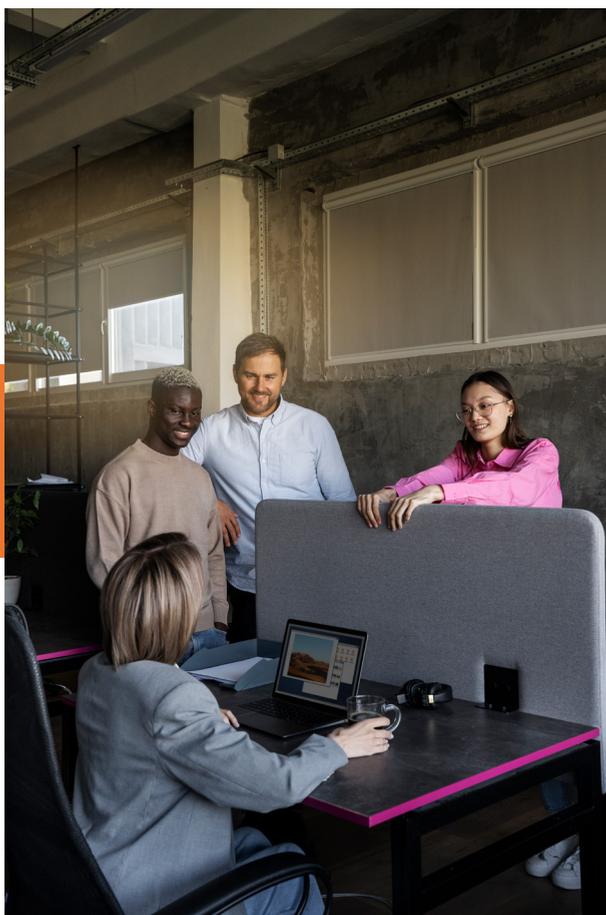
- Alameda, M.T. (2014). Estadios previos al contrato de trabajo y discriminación, p. 225. Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi.
- Alonso-Olea, B. (2017). El empleo protegido y ordinario de los trabajadores con discapacidad: la perspectiva del derecho interno español. *Panorama Social*, 26, Madrid: Funcas.
- Ayuso, S.; García, J. y Pérez, I.; (2020). Valor social generado por una entidad de integración socio-laboral: un caso de estudio, *Revista Española de Discapacidad*, 8 (2), 107-127.
- Calderón, M. J. y Calderón, B. (2012). Los Centros Especiales de Empleo como mecanismo de tránsito hacia el mercado de trabajo ordinario. *Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, Madrid: CIRIEC.
- García, I. (2013). El acceso al trabajo de las personas discapacitadas. *Anuario de la Facultad de Derecho*, 17, A Coruña: Universidade da Coruña.
- Huete, A. y Quezada, M. Y. (2014). Análisis de Retorno Social de la Inversión en dos sistemas de apoyo a personas con gran discapacidad: asistencia personal y servicio residencial. Un estudio de caso. *Revista Española de Discapacidad*, 2(1), 51-69.
- INE (2020). Encuesta de Población Activa (EPA) 2020. Madrid: Instituto Nacional de Estadística
- INE (2021). Informe del mercado de trabajo de las personas con discapacidad estatal. 2020. Observatorio de las Ocupaciones, Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), Madrid: Instituto Nacional de Estadística y Ministerio de Trabajo y Economía Social de España.
- Martínez, J. (2016). Estudio Cumplimiento de la LGD (antigua LISMI) en 2015. Recuperado de <https://www.leialta.com/blog-de-empresa-familiar/cumplimiento-de-la-lismi/>

Palacios, A. y Bariffi, F. (2007). La discapacidad como una cuestión de derechos humanos. Una aproximación a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Madrid: Ed. Cinca SA.

Retolaza, J. L. et al. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Berlín: Springer.

SEPE (2017). Resumen de datos estadísticos 2017. Madrid: Servicio Público de Empleo Estatal. Recuperado de <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/estadisticas/datos-avance/datos.html>.

SEPE (2021). Guía de integración laboral de las personas con discapacidad. Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado, enero. NIPO: 120-21-008-8. Madrid: Servicio Público de Empleo Estatal.





**Sello Editorial**

Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA  
Y A DISTANCIA (UNAD)  
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](http://www.unad.edu.co)**

