



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 I

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 I

Corrección de textos: Armando Robledo Rico

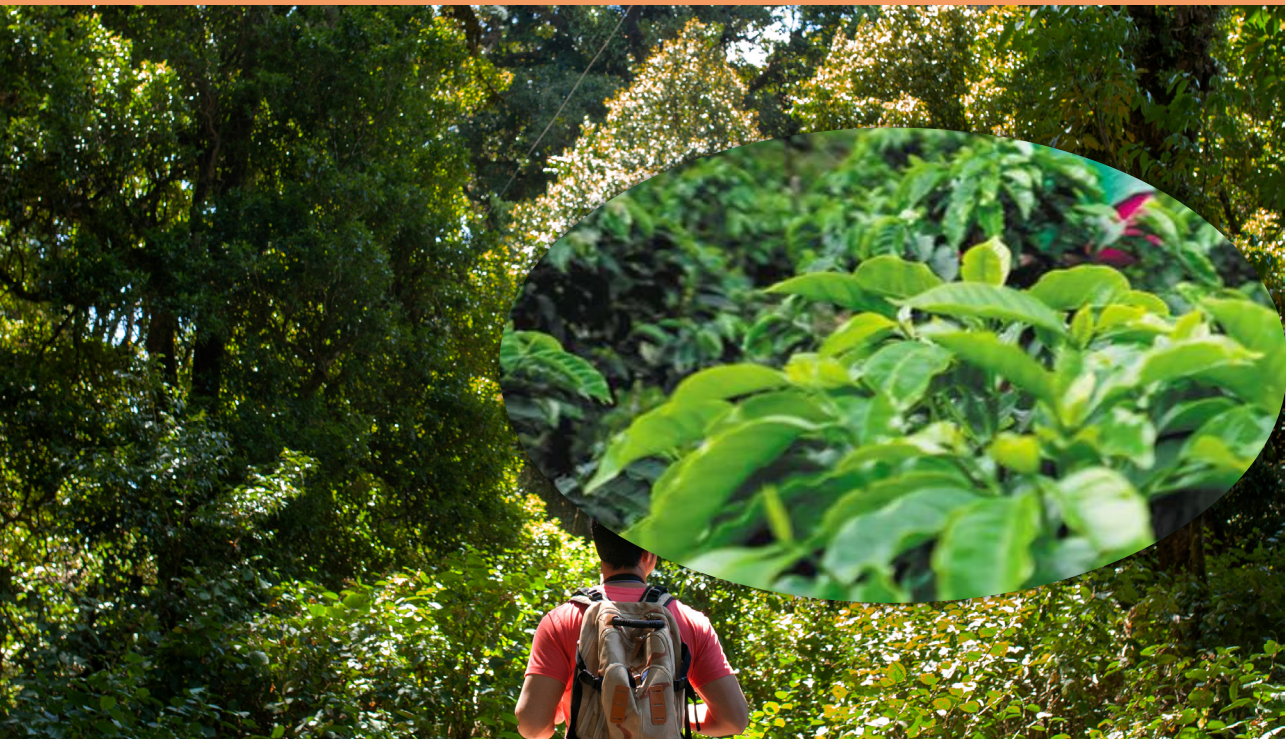
Diagramación: Olga L. Pedraza Rodríguez

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.



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



Contenido

Presentación	9
Capítulo 1. Gestión organizacional de proyectos de turismo rural de la comunidad del municipio de San Francisco, Cundinamarca.....	12
Capítulo 2. Análisis documental para la creación de un equipo de respuestas a incidentes informáticos orientado a pequeñas y medianas empresas del sector económico Colombiano.....	20
Capítulo 3. Turismo de naturaleza en Colombia como opción de transformación en la nueva normalidad.....	30
Capítulo 4. Estudio para determinar el estado del sector turismo en occidente de Boyacá y superar el impacto del Covid-19.....	38
Capítulo 5. Creación de empresas locales desde el emprendimiento juvenil en el municipio de Sahagún – Córdoba.....	44
Capítulo 6. Diseño organizacional de un observatorio de gestión y análisis de datos e información en los sectores agroindustrial y turístico del departamento de Boyacá.....	52
Capítulo 7. Incursionar en el ecoturismo dentro del municipio de Jesús María, Santander.....	62
Capítulo 8. Apropiación del marketing digital en las empresas de servicios de Pitalito Huila.....	70
Capítulo 9. Efectos de los pasivos ambientales en el municipio de Mosquera, Cundinamarca.....	80
Capítulo 10. El entorno de la competitividad para el fortalecimiento empresarial.....	88
Capítulo 11. Factores que impidieron el crecimiento de las microempresas constituidas entre los años 2005 a 2010 en la ciudad de Popayán.....	98
Capítulo 12. Colombia se estanca en avances de ciencia, tecnología e innovación.....	106
Capítulo 13. Aproximación a la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado de la universidad de los Llanos.....	114
Capítulo 14. Análisis del impacto causado por la ausencia de un proceso contable en los pequeños negocios de la comuna 2 del municipio de Soacha, Cundinamarca.....	124
Capítulo 15. Cultura de emprendimiento ecoturístico para jóvenes del municipio de el Banco, Magdalena.....	134
Capítulo 16. Estado del arte sobre las estrategias de comercialización utilizadas por los venteros informales de la comuna 10 de Medellín.....	142
Capítulo 17. Acciones de desarrollo sostenible en las instituciones de educación superior: implementaciones, aciertos y desaciertos.....	152

Capítulo 18. Diseño del modelo de gestión del conocimiento como ventaja competitiva desde el servicio para los procesos administrativos en el Colegio Pablo Neruda IED, Bogotá D.C., 2020.....	162
Capítulo 19. Perspectiva del municipio de Paipa Boyacá desde una mirada comunitaria, gubernamental, educativa y productiva. Factor clave para la estrategia de marketing territorial.....	174
Capítulo 20. Impacto de la violencia del conflicto armado sobre los precios de los inmuebles rurales desde una perspectiva social y económica en el departamento del Caquetá	182
Capítulo 21. Resiliencia como factor motivante en la vida empresarial de estudiantes y egresados de administración de empresas	192
Capítulo 22. Análisis de las burbujas especulativas alrededor de la hipótesis de racionalidad de los mercados. Una revisión documental	200
Capítulo 23. Propuesta de alternativas de mejora en el acompañamiento en el componente socioeconómico realizado a emprendedores y empresarios beneficiarios del programa centro de desarrollo económico zonal de la candelaria de la ciudad de Medellín	208
Capítulo 24. Diseño de estrategias para la inclusión laboral de personas con diversidad funcional cognitiva en el Municipio de Pitalito-Huila.....	218
Capítulo 25. Avance científico sobre economía circular y su relación con el desarrollo empresarial sostenible en el turismo de naturaleza	230
Capítulo 26. Herramientas para el desarrollo de proyectos sociales competitivos	238
Capítulo 27. Formulación de estrategias digitales para las mipymes de la fundación central mayorista que mitiguen la crisis socioeconómica causadas por Covid-19.....	246
Capítulo 28. Una articulación de modelos sustentables para la gestión de la nueva normalidad en el turismo de naturaleza y ecoturismo con enfoque de ecommerce para los destinos	256
Capítulo 29. Un modelo de capacitación en finanzas para pequeños empresarios de la ciudad de Neiva	266
Capítulo 30. Impacto socioeconómico y cultural del turismo de sol y playa en el golfo de Morrosquillo 2016 - 2020	274
Capítulo 31. Ecosistema de emprendimiento de Fusagasugá, una realidad que favorece a los emprendedores.....	284
Capítulo 32. Aplicación del marketing de contenidos en el ámbito de actuación laboral de los estudiantes de pregrado ECACEN	294
Capítulo 33. Análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios de la UNAD.....	302
Capítulo 34. Caracterización en la gestión de innovación de pymes por efecto del Coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil.....	310

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

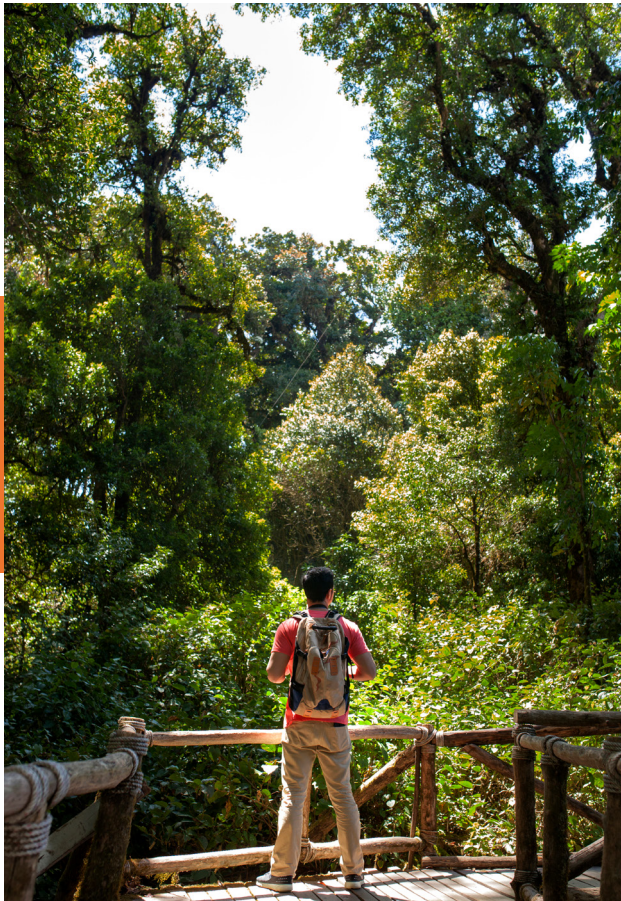
de desarrollo sostenible con el fin de fortalecer el emprendimiento, la responsabilidad social corporativa, la innovación social y la gestión de proyectos; identificar los nuevos escenarios económicos y financieros actuales que originan cambios sociales, productivos y empresariales con el fin de optimizar 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.

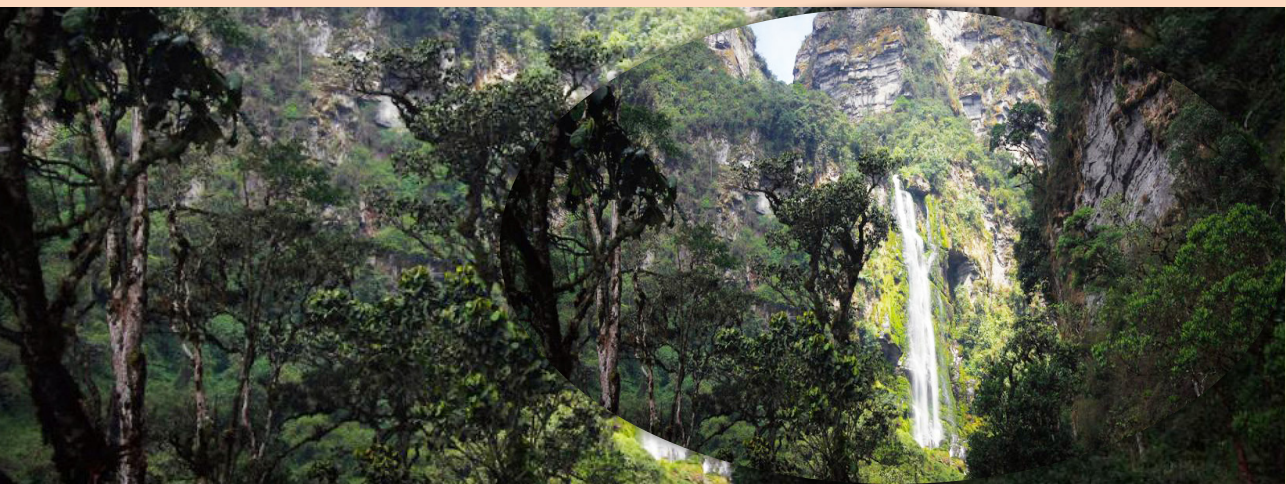
El tercer subtema sobre el cual versaron las diferentes ponencias fue la *transformación de la gestión y los modelos de desarrollo sostenible en las organizaciones*, con subtemas tratados tales como las tendencias financieras globales e inclusión financiera en escenarios de incertidumbre, las oportunidades 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.



GESTIÓN ORGANIZACIONAL DE PROYECTOS DE TURISMO RURAL DE LA COMUNIDAD DEL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO, CUNDINAMARCA

Fuente. <https://caminantesdelretorno.com/chorrito-de-plata-san-francisco-cundinamarca-colombia/>



ORGANIZATIONAL MANAGEMENT OF RURAL TOURISM PROJECTS OF THE COMMUNITY OF THE MUNICIPALITY OF SAN FRANCISCO, CUNDINAMARCA



Jonny Mauricio Valderrama Fernández¹

Gilma Catherine Castañeda Vargas²

Sindy Dayana Rodríguez Lugo³

- 1 Administrador de empresas, Magíster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Investigador del Semillero de Investigación Manjuy del grupo de Investigación Fénix - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5353-1329>
Correo electrónico: jonny.valderrama@unad.edu.co
- 2 Contadora Pública, Especialista en Auditoría y Control. Investigadora del Semillero de Investigación Manjuy del grupo de Investigación Fénix - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8936-1835>
Correo electrónico: gilma.castaneda@unad.edu.co
- 3 Ingeniera agrónoma, Especialista en Manejo Sostenible del Sistema Suelo Agua y Planta, Investigadora del Semillero de Investigación Metamorfo del Grupo Cobides.



RESUMEN

Las diferentes economías nacen a partir de nuevas ideas, oportunidades y necesidades, lo que demanda compromiso, aspiraciones de prosperidad y emprendimiento de los interesados, de tal manera que, un país como Colombia se caracteriza por la continua creación de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), que causan una transformación en la dinámica laboral, ya que este sector concentra la mayor parte de mano de obra y mejora la economía, sin embargo, se presentan altos índices de fracaso o liquidación de la Mipymes, debido a la falta de competencias en áreas organizacional, económica, política y ambiental, que las hace día a día menos competitivas en un ámbito regional, nacional e internacional. Con la presente propuesta investigativa que tiene como objetivo promover en términos de organización a la comunidad rural del municipio de San Francisco, Cundinamarca, se pretende caracterizar la población bajo dinámicas de desarrollo organizacional partiendo del turismo rural y se generará un plan organizacional.

De igual manera, se construye el diagnóstico a través de un muestreo intencional y con Investigación Acción Participación, IAP. El plan organizacional en la comunidad sobre turismo rural permite potencializar económicamente a través de las figuras de Mipymes, fortaleciendo el turismo sostenible y responsable utilizando esta actividad para ayudar a las comunidades rurales a salir del empobrecimiento económico y cultural enfocando este tipo de turismo como una respuesta positiva y responsable desde el punto de vista ecológico.

Por lo que la cualificación comunitaria por la transferencia de conocimiento y habilidades incluyendo las necesidades como lo orienta el Proyecto Pedagógico Unadista, que convoca a integrar el conocimiento técnico científico en un contexto interdisciplinar dirigido a poblaciones vulnerables con procesos de educación comunitaria desarrolla en unión con este municipio el acompañamiento para generar proyectos de turismo rural, haciendo los estudios de viabilidad que corresponden con la investigación propuesta.

Palabras clave: MYPIMES, municipio, plan organizacional, rural, población, turismo, transformación.



ABSTRACT

The different economies are born from new ideas, opportunities and needs, which requires commitment, aspirations of prosperity and entrepreneurship of the interested parties, in such a way that a country like Colombia, characterized by the continuous creation of micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs), which cause a transformation in labor dynamics, since this sector concentrates most of the workforce and improves economy, however, there are high rates of failure or liquidation of MSMEs, due to the lack of competences in the organizational, economic, political and environmental areas, which make them less competitive day by day at a regional, national and international level. With this research proposal that aims to promote in terms of organization to the rural community of the municipality of San Francisco, Cundinamarca, aims to characterize the population under organizational development dynamics based on rural tourism and will generate an organizational plan.

Similarly, the diagnosis is constructed through intentional sampling and Action Research IAP participation. The organizational plan in the community on rural tourism allows to potentiate economically through the figures of MSMEs, strengthening sustainable and responsible tourism using this activity to help rural communities to come out of economic and cultural impoverishment by focusing this type of tourism as a positive and responsible response from the ecological point of view.

Therefore, the community qualification for the transfer of knowledge and skills including the needs as directed by the Unadista Pedagogical Project, which calls for integrating technical knowledge scientific in an interdisciplinary context aimed at vulnerable populations with community education processes will develop, together with this municipality, the accompaniment to generate rural tourism projects, making the feasibility studies that correspond to the proposed research

Keywords: MYPIMES, municipality, organizational plan, rural, population, tourism, transformation.

Desarrollo de la ponencia

En la actualidad, se evidencia una aceleración de la ciencia y tecnología, además de cambios en lo cultural, educativo, político, ambiental y económico, todo ello inmerso en una constante transformación que conduce a que en medio de las crisis surjan posibilidades de cambio, es por ello que la labor en una comunidad toma fuerza en el sentido que debe reinventarse (Villa, 2012). En ese sentido el empoderamiento que conduce a la generación de nuevas ideas en los actores de la comunidad, es una labor que requiere de orientación y guía, donde se desarrolle conjuntamente las capacidades y se gestionen los recursos a partir de la necesidad detectada, para ello, es necesario actuar de manera comprometida y lograr la verdadera transformación del entorno acorde con los objetivos establecidos, (Montero, 2004), esto hace de Colombia un país de Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) que convocan la realización de objetivos que buscan promover un bien común y según Confecámaras, indica que durante el año 2018 se crearon 328.237 Mipymes, 0,8% más que en 2017 y según Cámara de Comercio de Bogotá, en la capital del país se crea una empresa cada cinco minutos. Adicionalmente en estas empresas se concentra más del 80% de la fuerza laboral colombiana. Sin embargo, así como se crean empresas así mismo se acaban.

Discusión y propuesta

En la actualidad, se evidencia una aceleración de la ciencia y tecnología, además de cambios en lo cultural, educativo, político, ambiental y económico, todo ello inmerso en una constante transformación que conduce a que en medio de las crisis surjan posibilidades de cambio, es por ello que la labor en una comunidad toma fuerza en el sentido que debe reinventarse (Villa, 2012). En ese sentido el empoderamiento que conduce a la generación de nuevas ideas en los actores de la comunidad, es una labor que requiere de orientación y guía, donde se desarrolle conjuntamente las capacidades y se gestionen los recursos a partir de la necesidad detectada, para ello, es necesario actuar de manera comprometida y lograr la verdadera transformación del entorno acorde con los objetivos establecidos, (Montero, 2004), esto hace de Colombia un país de Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) que convocan la realización de objetivos que buscan promover un bien común y según Confecámaras, indica que durante el año 2018 se crearon 328.237 Mipymes, 0,8% más que en 2017 y según Cámara de Comercio de Bogotá, en la capital del país se crea una empresa cada cinco minutos. Adicionalmente en estas empresas se concentra más del 80% de la fuerza laboral colombiana. Sin embargo, así como se crean empresas así mismo se

acaban. Según Confecámaras, el 70% de las empresas fracasan o se liquidan antes de los cinco años de haber sido constituidas, (Gerente.com, 2019).

Según Davis et al. (1996), reconocen que la Mipymes generan un elevado número de puestos de trabajo, pero gran parte del empleo se destruye como consecuencia de la desaparición de estas, y que está relacionado con la inexperiencia de los fundadores y asociados para llegar a un nivel de crecimiento en lo organizacional, económico, político y ambiental.

Las empresas surgen o se crean a partir de factores positivos, aprovechando una nueva oportunidad de negocio y con actitudes emprendedoras, a su vez las limitantes se evidencian en la falta de habilidades y conocimiento para abordar un futuro crecimiento que implica una gestión financiera, competencias en el recurso humano a nivel individual y empresarial que logren permanecer en las economías fluctuantes con conocimiento global.

De esta forma las Instituciones de Educación Superior como la UNAD desde el CCAV Facatativá, deben apoyar con contenido técnico científico orientado a fortalecer en la comunidad rural del municipio de San Francisco, con un proceso organizacional que potencie la gestión de proyectos de turismo rural a partir de su competitividad territorial y recurso humano, que requiere de una cualificación de competencias que a través de nuestro Proyecto Pedagógico Unadista logramos intervenir el territorio a partir de sus necesidades organizativas y de liderazgo para bienestar común.

De esta manera se puede observar la necesidad de fortalecer y desarrollar la gestión organizacional de turismo rural en el municipio de San Francisco, partiendo de lo observado en su plan de desarrollo y el acompañamiento académico de parte de la UNAD.

La presente investigación abordará el estudio de las fuentes que promuevan el emprendimiento y sostenimiento económico bajo actividad de turismo rural, desarrollando fuentes de empleo formales que mejoren la calidad de vida de los habitantes del municipio de San Francisco bajo el intercambio cultural e interacción con la naturaleza.

Desde el punto de vista ecológico el turismo rural y sus diferentes tipologías se convierte en una respuesta objetiva a problemas medioambientales que podemos contrarrestar con la sostenibilidad en inversión en fincas agroturísticas, áreas naturales como paisajes que ofrecen disfrutar de paisajes, flora y fauna silvestre.

Con esta propuesta se busca mejorar las condiciones de vida de los San Franciscanos reconociendo las necesidades, la diversidad y la potencialidad del territorio en su ámbito natural, poblacional, social y económico; generando así, sostenibilidad ambiental, desarrollo económico, tejido social y reconocimiento a nivel departamental y nacional.

Resultados esperados

- Identificar los puntos de interés para la elaboración de una ruta turística que potencialice los sectores económicos propuestos para esta investigación.
- Identificar las variables que permitan calcular la capacidad de carga de los diferentes sitios turísticos de la ruta.
- Optimizar los factores positivos y realizar planes de acción para superar las limitaciones económicas a las que se enfrentan los emprendimientos.
- Ser reconocidos como universidad en los diferentes municipios aledaños por nuestros proyectos de investigación e impacto en la comunidad.

Conclusiones

Con las tendencias actuales del turismo rural, que nace como alternativa del turismo tradicional, se está desarrollando esta opción, que es un turismo más sostenible, generando un impacto positivo tanto en el ecosistema, como en la parte financiera.

Identificamos la necesidad latente del municipio por cumplir su plan de desarrollo en cada una de sus metas propuestas de la dimensión económica y de productividad.

El turismo rural es una apuesta que contribuye al desarrollo social y económico de los territorios, que involucra a visitantes y voluntarios, fortaleciendo el tejido social, comunitario y organizativo.

Poder impactar como universidad a la comunidad San franciscana, a través del desarrollo de la investigación, trabajo de campo y resultados obtenidos.

Bibliografía

- Alcaldía de Municipal de San Francisco. <http://www.sanfrancisco-cundinamarca.gov.co/municipio/informacion-general>
- Alcaldía Municipal de San Francisco. (2020). *Diagnóstico Plan de Desarrollo 2020-2023 Municipio de San Francisco – Cundinamarca* https://sanfranciscocundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/sanfranciscocundinamarca/content/files/000441/22006_documento-pdt-2020-2023.pdf
- Alcaldía de San Francisco Acuerdo Municipal No. 012 de 2016 (mayo 31 de 2016). <http://www.sanfranciscodesales.net/images/descargas/plannedesarrollo2016-2019sumatealcambio.pdf>
- Alfaro, J., Pina, M. (2014). *Empresa y administración*. McGraw-Hill. <https://www.ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/?il=5293>
- Cámara de Comercio de Bogotá (2015). *Caracterización económica y empresarial de diecinueve municipios de Cundinamarca*. [Fecha de Consulta: 12 de abril de 2020]. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14584/caracterizacion%20economica%20y%20empresarial%20de%2019%20municipios.pdf?sequence>.
- Corrales, A.; Quijano, N. K. y Góngora, E. A. (2017). Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. Un programa para desarrollar habilidades para la vida. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 22(1), 58-65. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29251161005>
- Mazureau, J. (2019). *Análisis perfil ecoturista en Costa Rica*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnica de Cartagena. <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8041/tfm-maz-ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Revista Ceupe magazine (2021) *¿Cuáles son las diferentes tipologías de Turismo Rural?* <https://www.ceupe.com/blog/cuales-son-las-diferentes-tipologias-de-turismo-rural.html>
- Salinas, J, Alonso, A., Gándara, J. (2015). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McGraw-Hill. <https://www.ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/?il=4888>

ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA LA CREACIÓN DE UN EQUIPO DE RESPUESTAS A INCIDENTES INFORMÁTICOS ORIENTADO A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR ECONÓMICO COLOMBIANO

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



DOCUMENTARY ANALYSIS FOR THE CREATION OF A COMPUTER INCIDENT RESPONSE TEAM ORIENTED TO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF THE COLOMBIA ECONOMIC SECTOR



Katherine Andrea Franco Suarez⁴

Luis Fernando Zambrano Hernández⁵

Jonny Mauricio Valderrama⁶

Sebastián Rodríguez Ramírez⁷

- 4 Ingeniera Industrial, Estudiante de Maestría en Administración de Organizaciones - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7134-3620>.
Correo electrónico: kafrancos@unadvirtual.edu.co
- 5 Ingeniero de Sistemas, Especialista en Seguridad Física y de la Información - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4690-3526>.
Correo electrónico: kc.fernandoz@gmail.com
- 6 Administrador de Empresas, Magíster en Gestión y Dirección de Recursos Humanos, Coinvestigador semillero de investigación Manjuy - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
- 7 Profesional en Mercadeo internacional y publicidad, Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, Docente Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo UNAD - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3157-662X>.
Correo electrónico: sebastian.rodriguez@unad.edu.co



RESUMEN

Actualmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han transformado en un sector transversal de todos los sistemas modernos. Según el diario *El País*, para el año 2018 en Colombia un 96% de empresas utiliza este medio para el desarrollo de sus actividades (El País, 2018).

En virtud de lo anterior, este documento se construye teniendo como referente una metodología de investigación cualitativa, planteada a través de cuatro capítulos incluyendo los objetivos propuestos: 1. El desarrollo metodológico; 2. El estado actual de la gestión de la ciberseguridad y de la protección de los datos en las PYMES colombianas; 3. Un plan estratégico que contribuya al robustecimiento de las capacidades del aseguramiento digital; 4. Una propuesta tecnológica para la gestión de un evento de ciberseguridad.

Lo antes citado conlleva a la viabilidad de la creación de un Equipo de Respuesta a Incidentes Informáticos – CSIRT, que brinde servicios estratégicos para la gestión de eventos de ciberseguridad a PYMES.

Este documento está dirigido a las PYMES del sector económico colombiano, empresas del sector de la seguridad de la información, comunidades académicas y todas las partes interesadas que estén involucradas en la reducción de brechas digitales, aportando en el desarrollo de capacidades de ciberseguridad, fortaleciendo la sostenibilidad y la continuidad del negocio.

Palabras clave: brechas digitales, desarrollo de capacidades, negocio, protección de datos, tecnologías de la información.



ABSTRACT

Currently, Information and Communication Technologies have become a transversal sector of all modern systems. According to the newspaper El País, by 2018 in Colombia 96% of companies use this medium for the development of their activities (País, 2018).

By virtue of the foregoing, this document is built taking as a reference a qualitative research methodology, proposed through four chapters including the proposed objectives: 1. The methodological development; 2. The current state of cybersecurity management and data protection in Colombian SMEs; 3. a strategic plan that contributes to the strengthening of digital assurance capabilities; 4. a technological proposal for the management of a cybersecurity event.

The aforementioned leads to the viability of creating a Computer Incident Response Team - CSIRT, which provides strategic services for the management of cybersecurity events to SMEs.

This document is aimed at SMEs in the Colombian economic sector, companies in the information security sector, academic communities and all stakeholders that are involved in reducing digital gaps, contributing to the development of Cybersecurity capacities, strengthening the sustainability and business continuity.

Keywords: Digital gap, business capacity development, data protection, information technology.

Desarrollo de la ponencia

Las pequeñas y medianas empresas del sector colombiano vienen migrando sus servicios a la virtualidad, lo cual ha generado grandes oportunidades relacionadas con la proyección y ampliación de sus mercados, trayendo consigo el mejorar su competitividad y su reputación. No obstante, el hecho de implementar estas estrategias genera riesgos latentes asociados a sus activos de información, los cuales pueden convertirse en eventos adversos que afecten la continuidad del negocio. Hoy en día el adoptar estrategias que permitan reducir el riesgo a los cuales están expuestas las organizaciones, representa el contar con talento humano capacitado, infraestructura tecnológica o aliados estratégicos que suplan estas tareas de prevención o remediación ante un evento o incidente informático. Desafortunadamente este escenario, no es el común denominador en las PYMES puesto que en la proyección de sus presupuestos se estima un bajo recurso para la implementación de tecnologías que permitan reducir el riesgo.

La metodología de investigación cualitativa usada para el desarrollo de este documento, se construye a partir de cuatro capítulos: primero se aborda el desarrollo metodológico; seguido a esto, se establece el estado actual de la gestión de la ciberseguridad y de la protección de los datos en las PYMES colombianas; en el tercer capítulo, se presenta un plan estratégico que contribuye al robustecimiento de las capacidades del aseguramiento digital; y, finalmente se plantea una propuesta tecnológica para la gestión de un evento de ciberseguridad.

De esta forma, las pequeñas y medianas empresas del sector productivo colombiano, el sector de la ciberseguridad y sus partes interesadas, podrán contar con este referente académico, que plantea la viabilidad de la creación de un Equipo de Respuestas a Incidentes Informáticos teniendo presente el análisis de factores económicos, tecnológicos, políticos y sociales.

Discusión y propuesta

La implementación de un CSIRT es una tarea que debe ser prioritaria en las organizaciones por los beneficios que se obtienen a largo plazo en cuanto a la construcción de una cultura adecuada de prevención y cuidado de los activos de información. Para lo-

garlo, es prioritario el levantamiento de los activos de información de cada empresa y de acuerdo con esto, implementar las estrategias y política del manejo de esta misma con el fin de mitigar la materialización de riesgos existentes. Para esto, se recomienda continuar trabajando en las estrategias que buscan hacer accesible a estas empresas orientadas hacia la identificación de la vulnerabilidad por medio de metodologías para que la solución sea conveniente y de fácil implementación y puesta en marcha de estas actividades.

Se recomienda a futuros estudios documentales o de investigación, abordar temas relacionados con estimación de costos relacionados con eventos o incidentes presentados en un entorno digital y cómo poder establecer la valoración de un activo de información de tal forma que se pueda definir el retorno de inversión de la seguridad de la información - ROSI.

Así mismo es preciso realizar estudios que aporten cómo establecer procesos para el despliegue de servicios con partes interesadas o comunidades objetivos y cómo establecer un plan de negocio que plantee estrategias relacionada con el proceso de ventas y la proyección de su catálogo de servicios.

Conclusiones

A partir de la fundamentación teórica planteada en los marcos y el desarrollo del capítulo dos, se puede evidenciar que las pérdidas económicas debido a ataques informáticos para el año 2019 oscilaba entre 300 y 5000 millones de pesos, indicando además que la baja capacidad en recursos como talento humano capacitado y la poca inversión en ciberseguridad que las PyMES asignan en sus presupuestos es una realidad. Esto sin duda alguna afecta la continuidad del negocio ocasionando pérdidas económicas y reputacionales.

El capítulo tres, establece un plan estratégico que contribuye en el robustecimiento de las capacidades de ciberseguridad, que aporta a la continuidad de negocio a partir del diseño de un plan director de seguridad y que se integra con una metodología para el desarrollo de proyectos como la ISO 21500. En este plan, se brindan lineamientos claros para que una organización o para que un equipo dé respuestas a incidentes informáticos, cuenten con un talento humano capacitado con unos procesos definidos para la gestión de la información y la protección de los datos y con el uso de tecnologías que permitan mejorar el aseguramiento de sus entornos digitales.

Así mismo, este capítulo, soporta la necesidad de consolidar un equipo de respuestas a incidentes informáticos que brinde servicios a PyMES, teniendo presente lo planteado en la matriz de análisis de factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos, evidenciando en esta, la necesidad de ampliar un modelo de negocio en la línea de la ciberseguridad, que impacte a las pequeñas y medianas empresas a partir del despliegue de servicios acorde con sus presupuestos y necesidades, que acompañen a este sector de la economía en el cumplimiento de la legislación y normatividad y que fortalezca como servicio externo sus infraestructuras tecnológicas con el ánimo de mejorar el estado de la ciberseguridad.

El capítulo 4, esquematiza una propuesta que sirva como infraestructura tecnológica y física para el despliegue de los servicios de un CSIRT de PyMES. Esta infraestructura se proyecta teniendo presente: 1. Recursos mínimos locativos que permitan tener un espacio físico para la prestación de sus servicios. 2. Recursos mínimos de hardware los cuales pueden ser considerados en un presupuesto a un costo bajo en su adquisición. 3: El uso de herramientas de software libre lo cual termina siendo el valor agregado en términos de inversión. Es por esto por lo que un equipo de respuestas orientado a PyMES no solo se implementa con el fin de dar cumplimiento a las exigencias normativas que se imponen en torno a la seguridad digital, sino que permite abarcar estratégicamente las necesidades de una pequeña y mediana empresa con el fin de contribuir en la mejora de prácticas de gobierno de TI, generando impacto en la competitividad de la organización y en su entorno digital.

Bibliografía

BID. (2017). *Impacto de los incidentes de seguridad digital*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Impacto-de-los-incidentes-de-seguridad-digital-en-Colombia-2017.pdf>

BÖHME. (2010). *Security metrics and security investment models*. Universidad de Berkeley: <http://lyle.smu.edu/~tylerm/courses/econsec/reading/lnsesecinv2.pdf>

CCIT, y PONAL. (29 de octubre de 2019). *Tendencias Cibercrimen Colombia 2019 - 2020*. <https://www.ccit.org.co/wp-content/uploads/informe-tendencias-final.pdf>

CECIP. (2020). *Balance Cibercrimen 2020*. Bogotá.

- Ciberseguridad.com. (2020). *ciberseguridad*. <https://ciberseguridad.com/empresas/colombia/>
- Delgado, P. (24 de abril de 2019). *Tecnológico de Monterrey*. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/que-es-blockchain>
- Descuadrando. (s.f.). *Análisis PEST*. Descuadrando: http://descuadrando.com/An%C3%A1lisis_PEST
- Dinero. (24 de julio de 2020). *La ciberseguridad, cada vez más relevante para las organizaciones*. <https://www.dinero.com/hablan-las-marcas/articulo/la-ciberseguridad--cada-vez-mas-relevante-para-las-organizaciones/293516>
- ECACEN. (2017). *Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD: <https://academia.unad.edu.co/ecacen/investigación-y-productividad/lineas>
- Espino y Martínez. (2017). *Análisis predictivo: técnicas y modelos utilizados y aplicaciones del mismo - herramientas Open Source que permiten su uso*. UOC: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/59565/6/caresptimTFG-0117mem%C3%B2ria.pdf>
- Fernández, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Coruña España: Cad Aten primaria complejo Hospitalario Juan Canalejo.
- FIRST. (2020). *FIRST Teams*. Foro de respuesta a incidentes y equipos de seguridad: <https://www.first.org/members/teams/?#>
- Fregoso, c. (17 de marzo de 2021). *INTERUS. Estrategias de marketing digital*: <https://blog.interius.com.mx/quick-wins-para-empezar-automatizar-procesos-empresa>
- Freyre, C. (11 de marzo de 2019). *El papel de la ciberseguridad en las organizaciones*. Escuela Argentina de Negocios: <http://www.ean.edu.ar/nota/299-el-papel-de-la-ciberseguridad-en-las-organizaciones>
- GCA. (2020). *Global Cybersecurity Agenda (GCA)*. <https://www.itu.int/en/action/cybersecurity/Pages/gca.aspx>

- Gordon, & Loeb. (2002). *The economics of information security*. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=581274>
- INCIBE. (2020). *Plan Director de Seguridad*. Instituto Nacional de Ciberseguridad: <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/que-te-interesa/plan-director-seguridad>.
- Institute, P. (2019). [https://www.keeper.io/hubfs/2019%20Keeper%20Report_Final%20\(1\).pdf](https://www.keeper.io/hubfs/2019%20Keeper%20Report_Final%20(1).pdf)
- ISC. (2019). *Ingeniería, Servicios y Comunicaciones*.
- IT, p. (2020). *Splunk por séptimo año consecutivo líder en el cuadrante mágico de Gartner en SIEM*. <https://panoramait.com/splunk-por-septimo-ano-consecutivo-en-el-cuadrante-magico-de-gartner-en-siem/>
- ITU. (2020). *Global Cybersecurity Index 2020*. <https://www.itu.int/en/myitu/Publications/2021/06/28/13/22/Global-Cybersecurity-Index-2020>
- Kaspersky. (28 de noviembre de 2017). *las brechas de seguridad ocasionadas por terceros representan un costo mayor para las empresas*. https://latam.kaspersky.com/about/press-releases/2017_kaspersky-lab-security-breaches
- LACNIC. (2012). *Manual básico de gestión de incidentes de seguridad informática*. https://csirt.lacnic.net/wp-content/themes/warpnew/docs/manual_basico_sp.pdf
- MNEMO. (s.f.). <https://cert.mnemo.com/fraude-bec-la-amenaza-silenciosa-que-afecta-a-areas-financieras-de-empresas-mexicanas/>
- Mozilla. (2020). *MDN Web Docs*. <https://developer.mozilla.org/es/docs/Glossary/GPL>
- Mundo, E. (23 de marzo de 2020). *Diario El Mundo*. <https://www.elmundo.es/economia/2020/03/23/5e7773bf21efa0ec658b4634.html>
- MyITU. (2021). <https://www.itu.int/en/myitu/Publications/2021/06/28/13/22/Global-Cybersecurity-Index-2020>
- OEA. (2021). *Semillero Ceros y Unos*. Semillero Ceros y Unos: <https://semillercerosyunos.com/index.php/2021/07/02/buenas-practicas-para-establecer-un-csirt-nacional/>

- País, E. (18 de enero de 2018). *Diario El País*. <https://www.elpais.com.co/tecnologia/el-96-de-las-empresas-en-colombia-utilizan-internet.html>
- Palo alto. (2020). *A 2020 Gartner Magic Quadrant Leader for Network Firewalls*. <https://start.paloaltonetworks.com/2020-gartner-mq-for-firewalls.html>
- Piscin, E., & Dalton, D. (s.f.). *Blockchain & Ciberseguridad*. [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pe/Documents/risk/Blockchain%20CiberseguridadESP%20\(1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pe/Documents/risk/Blockchain%20CiberseguridadESP%20(1).pdf)
- Plan Director de Seguridad*. (2019). https://www.incibe.es/sites/default/files/contenidos/dosieres/metad_plan-director-seguridad.pdf
- PONEMON. (2019). *Exclusive Research Report 2019 Global State of cybersecurity in small and medium-size businesses*. [https://www.keeper.io/hubfs/2019%20Keeper%20Report_Final%20\(1\).pdf](https://www.keeper.io/hubfs/2019%20Keeper%20Report_Final%20(1).pdf)
- RAE. (s.f.). *RAE*. <https://dle.rae.es/taxonom%C3%ADa>
- Revista Dinero. (2020). Ciberataques en América Latina: ¿están expuestas las empresas colombianas? *Revista Dinero*.
- RICOH. (2021). *Cuadrante mágico de Gardner*. <https://digital.ricoh.es/que-es-cuadrante-magico-gartner/>
- Synopsys. (2021). <https://www.synopsys.com/>. <https://www.synopsys.com/software-integrity/resources/analyst-reports/gartner-magic-quadrant-appsec.html>
- Taylor, S., y Bogdan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Tecnozero. (2020). *Cuadrante Mágico de Gartner 2019 para Firewalls de Red*. <https://www.tecnozero.com/firewall/cuadrante-magico-de-gartner-2019-para-firewalls-de-red/>
- UNESCO. (s.f.). *Expresiones culturales*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/%20cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/planificar/diagnosticar/arbol-de-problemas/>

TURISMO DE NATURALEZA EN COLOMBIA COMO OPCIÓN DE TRANSFORMACIÓN EN LA NUEVA NORMALIDAD

Fuente: <https://www.colombia.co/turismo/>





Capítulo 3.

NATURE TOURISM IN COLOMBIA AS A TRANSFORMATION OPTION IN THE NEW NORMALITY



Cano-Esteba, Gustavo-Efrén⁸

Díaz-Chacón, Yazmín⁹

Matallana - Kuan, Olga Lilihet¹⁰

- 8 Estudiante de Administración de Empresas – Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3604-211X>
Correo electrónico: gecanoe@unadvirtual.edu.co
- 9 Administradora de Empresas, Especialista en Gestión Pública, Especialista en Gerencia Social, Magíster en Administración de las Organizaciones. Docente ocasional – Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8351-5012>
Correo electrónico: yasmin.diaz@unad.edu.co
- 10 Economista, Magíster Master of Business Administration con Especialización en Gerencia de Recurso Humano. Docente ocasional – Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3563-1668>
Correo electrónico: olga.matallana@unad.edu.co



RESUMEN

En todo el mundo, el sector turístico se ha venido implementando bajo consensos académicos y políticas públicas, como una alternativa de desarrollo sostenible. La pandemia y otros factores han venido dejado un impacto negativo en el modelo turístico convencional, por lo que muchos países lo han venido afrontando de manera casi personal, mediante dinámicas experimentales, tratando de mitigar dichos riesgos.

En los últimos años, el país ha venido registrando un alto índice de crecimiento en el sector turístico, gracias a factores como su biodiversidad, seguridad, tratado de paz, entre otros, permitiéndole generar proyectos y experiencias turísticas más sostenibles, incluyentes y sustentables, frente al modelo convencional, integrado simplemente desde la economía, política y aspectos territoriales.

El objetivo de este documento es describir el desarrollo bibliográfico del turismo de naturaleza y ecoturismo, que se ha venido implementado en Colombia, como alternativa real de sostenibilidad, cuidado, y transformación cultural.

La metodología está basada en un análisis exploratorio de la documentación escrita sobre las dinámicas de turismo de naturaleza y ecoturismo en Colombia.

Finalmente, se concluye la necesidad de encontrar mecanismos que posibiliten aún más, el desarrollo de experiencias en turismo de naturaleza cada vez más efectivas, que lleven al cuidado de la misma y a proyectos sostenibles y sustentables en el territorio colombiano.

Palabras clave: transformación, sostenible, turismo, ecoturismo sustentable.



ABSTRACT

Throughout the world, the tourism sector has been implemented under academic consensus and public policies, as an alternative for sustainable development. The pandemic and other factors have had a negative impact on the conventional tourism model, which is why many countries have been facing it almost personally, through experimental dynamics, trying to mitigate these risks.

In recent years, the country has been registering a high rate of growth in the tourism sector, thanks to factors such as its biodiversity, security, peace treaty, among others, allowing it to generate more sustainable, inclusive, and sustainable tourism projects and experiences, in the face of the conventional model, integrated simply from the economy, politics and territorial aspects.

The objective of this document is to describe the bibliographic development of nature tourism and ecotourism, which has been implemented in Colombia, as a real alternative for sustainability, care, and cultural transformation.

The methodology is based on an exploratory analysis of the written documentation on the dynamics of nature tourism and ecotourism in Colombia.

Finally, the need to find mechanisms that make it possible even more, the development of experiences in nature tourism increasingly effective, that lead to the care of the same and to sustainable and sustainable projects in the Colombian territory is concluded.

Keywords: Transformation; Sustainable; Sightseeing; Ecotourism; Sustainable.

Desarrollo de la ponencia

“El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales”. (OMT, 2002). Definición aceptada por el Gobierno de Colombia

El ecoturismo es relativamente nuevo; ha venido en evolución durante los últimos 30 años, y engloba el turismo ecológico, sostenible y ético con el medio ambiente. Este se desarrolla sin alterar el ecosistema ambiental, evitando sus posibles daños o impactos, incluyendo aquellas comunidades que residen en dichos lugares. Esta ha permitido el sostenimiento de las áreas naturales, el crecimiento de la industria turística y la mejora del bienestar de las comunidades locales. De aquí, la importancia de promoverla, especialmente en la etapa de pos-pandemia. (Cauch, s.f.)

En los últimos años, el país ha venido registrando un alto índice de crecimiento en el sector turístico, gracias a factores como su biodiversidad, seguridad, tratado de paz, entre otros, permitiéndole generar proyectos y experiencias turísticas más sostenibles, incluyentes y sustentables, frente al modelo convencional, integrado simplemente desde la economía, política y aspectos territoriales.

“Colombia es el más septentrional de los países suramericanos y el corazón geográfico o centro de todas las Américas. Su territorio, al estar bañado por los dos grandes océanos del planeta, se destaca entre los demás del sur continental.” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, p, 9).

En el gran macizo colombiano, es donde nacen los nevados, volcanes y altos sistemas montañosos, al igual que los grandes ríos como el Patía, Cauca, Amazonas y Magdalena. Abundan las lagunas, las más famosas en Nariño, Tota, Cundinamarca, Ciénaga, entre muchas otras.

El objetivo de la investigación es identificar en la revisión bibliográfica la oportunidad que se ofrece en Colombia, respecto a experiencias de naturaleza y ecoturismo con énfasis en sostenibilidad y sustentabilidad, como un factor de transformación en la llamada “nueva normalidad”, y de reactivación económica, social y cultural.

Discusión y consideraciones finales

Con el fin de allegar elementos que permitan una cabal aproximación al tema desde la vista de los teóricos y estudiosos que pueden considerarse referentes relevantes, se realiza un análisis bibliográfico, con la intención de que se logren incorporar a la discusión los hallazgos conceptuales que refuerzan, explican o brindan sustento o soporte a la necesidad de implementar modelos de turismo y ecoturismo en Colombia, como respuesta a la transformación de la nueva normalidad, con estructuras sostenibles y sustentables, desde el contexto de la pandemia.

El Gobierno colombiano ha comprendido que, la gran riqueza natural presente en el territorio, puede ser una apuesta no solo ambiental sino de negociación turística sostenible y trasformadora, en el contexto de recuperación de la pandemia; por tanto, mediante leyes políticas configuradas, como por ejemplo: Ley General del Turismo: Ley 300 de 1996, Artículos 26 -31; Sistema Nacional de Áreas Protegidas - SINAP: Decreto 2372 de 2010; Directrices de Ecoturismo en PNN: Resolución 531 de 2013, La Ley General del Turismo, el Sistema Nacional de Áreas Protegidas – SINAP, permite entrar en consonancia con las peticiones a nivel mundial, sobre estos temas. Sin embargo, hacen faltas muchas herramientas, para implementar dichas estrategias dentro de los sitios regionales y los sistemas de verificación, seguimiento y control sobre todas las iniciativas.

El turismo se ha convertido en un eje de empuje económico a nivel mundial, una industria de desarrollo social y cultural y, por tanto, muchos países lo están adoptando, como un instrumento para poder salir del subdesarrollo y de la falta de oportunidades. Desde este contexto, viene surgiendo la necesidad de ofrecer experiencias y productos de esta índole, con mayor calidad, dinamismo y creatividad, con el valor agregado del cuidado ambiental, sostenible y sustentable, respetuoso de las culturas insertas en estos lugares.

Según el Ministerio de Cultura y Turismo de Colombia, (Ministerio de Comercio, 2009), es necesario fortalecer la competitividad turística, a partir de factores tales como: orientación filosófica del marco legal del sector - análisis de limitantes ventajas de los sectores potencialmente turísticos - articulación de la gestión de planificación turística mediante convenios y alianzas departamentales - declaración del turismo como sector de clase mundial - impulso a la evaluación del “rol” en materia de competitividad y definición de agendas de juntas regionales y nacionales para fortalecer la competitividad.

Conclusiones

Realizar un análisis significativo de la documentación de turismo de naturaleza, no es tarea fácil dada la gran cantidad de documentación a este respecto; dada la pandemia, se ha impuesto la necesidad de fomentar el turismo de naturaleza, como una herramienta para la reactivación del turismo en el país, aportando a la cadena de valor y generando un mayor valor agregado a los lugares naturales y turísticos y las comunidades que allí residen.

En algunas regiones de Colombia (Cali, Cartagena, Santa Marta, Sucre, entre otros), existen ya experiencias turísticas naturales y de ecoturismo sostenible, que han venido por años, realizando una verdadera transformación cultural y ambiental, ofreciendo contacto con la naturaleza, conocimiento cultural y de tradiciones, generando respeto y cuidado ecológico y medioambiental en sus sectores, desde la óptica de la sustentabilidad y sostenibilidad.

Gracias al desarrollo tecnológico en aumento, se hace más fácil acceder a dichos servicios, al igual que ofertar productos con mayor calidad, que favorezcan a los usuarios una experiencia de turismo natural y ecoturismo real, consciente y sostenible. Sin embargo, en el contexto colombiano, se hace urgente un desarrollo óptimo y adecuado a cada región, pues este componente, en la mayoría de los casos, es casi nulo; no se cuenta con la infraestructura acorde con tal fin, el acceso a las telecomunicaciones, vías tecnológicas y a la misma información es mínimo, generando atasco y atraso. (OIT, Cadena de Valor – Cali, 2017).

A nivel empresarial, también existen muchas falencias, las grandes organizaciones acaparan los mercados, y en este caso los segmentos turísticos a nivel natural y de ecoturismo con su poder económico. Existen muchas desigualdades a nivel competitivo, y especialmente el ambiente político es poco prometedor, pues la polarización sigue generando mayores conflictos, donde las regiones y culturas terminan divididas. Todo esto implica un reto enorme en materia cultural y social, pues son lugares donde se gesta el crecimiento de tipo turístico, al permitir alianzas y mecanismos de apoyo a los sectores que ofrecen este tipo de producto.

Un derrotero a tener en cuenta, debido a las actualizaciones en esta materia, es ir superando las viejas usanzas en cuanto al turismo; el abandono de aquellas “viejas estrategias” de supeditación simplemente del turismo a un nivel meramente económico, pues este se está posicionando como un agente dinamizador de las economías

locales y extranjeras, sin olvidar sectores tan importantes como el agrícola y el industrial y un vehículo difusor, por qué no decirlo, de nuevas tecnologías, que impulsen un turismo transformador, sostenible y sustentable.

Referencias

Cauich, Sandro; Silva, L. *Turismo Sostenible, la Nueva Era*. <https://sites.google.com/site/turismososteniblelanuevaera/turismo-alternativo/3-2-1-ecoturismo>

Guía de Turismo de Naturaleza (s.f.). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Colombia. <https://drive.google.com/file/d/1ljT6OxVvk4NFE5sGf3gIP-aXNJ5Z9uPCU/view?pli=1>

Informe Especial es el sexto de una serie que elabora la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la evolución y los efectos de la pandemia de COVID-19 en América Latina y el Caribe. Sus análisis económicos y sociales se actualizarán a medida que surja información relevante. Internacional e Integración de la CEPAL. Copyright © Naciones Unidas, 2020.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2003). *Política para el desarrollo del Ecoturismo*. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012). Política de turismo de naturaleza. <http://www.Bogotáturismo.gov.co/sites/intranet.Bogotáturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia*. Bogotá. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=e176bd0-0060-4974-9f5d-00277ce35cc9>

Orozco, N. (2017). *Caracterización y análisis de competitividad del sector de turismo de naturaleza en Colombia*. Bogotá. <https://drive.google.com/file/d/19VcSeg7tuFoW2ttL2FogvVsnXEaJFbqG/view?pli=1>

Santos Del Valle, A. (2020). La industria turística y el impacto del COVID 19. Escenarios y propuestas. *Global Journey Consulting*. Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/1T6t16JVC_Wixa5Da4G02hKQdWFDQrZAt/view?pli=1

ESTUDIO PARA DETERMINAR EL ESTADO DEL SECTOR TURISMO EN OCCIDENTE DE BOYACÁ Y SUPERAR EL IMPACTO DEL COVID-19

Fuente: <https://situr.boyaca.gov.co>





Capítulo 4.

STUDY TO DETERMINE THE STATE OF THE TOURISM SECTOR IN WESTERN BOYACÁ AND OVERCOME THE IMPACT OF COVID-19



Elías Hernández Lache¹¹

Julieth Castillo Garrido¹²

Deyi Rosa Achuri Ortega¹³

José Antonio López Buitrago¹⁴

11 Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5614-5979>
Correo electrónico: elias.hernandez@unad.edu.co

12 Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7659-5608>
Correo electrónico: julieth.castillo@unad.edu.co

13 Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4189-9115>
Correo electrónico: drachuryo@unadvirtual.edu.co

14 Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4189-9115>
Correo electrónico: jabuitragolo@unadvirtual.edu.co



RESUMEN

La presente ponencia hace parte del desarrollo de la investigación adelantada dentro del proyecto PIE Cohorte 2-2020, titulada “Estrategias de gestión administrativa y motivación del talento humano, para superar las crisis del covid-19 y propiciar el desarrollo en las Mipymes de la actividad turística de occidente de Boyacá” el cual busca resaltar la importancia que tiene el turismo en la región como oportunidad de desarrollo regional y la contribución al desarrollo del país.

Palabras clave: turismo, Mipymes, competitividad.





ABSTRACT

This presentation is part of the development of advanced research within the PIE Cohort 2-2020 project, entitled “Administrative management strategies and motivation of Human Talent, to overcome the COVID-19 crises and promote the development of the activity in MSMEs Turística de Occidente de Boyacá” which seeks to highlight the importance of tourism in the region as an opportunity for regional development and a contribution to the development of the country.

Keywords: tourism, Mipymes, competitiveness.



Desarrollo de la ponencia

El turismo se perfila como un renglón de desarrollo económico de gran importancia en el occidente de Boyacá por los atractivos que ofrece a los visitantes. La investigación busca en lo fundamental analizar el impacto económico del sector turismo, las micros y pequeñas empresas que se han afectado considerablemente producto de las medidas restrictivas generadas por el covid-19, en la cual los resultados se conviertan en una herramienta útil para potenciar la gestión administrativa, la gestión de mercado la motivación del talento humano que permita visibilizar el camino para articular esfuerzos y potenciar del sector y el desarrollo de las empresas.

Conclusiones

La gestión administrativa tiene resultados en la medida que se tenga claridad en la ejecución de los objetivos y cumplimiento de metas; sin embargo, para esto es fundamental que la gerencia cuente con la capacidad técnica y los conocimientos necesarios para ejecutar el proceso administrativo con visión estratégica, con integralidad de la planeación, la organización, la dirección y el control y no actuar meramente en acciones intuitivas carentes de estrategia y organización en la que la visión se restringe a la inmediatez y en las situaciones del día a día.

Las condiciones laborales del talento humano presentan muchas deficiencias motivacionales y tienden a reflejar aspectos de deshumanización, esto se refleja en la manera de su trato, las jornadas de trabajo sin reconocimiento, la insatisfacción de su salario y el poco reconocimiento de sus opiniones y estímulo en las jornadas laborales como factor fundamental en el engranaje administrativo y funcional de la empresa.

Recomendaciones

1. Es necesario potenciar los liderazgos enfocados en liderazgos transformacionales y democráticos.
2. Es fundamental desarrollar e implementar planes de negocios como herra-

- mienda de gestión y brindar capacitación en la ampliación.
3. Es necesario generar presos de formación gerencial con filosofía de gestión administrativa y aplicación de los principios de planeación, organización, dirección y control.
 4. Se requiere apoyo institucional con direccionamiento de políticas públicas claras tendientes a reactivar el sector.
 5. Se requiere implementar planes integrales de motivación del talento humano que ves su reconocimiento en las decisiones de la empresa.

Bibliografía

Álvarez J. (2015) La vulneración de los derechos humanos en el conflicto del occidente de Boyacá. Especialmente en Otanche, Muzo y Coscuez a partir del año 2010. *Revista Principia Iuris*, 12(24). 9-38. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/piuris/article/view/1074/1042>

Boyacá Turismo (2007) Provincia de Occidente. <http://www.boyacaturismo.3dup.net/occidente.html>

Escalante M. (2017) *El liderazgo en la productividad de los colaboradores de la corporación Impactex CIA. Ltda., provincia de Tungurahua, Cantón Ambato*. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25479/1/TESIS%20MARIA%20DE%20LOS%20ANGELES%20ESCALANTE%20VELASTEGUI.pdf>

Félix, A. y García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 7. 79-103 <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-EstudioDePerdidasYEstrategiasDeReactivacionParaEIS-7483989.pdf>

Gómez, J. (2014) Del desarrollo sostenible a la sustentabilidad ambiental *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XXII, núm. 1, pp. 115-136. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90931814009.pdf>

Serrano, A. y Cazares, I. (2019) La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Revista Espacios*, 40(13) Pág. 12 <http://ww.revistaespacios.com/a19v40n13/19401312.html>

CREACIÓN DE EMPRESAS LOCALES DESDE EL EMPRESARIADO JUVENIL EN EL MUNICIPIO DE SAHAGÚN – CÓRDOBA

Fuente: <https://sahaguncordoba.com/noticias/>

Mudanzas Montería
Sahagún Córdoba

mudanzamonteria@g





Capítulo 5.

CREATION OF LOCAL COMPANIES FROM THE YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN THE MUNICIPALITY OF SAHAGÚN - CÓRDOBA



Pedro Juan Gamero De La Esprilla¹⁵

Liliana Manchego Palza¹⁶

15 Licenciado en ciencias sociales, Especialista en ética y pedagogía, Magíster en educación Online – UNAD- Florida. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6802-0660>. Correo electrónico: pedro.gamero@unad.edu.co

16 Licenciada (c) en etnoeducación, técnico en psicología y trabajo social comunitario, diplomado en pedagogía. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2889-7553>. Correo electrónico: lilianamanchegoplaza54@gmail.com



RESUMEN

La presente propuesta “Creación de empresas locales desde el Emprendimiento juvenil en el municipio de Sahagún, Córdoba” *busca fomentar el empleo, la productividad juvenil desde la creación de microempresas locales, desarrollando las capacidades productivas y las ideas de negocio para el desarrollo y progreso de la comunidad sahagunense.*

Por lo que también, se plantea un apoyo a la reducción del desempleo y una contribución para bajar los altos índices de falta de oportunidades laborales a la juventud. Debido a que se busca mejorar la calidad de vida de los jóvenes y sus familias mediante la puesta en marcha del proyecto que tiene una duración de 6 meses en los cuales se busca dejar empresas locales que impulsen desarrollo.

Siendo esta investigación de tipo de estudio cuantitativo- descriptivo, ya que se analizan datos y caracteriza la situación de emprendimiento de 30 jóvenes del municipio de Sahagún, Córdoba *desde su condición de desempleo y sus ganas de fomentar empresa desde sus ideas. Con carácter mixto por que utiliza datos cuantitativos como descriptivos que hacen referencias a la temática de interés y los instrumentos utilizados.*

Esta investigación es producto de las ideas innovadoras de jóvenes emprendedores que buscan fomentar empleo y progreso en la comunidad de Sahagún-Córdoba a través de la creación de nuevas empresas.

Palabras clave: creación, empresas, emprendimiento, juvenil, empleo.



ABSTRACT

The present proposal “Creation of local businesses from youth entrepreneurship in the municipality of Sahagún Córdoba” seeks to promote employment, youth productivity from the creation of local micro-businesses, developing productive capacities and business ideas for the development and progress of the Sahagunense community.

Therefore, support is also proposed for the reduction of unemployment and a contribution to lower the high rates of lack of job opportunities for youth. Because it seeks to improve the quality of life of young people and their families through the implementation of the project that has a duration of 6 months in which it seeks to leave local companies that promote development.

This research being a quantitative-descriptive type of study, since it analyzes data and characterizes the entrepreneurial situation of 30 young people from the municipality of Sahagún Córdoba from their unemployment condition and their desire to promote business based on their ideas. With a mixed character because it uses quantitative and descriptive data that refer to the subject of interest and the instruments used.

This research is the product of the innovative ideas of young entrepreneurs who seek to promote employment and progress in the Sahagún-Córdoba community through the creation of new companies.

Keywords: Creation, companies, entrepreneurship, youth, employment.

Desarrollo de la ponencia

El desempleo y la falta de oportunidades para los jóvenes es una problemática que aqueja a las nuevas generaciones. Es por ello que el propósito de la presente investigación es fomentar la creación de empresas locales en Sahagún, Córdoba, desde el emprendimiento de 30 jóvenes, por lo que se plantean mecanismos para la productividad eficaz y oportuna de nuevas ideas.

Pues si bien la demanda en el mercado laboral de los jóvenes parece ir en aumento, en gran escala con la desempleabilidad, situación que no es lejana a los jóvenes sa-hagunenses, los ha llevado buscar la posibilidad de ser impulsores y creadores de empresas, desde la capacidad productiva para brindar a la población nuevas oportunidades laborales a través del emprendimiento de sus ideas productivas en la creación de nuevas empresas.

Discusión

Con lo analizado y los resultados obtenidos se puede decir que los jóvenes enfrentan el desafío laboral de emprender, pues si las oportunidades de ofertas laborales suelen ser escasas para ellos, por la falta de experiencia o ya bien sea por la falta de educación y es por esto que deciden empezar a emprender para así tener una actividad económica creativa que les permita tener un ingreso económico, en el que buscan la oportunidad de poder ellos mismos generar una innovación emprendedora desde la creación de sus propias empresas.

Por lo que si bien afirmar el emprendimiento como una actividad económica, es un hecho que lleva al desarrollo de ideas. Que desde el punto de vista de Lócde (2003) el “emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente (Julien, 2005, p. 12).

Pero no obstante es necesario tener en cuenta que, para emprender, es necesario que los jóvenes posean actitudes y habilidades que le permitan desempeñarse adecuadamente, usando su creatividad en el desarrollo de actividades económicas que le permiten progresar.

Por lo que Schumpeter, (1971) plantea que “para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones” (Schumpeter, 1971, p. 181).

Sin olvidar la importancia de formarse para poder eficazmente desempeñarse como un buen empresario, pues si con el desarrollo formativo adecuado los jóvenes podrán progresar y no obstante alcanzar las metas que estos se propongan por lo que Varela, (1998) sostiene que la educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial, potenciar una actitud empresarial, que puede o no devenir en el nacimiento de una empresa con finalidad económica, pero que sí debe proveer un conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente. La idea básica tras una educación empresarial es producir en el mediano y largo plazo una generación de nuevos profesionales mejor entrenados e informados a cerca de: a) Cuándo, cómo, dónde, con quién, con qué empezar un nuevo negocio. b) Cómo seguir una carrera empresarial c) Cómo maximizar sus objetivos personales en forma equilibrada con las necesidades de una sociedad. d) Cómo desarrollar una cultura empresarial. e) Cómo promover los cambios requeridos para facilitar y estimular a los nuevos empresarios y a las nuevas empresas” (Varela, 1998, p. 65).

Por lo que se puede afirmar que el emprendimiento es una base fundamental de crecimiento y progreso del país colombiano, ya que este permite mejores condiciones de vida y que son los jóvenes quienes más son capaces de aportar ideas de crecimiento y surgimiento de empresas en pos del desarrollo económico, tal como lo sostiene Murrillo (2016) “el emprendimiento juvenil desempeña un rol muy importante en el desarrollo económico y en la generación de empleo de los países latinoamericanos. La tasa de emprendimientos en etapas tempranas (TEA) general para la Región fue de 17.6% en el año 2014 y en términos generales, un 36% de los nuevos emprendedores tienen menos de 34 años. Según los datos del GEM, las y los jóvenes latinoamericanos tienen un gran espíritu emprendedor, siendo una de las regiones del mundo en la que las y los jóvenes tienen las mayores intenciones emprendedoras” (GEM, 2014).

Conclusiones

Esta investigación es producto de las ideas innovadoras de jóvenes emprendedores que buscan fomentar empleo y progreso en la comunidad de Sahagún, Córdoba a través de la creación de nuevas empresas.

La presente investigación muestra la importancia del rol juvenil en el emprendimiento para la creación de nuevas empresas, como agentes sociales que buscan el desarrollo y el progreso para mejores condiciones de vida y oportunidad laboral.

Bibliografía

Bravo, Cruz (2010) Significados juveniles del emprendimiento: ¿voces de esperanza para el futuro? <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7903/tesis163.pdf?sequence=1>

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

Guzmán, A., y Trujillo, A. (2008). Emprendimiento social-revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518005>

Rodríguez, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*, 26 junio-diciembre 2009 (citado en Romero Barón, R. Julio de 2010)

Para emprender, es necesario que los jóvenes posean actitudes y habilidades que le permitan desempeñarse adecuadamente, usando su creatividad en el desarrollo de actividades económicas que le permiten progresar.



DISEÑO ORGANIZACIONAL DE UN OBSERVATORIO DE GESTIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS E INFORMACIÓN EN LOS SECTORES AGROINDUSTRIAL Y TURÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ

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





Capítulo 6.

ORGANIZATIONAL DESIGN OF AN OBSERVATORY FOR THE MANAGEMENT AND ANALYSIS OF DATA AND INFORMATION IN THE AGRO-INDUSTRIAL AND TOURISM SECTORS OF THE DEPARTMENT OF BOYACÁ



Víctor Javier Niño Martínez¹⁷

Marleny Torres Zamudio¹⁸

17 Administrador de empresas de la UNAD, Estudiante de Maestría en Administración de Organizaciones UNAD. Integrante del Semillero de Investigación Innovación y Desarrollo I+D UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7552-5149>

Correo electrónico: victornino8008@gmail.com

18 Economista, Especialista en Finanzas, MBA, Estudiante de doctorado en Ciencias de la Educación, Universidad de Cuauhtémoc. Investigadora grupo GRINDES. Docente Asociada, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Tunja - Colombia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9091-5831>

Correo electrónico: marleny.torres@unad.edu.co



RESUMEN

Los laboratorios de gestión y análisis de datos son considerados como una estrategia de innovación para la recopilación y análisis de información que facilite el proceso de toma de decisiones en diferentes sectores de la economía; en este sentido se consolida un proceso de investigación orientado hacia el diseño de una estructura organizacional para la recolección y tratamiento de información que apoye procesos investigativos y de innovación en sectores agropecuario y de promoción al turismo del departamento de Boyacá.

Inicialmente se procederá a la determinación de variables específicas de carácter técnicas y administrativas que permitan la consolidación y puesta en marcha de la propuesta investigativa, posteriormente se realizara un análisis de requerimientos funcionales en el cual se determinaran las áreas principales de laboratorio propuesto permitiendo identificar procesos y procedimientos esenciales para la operación.

Posteriormente se consolidará la estructura organizacional para establecer con claridad los diferentes roles que van a desempeñar los miembros de laboratorio definiendo metas, objetivos, autoridades y flujo de responsabilidades; así como herramientas utilizadas para la obtención análisis y socialización de la información gestionada desde el laboratorio. Finalmente procederemos a identificar recursos físicos, humanos y financieros necesarios para la creación del laboratorio de análisis y gestión de datos.

Palabras clave: observatorio, datos, innovación, áreas funcionales, sectores económicos, estructura organizacional.



ABSTRACT

Data management and analysis laboratories are considered an innovation strategy for the collection and analysis of information that facilitates the decision-making process in different sectors of the economy; In this sense, a research process oriented towards the design of an organizational structure for the collection and processing of information that supports research and innovation processes in agricultural sectors and tourism promotion of the department of Boyacá is consolidated.

Initially, the determination of specific technical and administrative variables will be carried out that allow the consolidation and implementation of the research proposal, later an analysis of functional requirements will be carried out in which the main areas of the proposed laboratory will be determined, allowing the identification of processes and essential procedures for the operation.

Subsequently, the organizational structure will be consolidated to clearly establish the distinct roles that the laboratory members will play, defining goals, objectives, authorities and flow of responsibilities; as well as tools used to obtain analysis and socialization of the information managed from the laboratory. Finally, we will proceed to identify the physical, human, and financial resources necessary for the creation of the data analysis and management laboratory.

Keywords: Observatory, data, innovation, functional areas, economic sectors, organizational structure.

Introducción

Actualmente estamos en un estado de constante cambio en donde la identificación del conocimiento y la información es de vital importancia para la transformación de insumos en bienes y servicios con alto valor agregado, en esa dinámica las estructuras organizacionales deben ocuparse por obtener información verídica que posibilite acrecentar sus probabilidades de perdurar en un ambiente altamente competitivo. El acceso a la información tiene como objetivo principal crear toda la configuración de la estructura empresarial para que se pueda estimular la realización de diversas actividades y procesos que permitan alcanzar metas y objetivos propuestos previamente.

La información fidedigna es determinante en el momento de la construcción de un marco estratégico y operativo que facilite la reducción del riesgo y la incertidumbre; en razón a lo anterior los laboratorios de observación y análisis de información generan un beneficio fundamental para la sociedad en temas de concernientes a la gestión y administración de datos certeros facilitando, la toma de decisiones organizacionales y el logro de objetivos.

Para tal fin se plantea la estructuración de un laboratorio de gestión y análisis de datos e información orientado al desarrollo de actividades de investigación e innovación, en los sectores agroindustriales y turístico priorizados en el departamento de Boyacá, determinando de manera clara en un primer momento parámetros técnico - administrativos para la puesta en marcha del laboratorio de análisis de datos, en un segundo momento se precisan las áreas funcionales del laboratorio propuesto identificando procesos y procedimientos necesarios para el funcionamiento del laboratorio de análisis de datos.

Finalmente se identificarán los recursos humanos, económicos y físicos, necesarios para la consolidación de la propuesta y se formulará un modelo de estructura organizacional que permita determinar la delegación de facultades, distribución de las unidades administrativas, formas de coordinarse y de generar servicio. La idea es poder precisar la jerarquía de la información, traducirla en procesos estratégicos y ponerla al servicio de sectores agroindustriales y turísticos priorizados en el departamento de Boyacá.

Desarrollo de la ponencia

En la actualidad las decisiones de carácter estratégico deben ser soportadas por flujos de información veraces y oportunos; las organizaciones modernas deben sobrellevar su marco decisorio en sistemas de información que les permita disminuir la exposición al riesgo y ser más eficientes en el manejo de sus recursos; existe una máxima que dice “la información y el riesgo son inversamente proporcionales: a mayor flujo de información menor riesgo. Bajo esa premisa los sistemas y las estructuras organizacionales dedicadas al análisis de datos asumen un papel fundamental en el desarrollo de los diferentes sectores de la economía, ya que proveen información vital que aportan al desarrollo de estrategias encaminadas al crecimiento y escalabilidad de dichos sectores.

El departamento de Boyacá históricamente ha soportado su desarrollo económico en el sector agrícola, se reconoce el alto potencial y vocación en la producción agropecuaria, que lo convierte en una despensa productiva importante a nivel nacional. Bajo este panorama y de manera preliminar se establece que empresas situadas en el sector primario y terciario de la economía tienen gran inconveniente para acceder a información real y oportuna que dirija la toma de decisiones funcionales, la escalabilidad y crecimiento en materia económica (Ochoa, 2020)

Existe una marcada ausencia de herramientas que permitan al sector agroindustrial hacer rastreo e identificación de tendencias tecnológicas aplicadas a la mejora de procesos productivos; de modo idéntico la falta de acceso a información estadística se convierte en una barrera infranqueable afectando el desarrollo del sector agrícola en el departamento y en general el desarrollo del sector a nivel país.

Resultados esperados

De manera convencional existen diferentes formas para determinar la naturaleza de la estructura organizacional, más sin embargo el punto de partida de la diversidad de conceptos sigue siendo el conjunto de relaciones establecidas entre individuos como parte de un todo que a través de la ejecución coordinada de una serie de labores buscan cumplir con un propósito determinado. No obstante, es fundamental entender las di-

ferentes definiciones y apropiar el concepto que más se ajuste a los requerimientos de la estructura organizacional.

Constantemente, los conceptos de estructura organizacional y diseño organizacional se ven como iguales, comúnmente la composición organizacional es simbolizada por un organigrama formal que muestra las interrelaciones de poder y mando y la manera en que ese poder y mando se difumina a través de la organización hasta alcanzar a los distintos equipos formales de trabajo; de igual manera esta formalidad permite identificar de manera clara la correspondiente responsabilidad asociada a esa autoridad y describe las interrelaciones internas, la separación de mano de obra y el medio de coordinar la actividad en la organización.

De acuerdo con lo anterior una estructura organizacional adecuada facilita la construcción de estrategias que permitan que las actividades se realicen correctamente evitando reprocesos, lentitud, costos adicionales y duplicidad de voluntades al definir autoridades, responsabilidades y funcionalidades al interior de una estructura organizacional, es por esto que a través de una aproximación a los conceptos de estructura organizacional y estructura corporativa se espera consolidar el diseño de la estructura organizacional de un observatorio de gestión y análisis de datos e información orientado al desarrollo de actividades de investigación e innovación, en los sectores agroindustriales y turístico priorizados en el departamento de Boyacá.

Para tal fin se requiere de establecer una serie de parámetros técnico - administrativos para la puesta en marcha del observatorio de análisis de datos; de igual forma se deberá determinar los procesos y procedimientos necesarios para el funcionamiento de un observatorio de análisis de datos y posteriormente identificar los recursos humanos, económicos y físicos, necesarios para la creación de un observatorio de análisis de datos.

Bibliografía

- Alberto Medina León, D. N.-N. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 328-342. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000200328&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Amitai, E. (1997). *Organizaciones Modernas*. México DF: Editorial limusa.
- Arévalo, J. A. (2007). Gestión de la Información, gestión de contenidos y conocimiento. *Jornadas de trabajo del Grupo SIOU*, 1-15.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica 6 Edición*. Caracas, Venezuela. Episteme C.A.
- Barrios Hernández, D. (2010). *Diseño organizacional bajo un enfoque sistémico para unidades empresariales agroindustriales*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Billy J. Hodge, W. P. (2003). *Teoría de la organización: un enfoque estratégico 6 Ed*. Madrid España: Prentice Hall.
- Calderón, A. B. (24 de 09 de 2020). *grandespymes.com.ar*. Obtenido de grandespymes.com.ar: <https://www.grandespymes.com.ar/2020/09/24/la-teoria-de-los-seises-de-mintzberg-un-paradigma-para-estudiar-y-lograr-el-exito-de-las-pequenas-y-medianas-empresas/>
- Bianco C., G. L. (2002). Indicadores de la sociedad del conocimiento: aspectos conceptuales y metodológicos. *Redes centro de estudios sobre ciencia desarrollo y educación superior*, 1-69.
- Parra C., A. D. (2009). La estructura organizacional y el diseño organizacional, una revisión bibliográfica. *Gestión y Sociedad*, 97-108.
- Chiavenato, I. (2000). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2004). *Administración en los nuevos tiempos. 1 Ed*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

- Daft, R. L. (2011). *Teoría y Diseño Organizacional*. Monterrey: Cengage Learning.
- Dimaggio, W. W. (1999). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Gales, B. J. (2003). *Teoría organizacional, un enfoque estratégico*. 6ª. Madrid, España: Prentice Hall.
- Hall, R. H. (1996). *Organizaciones, estructuras, procesos y resultados*. 6 Ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.
- Hamptom, D. R. (1989). *Administración*. México: McGraw-Hill.
- Laura Huamán Pulgar-Vidal, F. R. (2011). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. Lima - Perú: Yopublico S.A.C.
- López, C. P. (2005). *Muestreo Estadístico*. Madrid: Pearson educación.
- Marrugo, E. A., Gómez, B. B., Sierra, C. A., Ligardo, Y. M., y Alfaro, A. F. (2018). *Redes de Conocimiento: Academia, Empresa y Estado*. *Espacios*, 16.
- Mayorga, H. (2004). *Inferencia Estadística*. Bogotá - Colombia: Universidad Nacional.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (25 de abril de 2021). *Centro de Información Turística de Colombia CITUR*. Obtenido de Centro de Información Turística de Colombia CITUR: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/num_viajeros/2?t=1#gsc.tab=0
- Ministerio de Comercio. (2021). *Perfiles Económicos Departamentales*. Bogotá: Oficina de Estudios Económicos.
- Mintzberg, H. (1991). *Diseño de Organizaciones Eficientes*. Buenos Aires: Mc Gill University.
- Mintzberg, H. (2005). *La Estructuración de las Organizaciones*. Barcelona España: Ariel S.A.
- Ochoa, C. P. (2020). *Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá*. Boyacá - Colombia: In Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9).
- Ramos, E. R. (2016). *Estadística para todos*. Madrid: Pirámide.
- Rico, R. y. (2004). Teorías Implícitas, Diseño Organizacional y Eficacia. *Revista Interamericana de Psicología*, 121-130.

- Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá Colombia: Ediciones de la U.
- Ruiz, H. M. (2012). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Cengage Learning.
- Scholes, G. J.-K. (1997). *Dirección Estratégica 3 Ed*. Madrid España: Prentice Hall.
- Tejada Estrada, G. C., Rengifo Lozano, R. A., Boy Barreto, A. M., y Rodríguez Chirinos, J. V. (2020). Estructura organizacional y control en modelo de gestión burocrático. *Revista Venezolana de Gerencia*, 89.
- Vega, I. d. (2007). Tipología de Observatorios de Ciencia y Tecnología. Los casos de América Latina y Europa. *Revista Española de Documentación Científica*, 550-551.

Fuente: <https://www.mosaicgandia.com/>



INCURSIONAR EN EL ECOTURISMO DENTRO DEL MUNICIPIO DE JESÚS MARÍA, SANTANDER

Fuente: <https://www.colombiaturismoweb.com/>





Capítulo 7.

ECOTOURISTIC INCURSION IN THE MUNICIPALITY OF JESÚS MARÍA, SANTANDER



Paula Valentina Mendieta Abaunza¹⁹



RESUMEN

La presente investigación pretende analizar la viabilidad ambiental, social y económica de una propuesta ecoturística en la finca El Quitasol del municipio de Jesús María, basados en la competencia del sector en la provincia de Vélez, departamento de Santander. Así mismo, se requiere determinar las implicaciones legales y las estrategias que permitan reconocer la finca como proyecto piloto dentro de los destinos ecoturísticos del municipio y plantearlo como estrategia alterna a las actividades económicas convencionales agropecuarias, que permita conocer su capital natural sin dejar de lado su conservación. Se requiere realizar un barrido a detalle de los atractivos turísticos de la provincia y la interpretación del contexto socioambiental con el fin de aplicarlo al proyecto, mediante una metodología descriptiva cualitativa.

La investigación en curso determina que la finca El Quitasol tiene potencial ecoturístico debido a sus numerosas riquezas naturales como fuentes hídricas, flora y fauna; el cumplimiento de la normatividad, los recursos naturales de la región, y la mano de obra local, facilitará la actividad económica en términos de transporte y atención, lo que evidencia la factibilidad de la propuesta planteada.

Palabras clave: ecoturismo, municipio de Jesús María, Santander.



ABSTRACT

This research aims to analyze the environmental, social, and economic viability of an ecotourism proposal in the El Quitasol farm in the municipality of Jesús María, based on the competition of the sector in the province of Velez, department of Santander. Likewise, it is necessary to determine the legal implications and the strategies that allow recognizing the farm as a pilot project within the ecotourism destinations of the municipality and propose it as an alternative strategy to conventional agricultural economic activities, which allows knowing its natural capital without neglecting its conservation. To achieve the proposed objectives, it is necessary to carry out a detailed sweep of the tourist attractions of the province and make the appropriate interpretation of what has been found in order to apply it to the project, this will be achieved through a qualitative descriptive methodology. Finally, it is obtained that the El Quitasol farm has ecotourism potential due to its numerous natural resources composed of water sources, flora, and fauna, supported by the regulations and the natural resources existing in the region that demonstrate the feasibility of the proposed proposal. In addition, there are people in the municipality with an interest in working who will serve as a workforce that will facilitate economic activity in terms of transportation and care.

Keywords: Ecotourism; municipality of Jesus Maria; Santander.

Introducción

La investigación expone sobre las posibilidades de proyectar la finca El Quitasol como un destino ecoturístico, teniendo en cuenta factores como la competencia en el sector ecoturístico, gracias a la gran cantidad de recursos naturales de la zona. De acuerdo con el marco legal y las condiciones socioeconómicas y medioambientales, se plantean estrategias de sostenibilidad para desarrollar un proyecto ecoturístico en el municipio.

Jesús María, Santander tiene un alto potencial ecoturístico, las principales fuentes hídricas que conforman este territorio son: el Río Suárez y el Río Minero que forman parte de la Gran Cuenca del Magdalena, así como también una subcuenca de la quebrada Cuchinero y el río del Valle y las microcuencas de la quebrada Órganos y quebrada El Hato.

La economía del municipio está sostenida principalmente en el sector agropecuario en relación con las cosechas de café y la explotación ganadera. Como es usual, la actividad comercial se centra en el área urbana la cual se ve bastante favorecida por la ubicación del pueblo cuya vía conduce a los municipios de Albania, Florián, La Belleza y Sucre, allí se ofertan productos veterinarios y de uso agrícola como los de uso diario para las familias del lugar.

También se tiene disposición de personas para trabajar en actividades en el sector transporte veredal, preparación y distribución de alimentos autóctonos para los visitantes, así como guianza en las atracciones naturales que se encuentran en el lugar.

Desarrollo de la ponencia

A partir de la pregunta problémica ¿Cuál es el potencial ecoturístico de la finca El Quitasol ubicado en el municipio de Jesús María, Santander?, se busca establecer la riqueza natural de la zona, relacionada con abundantes fuentes hídricas, vegetación exuberante, biodiversidad local, atractivos naturales como cuevas y cañadas, avistamiento de aves y un paisaje de bosque montañoso en clima cálido con algunas muestras de cultivos propios de la zona, los cuales no han sido sujeto de explotación comercial

pero que permite implementar un proyecto piloto como destino ecoturístico, que sirva como modelo de actividad económica sostenible en un municipio donde no se ha contemplado el ecoturismo como alternativa económica sostenible para sus pobladores.

Discusión

Los datos obtenidos en la presente investigación indican que existe relación y pertinencia entre lo observado al iniciar este proyecto y los resultados, que denotan un gran potencial turístico en la Finca El Quita sol. Así como con los objetivos que se persiguen al poner en marcha este proyecto, los cuales están basados en el desarrollo turístico del lugar y el progreso. La belleza del paisaje, así como los recursos hídricos, animales y vegetales de la zona propician el éxito comercial, aunque se debe trabajar en el manejo de la publicidad para lograr aprovechar la innovación del turismo en el municipio de Jesús María para hacer de esto una ventaja.

Conclusiones

Existen varias normativas que regulan el ecoturismo reconociendo de esta manera su relevancia dentro de la economía y brindando una guía para ofrecer este tipo de servicios.

Santander es un departamento con gran cantidad de escenarios naturales ideales para realizar estas actividades económicas. La finca El Quita Sol cuenta con las condiciones y atracciones naturales para hacer de este un espacio de turismo natural.

La viabilidad del proyecto ha sido respaldada por las evidencias legales, ambientales y económicas que se encontraron en relación con el ecoturismo, debido a que se evidenció que en cuanto a la preservación de las especies que habitan en él se tiene la disposición y la capacidad para mantenerlas y respetar su hábitat además de ser una actividad innovadora para la región que suele depender de actividades ganaderas y petroleras. Generando de esta manera un nuevo sector para las personas interesadas en trabajar dentro del municipio, fomentando de esta manera el progreso y el comercio del lugar.

Bibliografía

- Altuna, C y Gonzales, A (2021). Florian, Cascadas Ventanas de Tisquizoque, Almas Aventureras. Recuperado de: <https://almasaventureras.com/aventura-florian/>.
- Álvarez, M. (24 de enero del 2017). Turismo sostenible y ecoturismo ¿Sabemos diferenciarlos? (Mensaje en un blog). Recuperado de <http://www.comunidadism.es/blogs/turismo-sostenible-y-ecoturismo-%C2%BFsabemos-diferenciarlos>.
- Beltrán, V. (10 de enero del 2014). *Parque Natural el Gallineral*. Colombia: Colombia.com
- Benavidez, R (2015) Aguada. Mirador turístico de Santander. Recuperado de: <https://aguadamiradorturisticodesantander.mystrikingly.com/portfolio/items/laberinto-del-chocho>.
- Castaño, J. (17 de agosto del 2018). ‘La Cueva de la Vaca’, una de las bellezas subterráneas de Curití, Santander. RCN radio. Recuperado de <https://www.rcnradio.com/estilo-de-vida/la-cueva-de-la-vaca-una-de-las-bellezas-subterranas-de-curiti>.
- Cuevas, V. (13 de octubre del 2018) Las Gachas: misteriosas piscinas naturales que brotaron de la tierra Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/los-mejores-planes-de-aventura-para-hacer-en-guadalupe-santander-280610>.
- (S.N) (S.A), (5 de junio del 2019) El hoyo de los pájaros en mogotes Santander. Senderismo Colombia. Recuperado de: <https://senderismocol.com/ecoturismo/santander/el-hoyo-de-los-pajaros-en-mogotes/>.
- (S.N) (S.A), (20 de enero de 2020) Cavernas y cuevas de El Peñón, con potencial turístico mundial. Agencia de Noticias UN. Recuperado de <https://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/cavernas-y-cuevas-de-el-penon-con-potencial-turistico-mundial.html>.
- Figuroa, K. (2018). Donde están las ventanas de tizquizque y como llegar. Weekend Santander. Recuperado de <https://weekendsantander.com/blog/cascadas-ventanas-de-tizquizoque-florian-santander>

Jesús María. (2020). Obtenido de Turismo: <http://www.jesusmaria-santander.gov.co/turismo/nuestro-turismo>.

Porras, J. (S.F) Florián. Colombia Turismo web. Recuperado de <http://www.colombia-turismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/FLORIAN/FLORIAN.htm>.

(Septiembre del 2012) Política de turismo de naturaleza. Recuperado de: <http://www.Bogotáturismo.gov.co/sites/intranet.Bogotáturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>.

(S.N) (S.A), (2019). Barbosa: “La Puerta de Oro de Santander”. Viaja por Colombia. Recuperado de: https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/santander/barbosa-la-puerta-de-oro-de-santander_256/.

Rangel, J. O. (2005). La biodiversidad de Colombia. *Palimpsestvs*, (5). Recuperado a partir de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/palimpsestvs/article/view/808>

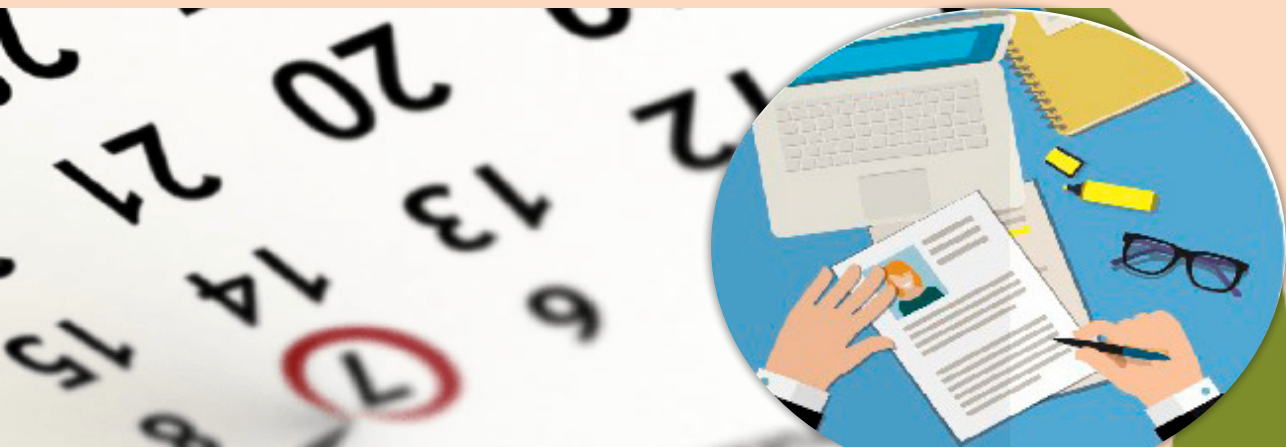
Rivas, Jesús y Marta Magadán (2007). “Los indicadores de sostenibilidad en el turismo”, En *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente. RESTMA*, núm. 6, pp. 27-62. España

Fuente: <https://www.viajarenverano.com/>



APROPIACIÓN DEL MARKETING DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PITALITO HUILA

Fuente: <https://empitalito.gov.co/>



Responsabilidad
del Usuario
red interna

Responsabilidad
del Operador
red externa
(mantenim. y renov.)

APPROPRIATION OF DIGITAL MARKETING IN THE SERVICE COMPANIES OF PITALITO HUILA



Claudia Parra Castro²⁰

Juan Carlos Jiménez²¹

20 Administrador de Empresas, Magíster en Mercadeo. Profesor universitario en pregrado y posgrado. Es investigador del grupo Cananguchales Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9465-693X>

Correo electrónico: claudia.parrac@unad.edu.co

21 Economista Agrario, Especialista Pedagogía para el desarrollo del aprendizaje Autónomo, Magíster en Gestión de las Organizaciones. Docente en la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9171-7167>

Correo electrónico: juan.jimenez@unad.edu.co



Resumen

La apropiación al marketing digital es posible cuando se implementan acciones, estrategias y tácticas a través de las herramientas tecnológicas, con el fin de ofrecer y obtener información relevante que permita; generar mayor valor a los clientes y el reconocimiento de marca de las Pymes.

Esta investigación se realizará con el objetivo de identificar, la apropiación del marketing digital, su caracterización, inserción y las capacidades empresariales que desarrollan las empresas de servicios de Pitalito Huila, ante el vacío actual de acciones que desde el marketing digital son ausentes en las empresas de comercio y servicio del municipio de Pitalito, afectando su productividad, desarrollo y posicionamiento en el mercado. Bajo una metodología cuantitativa de carácter científico analítico. Se tomará una muestra de 52 Pymes, con un margen de error del 5%; los resultados a obtener servirán como patrón para medir el grado de tecnología respecto al marketing que usan las empresas de servicios de Pitalito.

Palabras clave: *marketing* digital, clientes, competencia, Pymes

ABSTRACT

Appropriation to digital marketing is possible when actions, strategies and tactics are implemented through technological tools, in order to offer and obtain relevant information that allows; generate greater value for customers and brand recognition for SMEs.

This research will be carried out with the objective of identifying, the appropriation of digital marketing, its characterization, insertion and the business capacities developed by the service companies of Pitalito Huila, given the current void of actions that from digital marketing are absent in companies of commerce and services of the municipality of Pitalito, affecting its productivity, development and positioning in the market. Under a quantitative methodology of an analytical scientific nature. A sample of 52 SMEs will be taken, with a margin of error of

5%; The results to be obtained will serve as a standard to measure the degree of technology regarding marketing used by Pitalito's service companies.

Keywords: Digital marketing, customers, competition, SMEs

Desarrollo de la ponencia

Las diferentes empresas de servicios que operan en el municipio de Pitalito, Huila, se desarrollan en un mercado de libre competencia, su apreciación del mercadeo está ligada, medida y fundamentada en las ventas y desconocen la alternativa del mercadeo como un elemento potenciador para su crecimiento, además de no desarrollar acciones, estrategias, y adecuaciones desde lo digital que les permita ser más competitivas a través del *marketing*, lo que las ubica en empresas desactualizadas y con baja referenciación de marca al ser prácticamente desconocidas en el mercado digital, lo que afecta la productividad y desarrollo de las mismas al competir desde lo tradicional con entes organizados que día a día proyectan la marca llegando a más clientes.

En este contexto la necesidad del sector comercial de generar estrategias para su desarrollo competitivo, coherentes con la filosofía empresarial del sector posibilitan la relevancia de este estudio toda vez que el éxito de las organizaciones está determinado por la demanda de bienes y servicios en un mercado globalizado y altamente competitivo que obliga a las empresas a planear y ejecutar métodos y estrategias en pro de la calidad de sus productos con el fin de atraer más clientes, donde uno de los métodos más utilizados es la orientación al mercado la cual permite a la organización orientar sus estrategias en la satisfacción de las necesidades y gustos de los clientes (Pinzón, Martínez y Maldonado, 2013).

Discusión

La apropiación al mercado digital es un campo en construcción que se acompaña con todas las formas tradicionales de satisfacer el mercado. De acuerdo con las hipótesis, el contrastar las relaciones entre las variables se puede afirmar que para H1 la orientación al mercado digital se relaciona directamente con los resultados productivos de

la empresa, toda vez que las micro y pequeñas empresas del sector de servicios del municipio de Pitalito, direccionen todos los esfuerzos y recursos disponibles desde el exterior e interior de las mismas, que les permita generar mayor valor a través del uso de las capacidades del entorno.

El resultado de los datos analizados en este estudio muestra que las Pymes del sector de servicios del municipio de Pitalito Huila, reconocen al cliente, pero no su orientación, donde la cultura de las Pymes presenta falencias en conocer y predecir las necesidades del consumidor. Solo el 5,56% de las empresas encuestadas ofrecen servicios posventa para atender a los clientes. No realizan procesos de captura y análisis de información sistemática sobre el grado de satisfacción, preferencia y lealtad de los clientes. La gran mayoría no cuentan con un plan de fidelización para los clientes y no generan relaciones de largo plazo con los clientes. Solo un 43,08% responde las exigencias de los clientes. El 43,06% desarrollan acciones dirigidas a que el cliente obtenga mayor valor. Existe comunicación frecuente con los clientes en un nivel medio, al igual que en obtener constantemente, información respecto a gustos o preferencias de los consumidores y analizar la percepción del cliente sobre la marca. Sin embargo, toman en cuenta las sugerencias que sus clientes realizan respecto a los productos o servicios entregados.

Las diferentes micro y medianas empresas de servicios del municipio de Pitalito, Huila, afirman que las utilidades de herramientas digitales simplifican y agilizan procedimientos y procesos administrativos de la empresa. Pero solo el 38% cuentan con sitio web informativo e interactivo y herramientas digitales para satisfacer el mercado, que les permita reducir costos de comercialización, expandir la marca, mejorar la imagen de las empresas del sector de servicios y permitir acceder a mayores opciones de compra de forma rápida y segura. Por lo tanto, La apropiación al mercado digital influye en la aplicación de herramientas digitales en las empresas y en las estrategias comerciales y corporativas desarrolladas.

Conclusiones

Las apropiaciones del *marketing* digital de las Pymes del municipio de Pitalito, Huila, se identifican por utilizar herramientas digitales que simplifican y agilizan los procedimientos y procesos administrativos de la empresa, en un 100% según las afirmaciones de las empresas, como lo evidencian los porcentajes de la figura 2.

El 40% de las Pymes no posee un sitio web y quienes la poseen presentan una interactividad baja donde la utilidad dada se enmarca en procesos de comunicación con un 46% como el correo electrónico, para los clientes en la recepción de consultas, bajo el propósito de generar relaciones y proporcionar una mejor información a los distintos usuarios.

Las Pymes del municipio de Pitalito, Huila, están caracterizadas por tener entre 1 a 5 años y de 6 a 10 años de antigüedad, son micro y medianas empresas del sector de servicios que cuentan con 1 a 4 empleados, y de 5 a 10 empleados los cuales presentan un grado de escolaridad entre primaria y secundaria; los profesionales se encuentran ubicados en las Pymes nuevas en el mercado.

Los rasgos característicos de las Micro y Pequeñas Empresas, MIPYMES de Pitalito se enmarcan en instalaciones inadecuadas, escaso número de empleados, desconocimiento del mercado digital, bajo nivel académico del talento Humano, escasez de herramientas de *marketing*, no existe comunicación de marca y escasez de programas de fidelización. Al ser empresas familiares son demasiado tradicionales y su oferta de valor no es asumida como una variable de fortaleza por los empresarios.

Las micro y pequeñas empresas de servicios de Pitalito, Huila, se caracterizan por estar orientadas al mercado digital, donde los datos graficados en la figura 2 afirman que el 38,49% de los encuestados y el 13,89% están totalmente de acuerdo en que la utilización de herramientas digitales simplifica y agiliza procedimientos y procesos administrativos de la empresa, al igual que permite reducir los costos de comercialización con un 76,39% según los encuestados.

La inserción en el mercado digital en las micro y pequeñas empresas de servicios se establece desde el uso de las herramientas digitales con las que cuenta la empresa, las cuales permiten acceder a mayores opciones de compra, con un 72,7% según los resultados. Las mismas están de acuerdo en expandir la marca, mejorar la imagen de las empresas del sector de servicios al ser rápido y seguro, según los porcentajes mostrados en la figura 2; están de acuerdo el 29,17% y muy de acuerdo el 43,06% de las empresas encuestadas.

La inserción de las micros y pequeñas empresas del municipio de Pitalito, Huila, al mercado digital, según los datos del estudio, está en construcción, por lo tanto presentan un panorama de mejora respecto a las bondades de contar con un mercado digital claro y dinámico que les permita desarrollar diferentes estrategias comerciales con el fin de incrementar mayor valor a los clientes reales y futuros, generando utilidades y posicionamiento de marca que les garantice la supervivencia a futuro.

Dentro de las capacidades empresariales en la apropiación al *marketing* digital de las micros y pequeñas empresas de servicios. Estas cuentan con sitio web informativo e interactivo (emp_sit_web) y herramientas digitales para satisfacer el mercado. Evidenciando que en un porcentaje del 37.5% las diferentes Pymes de Pitalito cuentan con capacidad empresarial para desarrollar su orientación al mercado digital.

Sobre las capacidades empresariales en la apropiación al *marketing* digital de las micro y pequeñas empresas de servicios del municipio de Pitalito, Huila, se puede afirmar que las Pymes encuestadas presentan baja dirección y aplicación de las mismas al no reconocer y ejecutar los diferentes conjuntos de estrategias y herramientas que desde el mercado digital proporciona la información suministrada para cada particularidad en las Pymes. El miedo y el desconocimiento de las oportunidades que ofrece el mercado digital ciegan a algunas empresas a la creación de conocimiento e innovación que proporciona el análisis de datos, suministrados por las diferentes herramientas tecnológicas. Por lo anterior la brecha entre lo tradicional y lo digital se torna desafiante para aquellos empresarios que quieren ser competitivos y generar clientes a futuro.

Respecto al conjunto de capacidades empresariales manejadas en la apropiación del *marketing* digital de las Micro y Pequeñas Empresas, MIPYMES de servicios del municipio de Pitalito Huila se puede inferir que las mayoría de ellas utilizan todos sus recursos para el desarrollo de su actividad comercial, son básicas, sus empleados carecen de formación técnica, en la gran mayoría de los casos las empresas son familiares por lo tanto se pierde el horizonte de la misma en el sector, su número de empleados se encuentra entre 1 y 10 empleados, la tecnología no es vista como una herramienta de operalización, de oportunidad para nuevos mercados, clientes y mejora continua.

El conjunto de capacidades empresariales de las Mipymes se caracteriza por una apropiación desde lo digital al uso de recursos para el desarrollo de su actividad, donde muchas veces son básicas y las tecnologías están desactualizadas.



Bibliografía

- Álvarez, I., Santos M. I. y Vázquez, R. (2001). *El concepto de orientación al mercado: perspectivas, modelos y dimensiones de análisis*. Universidad de Oviedo.
- Aguirre, J. C., y Rozo, J. D. (2017). *Marketing digital en las pymes de Bogotá*.
- Aragón, J. y S. Sharma (2003). A Contingent Resource Based View of Proactive a Contingent Resource Based View of Proactive Corporate Environmental Strategy. *Academy of Management Review* 28 (1): 71-88.
- Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. (2015). Recuperado de <https://ccneiva.org/wp-content/uploads/2016/01/AgendaInter-naPlanRegionalCompetitividadHuila.pdf>
- Barney, J. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained Competitive advantage, *Academy of Management Review*, Vol. 11, 656-665.
- Bierwirth Hoofs, A. (2013). El papel de la cultura y de la innovación en el diseño y desarrollo de *Orientación al Mercado digital de las Pymes de servicios de Pitalito Huila* los nuevos modelos de negocio.
- Davis, F. D. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340, doi: 10.2307/249008
- Fiedler, F. E. (1967) *A Theory of Leadership Effectiveness*, New York: *McGraw-Hill*.
- Ginsberg, A. y N. Venkatraman (1985). Contingency Perspective of Organizational Strategy: A critical Review of the Empirical Research. *Academy of Management Review* 10 (3): 421-434.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1996). Metodología de la Investigación. *Mac Graw Hill, México*.

- Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. D. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid-19. *Revista científica anfibios*, 3(1), 39-46.
- Jones, C., Motta, J., & Alderete, M. V. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. *Estudios gerenciales*, 32(138), 4-13.
- Jaworski, B., y Kohli, A. (1993). Orientación al Mercado: antecedentes y consecuencias. *Journal of Marketing*, 57 (3).
- Jiménez, P. A. F. (2010). La orientación al mercado: evolución y medición de un enfoque de gestión que trasciende al marketing. *Perspectivas*, (25), 25-83.
- Kahn, K. (1996). Inter-departmental Integration: a Definition with Implications for Product Development Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 13, 137-151.
- Kannan, P., & Li, H. (2017). Marketing digital: un marco, una revisión y una agenda de investigación. *Revista Internacional de Investigación en Marketing*, 34(1), 22-45.
- Kohli, a. K. Y Jaworski, B.J. (1990) Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, N.º 54, pp. 1-18.
- Küster, I. Vila, N. (2010) *La orientación al mercado y el marketing relacional: efectos en la innovación y el éxito del textil español*. ENSAYOS DE ECONOMÍA. No. 36. junio de 2010.
- Humphreys, Marie Adele y Michael Williams. (1996). “Exploring the Relative Effects of Salesperson Interpersonal Process Attributes and Technical Product Attributes on Customer Satisfaction.” *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 16(3): 47-57.
- Küster, I. Vila, N. (2010). La orientación al mercado y el marketing relacional: efectos en la innovación y el éxito del textil español. *ENSAYOS DE ECONOMÍA*. No.36. JUNIO DE 2010.
- Limón, R. R. (2006). *Historia y evolución del pensamiento científico*. Juan Carlos Martínez Coll.

Pinzón, S. Martínez M. y Maldonado. (2013). La adopción de la orientación al mercado en la pyme facturera de México. Revista *FIR, FAEDPYME*, Vol. 2 –2013 pp 18-32.

Narver, J. y Slater, S. (1990) The Effect of Market Orientation on Business

Profitability. *Journal of Marketing*, N° 54, pp. 20-35.

Maatoofi y Tajeddini, 2011 A.R. Maatoofi, K. Tajeddini Effect of market orientation and Entrepreneurial orientation on innovation. *Journal of Management Research*, 11 (1) April, pp. 20-30.

Mass, R. O., Jiménez, L. R., & Hernández, H. M. (2016). Marketing digital: una mirada al pasado, presente y futuro. *Marketing visionario*, 5(1), 3-20.

Moya, E. J. G., Escobar, A. G. A., & Remache, K. J. O. (2015). Caracterización del consumidor digital ecuatoriano. *Revista Publicando*, 2(5), 226-242.

Pinzón, S. Martínez M. y Maldonado. (2013). La adopción de la orientación al mercado en la pyme facturera de México. Revista *FIR, FAEDPYME*, Vol. 2 – 2013 pp. 18-32.

Trottini, M. L. A. M. (2015). Tesina: un análisis sobre el desarrollo, uso y aprovechamiento del comercio electrónico en el rubro electrodomésticos en la ciudad de Rosario.

Ynzunza, C. Izar J. (2011). Efecto de las estrategias competitivas y los recursos y capacidades orientadas al mercado sobre el crecimiento de las organizaciones. Revista *Contaduría y Administración* 58 (1), enero-marzo 2013: 169-197



EFECTOS DE LOS PASIVOS AMBIENTALES EN EL MUNICIPIO DE MOSQUERA, CUNDINAMARCA

Fuente: <https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/semana>





Capítulo 9.

EFFECTS OF ENVIRONMENTAL PASSIVES IN THE MUNICIPALITY OF MOSQUERA, CUNDINAMARCA



Angélica Lota Garzón²²

Mabel Paola Espinosa Báez²³

22 Estudiante de Administración de Empresas y Gestión Ambiental de octavo semestre en la Fundación Universitaria Monserrate (Bogotá,) Proyecto de semillero GEA
Correo electrónico: alota@unimonserrate.edu.co

23 Estudiante de Administración de Empresas y Gestión Ambiental de sexto semestre en la Fundación Universitaria Monserrate (Bogotá,) Proyecto de semillero GEA
Correo electrónico: mpaolaespinosa@unimonserrate.edu.co



RESUMEN

En el presente proyecto se identifican los pasivos ambientales en el sector urbano del municipio de Mosquera (Cundinamarca), relacionados con las actividades de crecimiento económico, y demográfico, determinando las causas y consecuencias, junto con las soluciones para la mitigación de los pasivos ambientales que generan un gran impacto. Para lograr esto, el proyecto se basa en una metodología cualitativa con un paradigma interpretativo, realizada a través de la recopilación de fuentes documentales junto con registros fotográficos que evidencian los pasivos identificados; lo anterior permitirá establecer cuáles, cómo y por qué se han originado estos pasivos en el municipio, clasificados en vertimientos, residuos sólidos y emisiones atmosféricas. Los resultados de la investigación apuntan necesariamente a la construcción de una memoria del municipio sobre pasivos ambientales, donde se incluyen los actores sociales o económicos que tradicionalmente han estado en los procesos de planificación y expansión del casco urbanístico. Este proyecto también aportará elementos para identificar aquellos pasivos ambientales urbanos que hacen parte del municipio de Mosquera que sirven como modelo para el análisis de las actividades erróneas practicadas cotidianamente, y sobre todo, la incidencia que presentan estas sobre el medio ambiente; una vez identificados los pasivos, se evaluará cómo las organizaciones encargadas de preservar el medio ambiente están ejerciendo su gestión frente a los pasivos existentes y cómo han enfocado sus actividades a atenderlos. Con la caracterización de estos pasivos ambientales se pretende proponer estrategias que mitiguen dichos impactos en el sector urbano del municipio, integrando las comunidades, las juntas de acción comunal y los entes territoriales.

Palabras clave: *impacto ambiental, producción de residuos, emisiones atmosféricas, vigilancia ambiental, Mosquera.*

ABSTRACT

In this project, environmental liabilities are identified in the urban sector of the municipality of Mosquera (Cundinamarca), related to economic and demographic growth activities, determining the causes and consequences, along with

solutions for the mitigation of environmental liabilities that generate a significant impact. To achieve this, the project is based on a qualitative methodology with an interpretive paradigm, carried out through the compilation of documentary sources with photographic records that show the identified liabilities, these will allow to establish which ones, how and why these have originated liabilities in the municipality, classified in discharges, solid waste, and atmospheric emissions. The results of the research necessarily point to the construction of a memory of the municipality on environmental liabilities, which includes the socioeconomic factors that have traditionally been in the planning and expansion processes of the urban case.

This project will also provide elements to identify those urban environmental liabilities that are part of the Mosquera municipality that serve as a model for the analysis of erroneous activities practiced daily, and above all, the impact of these on the environment; Once the liabilities have been identified, it will be evaluated how the organizations in charge of preserving the environment are exercising their management against the existing liabilities and how they have focused their activities to attend them. With the characterization of these environmental liabilities, the aim is to propose strategies that mitigate these impacts in the urban sector of the municipality, integrating the communities, the community action boards and other territorial entities.

Keywords: *Environmental impact, waste production, atmospheric emissions, environmental monitoring, Mosquera.*

Desarrollo de la ponencia

El municipio de Mosquera, Cundinamarca, está conformado por zonas industriales, urbanas, comerciales y en gran parte por zonas rurales, donde actividades como la agricultura, la ganadería, la minería y la manufactura generan beneficios para su economía. En la presente investigación se explican los pasivos ambientales identificados en las zonas urbanas y se determinan las posibles soluciones para su mitigación. El desarrollo urbanístico del municipio ha permitido el surgimiento de impactos a nivel ambiental que generan deudas, llamadas pasivos ambientales, los cuales muestran la incidencia de las actividades que los ocasionan y las causas de su afectación en el ámbito urbano.

En el contexto anterior, se busca resolver los siguientes interrogantes: ¿cuál ha sido la transformación ambiental del territorio de Mosquera?, ¿qué papel han jugado los componentes del desarrollo económico y social en la transformación del territorio para que se presenten los pasivos ambientales?, ¿qué incidencia tienen las actividades urbanas en la afectación de los ecosistemas? En su respuesta se proponen los siguientes apartados: 1) Causas de los pasivos ambientales; 2) consecuencias y posibles soluciones en las zonas de afectación donde surgen los pasivos. 3) identificación de los pasivos en categorías como emisiones atmosféricas, vertimientos, afectación de suelos y tipos de contaminación sonora y visual, determinando su impacto ambiental en los ecosistemas del municipio. Para buscar responder los interrogantes anteriores se decidió plantear los siguientes objetivos, con su cumplimiento se espera proponer soluciones a los pasivos identificados durante la investigación.

Discusión o propuesta

Actualmente presentan evidentes pasivos ambientales en el sector urbanístico catalogados en vertimientos, emisiones, residuos que traen como consecuencias afectaciones hídricas, atmosféricas, la degradación del suelo, deforestación, pérdida de biodiversidad, sobreexplotación de recursos renovables, contaminación del agua y del aire.

Tanto para el ámbito social, económico y ambiental que son los entes involucrados y afectados en temas como basuras, escombros, tipos de contaminación, uso de agua superficiales, erosión de suelos mala disposición de residuos sólidos, invasión de rondas, estas son consecuencias del cambio urbanístico en el municipio que representan de manera álgida efectos negativos para el mismo y quienes lo rodean a pesar de que se han tomado medidas con las entidades públicas ambientales en la toma de educación ambiental y en disminuir las acciones que generan más afectación. Entendiendo que estos pasivos no se pueden desaparecer, la mitigación ha sido mínima para ellos, en conjunto con las mismas entidades que incluyen la alcaldía, la entidad de desarrollo ambiental, las empresas de recolección de residuos, los administradores de los cascos urbanos, los presidentes de junta de acción comunal en los barrios, solamente se han logrado establecer políticas de reciclaje para la disminución de residuos y contaminación, para los cuales se propone realizar estudios más completos que incluyan soporte en suelos, en control de RESPEL, también que involucren la responsabilidad social empresarial para la disposición de los desechos en su completa totalidad de la manera más correcta incluyendo la posibilidad de un nuevo relleno sanitario, de esta manera generar control en las emisiones atmosféricas; también monitoreando

con métodos exactos, la calidad del aire diariamente tanto en estos sitios como en las carreteras donde el transporte es masivo y se presenta contaminación inclusive de las empresas manufactureras.

En carreteras de transporte esto proporcionará tiempos de tránsito para los vehículos que contienen en su interior materias primas acreedoras de las más altas emisiones, incluyendo reductores de velocidad para evitar ruidos en los vehículos y así minimizar la contaminación sonora, también incorporar a las organizaciones amortiguadores de sonido en las actividades de transformación. En usos de agua generar conciencia además de realizar un aprovechamiento útil y con ello cubrir en gran parte la falta de alcantarillado, factor consistente en la contaminación hídrica, la ampliación de la PTAR que se culminó hace poco tiempo para tratamiento completo de las aguas negras; en temas de agricultura, se reduciría el uso de las aguas limpias y estas serían destinadas para uso residencial ampliando más la cobertura y evitando vertimientos, con ello se lograría un acercamiento completo en la red de acueducto y alcantarillado del municipio.

Conclusiones

El municipio de Mosquera, Cundinamarca, se encuentra en procesos de transformación tanto productiva como urbanística, lo cual pone en evidencia la necesidad de identificar las principales fuentes generadoras de los pasivos ambientales que se están presentando. Al tiempo de la parcialidad en la que se encuentra la investigación, se puede determinar que el factor urbanístico y las actividades industriales son las causas principales de la presencia de estos pasivos, muchos de ellos no son identificados por las organizaciones y habitantes ya sea por falta de conocimiento en el tema o por simplemente no tomar conciencia sobre la incidencia de las actividades en el medio ambiente.

Como se puede comprobar, actualmente se están presentando diferentes tipos de pasivos ambientales que pueden ir categorizados de acuerdo con las características de la clase de residuo generado: residuos sólidos, efluentes y vertimientos o emisiones atmosféricas. Adicional, se puede deducir que las consecuencias más relevantes radican en el punto de la pérdida a gran escala de los recursos ambientales no solo de este espacio geográfico sino del planeta en general, como se refleja principalmente en la extinción definitiva de especies nativas o la erradicación de los cuerpos de agua.

Se evidencia que los organismos encargados del manejo regulatorio en tema ambiental en el municipio y que son aquellas quienes deberían estar en foco con esta problemática, no están cumpliendo a cabalidad con esta labor; no obstante, es de aclarar que preservar los recursos hídricos y los ecosistemas endémicos no solo es tarea de estas organizaciones, sino que toda la población del sector debe estar en la misma sintonía. Son diversas las alternativas propuestas para la mitigación de estos pasivos; sin embargo, es importante considerar la necesidad de implementar estrategias basadas no solo en el pago de un comparendo ambiental, sino que esto permita mitigar en el nivel mayor posible la repercusión y el daño causado por la realización de las actividades diarias.

Bibliografía

- Alcaldía de Mosquera. (2016). *Actualización Plan Municipal de Gestión de Riesgo de Desastres PMGRD*. https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/28926/PMGRD_MosqueraCmarca_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alcaldía de Mosquera y Jiménez, X. (2017). Perfil y Agenda Ambiental Municipio de Mosquera, Cundinamarca. - PDF Descargar libre. docplayer.es. <https://docplayer.es/57139223-Perfil-y-agenda-ambiental-municipio-de-mosquera-cundinamarca.html>
- Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca - CAR. (2006, abril 2006). Acuerdo No. 09 DEL 17 DE ABRIL DE 2006. Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca - CAR. <http://web2.car.gov.co/index.php?idcategoria=9257&download=Y>
- Datos abiertos del Gobierno nacional. (2018). División del perímetro urbano de Mosquera Cundinamarca por barrios. Datos abiertos Gobierno Nacional. <https://www.datos.gov.co/Ordenamiento-Territorial/Division-del-permetro-urbano-de-Mosquera-Cundinam/ynd9-fe4t>
- El Congreso de la República de Colombia. (2018). Proyecto de ley no. _____ de 2018. P.L.056-2017C (PASIVOS AMBIENTALES).pdf. [http://www.andi.com.co/Uploads/P.L.056-2017C%20\(PASIVOS%20AMBIENTALES\).pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/P.L.056-2017C%20(PASIVOS%20AMBIENTALES).pdf)
- Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. (1993). República de Colombia Proyecto de Ley “por la cual se establecen lineamientos para la gestión de pasivos ambientales en Colombia.” MINAMBIENTE. https://www.ambienteysociedad.org.co/wp-content/uploads/2018/01/proyecto_de_ley_pasivos_ambientales-v-6-1.pdf

- Rozo, M., Infraestructura de Datos Espaciales Cundinamarca IDEC, ArcGIS centro de operaciones. (2020, noviembre 30). Municipio de Mosquera. ArcGIS centro de operaciones. <https://hub.arcgis.com/datasets/cundinamarca-map::municipio-de-mosquera>
- Santana, A. A. Q. (2000). Pot – Mosquera - Cundinamarca – 2000 – índice – (211 pág. – 598 kb). Academia. https://www.academia.edu/38565168/Pot_Mosquera_Cundinamarca_2000_%C3%ADndice_211_p%C3%A1g_598_kb_
- Secretaría de ambiente y desarrollo agropecuario. (2013). Perfil y agenda ambiental municipio de Mosquera Cundinamarca. - PDF Descargar libre. Docplayer. <https://docplayer.es/57139223-Perfil-y-agenda-ambiental-municipio-de-mosquera-cundinamarca.html>
- Secretaría de Gobierno y Participación Ciudadana 2016. (2016). Zonas Urbanas En Mosquera (4th ed.). Secretaría de Gobierno y Participación Ciudadana. https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/28926/PMGRD_MosqueraCmarca_2016.pdf?sequence=1&id Allowed=y
- Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial. (2016). Localización Veredas. Actualización plan municipal de gestión de riesgo de desastres pmgrd. https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/28926/PMGRD_MosqueraCmarca_2016.pdf?sequence=1&id Allowed=y
- Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial, 2016 (Ed.). (2016). Vertimientos municipio de Mosquera [Tabla 1 indica los vertimientos en los municipios de Mosquera]. Actualización plan municipal de gestión de riesgo de desastres PMGRD. https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/28926/PMGRD_MosqueraCmarca_2016.pdf?sequence=1
- Tavera Ortiz, M. (2020, 06 08). Análisis del crecimiento urbano a partir de la industria en los municipios de Funza y Mosquera. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/49807>
- Universidad Nacional de Colombia. (2016). Revisión plan básico ordenamiento territorial municipio de Mosquera Cundinamarca. unisdr.org. <https://www.unisdr.org/campaign/resilientcities/uploads/city/attachments/3871-10688.pdf>

EL ENTORNO DE LA COMPETITIVIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

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





Capítulo 10.

THE ENVIRONMENT OF COMPETITIVENESS FOR BUSINESS STRENGTHENING



Leidy Johana Cárdenas Núñez²⁴

24 Administrador de Empresas, egresada UNAD, Duitama, integrante en semillero de investigación ideas en acción
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7045-2753/>
Correo electrónico: lejoknu_2010@hotmail.com



RESUMEN

La competitividad es un término que ha sido de frecuente uso en varios ámbitos, y frente al cual se han venido realizando diferentes estudios a través de los años, que permiten tanto describirlo, identificarlo, como utilizarlo correctamente en la sociedad. La presente propuesta de investigación busca dar a conocer la importancia que tiene el término “competitividad” dentro del contexto social y económico, frente a características que tiene en cuenta el autor Saavedra García, María Luisa, dentro de investigaciones realizadas para el entorno de México y Latinoamérica, lo cual lleva a tener un referente que contribuye con el desarrollo de futuras investigaciones y continuidad a las realizadas, permitiendo dar una visión donde se pueda diferenciar frente a otros conceptos que lleguen a confundir a las personas que desean incluirlas dentro de los procesos empresariales, en especial el sector metalmecánico a nivel Boyacá en general.

Permitirá buscar una visión externa con referente a México a lo que se encuentra en Colombia y nivel Boyacá, cuáles son los indicadores, y buscando establecer características que se pueden utilizar en la nueva normalidad. De igual manera identificar con otras referencias identificadas a través de revisión bibliográfica, tomar referente la visión interna de competitividad empresarial. Son diferentes variables que se tienen en cuenta para lograr la competitividad y una vez integrada deben buscar obtener un mayor resultado, lo cual se podrá identificar a través de las cifras dadas en fuentes internas a nivel Boyacá que generen impacto a las empresas del sector metalmecánico de la región.

Palabras clave: Productividad industrial, sistema económico, productividad, ventaja comparativa.



ABSTRACT

Competitiveness is a term that has been frequently used in various fields, and against which different studies have been carried out over the years, which allow both to describe it, to identify it, and to use it correctly in society. This research proposal seeks to publicize the importance of the term “competitiveness” within the social and economic context, compared to characteristics that the author Saavedra García, María Luisa, takes into account, within research carried out for the environment of México and Latin America, which leads to having a benchmark that contributes to the development of future research and continuity to those carried out, allowing to give a vision where it can be differentiated from other concepts that confuse people who wish to include them within business processes, especially the metalworking sector at the Boyacá level in general.

It will allow looking for an external vision with reference to México to what is in Colombia and the Boyacá level, what are the indicators, and seeking to establish characteristics that can be used in the new normal. In the same way, identify with other references identified through bibliographic review, take the internal vision of business competitiveness as a reference. There are different variables that are taken into account to achieve competitiveness and once integrated they should seek to obtain a greater result, which can be identified through the figures given in internal sources at the Boyacá level that generate an impact on companies in the metalworking sector of the region.

Palabras clave: Industrial productivity, economic system, productivity, comparative advantage

Introducción

La competitividad es relevante conocerla, pues la educación propicia un desarrollo entre cada persona, empresa y sociedad trayendo consigo diferentes beneficios. De acuerdo con ello se hace importante estar en la búsqueda de mejoramiento continuo, tomando como referente las diferentes mediciones que permiten conocer el movimiento en los contextos internacional, nacional, empresarial, personal, lo cual podrá generar obtener el conocimiento y herramientas que propicien un buen uso de la competitividad.

El presente escrito se trata sobre los conceptos más relevantes frente a competitividad, identificando que la conforman varios factores, como lo señalan los diferentes actores citados en las investigaciones realizadas por el autor Saavedra, María Luisa, de México, las cuales tratan a fondo, siendo necesarios conocer para llegarlos a distinguir en el entorno e identificar posibles falencias, las cuales impactan de forma tanto interna como externa dentro del ámbito empresarial, y seguir fortaleciendo el término dentro de las investigaciones en el sector metalmeccánico de Boyacá. Es importante llegar a conocer e identificar estos conceptos que permitan determinar el contexto en el que se puede lograr el uso de este término que lleva desarrollo a las empresas.

Con el conocimiento de este término e identificación de los factores involucrados se busca brindar un énfasis con referente conceptual y comparativo frente al entorno colombiano, que permita tener una visión que genere valor agregado al tener un referente internacional, buscando generar una productividad, surgiendo la pregunta, ¿existen semejanzas en los niveles de competitividad entre estos países y los factores que mencionan los autores? De este modo se busca fomentar una revisión bibliográfica de acuerdo con investigaciones realizadas externas e indicadores que toman en cuenta entidades que buscan medir la competitividad en Colombia, como lo es alimentar otras investigaciones y fortalecer el observatorio de competitividad empresarial del sector metalmeccánico de Boyacá.

Desarrollo de la ponencia

El conocer los conceptos permite tener una visión más clara sobre un término y así poder implementarlo dentro de diferentes contextos, en este caso en el ámbito empresarial, pues el término competitividad es conocido, a nivel general, como la capacidad de competir, si nos toma un enfoque económico, este término se conoce como: “capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores” (Significados.com, 2021).

La competitividad cuenta con varios debates a nivel general, la cual incluye diferentes factores y/o características que se utilizan dentro de las empresas, permitiendo dar una visión para un mejor desarrollo, por ello es importante conocer algunos citados por autores.

Discusión o propuesta

Ante un mundo cambiante y con escenarios sorpresa de diferente tipo de eventos, se busca estar a la vanguardia, conocer términos que permitan generar una reacción creando estrategias que permitan mejorar y salir avante ante la adversidad, por ello se debe buscar ser competitivos abarcando los diferentes factores involucrados.

Se evidencia la existencia de factores internos y externos dentro de un entorno. Los factores internos de competitividad permiten a las empresas generar fortalezas en sus diferentes áreas, pues se deben identificar dentro de los mercados los factores de bienes o servicios finales las debilidades en la gestión empresarial.

Es importante preguntarse si frente a la aparente facilidad de creación de empresa en Colombia, visto como un factor externo, ¿esto indica que está buscando ser cada día más competitiva? ¿La competitividad como término es conocido y hace parte de los días de los empresarios metalmecánicos?

La competitividad podrá generar un escenario sustentable hoy en día, pues daría paso a una transformación productiva, que genera valor a sus procesos tomando en cuenta factores internos y externos, llevando a describir y descubrir si la dimensión interna es

la que afecta a la externa o mirar lo externo para mejorar en lo interno.

La prospectiva ideal sería que se cumplirán en un alto nivel todos los indicadores de competitividad, en este caso a nivel empresarial se logre ser un mercado competitivo, como lo podrían se podría estar identificando a través de la revisión detallada de la bibliografía señalada.

Así como existen los factores internos y externos estos podrían convertirse en limitantes de competitividad si no se propicia una adecuada gestión.

Esta propuesta busca por medio de investigaciones realizadas distinguir como a través de diferentes formas se llega a definir la competitividad empresarial y como trae beneficios dentro del entorno.

Vale la pena reconocer todos los factores que se afectaron con el surgimiento de crisis por COVID-19, e identificar cambios entre 2019 a 2020 de acuerdo con este factor adverso de pandemia, se debe tener en cuenta que podrían existir otro tipo de crisis y se busca estar en un escenario de plena atención y confianza, creando un ambiente de adaptación ante los cambios de la nueva normalidad, para poder avanzar y seguir fortaleciendo cada parte empresarial que conforma el sector metalmecánico a nivel de Boyacá, y porque no ser un referente en otros sectores y regiones.

De igual manera, el conocer y utilizar la competitividad se posibilita a contribuir con el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible como los siguientes:

- Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico (aumento de empleabilidad aumento de los niveles de productividad y la innovación tecnológica)
- Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura (buscar que sea dinámico y competitivo en la industria para generar empleo y mejores ingresos)
- Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles (áreas metropolitanas de crecimiento económico, logrando ciudades inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles)

De acuerdo con lo anterior se crea valor agregado al tener un referente internacional y llegar a ponerlo en contexto de post pandemia con vía al desarrollo con concordancia con objetivos.

Conclusiones

El concepto competitividad es muy amplio, el cual se debe tener claridad y no confundir con otros que vienen haciendo parte de los factores que involucra.

De acuerdo con bibliografía se describen hace años que afecta solo factores internos, y de acuerdo con lo vivido en los últimos años, los factores externos afectan a la gestión empresarial, e impacta ya sea de manera positiva o negativa su buen desarrollo para competir en un mercado.

Ante el cambio constante se deben conocer los indicadores que afectan el buen desarrollo empresarial, el cual compone sus distintas áreas las cuales les darán un crecimiento constante y llegar a ser competitivos.

El tomar como referente otro país permitirá reconocer posibles falencias que se tengan a nivel Colombia y así llegar a proponer acciones de mejora.

Al diseñar un paralelo o comparativo de indicadores se busca establecer los más propicios dentro del ámbito empresarial, reconociendo su nivel de importancia.

Son varios los estudios realizados frente a competitividad, lo cual lleva a estar en la búsqueda de un de aclarar e identificar los factores involucrados para que esta exista dentro de las organizaciones.

Bibliografía

Consejo privado de Competitividad (2021), *Índice departamental de competitividad 2020-2021*, <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>

Centro de estudios para la competitividad regional (2021), Obtenido de <https://score.urosario.edu.co/>

Mejía Durando, Ca Jiménez Rueda (2020). *Competitividad y productividad del administrador de empresas en las pymes en Colombia y Latinoamérica*. Universidad de Nariño, recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n1/2539-0554-tend-21-01-238.pdf>

- Saavedra García, M. L. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. Pensamiento & Gestión, (33), 93-124. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005
- Saavedra García, M. L., & Tapia Sánchez, B. (2011). *Mejores prácticas y factores de competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas*. Economía.
- Saavedra-García, M. L., Tapia-Sánchez, B., & de los Ángeles Aguilar-Anaya, M. (2016). La gestión financiera en las pymes del Distrito Federal, México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 3(2), 55-69
- Saavedra, M. L., & Tapia, B. (2012). *El Entorno Sociocultural y la Competitividad de la PYME en México*. *Panorama Socioeconómico*, 30(44), 4-24. Recuperado de <https://doi.org/10.1088/0256-307X/29/10/100201>
- Significados.com. (Septiembre de 2021). Competitividad. Obtenido de <https://www.significados.com/competitividad/>
- Ruiz-Cabezas, M.R., Severiche-Sierra, C.A., Briceño-Ariza, L.J., Duran-Charris, L.J., (septiembre 2009). *Elementos de la competitividad en la pequeña y mediana empresa (pymes) agrícolas del distrito de Santa Marta (caribe colombiano)*. Colombia. *Revista Espacios*, Vol. 30 (N°32)
- World Economic Forum*. (2016-2017). Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>



El tomar como referente otro país permitirá reconocer posibles falencias que se tengan a nivel Colombia y así llegar a proponer acciones de mejora.



FACTORES QUE IMPIDIERON EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS CONSTITUIDAS ENTRE LOS AÑOS 2005 A 2010 EN LA CIUDAD DE POPAYÁN

Fuente: <https://cincodias.elpais.com/cincodias>





Capítulo 11.

FACTORS THAT PREVENTED THE GROWTH OF MICRO- ENTERPRISES CREATED BETWEEN 2005 TO 2010 IN THE CITY OF POPAYÁN



Fabiola Beltrán Rodríguez²⁵

Yudith Caicedo²⁶

25 Estudiante de Administración de Empresas de la UNAD.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1015-9050>
Correo electrónico: fbeltranr@unadvirtual.edu.co

26 Directora Semillero de Investigación, Docente UNAD, especialista en Talento Humano (Universidad ICESI) y Maestría en Administración de organizaciones (UNAD)
ORCID: orcid.org/0000-0003-1061-5167
Correo electrónico: Yudith.caicedo@unad.edu.co



RESUMEN

Si bien es cierto que cada año en la ciudad de Popayán, se registran en promedio 900 empresas ante la Cámara de Comercio, empresas que decidieron legalizarse o que inician su emprendimiento, también es visible que aproximadamente el 50% de ellas no renuevan su matrícula mercantil después de los 10 años de supervivencia, según datos suministrados por La Cámara de Comercio del Cauca, esta es la razón principal que da pie a esta investigación; por medio de la cual se pretende encontrar los factores que impidieron el crecimiento de las microempresas en la ciudad de Popayán tomando como objeto de estudio las constituidas entre el año 2005 Y el año 2010 en la ciudad de Popayán.

Las microempresas hacen un gran aporte en el empleo del país, según el informe de Confecámaras, en el 2.019 ocuparon el 99.6% del total de empresas registradas (<https://www.confecamaras.org.co/>, s.f.), pero algo está fallando, muchas cierran antes de completar el año de nacimiento y otras simplemente sobreviven; las razones pueden ser varias y gracias al aporte de los microempresarios realizaremos un estudio para identificar dichas razones. La investigación se fundamenta teóricamente en; La Teoría de El Enfoque Contingente, Teoría De La Agencia, Teoría De Los Costes, Del Enfoque De Recursos Y Capacidades y la Teoría De La Ventaja Competitiva: de Michael Porter.

En cuanto a la metodología, se desarrolla con un enfoque cuantitativo con componentes cualitativos, el alcance es un estudio descriptivo, utilizando la encuesta como técnica y fuentes secundarias para la recolección de información.

Palabras clave: Microempresa; crecimiento empresarial; factores de crecimiento; emprendedor



ABSTRACT

Although it is true that each year in the city of Popayan, an average of 900 companies are registered with the Chamber of Commerce, companies that decided to legalize or start their business, it is also visible that approximately 50% of them do not renew their commercial registration. After 10 years of survival, according to data provided by the Cauca Chamber of Commerce, this is the main reason that gives rise to this investigation; Through which it is intended to find the factors that impeded the growth of micro-enterprises in the city of Popayan, taking as an object of study those established between 2005 and 2010 in the city of Popayan.

Microenterprises make a great contribution to employment in the country, according to the Confecamaras report, in 2.019 they occupied 99.6% of the total registered companies (<http://www.confecamaras.org.co/>); but something is failing, many close before completing the year of birth and others simply survive; The reasons can be several and thanks to the contribution of the microentrepreneurs we will carry out a study to identify these reasons. The research is theoretically based on; The Theory of Contingent Approach, Agency Theory, Cost Theory, Resource and Capabilities Approach and Competitive Advantage Theory: by Michael Porter.

Regarding the methodology, it is developed with a quantitative approach with qualitative components, the scope is a descriptive study, using the survey as a technique and secondary sources for the collection of information.

Keywords: Microenterprise; Business Growth; growth factors; entrepreneur.

Introducción

La situación de desempleo que se vive en Colombia, hace que los ciudadanos vean en el emprendimiento una opción de obtener ingresos, que se toma como medida desesperada por sobrevivir; en muchas ocasiones se asume el reto de ser empresario incluso sin un estudio previo, ni un análisis del mercado, etc. lo mismo sucede en la ciudad de Popayán, en donde infortunadamente no es muy notorio el crecimiento de sus microempresas; es más común observar empresas que sobreviven en el mercado, un mercado que cada vez exige más.

Encontrar las causas que han frenado el crecimiento en las microempresas de Popayán, confrontarlas con los referentes teóricos y los resultados que arroje la investigación, serán útiles para construir herramientas de apoyo que sirvan como guía a empresarios y a emprendedores, que deciden brindar empleo en lugar de ser empleados.

Desarrollo de la ponencia

La Cámara de Comercio del Cauca realiza el estudio: Análisis de la supervivencia de las empresas en Popayán y el Cauca (Hoyos, 2018), en él encontramos los resultados que arrojan las entrevistas con emprendedores que iniciaron su negocio y antes de cumplir un año, lo cerraron. Uno de los aspectos que resaltaron los emprendedores, fue el desconocimiento de la actividad que iban a ejercer, razón que puede ser muy común en nuestro país, que el emprendedor decida formar empresa, como una forma de autoemplearse, de subsanar una necesidad económica, mas no de crear una empresa para brindar empleo y crecer.

Los empresarios que llevan un periodo de una década en el mercado, difícilmente podrán decir que desconocen la actividad que desempeñan, es por ello que pretendemos abordar las razones o factores que han impedido el crecimiento de microempresas en la ciudad de Popayán.

Discusión

Inicialmente se plantean algunas hipótesis a cerca de cuales podrían haber sido los factores que habían impedido el crecimiento de las microempresas constituidas entre los años 2005 a 2010 en la ciudad de Popayán, tales como:

- Desconocimiento de la actividad económica: Al encuestar al microempresario, se puede afirmar que conoce muy bien el producto que ofrece, como producirlo, o los proveedores que lo distribuyen, sin embargo, está fallando en la fijación de precios, porque no realiza un estudio de costos de producción, ni distribución y la gran mayoría indaga sobre el precio de la competencia, para fijar el propio un poco por debajo.
- Desconocimiento administrativo fue otra de las hipótesis que se planteó y al realizar las encuestas, nos encontramos con microempresarios profesionales en áreas afines al producto o servicio que ofrece la empresa, pero no en la parte administrativa, lo cual se ha venido realizando empíricamente.
- Escogencia de personal, no por competencias, sino por familiaridad; este indudablemente fue uno de los factores más encontrados dentro de los microempresarios encuestados.

Siendo el desempleo una de las principales preocupaciones de los gobernantes y para disminuirlo diseñan diferentes estrategias políticas como son: acceso a créditos bancarios, con tasas bajas y políticas blandas, algunos subsidios a aportes parafiscales entre otros, pero aun así quedan en el tintero diversas preguntas por resolver: ¿Qué tantos microempresarios pueden acceder a estos créditos bancarios a diferentes beneficios ofrecidos?

Mejorar los conocimientos administrativos debe ser una meta de cada empresario, y de igual forma debería serlo del gobierno, Universidades y diferentes sistemas educativos, por tal motivo, es necesario que enfoquen aún más la mirada a los microempresarios de nuestro país que están sosteniendo el empleo de los colombianos y en su gran mayoría presentan deficiencias en conocimientos administrativos.

Conclusiones

De las 2.392 empresas constituidas legalmente en la ciudad de Popayán entre los años 2005 y 2010, solamente renovaron Cámara de Comercio en el año 2.020, 1.387; o sea el 57% de las constituidas legalmente entre los años 2005 a 2010.

Las 65 empresas iniciaron con 80 empleados y en la actualidad contratan a 76, uno de los grandes temores a contratar personal es el miedo a no poder cumplir con salarios, según información suministrada por los encuestados; dato que se corrobora con la información del RUES en donde solo aparecen legalizados 39 empleados de los 76 que existen en las microempresas actualmente. (RUES, s.f.) El rendimiento de un trabajador, depende en gran parte de la motivación, el no tener las condiciones laborales necesarias y las prestaciones de ley desmotivan y esto sin duda influye en el crecimiento de las microempresas.

En Popayán existe la facilidad de realizar estudios de pregrado, e incluso en algunos casos gratis como El SENA, se debe fomentar en los microempresarios la necesidad de capacitarse para ser un mejor líder, porque esto, definitivamente puede marcar la pauta del crecimiento de la empresa.

Generalmente las microempresas son empresas familiares y siguen a lo largo de su historia contratando únicamente a la familia, como bien se ve en la investigación realizada; si se contratará al personal por competencias y no por parentesco, los resultados serían otros en cuanto a crecimiento empresarial. O si definitivamente la política es contratar a la familia, se debe capacitar continuamente para que adquieran y fortalezcan las competencias necesarias para desempeñar el cargo.

Es muy común encontrar en Popayán microempresas que visualmente no han realizado innovaciones que inspiren a sus clientes, pasan los años y vemos que ni siquiera el mobiliario ha sido cambiado y el producto sigue siendo el mismo que se ha ofrecido siempre. Así como también encontramos ideas innovadoras que rápidamente son copiadas por la competencia.

En la actualidad un factor que definitivamente influirá en el crecimiento de las microempresas será el de estar en internet con una plataforma dinámica que conquiste todos los días a sus clientes y el manejo de las redes sociales será de gran importancia para los líderes de las microempresas.

Bibliografía

- Aguilera Castro A., V. V. (2014). Principales Indicadores De Crecimiento. Revista Internacional Administración & Finanzas.
- Cruz, H. A. (22 de 11 de 2018). ¿Cuántos empleados públicos?
- Delfín Pozos, F., & Acosta Márquez, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Pensamiento & Gestión, (40), 184-202.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación Cuarta Edición. México D. F.: McGraw - Hill.
- Hoyos, C. L. (marzo de 2018). <https://www.cccaUCA.org.co/>. Obtenido de https://www.cccaUCA.org.co/sites/default/files/imagenes/supervivencia_empresarial_en_el_cauca._final_26-04-18_v4.pdf
- <https://www.confecamaras.org.co/>. (s.f.). Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_%20Ene-Dic%202019%20_21012020.pdf
- Monserrat Entrialgo, E. F. (s.f.). El Comportamiento Emprendedor y el Exito de la PYME: Modelos de Contingencia y Configuracionales. *Dirección y Organización*, 25. Obtenido de file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/220-439-1-SM.pdf
- Portafolio. (12 de 01 de 2018). Casi 200.000 colombianos se registraron como empleados formales.
- Porter, M. (1985). *La ventaja competitiva según Michael Porter. Web y Empresas, Administración, Ingeniería, Gestión y mucho más.*
- RUES. (s.f.). Obtenido de <https://www.rues.org.co/>
- Toscano, G. T. (2011). La Utilización del Método Comparativo en Estudios Cualitativos en Ciencia Política y Ciencias Sociales. *Kairos revista de Temas Sociales*, 27,7.
- Valencia Rodríguez, M. (02 de 07 de 2005). El capital humano, otro activo de su empresa. Cali. www.aiteco.com. (s.f.). <https://www.ait>

COLOMBIA SE ESTANCA EN AVANCES DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Fuente: <https://www.portafolio.co/>





Capítulo 12.

COLOMBIA STAGNATES IN ADVANCES IN SCIENCE, TECHNOLOGY, AND INNOVATION



Iliana Mora Acuña²⁷

27 SEMILLERO ESCALAS- ESCUELAS-ECACEN Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0170-941X>
Correo electrónico: ililumora@gmail.com



RESUMEN

Uno de los elementos centrales de las sociedades del conocimiento, tiene que ver con la "capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información, con el fin de construir y aplicar el conocimiento para el desarrollo humano" (Unesco, 2003, p. 10). Por tanto, tales sociedades, "requieren una visión social que abarque la pluralidad, la inclusión, la solidaridad y la participación" (Unesco, 2003, p.10)

Según lo que ha manifestado la UNESCO, se interpreta entonces que el concepto en donde se concentra el conocimiento se genera desde la capacidad de desarrollo del ser humano dentro de un fuerte sistema económico en donde el crecimiento económico se basa en el hecho de que las fuerzas detrás de un desarrollo duradero son el conocimiento creciente y el cambio tecnológico, no la acumulación de capital, maquinaria o equipos de alto contenido tecnológico.

Ahora bien, la pregunta es ¿cómo se logra formar una sociedad de conocimiento? ¿Cómo un país como Colombia en donde existe tanta desigualdad social y escasas de oportunidades puede lograr que conformar una sociedad de conocimiento? Pues la respuesta está en el papel que juega la ciencia, la tecnología y la Innovación, como dinamizadores de la sociedad. Como lo señala Garnett (1999), "*la innovación juega un papel central en los procesos económicos dentro de la nueva economía del conocimiento*".

Palabras clave: ciencia; tecnología; innovación: conocimiento: educación; sociedad.



ABSTRACT

One of the central elements of knowledge societies has to do with the “ability to identify, produce, process, transform, disseminate and use information, in order to build and apply knowledge for human development” (UNESCO, 2003, p. 10). Therefore, such societies “require a social vision that encompasses plurality, inclusion, solidarity and participation” (UNESCO, 2003, p.10)

According to what UNESCO has stated, it is then interpreted that the concept in which knowledge is concentrated is generated from the development capacity of the human being within a strong economic system where economic growth is based on the fact that the forces Behind lasting development are growing knowledge and technological change, not the accumulation of capital, machinery or equipment with a high technological content.

Now, the question is: How is it possible to form a knowledge society? How can a country like Colombia, where there is so much social inequality and scarce opportunities, succeed in forming a knowledge society? Well, the answer lies in the role played by science, technology, and innovation, as dynamizers of society. As Garnett (1999) “points out, innovation plays a central role in economic processes within the new knowledge economy”.

Keywords: Science; Technology; Innovation: knowledge: education; society.

Desarrollo de la ponencia

Uno de los principales problemas que enfrenta el sistema de educación superior colombiano concierne a los altos niveles de deserción académica en el pregrado. Pese a que los últimos años se han caracterizado por aumentos de cobertura e ingreso de estudiantes nuevos, el número de alumnos que logra culminar sus estudios superiores no es alto, dejando entrever que una gran parte de éstos abandona sus estudios, principalmente en los primeros semestres. Según estadísticas del Ministerio de Educación Nacional-MEN, de cada cien estudiantes que ingresan a una institución de educación superior cerca de la mitad no logra culminar su ciclo académico y obtener la graduación.

Según Universia (2019), la deserción universitaria en Colombia coincide con la situación inestable del país y el marcado desinterés de los jóvenes por la educación superior formal. Las esperanzas y expectativas del alumnado no se ven satisfechas con los programas lectivos actuales y los jóvenes no confían en las virtudes económicas de Colombia en este sentido. Dentro de las principales causas de la deserción están: encarecimiento de los estudios, el efecto demográfico, la falta de innovación, la importancia de la visibilidad en red. Para el año 2018, la tasa de deserción anual para los programas universitarios se ubicó en 8,79%, para los tecnológicos en 10,75% y para los técnicos profesionales en 17,41%.

Conclusiones

Las organizaciones que incluyan la CT+i en sus procesos de gestión estarán en capacidad de comprender, desarrollar y aplicar el significado de los temas directamente asociados a los de la CT+i, dando solución a situaciones como:

- Crear valor a través del conocimiento que se genera con la experiencia del capital humano en las organizaciones, potencializando su aprendizaje y formación, promoviendo mayor creatividad y capacidad de generar ideas que se integren en la búsqueda de una mayor innovación.
- Cumplir con la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de los clientes al buscar un mejor servicio, mediante el reconocimiento y análisis de sus necesidades, comportamiento frente a sus gustos y expectativas.

- Descubrir, aprovechar, valorar y generar las oportunidades para innovar y mejorar la posición competitiva, generando nuevos modelos de negocio que conlleven la creación de valor como respuesta al mercado y su entorno.

En Colombia se deben establecer estrategias claras, pertinentes y efectivas, en donde el gobierno utilice la CT+i como único camino en el que se enfatiza la necesidad que esta sea el "sine qua non" del desarrollo social, económico y tecnológico del país. En donde el Plan Nacional de Desarrollo- PND, presente una propuesta clara a la necesidad de formación de las personas, que les permita trabajar, gestionar y comercializar los resultados de investigación, desarrollo e innovación tecnológica orientados hacia la consolidación y creación de empresas que generen un crecimiento social y económico totalmente sostenible en las diferentes regiones del país; además, que se constituya en una mejor práctica de asociación entre la Universidad, el sector público y el sector productivo, dentro de la llamada triple hélice de colaboración Universidad, empresa, Estado.

Siguiendo a Bortagaray y Scott (2000), se puede decir que la I+D e innovación en Colombia se sigue caracterizando por:

1. Baja intensidad de las actividades de ciencia, tecnología e innovación.
2. Sobrerrepresentación del sector público y baja presencia del sector privado.
3. Énfasis en la investigación básica y muy baja concentración en la investigación aplicada.
4. Bajos niveles de transferencia de tecnología entre los sectores públicos y privados y dentro del propio sector privado.
5. Escasa participación en proyectos internacionales de I+D y redes de innovación.

Estas diferencias cualitativas hacen pensar que la inversión de fondos públicos en I+D de actividades tecnológicas y de innovación en Colombia podría producir menos beneficios económicos que invertir en otras actividades productivas tradicionales. Por lo tanto, se tendrá que hacer más hincapié en el sector privado.

Lo cual implica, que las empresas deben participar más en actividades de I+D e innovación, y las autoridades nacionales y locales, deben facilitar dicha participación mediante acciones como las siguientes:

- La creación de un marco estratégico claro para integrar la innovación en la estructura productiva de las regiones de Colombia.
- La creación de redes de cooperación entre empresas y, entre empresas y el sector público.
- Reforzar la oferta de I+D e innovación en la región.

Todo lo anterior, debe, no solo ser establecido en las políticas y estrategias operacionales, ni estar en línea con la filosofía y los objetivos anteriores, el verdadero propósito es desarrollar y potencializar la capacidad competitiva del país, garantizando que las políticas y las estrategias que se han descrito en leyes, acuerdos y convenios se movilicen, recorran los caminos que abarcan los propósitos de CTel y que están orientados hacia una sociedad de conocimiento. Con lo anterior, se está hablando sin duda, de fortalecer, elevar y desarrollar el activo más importante de la nueva economía “el conocimiento”.

Bibliografía

- Chaparro, F (1998) Conocimiento, Innovación y Construcción de Sociedad: Una Agenda para la Colombia del Siglo XXI. <http://repositorio.colciencias.gov.co>
- Melo, L, Forero, J Hernández, P (2016), Universidad de Los Andes, La Educación Superior en Colombia: Situación actual y análisis de eficiencia. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1691/169149895003/html/index.html>
- Pérez, O. Binllely, L (2020) Universidad de Santander, Oficina de Planeación y Calidad Institucional Boletín estadístico N.º 09- marzo 25 de 2020
- Ministerio de Educación Nacional (2009) Deserción Estudiantil en la Educación Superior Colombiana https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356271_recurso.pdf
- Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/la-ciencia-la-tecnologia-y-la-innovacion-en-el-plan-nacional-desarrollo-2018-2022

Colciencias Grupo De Pensamiento Estratégico Visión Colombia 2019 Visión Ciencia, Tecnología E Innovación, CT+I. <http://repositorio.colciencias.gov.co/handle/11146/736>

Consejo Nacional de Competitividad, Informe Nacional de Competitividad, Colombia Compite 2019-2020. https://compite.com.co/wp-content/uploads/2019/11/CPC_INC_2019-2020_Informe_final_subir.pdf

Ministerio de Educación Nacional (2018) informe de gestión. https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-381276.html?_noredirect=1

Modelo de Indicadores del Desempeño de la Educación. MIDE Documento Metodológico (2018) <http://aprende.colombiaaprende.edu.co/ckfinder/userfiles/files/Documento%20Metodol%C3%B3gico%20MIDE%20U%202018.pdf>

Ministerio de Educación Nacional (MEN) 2014. Sistema Nacional de Indicadores Educativos para los niveles de Preescolar, Básica y Media en Colombia.



APROXIMACIÓN A LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

Fuente: <https://i0.wp.com/www.orientamartamouliaa.es>





Capítulo 13.

APPROACH TO THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNDERGRADUATE STUDENTS OF THE UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS



Jessica Daniela Méndez Tabares²⁸

Mayerly Tatiana Urrea Mejía²⁹

Alejandro Quiñonez-Mosquera

28 Estudiante octavo semestre de Administración de Empresas, Universidad de los Llanos, integrante del Semillero de Investigación Emprendimiento, Evolución y Sostenibilidad Empresarial (2ESE), Grupo de investigación Estudios en Sostenibilidad Urbana y Empresarial (SUyE).

ORCID: 0000-0002-9745-7298

Correo electrónico: jessica.mendez@unillanos.edu.co

29 Estudiante octavo semestre de Administración de Empresa, universidad de los Llanos, Integrante del Semillero de Investigación Emprendimiento, Evolución y Sostenibilidad Empresarial (2ESE), Grupo de investigación Estudios en Sostenibilidad Urbana y Empresarial (SUyE)

ORCID: 0000-0002-7668-1194

Correo electrónico: mayerly.urrea@unillanos.edu.co

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo analizar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes de pregrado de la Universidad de los Llanos. La investigación de Naminse y Zhuang reveló que el espíritu empresarial tiene una relación con el alivio de la pobreza, así como con el desarrollo regional y crecimiento económico; por ello es un tema de investigación actual y relevante (2018). En el contexto del departamento del Meta no se encuentran publicaciones en revistas indexadas relacionadas con el tópico de investigación, de allí la importancia de esta. Este estudio toma como referente principal el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), cuyo propósito es estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios alrededor del mundo (GUESSS, 2018). El objetivo de este proyecto es analizar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes de pregrado de la Universidad de los Llanos, aplicando un instrumento basado en la encuesta diseñada por el GUESSS, la encuesta sobre percepción, intención y actitud emprendedora en estudiantes universitarios desarrollada por el Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEDGE) de la Universidad EAFIT y la encuesta del grupo de investigación SuyE basado en el GEM; esta investigación es de tipo exploratorio descriptivo con enfoque mixto, se espera poder obtener una base de datos con la información recolectada que permita plantear proyectos de futuro para el fortalecimiento del emprendimiento y la cultura emprendedora de nuestra comunidad educativa y la región de la Orinoquia colombiana.

Palabras clave: Emprendimiento, intención emprendedora, emprendimiento universitario

ABSTRACT

This research aims to analyze the intention and entrepreneurial activity of undergraduate students at the University of Los Llanos. Research by Naminse and Zhuang revealed that entrepreneurship has a relationship with poverty alleviation, as well as regional development and economic growth (2018); therefore, it is a current and relevant research topic. In the context of the departamento del Meta, there are no publications in indexed journals related to the research topic, hence its importance. This study takes as its main reference the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), whose purpose is to study and systematically document the entrepreneurial intention and activity of university students around the world (GUESSS, 2018). The objective of this project is to analyze the entrepreneurial intention and activity of undergraduate students of the Universidad de los Llanos, applying an instrument based on the survey designed by GUESSS, the survey on entrepreneurial perception, intention and attitude in university students developed by the Research Center for Entrepreneurship and Business Management (SIEGDE) of the EAFIT University and the survey of the SUyE research group based on the GEM; This research is of a descriptive exploratory type with a mixed approach, it is expected to be able to obtain a database with the information collected that allows to propose future projects for the strengthening of entrepreneurship and the entrepreneurial culture of our educational community and the region of the Colombian Orinoquia.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial intention, university entrepreneurship

Introducción

La intención emprendedora es un fenómeno empresarial de interés que se ha expandido a diversos países, hecho que ha desencadenado la creación de proyectos internacionales como el GUESS. En el entorno nacional distintas instituciones de educación superior han participado de este proyecto. A su vez han desarrollado estudios relacionados con la percepción, intención y actitud emprendedora. Ante el interés de conocer y estudiar a profundidad la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado de la Universidad de los Llanos se realizó un análisis del estado del arte, donde se encontró que los estudios en este sentido son escasos en la región orinoquense. El objetivo del proyecto es analizar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes de pregrado de la Universidad de los Llanos; se espera obtener información sobre la intención y actividad emprendedora de los estudiantes de pregrado de la Universidad que sirva como referente para posteriores estudios que se desarrollen en la Institución, el departamento o la región de la Orinoquia colombiana.

Desarrollo de la ponencia

De acuerdo con la ley de fomento a la cultura del emprendimiento decretada por el Congreso de Colombia -la Ley 1014 “el emprendimiento es una manera de pensar, razonar y actuar orientada hacia la creación de riquezas” (2006), según la cartilla de emprendimiento del Sena el interés primordial no es buscar un ingreso económico permanente o consolidar una empresa, el emprendimiento se relaciona con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y el cumplimiento de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor(2016). Por ello, como se cita en el Informe de la encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes universitarios realizada por la Universidad EAFIT, “desde la década de los 90 el emprendimiento es percibido como un motor de desarrollo económico y social alrededor del mundo (Audretsch, Keilbach, y Lehmann, 2006)” (2016, pág. 2), lo que ha contribuido a que en los últimos años, aumente la conciencia sobre el papel del espíritu empresarial, evidencia de ello es que Laguía, Moriano, Molero, y Gámez, citan que “Dentro del estudio de la conducta emprendedora, la intención emprendedora (fase prelanzamiento) es el antecedente más estudiado de la creación de empresas (Krueger, 2009; Liñán, Nabi, y Krueger, 2013; Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, y Zarafshani, 2012)” (2017).

Autores como Al-Jurabi, Hassan, y Liñan,(2019) investigan la Intención emprendedora entre estudiantes universitarios en Malasia estos integran la teoría de la autodeter-

minación (SDT) y la teoría del comportamiento planificado (TCP), en sus hallazgos confirman que tanto la SDT como la TCP proporcionan explicaciones complementarias de los procesos motivacionales del comportamiento empresarial, otros estudios que destacan son Nabi, walmsley, Liñan, Akhtar, y Neame,(2018); Mukhtar, Wardana, Wibowo, y Narmaditya, (2021); Suratno, Narmaditya, y wibowo, (2021); Ahmed, Chandran, Klobas, Liñan, y Kokkalis,(2020), estos investigadores han relacionado y soportado con sus resultados como la educación emprendedora tiene relación con la intención emprendedora de los estudiantes.

Discusión

Ajzen (1991) expone en su teoría del comportamiento planificado que el comportamiento de las personas se ve influenciado por variables actitudinales que pueden afectar positiva o negativamente su intención emprendedora, de acuerdo con los resultados se evidencia que los estudiantes valoran el emprendimiento, esto como consecuencia de que perciben un apoyo favorable de su entorno cercano si realizará actividades emprendedoras, lo anterior refleja que para los estudiantes de la Universidad las normas subjetivas como las presiones sociales, expectativas y opinión de sus familiares, amigos y compañeros de estudio incide en su comportamiento y afecta de manera positiva sus creencias frente a convertirse en emprendedores, a su vez se identifica que los estudiantes consideran tener las características personales de un emprendedor, lo cual refleja que estos al evaluar la situación, piensan que tienen las habilidades personales para convertirse en emprendedores.

La teoría propuesta por Mohanty, (2006) considera que el emprendimiento surge como resultado de fuerzas internas y externas, es decir el emprendimiento no solo depende del individuo sino de fuerzas internas y externas que propicien y motiven a las personas para ser emprendedoras; por medio de los resultados obtenidos se identificó que en relación a las fuerzas internas que motivan a los estudiante estos se perciben con las habilidades y características personales necesarias para emprender, a su vez los factores externos como el entorno social y el entorno universitario son factores que perciben como poco favorables para el emprendimiento, esto como consecuencia de que los estudiantes consideran que el papel del emprendedor es poco valorado en la economía regional, existe una ineficiente educación emprendedora brindada por la Universidad y una baja motivación e inspiración de la Universidad en relación al emprendimiento; esto nos permite inferir que aunque los estudiantes poseen altas motivaciones internas para ser emprendedores estas fuerzas externas pueden influir significativamente en su decisión de emprender.

De acuerdo con la teoría de la oferta emprendedora Thomas Cochram (1971) los fundamentos del desarrollo económico no se relacionan con la economía, sino con factores que contribuyen a la oferta emprendedora, por ello la importancia de que la Universidad de los Llanos fortalezca su educación y enfoque emprendedor con el fin de brindar a la comunidad educativa un entorno que proporcione los medios, herramientas y estrategias para promover la creación de empresas, convirtiendo a la institución en un modelo a seguir para la sociedad en temas de emprendimiento.

Conclusiones

Mediante la aplicación del instrumento se pudo identificar que el 29,69% de los estudiantes de la Universidad de los Llanos tiene la intención profesional de ser emprendedor apenas culminen sus estudios de pregrado, esto representa casi una tercera parte de los estudiantes encuestados, a su vez al preguntar a los encuestados que camino intentarían seguir tras 5 años al haber terminado sus estudios, el 60,75% de los estudiantes se ve como emprendedor de su propia empresa, esto permite identificar que los estudiantes que manifestaron ser empleados tras graduarse después de algún tiempo su intención profesional se inclina a ser emprendedor, por ello se identifica que el factor tiempo y experiencia es clave para que la mayoría de los estudiantes decidan emprender.

En el análisis del entorno universitarios se pudo identificar que los estudiantes de la Universidad de los Llanos se consideran altamente emprendedores pero no consideran a la Universidad una institución que motive, inspire e involucre a sus estudiantes en el emprendimiento, por ello aunque tengan estudiantes con una fuerte intención emprendedora, estos no podrán desarrollar sus iniciativas empresariales en un ambiente poco favorable para el emprendimiento; a su vez uno de los factores donde la mayoría de los estudiantes no están totalmente de acuerdo es el conocimiento que brindan los cursos y servicios dispuestos por la Universidad para fortalecer el emprendimiento, estos perciben que su aporte a la generación de conocimiento sobre emprendedores es bajo, no aumentan en gran medida los conocimientos sobre las actividades a llevar a cabo para crear una empresa, no mejoran las habilidades para establecer redes de contacto y son poco efectivos para identificar oportunidades de negocio.

Es importante resaltar la brecha que se identificó entre estudiantes de la sede San Antonio y la sede Barcelona donde su percepción sobre los cursos y servicios ofrecidos por la Universidad fue peor calificada en la sede Barcelona, estos estudiantes son los que más consideran que en los cursos no les han enseñado lo necesario para emprender, identificar oportunidades y especialmente las actividades a llevar a cabo

para crear una empresa, por ende se concluye que existe una concentración de la enseñanza en emprendimiento en la sede San Antonio por su enfoque a los programas económicos.

En lo referente a los determinantes de la intención emprendedora, los estudiantes consideran que su entorno familiar reaccionaria de manera favorable ante su intención de crear empresa, del mismo modo considera que sus amigos y compañeros de estudio tendrían una opinión favorable, lo que permite concluir que el contexto familiar es uno de los factores determinantes e importantes para que el estudiante decida tomar como opción de carrera el ser emprendedor.

El análisis al contexto social y cultural permitió identificar que los estudiantes perciben que la cultura de la región favorece el desarrollo de actividades emprendedoras, sin embargo a su vez estos mencionan que aun así el papel del emprendedor en la economía no recibe el reconocimiento y valor adecuado, hecho que puede ser explicado con base a que los estudiantes consideran que en la región se tiende a pensar que los propietarios - gerentes de negocios se aprovechan de los demás, lo cual crea un estereotipo que afecta la percepción positiva de la sociedad hacia el individuo emprendedor y que presuntamente puede condicionar la iniciativa emprendedora del individuo.

Los resultados permitieron identificar que los principales factores motivacionales para que los estudiantes se conviertan en emprendedores son: la búsqueda de la independencia, la autonomía, la rentabilidad y los retos personales, a su vez se pudo apreciar que factores como el reconocimiento social, la tradición familiar y la dificultad para encontrar trabajo no son determinantes para incentivar la actividad emprendedora de los estudiantes. Los factores motivacionales para los estudiantes solteros son la independencia, rentabilidad y reto personal mientras que para los estudiantes casados la rentabilidad, la dificultad para acceder a empleo, reto personal y el deseo de dirigir una empresa son factores que inciden en su intención emprendedora.

Bibliografía

Ahmed, T., Chandran, V., Klobas, J. E., Liñan, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *International Journal of Management Education*. doi:10.1016/j.ijme.2019.100327

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179 - 211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Al-Jurabi, I., Hassan, A., & Liñan, F. (2019). Entrepreneurial intention among university students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Cano, J. A., & Tabares, A. (2017). Determinants of university students' entrepreneurial intention: GUESSS Colombia study. *Espacios*. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85030654912&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=907b3f1a418115a13b152ca051a421a7&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct&sl=21&s=TITLE-ABS-KEY%-28GUESSS%29&relpos=4&cite>
- Cano, J. A., & Tabares, A. (2018). Personal and entrepreneurial characteristics of nascent and active entrepreneurs: GUESSS Colombia study. *Espacios*. <https://www.scopus.com/record/display.uri?origin=recordpage&eid=2-s2.0-85054711357&citeCnt=4&noHighlight=false&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=907b3f1a418115a13b152ca051a421a7&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct&sl=21&s=TITLE-ABS-KE>
- Chu, P. (1998). *The research for entrepreneurship in: Internationalizing Entrepreneurship education and training 8th Annual Conference*. Alemania: Schloss Reichartshausen Oestrich-Winkel.
- Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006). *mincit.gov.co.Ley-1014-de-2006-De-fomento-a-la-cultura-del-empre.aspx*: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/eb0a7a3a-5068-4632-becf-2e92f62d9fa3/Ley-1014-de-2006-De-fomento-a-la-cultura-del-empre.aspx>,
- GEM Colombia. (2017). Estudio de la actividad empresarial 2017. *Global Entrepreneurship Monitor Colombia*. <https://gemcolombia.org/>
- GUESSS. (2018). El espíritu emprendedor de los estudiantes de Colombia Resultados del proyecto GUESSS 2018. *GLOBAL UNIVERSITY ENTREPRENEURIAL SPIRIT STUDENTS SURVERY*. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Colombia.pdf
- Hernández Sampieri, R., Collado, C. F., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigación.pdf>
- Laguia, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del cuestionario

de intención emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*. doi:10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie

Lopez, T., & Alvarez, C. (2019). Influence of university-related factors on students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*. doi:10.1504/IJEV.2019.103751

Mohanty, S. (2006). Fundamentals of entrepreneurship. *New Delhi: Pretinca Hall of India*.

Mukhtar, S., Wardana, L., Wibowo, A., & Narmaditya, B. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 18. doi:10.1080/2331186X.2021.1918849

Nabi, G., walmsley, A., Liñan, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*. doi:10.1080/03075079.2016.1177716

Naminse, E. Y., & Zhuang, J. (2018). Does farmer entrepreneurship alleviate rural poverty in China? Evidence from Guangxi Province. *PloS One*. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0194912>

Osorio Tinoco, F., Bayon, M. C., & Murillo Vargas, C. (2020). Entrepreneurial career choice intentions among secondary students in Colombia: the role of entrepreneurial exposure. *International Journal of Emerging Markets*. doi:10.1108/IJOEM-10-2019-0872

Sena. (2016). Cartilla de emprendimiento. *Sena*. https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/4646/cartilla_emprendimiento_csf2.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Stevenson, H. (2000). *www.usasbe.org*. Obtenido de Why the entrepreneurship has won: https://www.researchgate.net/publication/266339685_Why_Entrepreneurship_Has_Won

Suratno, Narmaditya, B. S., & wibowo, A. C. (2021). Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy. *Heliyon*. doi:10.1016/j.heliyon.2021.e06692

Universidad EAFIT. (2016). Encuesta sobre la percepción intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios. Informe Universidad EAFIT 2016. *Universidad EAFIT* <https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/emprendimiento-academico/innovacion-academica/Documents/Informe%20SIEGDE.pdf>

ANÁLISIS DEL IMPACTO CAUSADO POR LA AUSENCIA DE UN PROCESO CONTABLE EN LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DE LA COMUNA 2 DEL MUNICIPIO DE SOACHA, CUNDINAMARCA

Fuente: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images>





Capítulo 14.

ANALYSIS OF THE IMPACT CAUSED BY THE ABSENCE OF AN ACCOUNTING PROCESS IN THE SMALL DEALS THE COMMUNE 2 OF THE MUNICIPALITY OF SOACHA, CUNDINAMARCA



Edwar Yecid Torres Nova³⁰

Edgar Romero Herrera³¹

Duvan Vargas Baquero

Jenny Paola Hernández Bonilla³²

William Camilo Martínez Sanabria³³

- 30 Ph.D. D. (c) en Administración, Magíster en Calidad y Gestión Integral, Especialista en Gerencia en Salud Ocupacional, Administrador de Empresas, Administrador y constructor arquitectónico. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Docente ECACEN UNAD y líder del semillero de investigación ACTIVOS ECACEN
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5312-8639>
Correo electrónico: edward.torres@unad.edu.co
- 31 Magíster en Administración de Organizaciones, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Docente ECACEN UNAD y líder del semillero de investigación ACTIVOS ECACEN.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4080-2812>
Correo electrónico: edgar.romero@unad.edu.co
- 32 Contadora Pública (c), integrante del semillero de investigación ACTIVOS ECACEN
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6895-8694>
Correo electrónico: jphernandezbo@unadvirtual.edu.co
- 33 Internacionalista (c), Contador Público (c), Economista, Administrador de Empresas y Tecnólogo en Gestión de Obras Civiles y Construcciones. Consultor contable y financiero, Administrador de propiedad horizontal y estudiante líder del semillero de investigación ACTIVOS ECACEN
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1215-3939>
Correo electrónico: wcmartinezs@unadvirtual.edu.co



RESUMEN

El presente proyecto de investigación buscar realizar un análisis sobre el proceso contable que llevan a cabo los pequeños negocios de la comuna 2 del municipio de Soacha Cundinamarca.

Sin duda alguna, la gestión contable dentro de cualquier tipo de organización sin importar su tamaño toma una gran relevancia para quienes los administra, pues es gracias a esta que se pueden tomar unas decisiones adecuadas y a tiempo, así como conocer su salud financiera, poder llevar a cabo control de su operatividad y dar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Todo tipo de organización no puede inventar cualquier tipo de proceso contable, ya que este no permitirá detectar alguna problemática administrativa que pueda poner en riesgo la continuidad y prevalencia de la organización. Es por lo anterior que quienes ejerzan alguna una función contable deben ser personas idóneas, las cuales sepan organizar la información contable por medio de las herramientas tecnológicas existentes.

Teniendo como referente la información primaria consultada, se conoce como debe ser manejada la gestión contable en los pequeños y medianos negocios. Posteriormente se aplica un instrumento encuesta a especialistas concedores de la contabilidad para pequeñas empresas, con el fin de conocer su percepción en este tema y con ello plantear unos aspectos mínimos contables que se proponen deben tener presente las organizaciones estudiadas.

Palabras clave: gestión contable, pequeños negocios, pymes, idoneidad, comunicación



ABSTRACT

This research project seeks to carry out an analysis on the accounting process carried out by small deals in commune 2 of the municipality of Soacha, Cundinamarca.

Undoubtedly, accounting management within any type of organization regardless of its size, takes great relevance for those who administer them, because it is thanks to these that adequate and timely decisions can be made, as well as knowing their financial health, being able to carry out control of its operation and comply with its tax obligations. Every type of organization cannot invent any type of accounting process, since this will not allow detecting any type of administrative problem that could put the continuity and prevalence of the organization at risk. It is for the above that those who exercise some type of accounting function must be suitable people, who know how to organize accounting information through existing technological tools.

Taking as a reference the primary information consulted, it is known how accounting management should be handled in small and medium businesses. Subsequently, a survey instrument is applied to knowledgeable specialists in the accounting for small deals, in order to find out their perception on this subject and thus raise some minimum accounting aspects that the organizations studied must bear in mind.

Keywords: Accounting management, small businesses, mipymes, suitability, communication

Introducción

Esta ponencia de semillero es una investigación cualitativa, exploratoria y descriptiva, que desarrolla un diagnóstico sobre, ¿Cómo es el manejo de la gestión contable en los pequeños negocios de la comuna 2 del municipio de Soacha Cundinamarca?

Con base a los aportes de los diferentes autores y expertos, se observa las formas como deber ser trabajada la parte contable de los pequeños y medianos negocios, tema que en algunas de estas organizaciones no es manejado de una forma adecuada e informal, aspecto que puede tener consecuencias negativas. Sumando a lo anterior se revisa la bibliografía que existe sobre el tema con el fin de identificar cual es el contexto de la gestión contable en los pequeños negocios y cuáles serían sus principales problemáticas.

Con lo anterior se aplica un instrumento con preguntas de selección múltiple y abiertas a contadores que han investigado o trabajado el tema contable en las pequeñas empresas, se consulta a expertos y conocedores del tema, para así exponer cuales serían los mecanismos que facilitarían el tema de la gestión contable en los pequeños y medianos negocios de sector la comuna 2 del municipio de Soacha Cundinamarca.

Desarrollo de la ponencia

Las pequeñas empresas en Colombia tienen un movimiento constante en la economía del país y generan una gran cantidad de empleo, sin embargo, la organización de estas compañías es básica e inexperta circunstancia que las llevar al fracaso en sus primeros años de vida. Estas empresas son catalogadas así porque aún no han alcanzado cierto nivel de ventas y porque aún no cumplen los topes ni los requisitos para constituirse formalmente; dentro de las características encontradas de este tipo empresas se pueden describir, por ejemplo: no poseer muchos trabajadores, no cuenta con grandes inversiones y ocupan un lugar pequeño en el mercado.

Discusión y propuesta

El mayor problema de las pequeñas empresas es el poco interés contable que tienen sus propietarios, es por lo anterior que (Trujillo, 2016) manifiesta que:

Es claro que todas las empresas, sin importar su tamaño o capacidad económica deben presentar información financiera relevante que sirva de base para la medición de

indicadores económicos y de engrosamiento de las estadísticas nacionales en materia de referencia para todos los actores de la economía. (Trujillo, 2016, pág. 54).

En este sentido es fundamental que los empresarios le den la debida importancia a un proceso contable adecuado, tal y como lo señala (Arboleda, 2018), es representativo “Concientizar a estos pequeños comerciantes sobre la idea de que llevar una contabilidad permite tener un conocimiento y control absoluto de la empresa; permite tomar decisiones con precisión, conocer de antemano lo que puede suceder en su negocio” (Arboleda Castro, 2019, pág. 6).

Desde el punto de vista legal, Colombia se encuentra con dos escenarios que deben cumplir las pequeñas empresas; el primero con la aplicación de los Estándares Internacionales de Información Financiera (NIIF / IFRS), en el cual los pequeños negocios de la comuna 2 de Soacha se encuentran en el grupo 3 de convergencia. Estas entidades no están obligadas a aplicar Estándares Internacionales, sino un marco de contabilidad simplificada, que omite muchos de los requerimientos de las entidades que aplican el Estándar para Pymes y el Pleno, debido a que su base principal de medición es el costo; dicho marco de contabilidad está compilado en el anexo 3 del DUR 2420 de 2015. (Actualicese.com, 2021). Las principales temáticas de este marco son: a) Estados financieros obligatorios para las microempresas. B) Conceptos generales de la contabilidad simplificada. C) Elaboración de políticas contables. D) Reconocimiento, medición en las microempresas. E) Indicadores financieros básicos para microempresas.

El segundo escenario legal que todas las pequeñas empresas deben cumplir se encuentra enmarcado en el artículo 19 del código de comercio que obliga a todas las empresas y comerciantes a llevar contabilidad; en él se indica que esta debe hacerse en debida forma, de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, adicional de llevar un registro de operaciones de la empresa ya que es un medio de prueba oponible a terceros. (Gerencie.com, 2019)

En cuanto al tema de Herramientas tecnológicas, es de vital importancia el manejo de un software contable, adicional de algunas herramientas que le puedan servir de apoyo al mismo, tal como lo menciona (Morán Uriarte & Tasiguano Simbaña, 2017) quien plantea que las herramientas tecnológicas que podrían dar solución a los problemas planteados en la presente ponencia de investigación.

De acuerdo con lo investigado, es de vital importancia que los propietarios de pequeños negocios no solamente sepan, sino que también empiecen a aplicar la práctica contable al interior de sus operaciones pues con ello tendrá una visión más clara de su negocio el impacto de esta práctica será positivo ya que podrán tener una visión más clara del funcionamiento de su negocio y así lograrán cuestionarse acerca de sus decisiones buscando un mejor porvenir.

Conclusiones

En los pequeños negocios de la comuna 2 del municipio de Soacha Cundinamarca, no existe un método estandarizado para llevar el proceso contable, la gestión administrativa y empresarial se realiza de forma muy subjetiva y superficial, teniendo en cuenta el día a día sin plantearse un análisis más profundo de lo que podría brindar cada empresa. Es por lo anterior que esta ponencia de semillero recomienda unos mínimos de procedimiento contable, con el fin de que estas organizaciones no se les presente las problemáticas descritas y puedan tomar a tiempo las decisiones.

Bibliografía

Actualicese.com. (03 de 09 de 2021). *Clasificación de personas naturales en los grupos de aplicación de Estándares Internacionales*. Recuperado el 24 de 09 de 2021, de <https://actualicese.com/clasificacion-de-personas-naturales-en-los-grupos-de-aplicacion-de-estandares-internacionales/>

Arboleda Castro, M. (Junio de 2019). *Las Tiendas de Barrio: El Comercio Minorista y Sus Retos en el Mercado*. Popayán, Colombia: Fundación Universitaria de Popayán. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de https://fup.edu.co/wp-content/uploads/2019/06/conciencia_6_articulo_6.pdf

Avila de Decambil, M., & Gomez Castaño, R. (1990). *Pequeña y Mediana Empresa Información Cuantitativa Para la Toma de Desiciones*. Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Obtenido de https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/4830/unidad_01_contabilidad_finanzas_toma_cuantitativa.PDF?sequence=1&isAllowed=y

Bernal B, L. A., & Arango F, J. I. (1990). *Colombia, Pequeña Empresa y Entorno*. Bogotá: CINSET.

Cabrera. (Julio - Diciembre de 2016). El Reto de la Práctica Contable En Las Empresas Pymes de Latinoamérica. *Revista Colombiana de Contabilidad*, III(8). Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <https://ojs.asfacop.org.co/index.php/asfacop/article/view/7/4>

- Cabrera de Palacio, M. D. (01 de 07 de 2016). El Reto de la Práctica Contable en las Empresas Pymes de Latinoamérica. *Revista Colombiana De Contabilidad - ASFACO*, 4(8), 33-60. Recuperado el 24 de 09 de 2021, de <https://ojs.asfacop.org.co/index.php/asfacop/article/view/7>
- Cabrera, F. (20 de Septiembre de 2012). Características de los Procesos Organizacionales de las Tiendas de Barrio en un Sector de la Localidad de Chapinero. *Via Inveniendi et Iudicandi*, 85-101. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <http://revistas.unimonserrate.edu.co:8080/hojasyhablas/article/view/38/25>
- Celis Salazar, O. (Enero - Diciembre de 2017). Nueva visión sobre la informalidad de. *RETO*, 5(5), 23-31. Recuperado el 02 de 09 de 2021, de Nueva visión sobre la informalidad
- Delgado, I. (2018). *Importancia de la contabilidad en las pymes*. México: Instituto Tecnológico superior de Escárcega.
- DNP, Departamento Nacional de Planeación. (25 de Julio de 2007). Plan Nacional de Desarrollo. *Gaceta del Congreso Año XVI(249)*, Tomo 1, Capítulo 4. Recuperado el 04 de 09 de 2021, de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND_Tomo_2.pdf
- El Nuevo Diario. (28 de 06 de 2017). www.elnuevodiario.com.ni. Obtenido de <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/432215-empresas-fracasan-falta-contabilidad-dice-experto/>
- Filion. (2011). *Administración de PYMES* (Primera ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 24 de 09 de 2021, de [http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/ADMINISTRACION-DE-PYMES-EMPRESARIO-DE-DESARROLLAR-EMPRESAS.pdf](http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/ADMINISTRACION-DE-PYMES-EMPRESAS-EMPRESARIO-DE-DESARROLLAR-EMPRESAS.pdf)
- García, R., Jiménez, F., & Pérez, C. (enero-abril de 2006). La valoración de pequeñas y medianas empresas. *Revista Cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*(67), 323-328. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/viewFile/7254/7092>
- Gerencie.com. (17 de 09 de 2019). Obligados a llevar contabilidad. Recuperado el 24 de 09 de 2021, de <https://www.gerencie.com/obligados-a-llevar-contabilidad.html>

Gómez, A. (2017). *Prácticas contables en las Pequeñas Empresas de Bello*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Medellín.

Guadalupe. (25 de Julio de 2019). Importancia de la contabilidad dentro de las Pymes. *CE Contribuciones a la Economía*, 24. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/3/contabilidad-pymes.html>

Hernandez Ramirez, L. J., Mesa Arias, D. F., & Marin Velez, J. (2018). *Herramienta Contable Para los Tenderos Caso Manejo de Gastos*. Pereira, Colombia: Universidad Libre Seccion al Pereira. Recuperado el 01 de 09 de 2020, de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16322/HERRRAMIENTA%20CONTABLE%20PARA%20LOS%20TENDEROS.pdf?sequence=1>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta Edición ed.). México: McGraw-Hill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigación-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández, S. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

Koonts, H. (2005). *En Manual de Administración Moderna*. México.

Levy, M., & Powel, P. (Marzo de 2000). Information systems strategy for small and medium sized enterprises: an organisational perspective. *The Journal of Strategic Information Systems* 9, 9(1), 63-84. doi:[https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(00\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(00)00028-7)

Medina, G. (2013). *Administración Básica para Microempresas*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0700377/0700377_A1.pdf

Morán Uriarte, S. A., & Tasiguano Simbaña, G. P. (2017). *Análisis de soluciones informáticas para Pymes comercializadoras, mediante el paradigma In Situ Vs Cloud*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 24 de 09 de 2021, de http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/350/1/Modelo_Computing_Pymes_Echeverri_2011.pdf

Peña, A. (julio - diciembre de 2005). El sistema de información contable en las peque-

ñas y medianas empresas. Un estudio evaluativo en el área metropolitana de Mérida, Venezuela. *Actualidad Contable Faces*, 8(11), 67 - 79. Recuperado el 02 de 09 de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701109>

Ramirez Cuervo, S. S. (2016). Análisis Sobre la Implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera Para Pequeñas y Medianas Empresas. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorje Tadeo Lozano. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3767/Analisis%20sobre%20la%20implementacion%20de%20las%20NIIF%20para%20Pymes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Reinoso, V. (s.f.). El proceso administrativo y su aplicación en las empresas.

República de Colombia. (1971). Decreto 410 de 1971 - *Código de Comercio Colombiano*. Bogotá, Colombia. Obtenido de Código de Comercio de Colombia: https://leyes.co/codigo_de_comercio/19.htm

República de Colombia. (2 de Agosto de 2004). Ley 905 de 2004. *Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana*, Artículo 2. Bogotá, D.C., Colombia: Senádo de la República. Recuperado el 02 de 09 de 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501#2>

Restrepo, J. A., & Vanegas, J. G. (julio - diciembre de 2009). Análisis del Perfil Financiero de las Pymes del Valle del Aburra y su Acceso al Crédito. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 1(3), 43-54. Recuperado el 06 de 09 de 2021, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215016887005>

Rodriguez, M. (02 de 07 de 2020). Análisis bibliométrico de los factores críticos de éxito para la gestión estratégica de las PyMES. *Nova Scientia*, 12(24), 68. doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v12i24.2267>.

Sánchez C, J. J., Osorio G, J., & Baena M, E. (Mayo de 2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES en Colombia. *Scientia Et Technica*, 13(34), 321 - 324. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84934054>

Trujillo, J. (2016). La Contabilidad Simplificada En El Proceso De Convergencia Con Estándares Internacionales De Información Financiera. *Revista Colombiana de Contabilidad*. Recuperado el 01 de 09 de 2021

CULTURA DE EMPRESARIATO ECOTURÍSTICO PARA JÓVENES DEL MUNICIPIO DE EL BANCO, MAGDALENA

Fuente: <https://www.elheraldo.co/magdalena>





Capítulo 15.

CULTURE OF ECOTOURISM ENTREPRENEURSHIP FOR YOUNG PEOPLE IN THE MUNICIPALITY OF EL BANCO, MAGDALENA



Dina Andrea Muñoz Noguera³⁴

Directora proyecto: Mg Sonia Ruth Obando Castro

ZCSUR-UDR-Cali

³⁴ Estudiante décimo semestre del Programa Administración de Empresas
Semillero de Investigación Escala

RESUMEN

El turismo es una de las fuentes económicas principales en el mundo, ya que permite que las personas con intereses en determinada región acudan para conocer dicho destino, aportando económicamente durante su estadía y motivando con su testimonio a sus conocidos a vivir su experiencia. De esta manera los extranjeros van conociendo destinos, adquiriendo culturas, explorando y mostrando lo vivido, a raíz de esto se han diseñado diferentes tipos de turismo, como el ambiental, industrial, de compras, creativo, entre otros y a su vez cuentan con subtipos.

Esta investigación se va a realizar como análisis para conocer el motivo por el cual el municipio de El Banco, no aprovecha sus recursos ambientales, se desea investigar los conocimientos que poseen los jóvenes sobre su región para que por medio del ecoturismo se aumente su economía, creando fuentes de empleo que permitan el desarrollo empresarial y la preservación de sus riquezas naturales y cultura a lo largo del tiempo, fomentando el emprendimiento para que los jóvenes tengan conocimientos para que por medio del ecoturismo vean una alternativa de generación de ingresos y desarrollo.

Palabras clave: emprendimiento, ecoturismo, cultura ambiental, desarrollo sostenible



ABSTRACT

Tourism is one of the main economic sources in the world, since it allows people with interests in a certain region to know that destination, contributing economically during their stay and motivating their acquaintances with their testimony to live their experience. In this way, foreigners are getting to know destinations, acquiring cultures, exploring, and showing what they have lived, as a result of this different types of tourism have been designed, such as environmental, industrial, commercial, creative, among others and in turn. they have subtypes.

This research will be carried out as an analysis to know the reason why the municipality of El Banco does not take advantage of its environmental resources, it is desired to investigate the knowledge that young people have about their region so that through ecotourism their economy can be increased., creating sources of employment that allow business development and the preservation of its natural resources and culture over time, promoting entrepreneurship so that young people have knowledge so that through ecotourism they see an alternative for income generation and development.

Keywords: Entrepreneurship, tourism, environmental culture, sustainable development.



Introducción

A medida que avanzamos en las diferentes áreas nos hallamos con problemáticas ambientales que requieren soluciones o mitigaciones para que el impacto no afecte el futuro del planeta, hemos avanzado en tecnología, educación y así mismo en el turismo, encontrándonos con diferentes tipos de turismo principalmente sostenible, los cuales buscan el beneficio y conservación de ecosistemas.

Se entiende como turismo sostenible “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad” (FNNP, 1993) siendo un fuerte modelo de desarrollo para las comunidades.

Por lo anterior, conocer los paisajes y los recursos con los que cuenta una región es vital para el aprovechamiento de los mismos, atrayendo a extranjeros para que conozcan cierto destino y su cultura, de esta manera por medio del turismo se aumenta la economía de la región. Esto se busca hacer en El Banco, Magdalena fomentando la cultura de emprendimiento para los jóvenes para que puedan crear empresas y generar empleo, mientras cuidan los paisajes y fuentes con las que se cuenta con ecoturismo, ofreciendo experiencias propias que atraigan y generen vivencias que motiven a volver y replicar este modelo en el país capacitándolos y diseñando guías que les permitan tener ese conocimiento necesario para divulgarlo, replicarlo y hacer de este municipio un destino ecoturístico llamativo y en especial el orgullo de sus habitantes porque aprovechan sus recursos, mientras los cuidan.

Desarrollo de la ponencia

La diversidad natural de Colombia permite que los recursos naturales sean atractivos para los extranjeros, motivando a que se visiten lugares sin condiciones a los altos costos, debido a que el ecoturismo es asociado a la conservación de la naturaleza. En la costa caribe colombiana se cuenta con grandes atractivos turísticos ubicados en El Cabo de la vela, Santa Marta, Valledupar, Barranquilla y Cartagena, contando con ingresos que permiten la conservación de los mismos. Se busca que El Banco también sea visto como atractivo turístico cultural, logrando emprendimiento y desarrollo local.

El Banco, Magdalena un municipio con diversas fuentes naturales para explorar y disfrutar, se conoce que hay empresas del sector primario, pero carece de empresas industriales grandes y es un punto estratégico en el que acuden muchas personas de sus alrededores para abastecerse, por lo que el comercio es fuerte. Sin embargo, no sucede lo mismo con el turismo a pesar de contar con diversidad en fuentes hídricas y paisajes que favorecen al territorio rivereño.

Marco referencial

El equilibrio dinámico de los ecosistemas actualmente está siendo afectado por la más espionosa crisis ambiental en la historia de la humanidad a consecuencia del deterioro global del medio natural (Trejo Castro & Marcano Navas, 2016) provocando múltiples problemáticas que necesitan ser mitigadas, generar desarrollo y sostenibilidad ambiental.

El ecoturismo es una actividad que combina la pasión por el viaje con la preocupación por el ambiente. Los expertos que han tratado el tema sugieren como objetivos del ecoturismo la sostenibilidad, la conservación y la participación de la comunidad local (Vanegas Montes, 2006) Un país que tenga una amplia riqueza en recursos naturales o con características específicas que atraigan a visitantes extranjeros, puede determinar qué tipo de impulso va a brindar a la producción turística, generando así el incremento y mejora de los destinos turísticos (Porto, 2004)

De acuerdo con Porto, cualquier país puede considerar que tipo de turismo acoge para lograr atraer a visitantes. El ecoturismo como un tipo de turismo sostenible es aplicado en países actualmente como estrategia para lograr mitigar el impacto ambiental y como modelo de negocio para el desarrollo interno. El impacto del ecoturismo no es solamente económico, sino socio-económico, puesto que involucra a las comunidades (Moncada Mendoza, 2020).

Según Acerenza en su libro *Conceptualización origen y evolución del turismo*, Argentina fue el primer país en Latinoamérica, y el tercero en el mundo, en crear un parque nacional. El primero fue Estados Unidos, al fundar Yellowstone National Park en 1872, y Canadá, en 1885, con el Parque Nacional Banff, en la provincia de Alberta (Acerenza, 2006) La mayoría de los parques nacionales y áreas protegidas más importantes de Latinoamérica que atraen turistas internacionales, con excepción de los parques

nacionales Nahuel Huapí e Iguazú en Argentina, que fueron creados en 1934, son posteriores a la recomendación de la Unión Panamericana de 1935. El Parque Nacional de Iguazú, en Brasil, cuyo principal atractivo, al igual que el de su homónimo de Argentina, son las Cataratas del Iguazú, fue creado en 1939

Acerenza también afirma que en Colombia el eje cafetero en 2004 contaba con 400 fincas que permitían el desarrollo de actividades de agroturismo, también menciona que destinos turísticos en este país con tendencias a ecoturismos son San Andrés, Cartagena y Santa Marta Destinos que, en su conjunto, reciben más de 80 % de todo el turismo del Caribe, sin considerar el turismo de cruceros. De hecho, el Caribe es el destino más importante en la región en la recepción del turismo masivo (Acerenza,2006)

Bibliografía

Acerenza, M. (2006). Conceptualización-origen-y-evolución-del-turismo. En M. Á. Acerenza. México DF: Editorial Trillas.

Crespo Jareño, J. A. (Septiembre de 2018). *Universidad de Castilla La Mancha*. Obtenido de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/22823/TESIS%20Crespo%20Jare%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

DANE Cálculos OEE - MINCIT. (2021 Q2). *Estadísticas Nacionales - Económicas - PIB turismo*. Bogotá: MINCIT - CITUR.

García, A. (Mayo de 2021). *Turismo rural en España*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/116605/1/TURISMO_RURAL_EN_ESPANA_Garcia_Berenguer_Aitana.pdf

Leal Londoño, M. d. (2017). Turismo ecológico y sostenible: Perfiles y tendencias. The Ostelea, 9.

Lopez de Melo, A. V. (2019). Reservas Particulares do Patrimonio (RPPN). Research Gate.

Mill, R. (2009). *Tourism: the International Business*.

Moncada Mendoza, M. M. (Septiembre de 2020). *Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/14326/1/14326.pdf>

OMT, O. M. (1993). *Turismo sostenible*.

OMT, Organización Mundial del Turismo. (2016). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2016. *Objetivos de desarrollo sostenible*, 2.

RAE, R. A. (2010). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/ecolog%C3%ADa>

Rebollo Soto, N. (2012). *Ecoturismo*. México: Red tercer Milenio S.C.

Ríos Naranjo, M. Y., & Rodríguez del Castillo, A. A. (Junio de 2018). Experiencias de ecoturismo en latinoamerica un cambio hacia la sostenibilidad. Bogotá, Colombia.

Trejo Castro, J. A., & Marcano Navas, N. (2016). *Ecoturismo y Geoturismo: alternativas estratégicas*. Scielo, 209.

Vanegas Montes, G. M. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Biblioteca digital de U de Antioquia*.

Wondirad, A. (2019). *Does ecotourism contribute to sustainable destination development?*. *Revista de investigación turística* 24 (11), 1047-1065.

ESTADO DEL ARTE SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN UTILIZADAS POR LOS VENTEROS INFORMALES DE LA COMUNA 10 DE MEDELLÍN

Fuente: <https://www.car.gov.co/saladeprensa/car>





Capítulo 16.

STATE OF THE ART ON THE MARKETING STRATEGIES USED BY THE INFORMAL SELLERS OF THE COMMUNE 10 OF MEDELLÍN



Guillermo Giraldo Vargas³⁵

Nelson Augusto Serna Porras³⁶

Henry Hincapié López³⁷

- 35 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia perteneciente al semillero de investigación SIDESGOP
ORCID: 0000-0003-2695-4745
Correo electrónico: guillermo.giraldo@unad.edu.co
- 36 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia Líder Semillero de Investigación SIDESGOP
ORCID: 0000-0002-4575-4645
Correo electrónico: nelson.serna@unad.edu.co
- 37 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia perteneciente al semillero de investigación SIDESGOP
ORCID: 0000-0002-5242-4345
Correo electrónico: henry.hincapie@unad.edu.co



RESUMEN

El empleo informal es un fenómeno que brinda sustento económico a una importante porción de la población de la capital del departamento de Antioquia. La comuna 10 de Medellín acoge una importante cantidad de venteros informales de la ciudad. Se realiza una revisión de fuentes de información secundaria sobre las estrategias de comercialización más utilizadas por comerciantes no formalizados del sector La Candelaria mediante el empleo de método de análisis documental inductivo-deductivo, histórico-lógico y dialéctico. No se evidencia una teoría bien estructurada sobre estas formas de comercialización, pero si se identifican vertientes o corrientes como la estructuralista, dualista, voluntarista y mixta que han tratado de establecer el origen de la economía informal, de la cual hacen parte los venteros informales. Durante el arqueo documental no se encuentran entidades dedicadas específicamente a mejorar la condición de esta población tan vulnerable, cosa que si se da en relación con las personas que tienen un empleo formal, quienes están cobijados por la regulación y la gestión de la Organización Internacional del trabajo (OIT, 2021).

Al desarrollar este estado del arte, se descubre que las estrategias que utilizan los venteros informales en la ciudad de Medellín se encuentran inmersos en lo que se conoce como mercadeo intuitivo, el cual se basa en el voz a voz y en sensibilidad del vendedor informal que le permite identificar la mejor manera de lograr sus resultados dependiendo de diferentes factores como: la fecha, la hora, el clima, la ubicación geográfica, el mensaje con que se promueve el producto o servicio, la forma de presentación del producto, el bajo costo debido (entre otras cosas) al no cobro de impuestos y muchos otros aspectos que resultan determinantes al momento de concretar las ventas.

La documentación de las diferentes estrategias de las ventas que se desarrollan en medio de la informalidad puede servir como punto de partida para la generación de modelos de comercialización no formal para dar paso a mejores condiciones laborales y de vida para esta comunidad, así mismo puede ayudar a conocer más profundamente el fenómeno de la economía informal que, tal como lo menciona la teoría estructuralista, es el refugio para las personas que no encuentran un lugar en la economía formal.

Palabras clave: estrategias de comercialización, economía informal, vendedores ambulantes, informalidad.



ABSTRACT

Informal employment is a phenomenon that provides economic support to a significant portion of the population of the capital of the department of Antioquia. Commune 10 of Medellín is home to a significant number of informal landlords from the city. A review of secondary information sources is carried out on the marketing strategies most used by non-formalized traders in the La Candelaria sector through the use of an inductive-deductive, historical-logical and dialectical documentary analysis method. There is no evidence of a well-structured theory on these forms of commercialization, but if aspects or currents are identified such as the structuralist, dualist, voluntarist and mixed that have tried to establish the origin of the informal economy, of which the informal landlords are part, Nor are there entities specifically dedicated to improving the condition of this highly vulnerable population.

When developing this state of the art, it is discovered that the strategies used by informal landlords in the city of Medellín are immersed in what is known as intuitive marketing, which is based on voice to voice and the sensitivity of the informal seller who allows you to identify the best way to achieve your results depending on the date, time, weather, location and many other aspects that are decisive when making sales.

The documentation of the different sales strategies that are developed in the midst of informality can serve as a starting point for the generation of non-formal commercialization models to give way to better working and living conditions for this community, it can also help to learn more about the phenomenon of the informal economy, which, as the structuralist theory mentions, is the refuge for people who do not find a place in the formal economy.

Keywords: Marketing strategies, informal economy, street vendors, informality.

Introducción

Conocer acerca de la llamada economía informal, y más aún de ese segmento de vendedores ambulantes, si se puede llamar así a las personas que se dedican a vender bienes y servicios en las aceras y espacios públicos del centro de la ciudad de Medellín, que en muchas oportunidades incomoda a los transeúntes debido a las dificultades que se generan al no obstaculizar la movilidad, o en otras oportunidades benefician al poder adquirir productos y servicios durante el trayecto al lugar de trabajo, o del trabajo a la casa sin necesidad de ingresar a un establecimiento de comercio, es algo que interesa a la comunidad en general como usuaria del espacio público, además este estado del arte, como parte fundamental del estudio prospectivo que pretende visualizar las estrategias de mercadeo que en un futuro utilizarán los venteros informales de la ciudad de Medellín, es fundamental para conocer lo que se ha escrito, dicho y abordado del tema.

Por lo tanto al interior de este escrito el lector va a encontrar información básica relacionada con el origen de la economía informal, las vertientes o teorías que han tratado de explicar este fenómeno, así como las causas que estimulan su crecimiento, las características de la población que se dedica a las ventas ambulantes, y más precisamente las estrategias de mercadeo que utilizan los vendedores de este sector, identificadas como resultado de una exhaustiva revisión de las investigaciones que se han realizado acerca de este tema en la ciudad de Medellín. Los resultados se logran siguiendo los lineamientos que brinda la heurística para la búsqueda de la información y la hermenéutica para su interpretación, explicación y traducción, aplicando el círculo hermenéutico que inicia con el pretexto, seguido del texto (donde se analizan los estudios e investigaciones recolectadas previamente en el pretexto) y, finalmente, con la obtención de un nuevo texto llamado horizonte de sentido. Además, para tener un mayor conocimiento del tema, se analizan las vertientes o teorías que han abordado los orígenes de la economía informal, como son la estructuralista, dualista, mixta, voluntarista e institucionalista que brindan una visión acerca de los orígenes de este tipo de economía.

Es importante señalar que, aparte de algunos estudios realizados en instituciones como la Universidad de Medellín, la Javeriana, la Escuela Nacional Sindical o el Observatorio de Políticas Públicas del Concejo de la Ciudad de Medellín, es difícil encontrar información precisa y abundante acerca de las estrategias utilizadas para comercializar productos y servicios por parte de los venteros ambulantes en el centro de la ciudad de Medellín, debido a la poca literatura existente que aborde este fenómeno;

además, la información encontrada solo aborda el tema desde las estrategias y políticas públicas que se han implementado por los gobiernos locales para afrontar esta problemática y recuperar el espacio público en favor del ciudadano, aspecto que representa un vacío en el conocimiento que se busca subsanar con esta investigación que conocer las estrategias de comercialización de los venteros informales de la comuna 10 de Medellín.

Desarrollo de la ponencia

En la presente investigación, se hace necesario conocer la forma cómo ha sido abordado el tema de los venteros informales de la ciudad de Medellín en la Comuna 10 – sector La Candelaria, los avances que se han logrado frente al conocimiento de las problemáticas del lugar, quién o quiénes se han referido al tema, así como aquello que falta por mencionar o estudiar al respecto. En este estado del arte se realiza un recorrido por los diferentes nombres que adquiere el fenómeno de la economía informal, las causas que la generan y su crecimiento, las características de la población informal, las vertientes o escuelas que abordan el tema, concluyendo con aspectos puntuales de la situación en Medellín y las estrategias de comercialización que utilizan los venteros ambulantes.

Este estado del arte se compone de seis capítulos a saber: los diferentes nombres que se ha dado a la economía informal través del tiempo, las causas y el crecimiento de la economía informal, las características de la población informal, las vertientes, teorías o escuelas de la informalidad laboral, la situación en Medellín que experimenta este sector y las estrategias de comercialización encontradas.

Discusión

Tal como como se puede apreciar en los resultados de la consulta bibliográfica, los vendedores informales del sector La Candelaria de Medellín utilizan diferentes formas de comercialización en su labor cotidiana, sin embargo, la información obtenida muestra una baja cantidad de estrategias de ventas documentadas en la literatura, en comparación con los miles de personas que integran esta población, los cuales aprovechan cualquier oportunidad disponible (estrategia) para lograr las ventas que significan su sustento diario. Lo anterior, sumado a baja cantidad de documentos en-

contrados durante la búsqueda en fuentes bibliográficas, sugiere que, al parecer, son muy pocos los estudios realizados sobre la materia en la comuna 10 de Medellín, la cual concentra una gran porción la población total de estos comerciantes. Surgen entonces varios interrogantes en torno esta situación:

¿Por qué se encuentra tan poca información disponible sobre las estrategias de comercialización que realiza una población conformada por tantos integrantes?

¿Por qué la información existente en la actualidad sobre la materia esta tan poco desarrollada?

¿Cómo afecta a los venteros informales de la comuna 10 de Medellín la falta de estudios relacionados con el tema de la informalidad?

¿Existe una política pública clara orientada a resolver el problema de la informalidad en la comuna?

¿Necesitan los vendedores informales de un manual de estrategias para mejorar los resultados en su actividad comercial?

Los autores del presente estudio consideran que es indispensable buscar las respuestas a estos interrogantes y a muchos otros que pueden representar el punto de partida para implementar soluciones de esta comunidad tan vulnerable, sumergida en medio de un sistema económico que aparentemente no los acepta de manera formal, pero que tampoco los puede rechazar debido a que, en muchos casos, sus actividades no se pueden catalogar como ilegales a la luz de la legislación colombiana.

Es así como la venta informal se ha convertido en una especie de contradicción, dado que, por un lado, cobija a una gran parte de la población de la ciudad que dinamiza diariamente la economía, individuos que, gracias a su labor diaria en medio de la informalidad han ayudado a enfrentar la crisis generada por la pandemia del Covid-19 y que, por otro lado, no han recibido un apoyo igual por parte del gobierno durante la crisis, debido a que no están formalizados.

Se plantea entonces la necesidad de pensar en la forma de crear herramientas que ayuden a los venteros informales a ser más exitosos en sus labores comerciales para que de esta manera puedan pasar de una situación de “supervivencia” a otra de “autoempleo digno” que les brinde una mejor calidad de vida y les permita desarrollarse como comerciantes exitosos para los cuales la formalización podría representar el siguiente paso en

su labor profesional. La recopilación, consolidación y estructuración de un manual de estrategias de ventas puede representar una solución para esta problemática.

Conclusiones

A pesar de que son muchos los esfuerzos que se realizan a nivel mundial para contrarrestar la actividad comercial informal, los resultados han sido infructuosos y la población de venteros informales continúa creciendo a lo largo del globo gracias a la falta de garantías que presenta el sistema económico neoliberal que impera en la actualidad, en el cual no se han logrado resolver problemas importantes relacionados con bajos niveles de educación, pobreza y discriminación, por mencionar solo algunos aspectos que, de manera directa o indirecta, hacen que el sistema laboral rechace a una buena parte de la población, la cual termina siendo “estrujada” hacia la comercialización informal como medio último de supervivencia. Sumado a lo anterior, se considera importante mencionar que la demanda laboral generada por los estados resulta insuficiente para ocupar a una cantidad de profesionales que ingresan al mercado laboral y al no encontrar oportunidades acordes a sus estudios profesionales, también se ven obligados a adoptar esta forma de trabajo como medios de subsistencia. La comuna 10 de Medellín no es ajena a esta problemática.

Durante la consulta documental se han encontrado diferentes teorías relacionadas con el tema del empleo y se han identificado algunas vertientes que abordan el fenómeno de la informalidad, sin embargo, esta problemática social no ha sido tratada con la debida responsabilidad para permitir que se constituya como una forma de dignificar la que realizan las personas que se desempeñan dentro de la actividad económica no regulada, tal como la hace la Organización Internacional del Trabajo, entidad que dentro de su políticas descarta el trabajo informal explicando que su objetivo último es brindar garantías para el empleo formal. Esta situación que excluye a los trabajadores informales, de alguna manera los deja “huérfanos” en su lucha por alcanzar mejores condiciones de vida.

Bibliografía

Adarme, V., & Tuesta, D. (2017). *El laberinto de la economía informal: Estrategias de medición e impactos*. https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1uY0RB07v09x2NSr-MsJgS_xjtxZ40aXJw

- Álvarez, A. P. (2005). *Maniobras de la sobrevivencia en la ciudad: Territorios de trabajo informal infantil y juvenil en los espacios públicos del centro de Medellín* (Vol. 14). Ediciones Escuela Nacional Sindical.
- Álvarez Ramírez, S. R. (2017). *Fortalecimiento de la formalidad laboral en la población joven de 18 a 28 años de la ciudad de San José de Cúcuta*. <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/527>
- Baquero, J. P., Londoño, D. I., Ortega, J., Salazar, M., Ospina, V., Rodríguez, P., García, A., & Guataqui, J. C. (2018). *Perfil actual de la informalidad laboral en Colombia: Estructura y retos*. <https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Documentos/Reporte-LaboUR-Informalidad-Mayo-2018-PERFIL-ACTUA.pdf>
- Bernal, A., & Hernández, M. (2016). *Derecho colectivo al espacio público vs uso del espacio público por vendedores ambulantes*.
- Carretero Ares, J. L., Cueva Oliver, B., Vidal Martínez, A., Rigo Martínez, M. V., Lobato Cañón, J. R., Carretero Ares, J. L., Cueva Oliver, B., Vidal Martínez, A., Rigo Martínez, M. V., & Lobato Cañón, J. R. (2017). Economía informal: Un problema de salud laboral. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 20(1), 30-32. <https://doi.org/10.12961/aprl.2017.20.01.5>
- Concejo de Medellín, C. de M. (2018). *Observatorio de Políticas Públicas del Concejo de Medellín*. <http://oppcm.concejodemedellin.gov.co/sites/oppcm/files/2019-08/informalidad-laboral-2018.pdf>
- Escobar, E. S. C., Ospina, D. E. R., & Gómez, H. M. S. (2018). Ventas informales en el espacio público en Villavicencio (Colombia). *Semestre Económico*, 21(46), 141-166. <https://doi.org/10.22395/seec.v21n46a6>
- Feige, E. L. (1990). Defining and estimating underground and informal economies: The new institutional economics approach. *World Development*, 18(7), 989-1002. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(90\)90081-8](https://doi.org/10.1016/0305-750X(90)90081-8)
- Garzón-Duque, M. O., Cardona-Arango, M. D., Rodríguez-Ospina, F. L., & Segura-Cardona, Á. M. (2016). Sociodemographic, economic, occupational and health perception characteristics which explain the dysfunctional family of informal «sellers» who work of the center of Medellín. *Universidad y Salud*, 18(3), 447-461. <https://doi.org/10.22267/rus.161803.50>

- González González, J. V., & Ortiz Camargo, M. (2019). *Construcción de paz entre colombianos y venezolanos en escenarios de ventas informales en el espacio público de Bucaramanga, Colombia, 2019* [PhD Thesis]. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Hart, K. (1973). Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana. *The Journal of Modern African Studies*, 11(1), 61-89. <https://doi.org/10.1017/S0022278X00008089>
- Herrera Lemus, K., Narváez Zurita, I., & Erazo, J. C. (2019). ¿Desarrollan competencias los programas orientados a la economía informal? (*Do the Programs Oriented to the Informal Economy Develop Competences?*) by Katy C. Herrera Lemus, Ivonne Narváez Zurita, Juan Carlos Erazo: SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3325461
- Jiménez Restrepo, D. M. (2012). La informalidad laboral en América Latina: Explicación estructuralista o institucionalista. *Cuadernos de Economía*, 31(58), 113-143.
- Naranjo, L. G. G., & Álvarez, A. F. B. (2015). *Apuntes sobre la economía informal caso Medellín*.
- Nassif, E. N. (2020). *Empleabilidad y aprendizaje permanente en la economía formal e informal: Un análisis del trabajo del futuro en el hipercapitalismo*.
- OIT. (2021). *Normas del trabajo*. Recuperado de: <https://www.ilo.org/global/standards/lang-es/index.htm>
- ONU-FAO, O.-F. (2010). *El sector informal alimentario en la ciudad de Medellín*. https://coin.fao.org/coin-static/cms/media/5/12833591542050/sector_inf_mdllin.pdf
- Saldarriaga Díaz, J. M., Vélez-Zapata, C., & Betancur Ramírez, G. (2016). STREET SELLERS MARKETING STRATEGIES. *Semestre Económico*, 19(39), 155-171. <https://doi.org/10.22395/seec.v19n39a7>
- Vásquez Merchán, D. T. (2018). *Estrategias familiares como mecanismo de protección social de los vendedores informales. Estudio de caso en Ibagué*. <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/35505>
- Velásquez Gómez, C. (2018). Participación de venteros informales de Medellín: Una herramienta de ordenación del espacio público*. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 11(21). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cvu11-21.pvim>
- Villamil, R. (2014). La economía informal, causas, consecuencias y ejes de solución. 23 Congreso de Gestión

ACCIONES DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: IMPLEMENTACIONES, ACIERTOS Y DESACIERTOS

Fuente: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/rol-de-las-universidades-agenda2030/>



SUSTAINABLE DEVELOPMENT ACTIONS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: IMPLEMENTATION, SUCCESSSES AND FAILURES



Yeimy Viviana Marín Chaves³⁸

Paula Andrea Mejía Henao³⁹

Valeria José Pérez Dangond⁴⁰

Sandra Milena Hernández Becerra⁴¹

Silvana Mora Cuevas⁴²

Gabriel Esteban Taborda Casillas⁴³

Yamile Camacho Benítez⁴⁴

- 38 Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia en procesos de Calidad e Innovación, EAN, Especialista en Gestión Ambiental y Magíster en Sistemas Integrados de Gestión. Directora del Programa de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Investigadora del Grupo de Investigación Gestión Organizacional y Desarrollo Humano (GODH). Coordinadora del “Semillero de Investigación en Desarrollo Sostenible” (SIDES), Universidad de San Buenaventura (Seccional Bogotá). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1142-3370>. Correo electrónico: cea.dpradmonempresas@usbbog.edu.co
- 39 Administradora de Empresas y Magíster en Mercadeo. Docente tiempo completo, Programa de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional 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@usbbog.edu.co
- 40 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Integrante del Semillero de Investigación en Desarrollo Sostenible (SIDES). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7349-9661>. Correo electrónico: vjperezd@academia.usbbog.edu.co
- 41 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Integrante del Semillero de Investigación en Desarrollo Sostenible (SIDES). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4061-6884>. Correo electrónico: smhernandezb@academia.usbbog.edu.co
- 42 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Integrante del Semillero de Investigación en Desarrollo Sostenible (SIDES). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6941-5130>. Correo electrónico: smorac@academia.usbbog.edu.co
- 43 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Integrante del Semillero Gestión y Control de las Empresas (GYCE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6339-8672>. Correo electrónico: getabordac@academia.usbbog.edu.co
- 44 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad de San Buenaventura, seccional Bogotá. Integrante del Semillero Gestión y Control de las Empresas (GYCE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2296-1879>. Correo electrónico: yacamachob@academia.usbbog.edu.co



RESUMEN

El Desarrollo Sostenible (DS) es un concepto que ha evolucionado a través del tiempo, definida como la satisfacción de las necesidades en la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1987) (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1987). Los desafíos socioambientales hacen que las Instituciones de Educación Superior (IES) tengan un papel fundamental en la enseñanza y aplicación de la sostenibilidad, a partir de mecanismos y prácticas que generen una reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente, que permitan mitigar las brechas sociales y aporten al crecimiento económico; es por ello que, la presente investigación desarrollada por los Semilleros de investigación SIDES y GYCE, determina las acciones implementadas en el marco del DS dentro de las universidades, con el propósito de conocer los aciertos y desaciertos de estas. Se utilizó el método teórico descriptiva de tipo documental, mediante la búsqueda y recopilación de información sobre diferentes instituciones en distintos países, por medio de bases de datos reconocidas y confiables. Dentro de los resultados se identifican aspectos positivos y negativos frente a la sostenibilidad, donde se evidencia un interés común en aplicar prácticas y herramientas sostenibles en sus actividades académicas; por otro lado, existe una falta de enfoques educativos dentro de los planes de estudio que dificultan el desarrollo de sostenibilidad en las distintas disciplinas que ofrecen las IES. Como conclusión, el sistema universitario debe plantear estrategias y mecanismos para que todas las partes interesadas se involucren de manera adecuada en el proceso de implementación del DS, brindando a la comunidad universitaria la capacidad de tomar decisiones acertadas desde el ámbito profesional y personal, en cuanto a la construcción de un desarrollo social, económico y ambiental para el planeta.

Palabras clave: desarrollo sostenible; educación para el desarrollo sostenible; educación ambiental; educación y desarrollo; sensibilización ambiental.



ABSTRACT

Sustainable Development (SD) is a concept that has evolved over time, defined as meeting the needs of the present generation without compromising the ability of future generations (World Commission on Environment and Development, 1987). The socio-environmental challenges make Higher Education Institutions (HEI) have a fundamental role in the teaching and application of sustainability, based on mechanisms and practices that generate a reduction of negative impacts on the environment, that allow mitigating social gaps and contribute to economic growth; that is why, the present research developed by the SIDES and GYCE research groups, determines the actions implemented in the framework of SD within universities, with the purpose of knowing the successes and failures of these. A documentary type descriptive theoretical method was used, through the search and compilation of information on different institutions in different countries, by means of recognized and reliable databases. Within the results, positive and negative aspects regarding sustainability are identified, where a common interest in applying sustainable practices and tools in their academic activities is evidenced; on the other hand, there is a lack of educational approaches within the curricula that hinder the development of sustainability in the different disciplines offered by HEIs. In conclusion, the university system must propose strategies and mechanisms so that all stakeholders are adequately involved in the SD implementation process, providing the university community with the ability to make the right decisions from the professional and personal level, regarding the construction of social, economic, and environmental development for the planet.

Keywords: Sustainable development; Education for sustainable development; Environmental education; Education and development; Environmental awareness.

Introducción

A través del tiempo se comprende que el DS es un concepto básico que ha evolucionado de manera progresiva a lo largo de la historia, como un método no solo para entender el mundo, sino también, para resolver problemas intentando entender el comportamiento de las dimensiones que la componen: la economía, la sociedad y el ambiente (Sachs, 2014).

La presente investigación tiene como objetivo determinar las acciones del DS en las IES a partir de la búsqueda y recopilación de información sobre diferentes universidades en el mundo, en cuanto a la implementación y desarrollo de prácticas, procesos y mecanismos que llevan a cabo dentro y fuera de la institución, esto con el fin de identificar los aciertos y desaciertos detectados en cada una de ellas, permitiendo analizar y conocer el impacto del DS en las universidades, y plantear acciones de mejora encaminadas al desarrollo económico sostenible, la reconstrucción del tejido social y a la formación de profesionales íntegros.

Desarrollo de la ponencia

Fundamentos conceptuales y teóricos

El presente estudio realiza una recopilación de antecedentes, en los que se dan a conocer distintas posturas teóricas del DS desde el desarrollo humano y económico, con las siguientes teorías.

A través del tiempo, se han evidenciado diversas posturas frente al concepto de desarrollo sostenible. En primer lugar, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, lo define como el que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1987). Por otro lado, en 1991 para la Cumbre de la tierra, en el documento “Cuidar la Tierra” se determina el concepto, desde una perspectiva para “mejorar la calidad de vida humana sin afectar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan”. (UICN, PNUMA, & WWF, 1991).

Así mismo, es importante destacar la educación de desarrollo sostenible como concepto, ya que este proporciona a las partes interesadas las competencias, los valores, las actitudes y los conocimientos, necesarios para tomar decisiones logrando accio-

nes responsables en favor de la integridad del medio ambiente, la viabilidad de la economía y una sociedad justa. (UNESCO, 2020)

Discusión

Es importante destacar que, para la construcción del artículo se recurrió a la búsqueda de investigaciones de alto contenido académico, categorizados en generación de nuevo conocimiento, logrando así, una recopilación de información con amplio rigor científico. En el trasegar de la investigación surgió la posibilidad de ampliar el rango de exploración y profundizar en las prácticas de IES en Latinoamérica, ya que se pudo establecer claramente que, Asia y Europa son los pioneros en la aplicación de DS en Universidades y es por ello que, desde allí se tomaron la mayoría de los autores.

Dentro de los resultados más relevantes se determinó la diversidad de formas y conceptos relacionados con el DS frente a la aplicación en las IES, han sido diversas las experiencias y, por consiguiente, los efectos. Dentro de los principales resultados cabe destacar la poca comunicación dentro de las IES frente al tema objeto de la presente investigación, la falta de espacios de reflexión debido al vago conocimiento por parte de los profesores frente al tema, los enfoques se realizan hacia los temas ambientales, dejando de lado las otras dimensiones del DS (social y económico).

Por tanto, se hace necesario capacitar a profesores y administrativos frente a la temática, e incluir tópicos transversales en los planes de estudio, independientemente de la disciplina o formación del estudiantes, ya que ellos están asociando la sostenibilidad como un enfoque ambiental y aplicable a algunas disciplinas, y aquellas universidades que han optado por incluir la temática en sus planes de estudio han perdido la cohesión alrededor del tema; es por ello que es importante que se genere un engranaje y que todos los actores comprendan su rol y participación dentro del objetivo común llamado DS.

Por otro parte, es importante mencionar que las universidades que han implementado prácticas de DS, realizan actividades aisladas lo que evidencia la necesidad de generar un sistema, donde se planee, ejecute, verifique y mejoren dichas prácticas con un fin claro y conocido por todos.

El presente proyecto de investigación persigue que las IES que quieran implementar temas de DS, conozcan las lecciones aprendidas de otras universidades y aquellos aspectos que fueron positivos, con el fin de que avancen de manera certera en di-

cha aplicación, también permite abstraer ideas creativas que pueden ser aplicables al entorno universitario. Tener compilada la postura de varios autores y la implementación de las universidades permite al lector tener un panorama claro que apoye su planeación para la puesta en marcha del DS. Para cerrar se deja una reflexión con la siguiente pregunta: ¿Por qué las IES en Colombia aún están pasivas frente a la implementación sistemática del DS, en la que se involucren todas las funciones sustantivas de manera interrelacionada? Es posible que, dicha pasividad obedezca al reflejo de un estado poco preocupado por el cambio climático, por las necesidades del ambiente y por el agotamiento de los recursos; si bien algunas IES colombianas manifiestan la importancia que les merece el DS, se quedan cortas frente a la implementación de acciones concretas. Asimismo, se hace necesario fortalecer los procesos de investigación en este tema. Por otra parte, dichas actividades que se realizan no cuentan con una intencionalidad y objetivos claros convergentes, se limitan a efectuar actividades aisladas en el marco de su proyección social. En la medida en que el modelo de las cuatro hélices que, corresponde a la interacción entre academia, industria, gobierno y sociedad, funcionen engranadamente buscando alcanzar los objetivos de la agenda 2030, se verá realmente un avance significativo.

Conclusiones

Para concluir, se evidencia que las IES, en cuanto al concepto de sostenibilidad, tienen diferentes perspectivas y prácticas que se implementan dentro del campus, teniendo como propósito mejorar la calidad de vida, en lo social, económico y ambiental, contribuyendo a la aplicación de los ODS planteados por las Naciones Unidas; por ello, se toman en cuenta algunas universidades ubicadas en distintos países, recopilando una serie de antecedentes y hechos, que proporcionan información relevante para poder identificar los mecanismos, herramientas y prácticas de DS que se llevan a cabo según la implementación y los procesos que estas conllevan.

Por lo anterior, se demuestra que las universidades tienen en común, el interés y la iniciativa de implementar conceptos y prácticas de sostenibilidad, que permita a los estudiantes desde la enseñanza, investigación y actividades, formarse para el buen funcionamiento de su entorno, disminuyendo a partir de su profesión, el impacto negativo sobre el medio ambiente.

Por ende, se identifican y conocen los diferentes retos de implementar el DS en base a sus beneficios, amenazas y debilidades, demostrando que las IES tienen barreras al no contar con un sistema establecido para las prácticas de DS, como por ejemplo, la

carencia de programas, proyectos y planes que aporten hacia un camino académico con enfoque a la sostenibilidad, y que a su vez no existe preocupación por desarrollarlos en los planes de estudio, tal vez porque no es clara su real importancia; sin embargo, la universidades tienen la intención de colaborar y generar un cambio en la sociedad.

Por otro lado, muchas de las IES destacan diversas fortalezas y deficiencias en la práctica de sostenibilidad, en donde los profesores como principal fuente de enseñanza carecen de conocimiento, documentación y métodos que permitan impartir el concepto de sostenibilidad; por el contrario, se encuentran otras universidades en donde los docentes reciben el apoyo necesario en sus cátedras y cursos académicos, fomentando la construcción de un mundo sostenible partiendo de la concientización y enseñanza a los estudiantes en temas de sostenibilidad.

Así mismo, en la actualidad a través de un sistema universitaria adecuado, es posible plantear estrategias y mecanismos encaminados hacia el DS, que demuestren el compromiso frente al mismo. Por tanto, se requiere que hoy en día la comunidad universitaria se forme en temas relacionados con la sostenibilidad, los cuales permitan actuar apropiadamente frente a los desafíos de las decisiones ambientales y sociales.

Bibliografía

- Anderberg, E., Nordén, B., & Hansson, B. (2009). Global learning for sustainable development in higher education: recent trends and a critique. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 368-378.
- B. Ramos, T., Caeiro, S., Hoof, B. v., Lozano, R., Huisingh, D., & Ceulemans, K. (2015). Experiences from the implementation of sustainable development in higher education institutions: Environmental Management for Sustainable Universities. *Journal of Cleaner Production*, 3-10.
- Bormann, I., & Nikel, J. (2017). How education for sustainable development is implemented in Germany: Looking through the lens of educational governance theory. *International Review of Education*, 1-22.
- CEPAL, & ONU. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.

- Chaleta, E., Saraiva, M., Sebastião, L., Cid, M., Diniz, A. M., Leal, F.,... Rato, L. (2021). University Teachers' Conceptions of the University and the Place of Sustainability. *Sustainability*, 1-8.
- Comisión de Comunidades Europeas. (1992). *Comisión de las comunidades Europeas*. Cataluña: Comisión Europea en España. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/index_es
- Elmassah, S., Bitalgy, M., & Gamal, D. (2020). Engendering sustainable development competencies in higher education: The case of Egypt. *Journal of Cleaner Production*, 4-14.
- Farinha, C. S., Azeiteiro, U., & Caeiro, S. S. (2018). Education for sustainable development in Portuguese universities: The key actors' opinions. *Esmerald Insight*, 912-941.
- Filho, W. L., Manolas, E., & Pace, P. (05 de 01 de 2015). The future we want: Key issues on sustainable development in higher education after Rio and the UN decade of education for sustainable development". *Esmerald insight*, 112-129.
- Futuro, D. d. (2005). *Declaración de Talloires*. Talloires, Francia: Association of- University leaders for a sustainable future.
- Iyengar, R., & Bajaj, M. (2011). After the Smoke Clears: Toward Education for Sustainable Development in Bhopal, India. *Comparative Education Review*, 424 - 456.
- Kitamura, Y., & Hoshii, N. (13 de Abril de 2010). Education for sustainable development at Universities in Japan. *Esmerald insight*, 2-22. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14676371011031874/full/html>
- Lambrechts, W. (2015). The contribution of sustainability assessment to policy development in higher education. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 801-816.
- Lampkin, & Sally, R. (2015). The challenges of introducing sustainable development in the curriculum at a UK university. *Sage Journals*, 28-36.
- Lovren, V. O., Maruna, M., & Stanarevic, S. (2020). Reflections on the learning objectives for sustainable development in the higher education curricula – three cases from the University of Belgrade. *EEmerald insight*, 171-187.
- Lozano, R., Barreiro-Gen, M., Lozano, F. J., & Sammalisto, K. (2019). Teaching Sustainability in European Higher Education Institutions: Assessing the Connections between Competences and Pedagogical Approaches. *Sustainability*, 1-17.

- Lozano, R., Merrill, M., Sammalisto, K., Ceulemans, K., & Lozano, F. J. (2017). Connecting Competences and Pedagogical Approaches for Sustainable Development in Higher Education: A Literature Review and Framework Proposal. *Sustainability*, 1-11.
- Manolis, E. N., & Manoli, E. N. (2020). Raising awareness of the Sustainable Development Goals through Ecological Projects in Higher Education. *Journal of Cleaner Production*, 349-360.
- Martinho, A. P., Amador, F., Bacelar-Nicolau, P., Caeiro, S., & Padrel Oliveira, C. (2015). Education for sustainable development in higher education: Assessment & Evaluation in Higher Education, 1-15.
- Niu, D., Jiang, D., & Li, F. (2010). Higher education for sustainable development in China. *Emerald insight*, 153-162.
- Nousheen, A., Zai, S. A., Waseem, M., & Khan, S. A. (2020). Education for sustainable development (ESD): Effects of sustainability education on pre-service teachers' attitude towards sustainable development (SD). *Journal of Cleaner Production*, 1-10.
- Nuttman, S., Patrick, R., & Townsend, M. (2020). Education for sustainable development in Australia. *Oxford Academy*, 1601-1611.
- Rouhiainen, H., & Vuorisalo, T. (2019). Higher education teachers' conceptions of sustainable development: implications for interdisciplinary pluralistic teaching. Taylor & Francis Research, 1713-1730.
- Sachs, J. D. (2014). *La era del desarrollo sostenible*. Nueva York: Deusto.
- Sammalisto, K., Sundström, A., Haartman, R. v., Holm, T., & Yao, Z. (2016). Learning about Sustainability—What Influences Students' Self-Perceived Sustainability Actions after Undergraduate Education? *Sustainability*, 1-16.
- Vagnoni, E., & Cavicchi, C. (2 de Marzo de 2015). An exploratory study of sustainable development at Italian universities. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 217- 236. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSHE-03-2013-0028/full/html>
- Yeshchenko, M., Tetiana, F., Dolgalova, O., Hanna, M., & Udovychenko, I. (2020). legal provision of the state administration of the ecological component of sustainable socio-economic development. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 1- 8.

DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA DESDE EL SERVICIO PARA LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN EL COLEGIO PABLO NERUDA IED, BOGOTÁ D.C., 2020





Capítulo 18.

DESIGN OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT MODEL AS A COMPETITIVE ADVANTAGE FROM THE SERVICE FOR ADMINISTRATIVE PROCESSES ATAT THE PABLO NERUDA IED SCHOOL, BOGOTÁ D.C., 2020



Desiderio Mena Garzón⁴⁵

Luz Elena Montoya Rendón⁴⁶

⁴⁵ Administrador de empresas, estudiante maestría Administración de Operaciones UNAD, semillerista de Bing Bang rompiendo paradigmas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0977-6908>. Correo electrónico: dmenag@unadvirtual.edu.co

⁴⁶ Líder semillero Bing Bang rompiendo paradigmas. Tutora UNAD. Correo electrónico: luz.montoya@unad.edu.co



Resumen

El objeto de estudio del trabajo de grado fue el proceso gestión del conocimiento. La población objetivo fueron las entidades de administración educativa pública de Bogotá D.C. para comprender sus modelos y experiencias de transferencia de conocimiento tácito a explícito mediante el método Socialización – Externalización - Combinación e Interiorización - SECI, propuesto por Nonaka y Takeuchi (1999) apoyado de la sistematización y automatización con TIC, como referente para diseñar el modelo aplicado al Colegio Pablo Neruda Institución Educativa Distrital – IED, en específico, de sus microprocesos matrícula, expedición de constancias de estudio y retiro de estudiantes.

La investigación mixta concurrente, tipo descriptivo se desarrolló mediante fases y se obtuvo información y datos sobre características generales de los modelos identificados en metadatos mediante análisis bibliométrico y trabajo de campo aplicado a funcionarios administrativos de instituciones educativas de Bogotá D.C. responsables de los microprocesos en mención. Así mismo, agregó valor, el examen a las características del proceso gestión del conocimiento y sus microprocesos que aplica el Colegio Pablo Neruda IED.

Es de anotar, que el modelo impactará la eficiencia de los microprocesos matrícula, expedición de constancias de estudio y retiro de estudiantes y la herramienta para su evaluación consiste en una matriz que se diseñó teniendo en cuenta la teoría del modelo de madurez del conocimiento.

Palabras clave: modelo, gestión, conocimiento, organizaciones, procesos administrativos, información.



ABSTRACT

The object of study of the degree work was the knowledge management process. The target population was the public educational administration entities of Bogotá D.C. to understand their models and experiences of transfer of tacit to explicit knowledge through the method Socialization - Externalization - Combination and Internalization - SECI, proposed by Nonaka and Takeuchi (1999) supported by the systematization and automation with ICTs, as a reference to design the applied model to the Pablo Neruda Institución Educativa Distrital – IED School, specifically, its enrollment microprocesses, issuance of study certificates and student withdrawal.

The mixed concurrent research, descriptive type, was developed through phases and information and data on general characteristics of the models identified in metadata were obtained through bibliometric analysis and field work applied to administrative officials of educational institutions in Bogotá D.C. responsible for the microprocesses in question. Likewise, the examination of the characteristics of the knowledge management process and its microprocesses applied by the Pablo Neruda IED School added value.

It should be noted that the model will impact the efficiency of the enrollment microprocesses, issuance of study certificates and student withdrawal and the tool for its evaluation consists of a matrix that was designed considering the theory of the knowledge maturity model.

Keywords: Model, management, knowledge, organizations, processes, administrative Information.

Introducción

La forma como los trabajadores aportan conocimiento, teorías y conceptos que a sus organizaciones es el contexto desde donde se derivan los argumentos que direccionan el presente proyecto aplicado porque los trabajadores los proveen a las organizaciones donde trabajan, pero deben ser evidenciado en su planeación y materializado mediante estándares derivados de la normalización y análisis de los procesos administrativa como condición para que la dinámica organizacional sea consistente y mantenga en situación de mejoramiento continuo en orden a los planteamientos de Drucker (1989).

Desde el anterior argumento, la gestión del conocimiento es un tema que se abordó a través de este proyecto aplicado porque en las instituciones educativas distritales de Bogotá esa condición no se cumple; pues a pesar de que la Secretaría de Educación Distrital tiene un amplio sistema para la gestión del conocimiento que orienta a este tipo de organizaciones, dejó en el vacío a los procesos administrativos de prestación de servicios lo que se constituye en un problema significativo que afecta a la Secretaría Académica de las Instituciones Educativas y que se incrementa el riesgo de pérdida de conocimiento por su no transferencia a funcionarios que ejecutan esos procesos y que son movilizados entre sedes, entre otros, continuamente.

Desarrollo de la ponencia

Existe avance significativo en investigación que asocian la gestión del conocimiento con aspectos neurales de las instituciones educativas, tales como la estrategia organizacional, la gestión de la institución educativa, el beneficio que conlleva la gestión del conocimiento como medio que garantiza el desempeño docente. Estas temáticas, evidencian que existen contenidos confiables para apropiar llevar a cabo la investigación aplicada para solucionar la afectación del proceso gestión del conocimiento y en consecuencia los microprocesos en estudio en el Colegio Pablo Neruda IDE de Bogotá D.C.

Uno de los avances lo presentan Barbón, Washington y Pérez (2018) quienes reflexionaron sobre la armonización de prácticas de la gestión educativa estratégica integrada a la gestión del conocimiento “(..) la gestión educativa estratégica en la integración de la gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la educación (..)”. También la

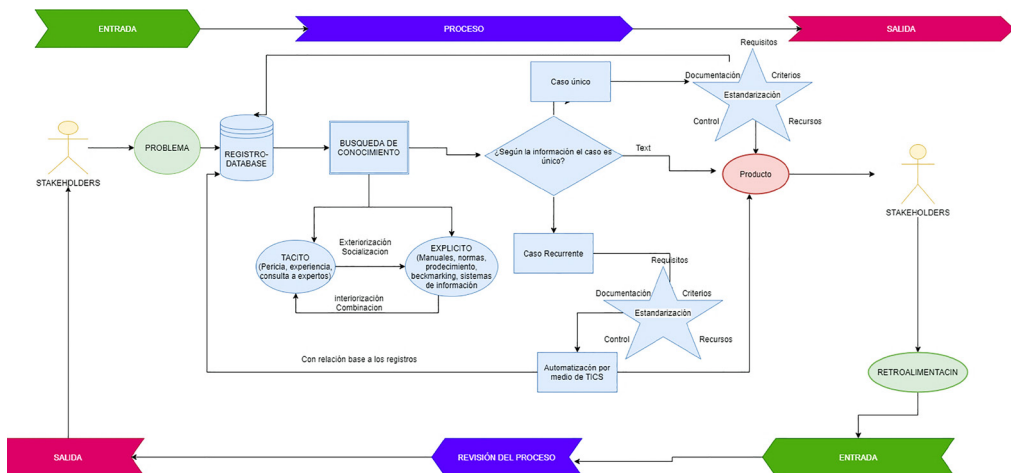
importancia que reporta para las instituciones educativas gestionar el conocimiento como una oportunidad para mejorar el desempeño de la labor docente, que en términos de Chávez y Henríquez (2019) indican que “la gestión del conocimiento logra mejorar la calidad del capital humano en instituciones educativas, estas pueden aplicarse para favorecer la labor docente y así lograr sus objetivos” por consiguiente este alcance de investigación toca la relación entre la gestión del conocimiento y el desempeño laboral de los docentes de las instituciones educativa fiscales.

Discusión o propuesta

La indagación documental mediante una base de datos académico como es SCOPUS, con parámetros de años desde 2017 a 2020 y organizaciones similares a los colegios identifica la pertinencia de temporalidad y espacio. Además, las tendencias teóricas focalizan los conceptos estando acorde con la realidad estudiada, que en este caso fue el modelo de la espiral de Nonaka y Takeuchi (1999). Es así como desde la academia se una solución dando contexto, aprendiendo de otras experiencias e investigaciones. Basado en la teoría se pudo caracterizar a los administrativos de los colegios y determinar las fortalezas y debilidades, encontrando un gran vacío en pasar de tácito a explícito. Esta investigación se centró en la normalización y estandarización de los procesos de matrículas, retiro de estudiantes y expedición de constancias en el colegio Pablo Neruda, debido que se notó que no hay un procedimiento establecido en el sistema integrado de gestión de la entidad, dando paso su examen, mediante flujogramas y lista de chequeo para poder evaluarlos, pasando de explícito a explícito según la normatividad y de tácito a explícito según las experiencias de los funcionarios administrativos. De las bases teóricas y la praxis de los procesos estudiados se da como resultado la representación gráfica del proceso que se debe llevar para una correcta gestión del conocimiento en el colegio Pablo Neruda IED. Figura 4.

La población objetivo fueron las entidades de administración educativa pública de Bogotá D.C.

Figura 4. Modelo de Gestión del conocimiento en el colegio Pablo Neruda IED.



Este modelo como insumo de entrada son los requerimientos o problema, se hace o busca en la base de datos, si es recurrente se da solución estándar y se almacena, si no recurrente se da solución, se estandariza y se almacena. En todo sentido se hace un *feedback* o retroalimentación para la mejora continua.

Conclusión

Los resultados en este estudio aplicado se obtuvieron a partir de la revisión de teorías y sus modelos sobre gestión del conocimiento aplicados por instituciones educativas del sector público. Se caracterizaron criterios que permitieron la definición de un modelo de gestión del conocimiento pertinente al Colegio Pablo Neruda, IED de Bogotá D.C aplicado para sus microprocesos administrativos de matrícula, expedición de constancias y retiro de estudiantes. Como componente importante del modelo se encuentra la herramienta de evaluación, denominada Matriz de evaluación de procesos o Modelo de madurez de Gestión del Conocimiento

El anterior logro, se alinea al planteamiento de Acevedo et. al (2019) quienes manifiestan que la problemática de las organizaciones es que “el conocimiento se usa solo como una respuesta a necesidades específicas, por consiguiente, se resuelven inconvenientes según surjan en el día a día y no se brinda información del conocimiento que debe ser transferido o reutilizado, lo que requiere grandes esfuerzos en realización de

búsquedas”. Con esta investigación aplicada al colegio Pablo Neruda IED, se obtuvo como herramienta de desarrollo tecnológico, un modelo de gestión del conocimiento para la operacionalización de los microprocesos administrativos de matrícula, expedición de constancias de estudio y retiro de estudiantes. El modelo reúne los aspectos teóricos y prácticos, donde se evidencia la gestión de conocimiento y su flujo para posterior transmisión. Dicho modelo se puede replicar a otros procesos de la organización y evaluar con la herramienta Modelo de madurez del conocimiento, capital intelectual, epistemología y ontología.

Bibliografía

- Acevedo, Y., Aristizábal, C., Valencia, A., y Bram, L. (2020). *Formulación de modelos de gestión del conocimiento aplicados al contexto de instituciones de educación superior*. Información Tecnológica, 103-112. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100103>
- Acevedo, Y., Valencia, A., Bran, L., Gómez, S., y Arias, C. (2019). *Alternativas para modelos de gestión del conocimiento en Instituciones de Educación Superior*. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, vol. 27 N° 3, 410-420. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052019000300410&script=sci_abstract
- Agudelo, E. y Valencia, A. (2018). *La gestión del conocimiento, una política organizacional para la empresa de hoy*. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, 26 (4), 673-684. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v26n4/0718-3305-ingeniare-26-04-00673.pdf>
- Barbón, G. y Fernández, P. (2017). *Rol de la gestión educativa estratégica en la gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación en la educación superior*. Elsevier España, S.L.U., 51-55. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.12.001>
- Bermúdez, M., Boscan, N., Muñoz, D., Vidal, B., y Archila, C. (2017). *Gestión del conocimiento en grupos de I+D: un enfoque basado en los componentes del capital humano*, Revista Lasallista de Investigación 14 (1), 133-143. <https://doi.org/10.22507/rli.v14n1a12>
- Betancourt, M., y Giraldo, J.. (2018). *La gestión del conocimiento desde la perspectiva del pensamiento del mestizaje*. Revista Interamericana de Bibliotecología, 41 (2), 205-213. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v41n2a08>

- Blanco, C., Bernal, C., Camacho, F., y Díaz, M. (2018). *Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento*. Información Tecnológica, 29 (3), 15-28. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000300015>
- Bonett, J., Silva, L., Viacava, G., y Raymundo, C. (2019). *Sistema integrado de inventarios por pronósticos basado en la gestión del conocimiento para la disminución de los quiebres de stock en una PYME distribuidora*. 17th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Industry, Innovation, And, 1-8. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.34>
- Burga, M., Jimenez, J., Sotelo, F., y Raymundo, C. (2019). *Modelo de medición del rendimiento operacional basado en la gestión del conocimiento para reducir pedidos devueltos para una empresa distribuidora*. 17th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Industry, Innovation, And, 1-7. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.57>
- Castañeda, Z. y Gutiérrez M, (2017). *¿Qué se investiga en los trabajos de grado sobre gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional?* Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 297-310.
- Chavez, M. y Henríquez, E. (2019). *La gestión del conocimiento y su relación con el desempeño laboral de los docentes en las instituciones educativas fiscales de la zona 8 del Ecuador*. Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19092>
- Colegio Pablo Neruda. (2020). *Manual de Convivencia y SIE 2020*. <http://colpablonerudafontibon.edu.co/?p=480>
- Correa, A., Benjumea, M., y Valencia, A.. (2019). *La gestión del conocimiento: Una alternativa para la solución de problemas educacionales*. Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal), 1-27. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.23-2.1>
- Cuadrado, G. (2020). *Gestión del conocimiento en la universidad: cuestionario para la evaluación institucional*. Universia, 201-218. <https://doi.org/10.22201/ii-sue.20072872e.2020.30.596>
- Díaz, A. y Gairín, J. (2018). *Grupos de Creación y Gestión del Conocimiento en Red en un Programa de Perfeccionamiento en Docencia Universitaria*. Revista de Educación a Distancia, 57 (5), 1-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/red/57/5> http://www.um.es/ead/red/57/diaz_gairin.pdf

- Drucker, P. (1989). *The effective execute*. Collins. Editorial Sudamericana
- Escobar, V. y Navarro, E. (2018). *Gestión del conocimiento y competitividad en las cooperativas con sección de ahorro y crédito*. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos (127), 90-115. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.59769>
- Esquivel, A. León, L. y Castellanos, G. (2017). *Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatorianas*. Retos de la Dirección 2017; 11(2): 56-72. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir05217.pdf>
- Farfán, D. y Garzón, M.. (2006). *La gestión del conocimiento*. Universidad del Rosario, Facultad de Administración. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1207/BI%2029.pdf>
- Fernández, C. y García, J. (2019). La inserción laboral de graduados y graduadas a través de los contactos personales. Una propuesta desde la gestión del conocimiento. Ediciones Universidad de Salamanca / cc by-nc-nd, 163-189. <http://dx.doi.org/10.14201/teri.20196>
- Ferrero, E. y Cantón, I. (2020). *Percepción sobre la influencia de las herramientas TIC en los Procesos de Gestión del Conocimiento en el Grado de Educación Primaria*. Pixel-BIT Revista de Medios y Educación, 59, 65-96. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.75070>
- Galvis, M. (2019). *Diseño de un modelo de gestión del conocimiento para el área de formación del Programa Integración de Tecnologías a la Docencia de la Universidad de Antioquia*. Revista Interamericana de Bibliotecología, 43 (1), 1-12. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v43n1eC1>
- García, M. y Cantón, M.,. (2019). *Identificación de variables mediadas por las intervenciones de gestión del conocimiento en organizaciones escolares*. Andamios, 17 (40), 251-273. <http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v16i40.706>
- González, C. (2019). *Gestión del conocimiento en el marco de la innovación en la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad de Manizales: Auditoria de conocimiento*. Universitas 139 (139) <https://doi.org/10.11144/Javeria>
- Gutiérrez, G. (2017). *Gestión del conocimiento en educación en respuesta a las tendencias del pensamiento dominantes en la escuela*. Revista Complutense de Educa-

ción, 245-259. <http://dx.doi.org/10.5209/RCED.57166>

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana, SA de CV.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*, Sexta edición. McGraw-Hill Interamericana, SA de CV.

Johansen, O. (1993). *Introducción a la Teoría General de Sistemas*. Limusa - Noriega Editores. https://surcosistemas.com.ar/minas/si/Introduccion_a_la_Teoria_General_de_Sistemas_-_Oscar_Johansen2.pdf

Matas, A. 2018, *Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión*, Redei, Revista electrónica de investigación educativa,, 20(1), 38-47 <http://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v20n1/1607-4041-redie-20-01-38.pdf>

Martínez, M., Rodríguez, C., Morris A., Prado, E., y Villa, J. (2019). *Modelo de ecuaciones estructurales aplicado a la gestión del conocimiento en la cadena productiva de la agroindustria del maíz (Zea mays L.)*. 17th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Industry, Innovation, And, 1-15. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.217>

Medina, H., Aullon, V., y Ariza, M. (2019). *Modelo predictivo de gestión del conocimiento en educación virtual*. 17th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Industry, Innovation, And, 1-7. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.444>

Medina, V. y Medina, J. (2018). *Sistema Integral de Gestión del Conocimiento en Salud*. 16th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Innovation in Education and, 19 (21), 1-8. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2018.1.1.305>

Mejía, A., Vesga, A. y Gaviria, M.. (2017). *Gestión del conocimiento científico en la Universidad de Antioquia: integración de herramientas para la formulación de una estrategia*. Innovar, 28 (68), 71-84. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71697>

Ministerio de Educación Nacional. (2020). *Buscando Colegio*. [https://sineb.mineducacion.gov.co/bcol/app?service=direct/0/Home/\\$DirectLinkysp=IDest=5233](https://sineb.mineducacion.gov.co/bcol/app?service=direct/0/Home/$DirectLinkysp=IDest=5233)

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento. In, Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación* (pp. 61-103). Oxford. https://eva.fcs.edu.uy/pluginfile.php/86017/mod_resource/content/1/Nonaka%20y%20Takeuchi_cap%203.pdf

Rodríguez, C. y Zerpa, C. (2019). *Gestión del Conocimiento en Programas de Postgrado: Un Modelo Prescriptivo*. *Píxel-BIT Revista de Medios y Educación*, 179-209. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i55.10>

Sánchez, A., Melián, A., y Hormiga, E. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13 (2), 97-111. <https://doi.org/file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ElConceptoDelCapitalIntelectualYSusDimensiones-2356661.pdf>

Secretaría Educación de Bogotá. (2018). *“Caracterización del Sector Educativo 2018.” Bogotá*. https://www.educacionBogotá.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/0-Caracterizacion_Sector_Educativo_De_Bogotá_2018_V1.pdf

Talamante, E., Felix, J., Feuchter, C., Sanchez, G., Ochoa, J. y Romero, L. (2019). *Use of Storage Technologies to select Knowledge Management Tools and Strategies for M-SMEs*. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, vol. 27 N° 3, 421-430. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7152043>

Vargas, A., Martínez, M., Morris, T., y Rodríguez, C. (2018). *Tendencias en la Gestión del Conocimiento y Competitividad de la Cadena de Suministros de la Industria Láctea*. 16th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: “Innovation in Education and, 19-21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2018.1.1.400>

Vanstralen, A. y López, K. (2018). *Gestión del conocimiento en las instituciones educativas de Colombia*. *Revista Vinculando*.

<https://vinculando.org/educacion/gestion-del-conocimiento-en-las-instituciones-educativas-de-colombia.html>

PERSPECTIVA DEL MUNICIPIO DE PAIPA BOYACÁ DESDE UNA MIRADA COMUNITARIA, GUBERNAMENTAL, EDUCATIVA Y PRODUCTIVA. FACTOR CLAVE PARA LA ESTRATEGIA DE MARKETING TERRITORIAL

Fuente: <https://www.tomplanmytrip.com/>



PERCEPTION OF PAIPA BOYACÁ CITY, A COMMUNITY, GOVERNMENTAL, EDUCATIONAL AND PRODUCTIVE VIEW. KEY FACTOR FOR TERRITORIAL MARKETING STRATEGY



Rocío del Mar Rodríguez Parra⁴⁷

María Lida Cuy Gil⁴⁸

Felipe Andrés David León Barreto⁴⁹

Gladys Yoana Martínez Fuquen⁵⁰

Sandra Liliana Gil Cano⁵¹

Ángela Rocío López Rodríguez⁵²

47 Administradora de Empresas, Magíster en Administración de Organizaciones, Especialista en Alta Gerencia en Mercadotecnia, Especialista en Métodos y Técnicas en Investigación Social. Instructora del Centro de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial, Tunja, Colombia - ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-3404-4020> - Correo electrónico: rocimar129@yahoo.com

48 Administradora de Empresas, Especialista en Alta Gerencia en Mercadotecnia. Instructora del Centro de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4395-6905> - Correo electrónico: mcuy@sena.edu.co

49 Economista, Magíster en ordenamiento urbano regional, Especialista en instrumentos de ordenamiento urbano regional. Investigador del Centro de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial, Tunja, Colombia - ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9631-9304> - Correo electrónico: economistaterritorial@gmail.com.

50 Aprendiz en etapa productiva en Tecnólogo en Gestión empresarial, Técnico en Agroindustria Alimentaria ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8214-9225> - Correo electrónico: Yoanamartinezfuquen@gmail.com

51 Aprendiz en formación Tecnólogo en Gestión de Mercados, Técnico en patronaje industrial de prendas de vestir, Profundización en desarrollo de prendas de vestir por técnica de Drapeado. - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9976-315> - Correo electrónico: lilianagilcano@misena.edu.co

52 Contadora Pública, Especialista en Gerencia de Talento Humano, Especialista en Derecho Tributario. Secretaria de desarrollo económico y competitividad del municipio de Paipa . Correo electrónico: desarrolloeconomico@paipa-boyaca.gov.co



RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo mostrar resultados parciales obtenidos en la fase 1 del proyecto de investigación denominado “Realización de un plan estratégico de Marketing Territorial en el Municipio de Paipa Boyacá para lograr su posicionamiento y generar el fortalecimiento Socio Económico de la Región” que se desarrolla actualmente, bajo el enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, a través de un estudio descriptivo. El proyecto global se desarrolla en dos fases, una primera fase de diagnóstico, la cual se está desarrollando en el año 2021 considerando que en el municipio no se contaba con información y estudios que permitieran diseñar el plan estratégico y una segunda fase de prueba piloto del plan estratégico de Marketing Territorial formulado a desarrollarse en el año 2022. En la primer fase enfocada en el diagnóstico y objeto del artículo, se realizó un taller de Planeación y caracterización territorial con sector educativo, sector productivo, sector gubernamental, comunidad del casco urbano y rural, donde a través de una matriz DOFA y percepción de atracciones y actores, se pudo determinar que una de las debilidades y necesidades más relevantes del municipio es la Asociatividad empresarial, así como el fortalecimiento de los micro y pequeños empresarios, capacitación y gestión de emprendimientos; a su vez se visualiza al municipio con oportunidades enmarcadas en sus ventajas competitivas y riqueza cultural, gastronómica, y natural que posee. En este sentido se estima que hay actores que en una misma dirección pueden influir positiva o negativamente.

Palabras clave: marketing territorial, diagnóstico territorial, ventajas competitivas, infraestructura territorial, estructura territorial, stakeholders.



ABSTRACT

The objective of this article is show the partial results obtained in the phase 1 in the research project called “Realization of a strategic plan for Territorial Marketing in the Municipality of Paipa Boyacá in order to achieve its positioning and generate the socio-economic strengthening of the Region”, that is running now, under a mixed, qualitative, and quantitative approach, through a descriptive study. The global Project develops in two phases, a first diagnostic phase developed in 2021 because in the city there is not studies about it, and a second pilot test phase of the strategic Territorial Marketing plan formulated for 2022 year. In the first phase focused on the diagnosis planning and territorial characterization study and object of this article a, was held with the educational, productive, and government sectors as well as with the community of the urban and rural areas, where through a SWOT matrix and perception of attractions and actors, it was possible to determine that one of the most relevant weaknesses and needs of the municipality is business association, as well as the strengthening of micro and small entrepreneurs, and training and management of enterprises. Likewise, the municipality is visualized with opportunities framed by its competitive advantages and the cultural, gastronomic, and natural wealth it possesses. In this sense, it is estimated that there are actors that, in the same direction, can influence positively or negatively.

Keywords: Territorial Marketing, diagnosis territorial, competitive advantages, territorial infrastructure, territorial structure, stakeholders

**Realización de un plan estratégico de
Marketing Territorial en el Municipio
de Paipa, Boyacá**

Introducción

Paipa es uno de los municipios más visitados de Boyacá por ser un centro turístico especializado que bordea el lago Sochagota, cuenta con el reconocimiento de sus aguas termales que permite que en municipio se ofrezcan servicios de descanso y de salud. En Paipa se encuentra un complejo hotelero que incluye centros para grandes encuentros empresariales, con capacidad para alojar entre 5000 y 6000 turistas por fin de semana, planes especializados de descanso, áreas vacacionales como cabañas y centros populares de recreación; por lo que su economía está basada aproximadamente en un 50% del turismo, generando una afectación económica y social en el marco de las restricciones de la Pandemia COVID 19 con la pérdida de 2.000 empleos directos y más de 1.500 indirectos en el municipio (Revista Semana, 2020).

Dado lo anterior y como estrategia de recuperación, se considera relevante lo que indica Torreblanca (2016) quien afirma que el marketing territorial tiene como objetivo principal posicionar la imagen de un territorio a nivel nacional e internacional, con el objetivo de alcanzar la diferenciación y reconocimiento, basándose en las ventajas competitivas que posee, fomentando la productividad de su territorio; a su vez Flores (2016) infiere que es posible crear estrategias para fortalecer los territorios estimulando conexiones de identidad y participación, fundados en el interés común de preservar un territorio y logrando así múltiples beneficios. Es así como se puede deducir que el marketing territorial es el modo de hacer reconocible a un lugar determinado, por medio de la utilización de estrategias de mercadeo y con la ayuda de Stakeholders, convirtiéndose este tipo de mercadeo en una herramienta de diferenciación y posicionamiento para el desarrollo socio económico de una región a través del estudio, investigación, valorización y promoción del territorio con el objetivo de sostener y estimular el desarrollo local (Llanos Hernández, 2010).

Desarrollo de la ponencia

Estudio de afectación económica del COVID en el municipio de Paipa. El estudio denominado Estudio de afectación económica del COVID en el municipio de Paipa, se realizó con el fin de dimensionar la afectación económica derivada de la pandemia Covid-19 en el sector turístico del municipio de Paipa, donde se pudo evidenciar que las medidas de restricción de movilidad, los toques de queda y la incertidumbre

de los turistas fueron las circunstancias que más afectaron el desarrollo la actividad económica del turismo, donde se infiere que el 52,9 % de las empresas encuestadas consideraron cerrar o cerraron la atención al público debido a la afectación COVID, toda vez que el no arribo de turistas o excursiones impidió la prestación del servicio y la generación de ingresos para el sostenimiento, aunque para el 47,1% de los encuestados cuyos ingresos descendieron no han considerado el cierre como opción. (Cortupaipa, 2020).

Caracterización de la oferta turística de establecimientos de alojamiento en Paipa con la metodología de la OMT. Este estudio realizado por Cortupaipa que aborda la caracterización de la oferta de alojamientos turísticos en el municipio de Paipa, teniendo en cuenta las recomendaciones internacionales de la OMT, se gesta por el crecimiento de la oferta de alojamientos turísticos dentro del municipio, que ha generado un aumento muy variado desde hoteles de lujo a viviendas turísticas generando empleabilidad e ingresos a la población.

Este estudio permitió identificar que de los 130 establecimientos de alojamiento turístico comercial, 81 se encuentran registrados en la plataformas RUES y Confecámaras, de los cuales en la clasificación de establecimientos de alojamiento turístico se encuentran 55 de ellos y 26 como viviendas turísticas; por otro lado, de otros tipos de hospedaje turístico no permanente no se registró ningún establecimiento y de alojamiento informales se encontraron 47 establecimientos que se encuentran en plataformas como Booking y Airbnb.

Conclusiones

Paipa es un municipio con gran proyección para desarrollar actividades productivas y de servicios enfocadas en el turismo, en el turismo rural comunitario, en la agricultura, agroindustria entre otras, permitiendo visualizar diferentes actividades de emprendimiento para dinamizar la economía del municipio y diversificarla más allá del turismo. Esta información suministra datos importantes para el establecimiento de las líneas estratégicas a estimar en el plan estratégico de marketing territorial a diseñarse.

Considerando los participantes a los talleres, es pertinente recalcar la baja participación de las grandes empresas del municipio y de algunos sectores de la comunidad local, considerando que la proyección del plan estratégico de marketing territorial debe diseñarse considerando todos los stakeholders que participan en el territorio.

Los micro y pequeños empresarios poseen grandes iniciativas y potencialidades, sin embargo, la poca Asociatividad y articulación con los entes gubernamentales minimizan su capacidad de acción, generando desaprovechamiento de los recursos y riquezas que se estiman en sus emprendimientos.

El municipio y su ecosistema económico genera la posibilidad de desarrollar negocios colaborativos a través de la Asociatividad que conlleven a una oferta diferencial y de calidad de productos y servicios

Bibliografía

Arbeláez Ocampo, N., Corrales Santamaría, M. F., y Martínez Pareja, J. V. (2017). Plan estratégico de marketing territorial para vincular la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano como patrimonio cultural en la oferta internacional de las empresas del sector turístico en Pereira.

Corporación Fondo Mixto de Promoción y Desarrollo Turístico de Paipa (CORTUPAIPA). (2020). Estudio de afectación económica del COVID en el municipio de Paipa. Autor.

Corporación Fondo Mixto de Promoción y Desarrollo Turístico de Paipa (CORTUPAIPA). (2020). Caracterización de la oferta turística de establecimientos de alojamiento en Paipa con la metodología de la OMT. Autor.

Gómez, P. (2003). La gestión de marketing de ciudades y áreas metropolitanas: De la orientación al producto a la orientación al marketing. Cuadernos de Gestión, 3(1-2), 11-25.

Gollain, Vincent (2014) “Renforcer l’attractivité des territoires par le marketing territorial (Reforzar el atractivo de los territorios por el marketing territorial)”. Francia.

Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. Revista ópera, (7), 35-54.

Maldonado Caro, Y. A., Cuervo García, E. A., y Gómez Camargo, A. C. (2015). Qué es y cómo se desarrolla un plan de marketing territorial. Revista GEON: Gestión-Or-

ganización-Negocios., 2(2), 76-82.

Rodríguez Parra, R. del M., & González Castro, Y. (2021). Capítulo 1. El sector funerario en Colombia y las tendencias mundiales frente al destino final; un estudio de vigilancia tecnológica. Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia, 13 - 29. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/5101>

Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad de Paipa. (2019). Competitividad del Municipio de Paipa. Alcaldía Municipal.

Torreblanca, F. (2016). La importancia estratégica del concepto de marketing territorial.



IMPACTO DE LA VIOLENCIA DEL CONFLICTO ARMADO SOBRE LOS PRECIOS DE LOS INMUEBLES RURALES DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL Y ECONÓMICA EN EL DEPARTAMENTO DEL CAQUETÁ

Fuente: <https://www.las2orillas.co/> - [/www.centrodememoriahistorica.gov.co](http://www.centrodememoriahistorica.gov.co) - <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/>- <https://www.infobae.com/new>





Capítulo 20.

VIOLENCE'S IMPACT OF THE ARMED CONFLICT ON THE PRICES OF RURAL REAL ESTATE FROM A SOCIAL AND ECONOMIC PERSPECTIVE IN THE DEPARTMENT OF CAQUETÁ



María Teresa Otálvaro Marín⁵³

Oscar Fabián Barragán⁵⁴

53 Administradora de negocios internacionales, administradora en logística y producción. Especialista en gerencia logística y magíster en gestión de redes de valor y logística. Docente de la UNAD - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3578-2343> - Correo electrónico: maría.otalvaro@unad.edu.co

54 Estudiante de Economía de la UNAD, sede CEAD FLORENCIA
Correo electrónico: ofbarraganb@unadvirtual.edu.co



RESUMEN

El departamento del Caquetá ha tenido dificultades en torno a la violencia por el conflicto armado, a pesar de existir un acuerdo de paz, hay evidencia en la cual los índices de violencia no han disminuido, lo que puede impedir un mejor crecimiento económico y social.

En el presente proyecto, se analizará el impacto que tiene la violencia en los precios de los 47.246 predios rurales del departamento del Caquetá (IGAC 2019), mediante el enfoque metodológico de valoración económica de precios hedónicos.

La metodología es de tipo correlacional y tiene un diseño no experimental de investigación transversal. Para la recolección de información se define las unidades de análisis mediante un muestreo aleatorio simple, a la cual se le aplicará un instrumento tipo encuesta y se recopilarán los datos sobre las variables de interés: precios, violencia y características estructurales de los inmuebles rurales.

Como resultados de esta investigación se propone dar a conocer un modelo econométrico en el cual se estime la influencia de la violencia dentro de los precios de los inmuebles y proponer elementos para mejorar la gestión entorno a esta problemática a nivel regional. Igualmente se dará a conocer a través de la escritura y sometimiento de arbitraje de un artículo que resalte los principales hallazgos del proyecto.

Palabras clave: precios hedónicos, violencia, precios inmuebles rurales, desarrollo regional.



ABSTRACT

The department of Caquetá has had difficulties related to the violence due to the armed conflict, despite the existence of a peace agreement, there is evidence in which the rates of violence have not decreased, which may impede better economic and social growth.

In this project, the impact that violence has on the prices of the 47.246 rural properties in the department of Caquetá (IGAC 2019) will be analyzed, through the methodological approach of economic valuation of hedonic prices.

The methodology is correlational and has a non-experimental cross-sectional research design. For the collection of information, the units of analysis are defined by a simple random sampling, to which a survey-type instrument will be applied and data on the variables of interest will be collected: prices, violence, and structural characteristics of rural properties.

As results of this research, it is proposed to present a model in which the influence of violence within property prices is estimated and to propose elements to improve management around this problem at the regional level. It will also be released through the writing and submission of article that highlights the main finding of the project.

Keywords: Hedonic prices, violence, rural property prices, regional development.

Introducción

La amazonia colombiana, es una zona ampliamente conocida a nivel mundial por su biodiversidad, y por su potencial en cuanto al desarrollo sustentable y sostenible, compuesta por los departamentos de Guainía, Putumayo, Guaviare, Vaupés, Amazonas y Caquetá. Esta zona ha sido flagelada por el impacto de la violencia debido a décadas de conflicto armado entre grupos al margen de la ley y el estado.

En este sentido, Colombia tuvo por más de 50 años un conflicto armado con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – FARC hasta la firma del acuerdo de paz en el año 2016, lo que afectó a gran parte del territorio nacional incluyendo la región Amazónica.

Uno de los departamentos más afectados de dicha región fue el Caquetá, y dentro de él, una de las zonas más afectadas por el conflicto armado fue el piedemonte del Caguán, que con el tiempo ha tenido un proceso de tres facetas: la constitución entre los años 1880 y 1970, la división del alto, medio y bajo Caguán dando creación a los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chairá entre los años 1978 y 1988, y finalmente, los últimos años hasta el acuerdo de paz, donde se evidenció diferencias políticas fuertes entre ambos municipios puesto que el primero fue considerado un territorio en disputa entre guerrilla y fuerza armadas nacionales, y el segundo, un municipio dirigido por un orden insurgente. (Vásquez, 2013). Lo que hace de estos municipios, sean los más afectados por la violencia del conflicto armado del departamento.

Desarrollo de la ponencia

Es importante resaltar que el conflicto armado y el crimen organizado influyen sobre la economía. En este sentido, según el informe Foresis (2018), las cifras de tasas de homicidios por cada 100.000 habitantes en el Caquetá para el 2016 eran del 25.42%, sin embargo, para el 2018 la tasa ascendía a 41.51% homicidios, mayor incluso de la que tenía en periodos de confrontación.

Por el lado económico a nivel departamental se puede evidenciar que el Caquetá aporta al PIB nacional tan solo un 0.41%, su tasa de crecimiento es del 2.2% y la tasa

de desempleo del 17.6% que supera al de las 23 ciudades principales del país con un promedio de 11.6% (DANE 2020).

Como afirman Villa, Moscoso y Restrepo (2013):

“La elasticidad del PIB departamental con respecto a las variables de conflicto armado y crimen organizado, se encuentra en promedio entre el -0.04 y el -0.36, respectivamente. De igual manera, advierten que un aumento del 10% del conflicto armado o del crimen organizado, afecta negativamente en 1% el PIB departamental”.

En este contexto, todo el aparato productivo de una región puede verse afectadas por altos índices de violencia, por ende, una de las actividades que componen el PIB como las actividades inmobiliarias, dentro de la cual contempla la compra y venta de inmuebles, han sido afectadas también por el conflicto armado y toda la violencia que ello implica. Sin embargo, no se ha encontrado evidencia teórica que permita conocer el impacto de la violencia sobre el precio de los inmuebles rurales colombianos.

Dentro del panorama anterior, se presenta unos retos para el departamento del Caquetá, como los mencionados por el documento del PNUD (2019) sobre los objetivos de desarrollo sostenible:

“El departamento del Caquetá atraviesa desafíos institucionales, sociales y culturales inéditos, vinculados a la implementación en su territorio de los Acuerdos de Paz y la promoción de acciones, planes y programas que consigan superar décadas de conflicto armado que profundizaron las desigualdades, rezagaron a varios de sus territorios en la pobreza y violencias, y generaron deterioros contra el medio ambiente. Estas variables deben ser analizadas, como punto de partida, en un diagnóstico territorial”.

Es por esto la importancia de lograr el objetivo de esta investigación, ya que servirá como referente conceptual para la toma de decisiones en torno a los desafíos insti-

tucionales, políticos, sociales y económicos que conllevan el postconflicto, no solo a nivel departamental, sino también regional y nacional. En este sentido, la universidad UNAD mediante el semillero de investigación ESECON en articulación con el grupo de investigación CANANGUCHALES a través de la línea de investigación dinámica organizacional.

Discusión o propuesta

El presente proyecto busca evaluar el impacto de la violencia del conflicto armado sobre los precios de los inmuebles rurales desde una perspectiva social y económica en el departamento del Caquetá, y esto logrará a través de:

- Analizar la correlación entre los precios de los inmuebles rurales del departamento del Caquetá, sus características y la violencia del conflicto armado.
- Caracterizar el entorno socioeconómico que pueda influir en la conformación de los precios de los inmuebles rurales.
- Realizar una valoración de bienes rurales que incluya la variable violencia por conflicto armado con la metodología de valoración económica de precios hedónicos.

Bibliografía

Agudelo, J. E., Martínez, D. F., Ospina, O. A., & Arboleda, J. A. (2017). Influencia de la venta de drogas en los cánones de arrendamiento de vivienda en Medellín en 2015: Una aplicación de regresión de geográficamente ponderada en el contexto de precios hedónicos. *Revista Espacios*, 38(36).

Ayala, A. C. (2013). Instrumentos de recolección de datos a través de los estadígrafos de deformación y apuntamiento. *Horizonte de la Ciencia*, 3(4), 79-88.

Boyle, M., & Kiel, K. (2001). A survey of house price hedonic studies of the impact of environmental externalities. *Journal of real estate literature*, 9(2), 117-144

- Causado-Rodríguez, E., Viana-Barceló, R., & Jiménez-Falquez, O. (2008). Estimación de un modelo hedónico para el precio de los predios en las áreas de Pozos Colorados, Bello Horizonte y Don Jaca de la ciudad de Santa Marta DTCH, Colombia. *Clío América*, 2(3), 99-110.
- Ceccato, V., & Wilhelmsson, M. (2018). Does crime impact real estate prices? An assessment of accessibility and location.
- CONTE, Mariana (2001). Una primera aproximación a la valoración Hedónica de la Contaminación en Buenos Aires. Universidad del CEMA.
- Contreras, L. A. C., Suárez, W. Y. H., & López, H. J. F. (2016). Impact of spatial fragmentation on value of residential housing using the hedonic price methodology, case of study: Mosquera, Cundinamarca/Impacto de la fragmentación espacial sobre el valor de los inmuebles de uso residencial utilizando la Metodología de precios hedónicos, caso de estudio: Mosquera, Cundinamarca. *Redes de Ingeniería*, 7(2), 170-183.
- DANE. (2020). Principales indicadores del mercado laboral. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_mar_20.pdf
- Daza, F. G. (2001). Multicausalidad, impunidad y violencia: una visión alternativa. *Revista de Economía Institucional*, 3(5), 78-105.
- Delgado Fernández, J., & Wences Nájera, G. (2018). Valoración hedónica de la inseguridad en la determinación de precios de viviendas en Acapulco de Juárez, Guerrero. *Economía: teoría y práctica*, (49), 143-163.
- FIELD, Barry (1995). *Economía Ambiental “Una Introducción*. Mc Graw Hill Interamericana S.A.
- Gil León, J. M., & Uribe Peñaranda, W. A. (2017). Violencia y crecimiento económico: un análisis empírico para Colombia.
- González Andrade, S. (2014). Criminalidad y crecimiento económico regional en México. *Frontera norte*, 26(51), 75-111.
- Hernández, J., & Zúñiga, J. (2013). *Modelos econométricos para el análisis económico*. ESIC Editorial.

- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4). México^ eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Ibáñez, A. M. (2016). ¿El proceso de paz con las FARC: una oportunidad para reducir la pobreza rural y aumentar la productividad agropecuaria? *Revista de Ingeniería*, 44, 8-13.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2018). Forensis. <https://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/386932/Forensis+2018.pdf/be4816a4-3da3-1ff0-2779-e7b5e3962d60>
- Jiménez, M. A. D., López, J. G., & Jacinto, R. A. P. (2018). Valoración de bienes de uso público en el modelo contable de entidades de gobierno en Colombia. Una aproximación desde los precios hedónicos. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(48), 2
- Lever, G. (2009). El modelo de precios hedónicos.
- López Rubio, A., & Saldaña Orozco, J. (2017). Determinantes del precio de la vivienda nueva en Villavicencio: Un ejercicio de Precios Hedónicos.
- McIlhatton, D., McGreal, W., de la Paz, P. T., & Adair, A. (2016). Impact of crime on spatial analysis of house prices: evidence from a UK city. *International Journal of Housing Markets and Analysis*.
- Mora, J. C. M., & Trujillo, H. C. (2014). El precio de la tierra: estado del arte de las metodologías de valoración de predios rurales y su aplicación en Colombia. Artículos en PDF disponibles desde 2010 hasta 2013. A partir de 2014. www.elsevier.es/sumanegocios, 4(1)
- PEARCE, D and TURNER, K (1990). *Economics of Natural Resources and the Environment*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- PNUD. (2019). Retos y desafíos para el desarrollo sostenible. https://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/Gobernabilidad/Publicacionesproyectos/UNDP_Co_GOB_Publicaciones_FICHA%20CAQUET%C3%81-RETOS%20Y%20DESA-F%C3%8DOS%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE.pdf
- Salas Salazar, L. G. (2015). Lógicas territoriales y relaciones de poder en el espacio de los actores armados: un aporte desde la geografía política al estudio de la vio-

lencia y el conflicto armado en Colombia, 1990-2012. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 24(1), 157-172.

Thompson, S. D. (2018). How the Proximity of Crime Impacts Housing Prices: A Hedonic Pricing Study of Inner-Loop Houston, TX.

Trejos, L. F. (2008). Naturaleza, actores y características del conflicto armado colombiano: una mirada desde el derecho internacional humanitario. *Revista Encrucijada Americana*, 2, 1-35.

Vásquez, T. (2013). El papel del conflicto armado en la construcción y diferenciación territorial de la región de «El Caguán», Amazonía occidental colombiana. *dialnet plus*, 147-175

Villa, E., Moscoso, M., & Restrepo, J. (2012). Crecimiento, conflicto armado y crimen organizado: Evidencia para Colombia. *Universitas económica*, 13(3).



RESILIENCIA COMO FACTOR MOTIVANTE EN LA VIDA EMPRESARIAL DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Fuente: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/>





Capítulo 21.

RESILIENCE AS A MOTIVATING FACTOR IN THE BUSINESS LIFE OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AND GRADUATES



Mélida Cerquera Polo⁵⁵

Dagoberto Valencia Ortiz⁵⁶

Sandra Migdonia Tovar Trujillo⁵⁷

Jorge Cabrera⁵⁸

55 Docente de ECACEN de la UNAD, investigadora del Grupo CANANGUCHALES

56 Docente de ECACEN de la UNAD, investigador del Grupo CANANGUCHALES

57 Docente de ECACEN de la UNAD, investigadora del Grupo CANANGUCHALES

58 Estudiante de Administración de empresas de la UNAD, integrante del semillero CONATO



RESUMEN

La presente ponencia aborda el análisis de la vida empresarial de los estudiantes y egresados del programa de Administración de empresas en relación a las respuestas ante la crisis actual producto de la pandemia del COVID 19. Hoy por hoy algunos de los estudiantes y egresados, han tenido que desarrollar estrategias para enfrentar nuevos retos y tendencias en su vida empresarial y de esta manera responder a los cambios como por ejemplo nuevas formas de trabajo, nuevas gestiones de riesgos, horarios flexibles, bienestar emocional de colaboradores, entre otros, para propender por la productividad y permanencia en el mercado, fortalecer la relación con los clientes, y así fortalecer estrategias empresariales para sostener sus negocios y unidades productivas como actores clave de la economía del país.

El objetivo de la investigación es analizar las diferentes estrategias implementadas desde las prácticas empresariales vividas por los estudiantes y egresados de Administración de Empresas de la UNAD y establecer el nivel de resiliencia ante los cambios bruscos generados por la pandemia en sus entornos empresariales. Para esto se desarrolla una metodología de enfoque cualitativo, de tipo etnográfico que permite la identificación de las estrategias diseñadas por la población objeto de estudio, partiendo del análisis económico para conocer estrategias o mecanismos que han desarrollado los actores en su interés de promover o fortalecer su emprendimiento, negocio o unidad productiva.

Palabras clave: resiliencia, motivación, empresa, estudiantes, emprendimiento.



ABSTRACT

This presentation addresses the analysis of the business life of the students and graduates of the Business Administration program in relation to the responses to the current crisis caused by the COVID 19 pandemic. Today some of the students and graduates, have had to develop strategies to face new challenges and trends in their business life and in this way respond to changes such as new ways of working, new risk management, flexible hours, emotional well-being of employees, among others, to promote productivity and permanence in the market, strengthen the relationship with customers, and thus strengthen business strategies to sustain their businesses and productive units as key players in the country's economy.

The objective of the research is to analyze the different strategies implemented from the business practices experienced by students and graduates of Business Administration of the UNAD and establish the level of resilience to the sudden changes generated by the pandemic in their business environments. For this, a qualitative approach methodology is developed, of an ethnographic type that allows the identification of entrepreneurship, business, or productive unit strategies.

Keywords: Resilience, motivation, company, students, entrepreneurship.

Introducción

La presente ponencia busca mostrar el análisis de la vida empresarial de los estudiantes y egresados del programa de Administración de empresas como un factor motivante frente a la crisis actual producto de la pandemia del COVID 19, cómo esta situación les ha permitido generar estrategias creativas e innovadoras, para responder de forma positiva a las nuevas tendencias empresariales y aportar a la reactivación económica del país.

Según la OIT (2020) independientemente de su tamaño, todas las empresas son afectadas por la pandemia, en especial aquellas dedicadas al sector de la aviación, el turismo y los servicios como el comercio. En el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas, será especialmente difícil el mantenimiento de sus operaciones y por ende la sostenibilidad de estas.

Desarrollo de la ponencia

El impacto que ha traído la pandemia en las unidades productivas ha obligado a que los empresarios se planteen retos en todos los ámbitos que les permita sacar adelante sus empresas y evitar riesgos como la propagación del virus. Esta realidad los ha llevado a reinventarse, mejorando sus procesos tanto internos como externos y buscando alternativas desde perspectivas operacionales y financieras que permitan garantizar la adaptabilidad y minimización de efectos negativos.

En ese sentido, el documento también analiza la capacidad de respuestas de las Mipymes (en este caso de los estudiantes y egresados del programa Administración de Empresas) a los nuevos retos y tendencias post COVID. Es por ello que se pueden identificar diferentes estudios que dan cuenta de las estrategias de minimización de impacto y aprovechamiento de oportunidades tales como el planteado por Gonzales & Florez (2020), los cuales destacan que para el caso de las Pymes de un sector textil, las estrategias diseñadas están encaminadas al uso del comercio electrónico así como el uso masivo de redes sociales y que estas últimas no se limitan solamente a las redes oficiales de las organizaciones, sino que los empleados en aras de la mejoría de la situación, han puesto a disposición de las empresas sus propias cuentas para

establecer una relación más directa y amplia con el cliente y así poder generar nuevos canales de distribución.

Otro estudio es el realizado por Díaz (2021), donde plantea que el sector hotelero colombiano diseñó estrategias como programas vacaciones colectivas, implementar el teletrabajo, conceder los días compensatorios, o plantear reducciones salariales concertadas para mitigar los efectos negativos en sus empresas. Otras estrategias diseñadas por el sector para la reducción de los efectos financieros negativos fue la puesta a disposición del gobierno nacional las instalaciones que con una adecuación permitirían la atención de contagiados.

Discusión o propuesta

La pandemia trajo consigo cambios en los procesos de todas las organizaciones afectando de forma drástica la economía no solo de Colombia sino del mundo entero. Es evidente que ningún empresario estaba preparado para afrontar todos los problemas que dicha crisis trajo, sin embargo, muchas personas aprovecharon esta coyuntura y a través de redes sociales y aplicaciones digitales sacaron adelante sus proyectos afianzándose en el mercado y no dependiendo de la relación interpersonal, unidas a estas herramientas y la capacidad creativa de las personas lograron impulsar un campo en la economía que estaba sin explorar.

Conclusiones

Definitivamente las Pymes son las encargadas de dinamizar la economía del país, por lo tanto, requieren el apoyo de todos.

El análisis de la vida empresarial de los estudiantes y egresados de Administración de Empresas permite recopilar y estudiar estrategias innovadoras que han permitido que sus emprendimientos, negocios, empresas permanezcan en el mercado respondiendo a las nuevas tendencias y retos económicos.

Bibliografía

Cabrera Monroy, E. y Díaz Nieto, E. (2021). Liderazgo de grandes empresas frente a la COVID-19: Estrategia de competitividad global. *SUMMA*. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales, 3(2),1-33. DOI: www.doi.org/10.47666/suma.3.2.34

Contreras, K, Castillo, I & Cristancho, N (2021). Análisis del impacto generado en el sector gastronómico en la ciudad de Bucaramanga a raíz de la pandemia del Covid-19. Unidades tecnológicas de Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/6617>

Díaz, M. (2021). Análisis de las estrategias generadas para el sector hotelero de Colombia para superar la crisis por la covid-19 durante la fase de pandemia. *Turismo y Sociedad*, XXIX, pp. 183-199. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.08>

<https://www.pactomundial.org/2020/06/nueva-guia-pymes-y-covid-19-hacia-una-recuperacion-sostenible/>

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/10/pymes-y-la-necesidad-de-digitalizarse-para-sobrevivir-en-la-post-pandemia/>

<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559019/html/>

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/06/Gu%C3%ADa-Pymes-y-COVID-19_-hacia-una-recuperaci%C3%B3n-sostenible.pdf

https://www.cepyme.es/wp-content/uploads/2020/03/BAROMETRO-PY-MES-2020-CEPYME-V2-2020-03-25-23_59_55.pdf

<https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/08/REFLEXIONES-Y-PROPUESTAS-PARA-LA-REACTIVACI%C3%93N-Y-FORTALECIMIENTO-DE-LAS-MIPY-MES-EN-COLOMBIA-EN-EL-MARCO-DEL-COVID-19.pdf>

El análisis de la vida empresarial de los estudiantes y egresados de Administración de Empresas permite recopilar y estudiar estrategias innovadoras que han permitido que sus emprendimientos.



ANÁLISIS DE LAS BURBUJAS ESPECULATIVAS ALREDEDOR DE LA HIPÓTESIS DE RACIONALIDAD DE LOS MERCADOS. UNA REVISIÓN DOCUMENTAL

Fuente: <https://gestion.pe/resizer>





Capítulo 22.

ANALYSIS OF SPECULATIVE BUBBLES AROUND THE MARKET RATIONALITY HYPOTHESIS. A DESK REVIEW



Joan Sebastián Rojas Rincón⁵⁹

Sara Liliana Martínez Cuervo⁶⁰

Carlos Andrés Avellaneda Sánchez⁶¹

Karen Nayibe Serrano Ortiz⁶²

Erika Lizeth Torres Bernal⁶³

59 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

60 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

61 Estudiante Tecnología en Producción Agrícola, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

62 Estudiante Administración de Empresas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

63 Estudiante Administración de Empresas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD



RESUMEN

El fenómeno de las burbujas especulativas siempre ha atraído la atención por parte de académicos y profesionales de las finanzas y áreas a fines; al tener considerables implicaciones en la estabilidad económico y social. El objetivo de este trabajo es analizar las burbujas especulativas alrededor de la hipótesis de la racionalidad de los mercados; para lo cual se adopta un enfoque histórico, donde se relatan los principales hechos especulativos que han conformado en el ámbito internacional y algunos casos particulares en Colombia. Para tal fin, se lleva a cabo un análisis documental, a partir de un diseño fundamentado en el análisis sistemático de literatura. En tal sentido, el trabajo tiene un alcance exploratorio, por cuanto se pretende hacer un reconocimiento general del fenómeno.

Con la finalidad de cumplir con este propósito se han estudiado ocho (8) casos, de los cuales seis (6) están dados en el plano internacional y dos (2) se abordan en el contexto colombiano. Los hallazgos demuestran que los factores que inducen la conformación de burbujas especulativas son diversos e intrincados; aunque bien, es claro como las asimetrías de información conducen a que los agentes interactúen, ya sea de una forma irracional o de una forma oportunista. En el primer caso, el mercado se mueve en su conjunto por una excesiva confianza o por el miedo que contagia a los inversionistas. No obstante, algunos inversionistas pueden actuar de forma racional e, incluso, de forma oportunista, realizando maniobras que pueden considerarse antiéticas e incluso, ilegítimas desde el punto de vista legal.

Palabras clave: burbuja, especulación, racionalidad limitada, eficiencia informacional, mercados financieros.



ABSTRACT

The phenomenon of speculative bubbles has always attracted the attention of academics and professionals from finance and finance areas, having considerable implications for economic and social stability. The objective of this work is to analyze the speculative bubbles around the hypothesis of the rationality of the markets; for which a historical approach is adopted, where the main speculative events that have formed in the international arena and some particular cases in Colombia are related. For this purpose, a documentary analysis is carried out, based on a design based on the systematic analysis of literature. In this sense, the work has an exploratory scope, in as much as it is intended to make a general recognition of the phenomenon.

In order to fulfill this purpose, eight (8) cases have been studied, of which six (6) are given at the international level and two (2) are addressed in the Colombian context. The findings demonstrate that the factors that induce the formation of speculative bubbles are diverse and intricate; although well, it is clear how information asymmetries lead agents to interact, either in an irrational way or in an opportunistic way. In the first case, the market as a whole is moved by excessive confidence or fear that infects investors. However, some investors may act rationally and even opportunistically, carrying out maneuvers that can be considered unethical and even illegitimate from a legal point of view.

Keywords: Bubble, Speculation, Limited Rationality, Informational Efficiency, Financial Markets

Introducción

En este artículo se abordan algunos de los principales fenómenos especulativos que han derivado en la conformación de burbujas especulativas, que han resultado desastrosas para el sistema económico de diferentes regiones del planeta; dadas las serias consecuencias sobre la estabilidad de los mercados financieros. La literatura académica, generalmente concibe que la formación de estas burbujas está asociada a un comportamiento irracional de los agentes que interactúan en el mercado, de tal manera que las decisiones de inversión se fundamentan más en emociones o estados de euforia y pánico, más que en un análisis sistemático de la información. Otros, consideran que en muchos casos las decisiones racionales se mantienen, de tal manera que el inversionista puede ser consciente de los riesgos que asume al invertir en determinado mercado o activo; pero aun así, justifica la decisión con fundamento en la posibilidad de obtener mayores réditos. Independientemente de cuales sean los motivos que inducen la conformación de burbujas en los mercados, en general, los efectos son considerablemente nocivos, afectando la estabilidad económica y social y, por ende, el bienestar de los inversionistas y de la sociedad en su conjunto. Por lo anterior, y dada la importancia que tiene el tema en diferentes círculos académicos y profesionales, en este estudio se elabora un marco histórico con los principales eventos asociados con la formación de burbujas, donde se describen las posibles causas, como también las consecuencias generadas en cada uno de estos eventos. De esta manera, se propone un trabajo exploratorio, a partir del cual, se esperan derivar potenciales hipótesis que permitan desarrollar trabajos de mayor alcance, sobre la base de un marco histórico y contextual.

Desarrollo de la ponencia

Las burbujas son fenómenos que ocurren cuando el precio de los activos o commodities incrementa de forma acelerada en el mercado; independientemente si los resultados o las condiciones reales respaldan este hecho. Shiller (2013) concibe a una burbuja especulativa como aquella situación en la que una noticia del aumento de los precios estimula el entusiasmo de los inversores y eso se extiende una persona a otra a modo de contagio; que a su vez amplifica noticias con las que se justifica el aumento de los precios. Por su parte, Quinn & Turner (2020), citan en las definiciones sobre burbuja, aquella que la concibe como el fenómeno que se manifiesta cuando una empresa se infla en apariencia de esplendor y solidez, sin ninguna probabilidad de permanencia,

cuyo nombre es tomado de los productos engañosos del agua jabonosa y de soplar. Generalmente, las burbujas se relacionan con un comportamiento irracional de parte de los agentes; sin embargo, otros refieren también a las burbujas racionales; “las cuales están bien definidas, tienen una gran importancia, tanto teórico como empírica, en la literatura y se construyen de forma natural a partir del paradigma de los mercados racionales eficientes de Fama” (Engsted, 2016).

La racionalidad limitada de los agentes se ha documentado ampliamente en la literatura académica como causante de las burbujas especulativas en los mercados financieros. Esto no significa que las personas sean completamente ignorantes de los acontecimientos que se están dando en un momento determinado en el mercado y que sean pastoreados como una manada ciega sin criterio para tomar decisiones. De acuerdo con Shiller (2013), una investigación psicológica sólida si ha demostrado que existen patrones de comportamiento en los mercados, que dan cuenta que los agentes no siguen un comportamiento enteramente racional. Esto no es más que un reflejo de las limitaciones de la inteligencia humana, pues a pesar de esforzarse por tomar las mejores decisiones; éstas serán circunscritas a las condiciones biológicas y psicológicas del hombre.

Discusión de resultados

De acuerdo con los fenómenos especulativos referenciados en las líneas anteriores, es claro que la formación de burbujas en los mercados financieros es un fenómeno que reviste considerable complejidad, por cuanto hay involucrados, no solo factores eminentemente económicos, sino también sociales, culturales, psicológicos y hasta tecnológicos. Si bien, generalmente son los excesos de confianza en un mercado o un activo en particular el factor que induce de sobremanera la aparición y crecimiento de las burbujas; no puede reducirse la explicación a un comportamiento sostenidamente errático de los agentes, quienes se dejan guiar únicamente por sus emociones e influenciar por otros, sin tener el menor conocimiento de lo que acontece.

Figura 1. Generalidades de la formación de burbujas



Nota. La formación de burbujas no necesariamente implica que los individuos, en general, actúen de forma irracional. Fuente: Elaboración propia.

Generalmente, la literatura hace referencia a la irracionalidad en las decisiones, como una de las características de los fenómenos especulativos. Si bien, el comportamiento de manada y el contagio de opinión son situaciones recurrentes en la conformación de las burbujas; los individuos, en general, no toman malas decisiones porque sean incapaces de razonar; sino más bien, porque sus condiciones biológicas y psicológicas restringen su capacidad de análisis y percepción integral del problema. A lo anterior, generalmente se le refiere como racionalidad limitada. Por otro lado, en un marco de racionalidad podrían dimensionarse algunos comportamientos, como aquellos que ocurren cuando el individuo saca provecho de las asimetrías de información, es decir, hace uso de información privilegiada con el ánimo de buscar una ganancia; aprovechando su desconocimiento por parte de otros agentes. Además, existen casos en los que el inversionista es consciente de que el mercado en cierto punto no está valorando bien los activos, pero, aun así, confía en que puede encontrar una contraparte que esté dispuesta a pagar aún más por ese activo; es decir, se trata de agentes que pueden ser conscientes que se está formando una burbuja especulativa, pero que la aprovechan para obtener ganancias con este desajuste respecto al valor atribuible a los fundamentales.

Conclusiones

La hipótesis de los mercados financieros eficientes ha sido objeto de debate en un amplio espectro de literatura académica en el área de la economía y las finanzas. Si

bien, aunque en líneas generales, se explica el desajuste en el precio de los activos respecto a los valores fundamentales, en función de un posible comportamiento irracional de los agentes que interactúan en los mercados financieros; existen otros factores que pueden inducir la conformación de este fenómeno. Factores sociales, culturales e incluso tecnológicos también han contribuido a que se formen y consoliden las burbujas, e incluso, en algunas ocasiones esta condición es atribuible a un débil marco regulatorio. Cualquiera sea el caso, lo que es un hecho, es que la especulación descontrolada en los mercados es una situación que reviste considerable preocupación, por cuanto puede desencadenar efectos que pongan en riesgo la estabilidad del sistema económico en general y que, por ende, agudice la situación de pobreza y desigualdad; especialmente en economías emergentes, que también son afectadas por fenómenos sociales como la violencia y la corrupción.

Bibliografía

- Caballero, C. (2018). *Una visión retrospectiva de dos crisis financieras en los últimos cuarenta años en Colombia*. Revista Desarrollo y Sociedad, pp. 133-165.
- Engsted, T. (2016). *Fama on bubbles*. *Journal of Economic Surveys*, 30(2), pp.370-376.
- Johannessen, J. (2016). *The tulip crisis of 1637. Innovations lead to economic crises*, pp. 35-58.
- Mengist, W., Soromessa, T. & Legese, G. (2010). Method for conducting systematic literature review and meta-analysis for environmental science research, 7, pp. 1-11.
- Quinn, W. & Turner, J. (2020). *Boom and bust. A global history of financial bubbles*. Cambridge University Press
- Ramírez, M. (2012). *BBVA prepara demandas para recuperar el crédito otorgado a la firma Interbolsa*. La República. <https://www.larepublica.co/finanzas/bbva-prepara-demandas-para-recuperar-el-credito-otorgado-a-la-firma-interbolsa-2027748>
- Taster. (2019). *Google Scholar, Web of Science, and Scopus. Which is best for me?* Blogs LSE. <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2019/12/03/google-scholar-web-of-science-and-scopus-which-is-best-for-me/>
- Van Wee, B. & Banister, D. (2015). *How to write a literature review Paper?* *Transport Reviews*, 36(2), pp. 1-11.
- William, Q. & Turner, J. (2020). *Bubbles in history*. Working Paper N° 2020-07. Queen's University Centre for Economic History
- Xiao, Y. & Watson, M. (2017). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), pp.93-112.

**PROPUESTA DE
ALTERNATIVAS DE MEJORA
EN EL ACOMPAÑAMIENTO
EN EL COMPONENTE
SOCIOECONÓMICO
REALIZADO A
EMPRENDEDORES
Y EMPRESARIOS
BENEFICIARIOS DEL
PROGRAMA CENTRO DE
DESARROLLO ECONÓMICO
ZONAL DE LA CANDELARIA
DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

PROPOSAL OF ALTERNATIVES FOR IMPROVEMENT IN THE ACCOMPANIMENT OF THE SOCIOECONOMIC COMPONENT CARRIED OUT TO ENTREPRENEURS AND BUSINESSMEN WHO ARE BENEFICIARIES OF THE PROGRAM NAMED CENTER OF ZONAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN MEDELLÍN CITY



Ángela Mayellis Melo Hidalgo⁶⁴

Alejandra Marín Betancur⁶⁵

Yasmín Arcila García⁶⁶

Laura Henao González⁶⁷

Kelly Paola Jiménez Aristizábal⁶⁸

64 Administradora de empresas, Magíster en Gestión de la ciencia, la tecnología y la innovación. Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5994-571X>. Correo electrónico: mayellis.melo@unad.edu.co

65 Administradora de empresas, Magíster en Gestión de la ciencia, la tecnología y la innovación. Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9608-2359>. Correo electrónico: alejandra.marin@unad.edu.co

66 Estudiante de Administración de Empresas de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9790-2390>. Correo electrónico: yasmin23-10@hotmail.com

67 Estudiante Administración de empresas. De la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6548-3379>. Correo electrónico: lahego93@hotmail.com

68 Estudiante Administración de empresas. de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7193-3487>. Correo electrónico: paola17410@gmail.com



RESUMEN

El programa Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZO) de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín del Departamento de Antioquia, contribuye con el fortalecimiento de las iniciativas de creación, desarrollo y consolidación de microempresas en la ciudad. Con una trayectoria de más de ocho años acompañando a emprendedores y empresarios, contribuye con el desarrollo económico y social de la comunidad, mediante procesos de inducción, orientación, capacitación en temas empresariales, creatividad e innovación para fortalecer las competencias empresariales en el diseño y ejecución del modelo de negocio.

La presente investigación en curso se desarrolla en el marco de la segunda fase del proyecto de investigación especial (PIE) evaluación del impacto socioeconómico del Centro de Desarrollo Económico Zonal de La Candelaria en emprendedores y empresarios acompañados durante el período 2018-2019 ubicados en la Comuna 10 de Medellín. De acuerdo con la Cámara de Comercio, el motor económico de la ciudad está conformado por la siguiente caracterización de empresas: 89% microempresas, 8,01% pequeñas, 2,14% medianas y 0,72% grandes y en el sector objeto de estudio, se concentra aproximadamente el 20,4% de las empresas en total, convirtiéndose en la zona con mayor influencia social y económica.

Bajo este panorama, conscientes de la importancia para la Ciudad de aportar al desarrollo social y económico, el objetivo de esta etapa de la investigación es proponer alternativas de mejora en el acompañamiento a emprendedores y empresarios en el componente socioeconómico realizado a emprendedores y empresarios beneficiarios del programa teniendo en cuenta las acciones del período mencionado. Para conseguirlo, se implementará la metodología cuantitativa en la recolección y análisis de la información suministrada por dieciséis (16) participantes mediante la aplicación de la encuesta diseñada en la primera fase del PIE. Se espera proponer desde la academia aspectos que fortalezcan el acompañamiento en el componente socioeconómico.

Palabras clave: Centro de Desarrollo Empresarial, emprendimiento, empresas familiares, desarrollo económico, desarrollo social



ABSTRACT

The Zonal Business Development Centers (CEDEZO) program of the Secretaryship of Economic Development tied to the Mayor's Office of Medellín in the Department of Antioquia, contributes to the strengthening of initiatives for the creation, development, and consolidation of micro-enterprises in the city. With an experience of more than eight years accompanying entrepreneurs and businesspeople, CEDEZO contributes to the economic and social development of the community, through induction, orientation, training in business issues, creativity and innovation to strengthen business skills in design and execution. of the business model.

This ongoing research is developed within the framework of the second phase of the special research project (PIE) evaluation of the socio-economic impact of the Center for Zonal Economic Development of La Candelaria on entrepreneurs and businessmen accompanied during the 2018-2019 period, who are located in Commune 10 of Medellín. According to the Chamber of Commerce, the economic engine of the city is made up of the following characterization of companies: 89% micro-companies, 8.01% small, 2.14% medium-sized and 0.72% large and in the sector subjected to study, approximately 20.4% of the companies are concentrated in total, making it the area with the greatest social and economic influence.

Under this prospect, aware of the importance for the city of contributing to social and economic development, the objective of this research stage is to propose alternatives for improvement in the accompaniment of entrepreneurs and businessmen in the socioeconomic component carried out with entrepreneurs and businessmen belonging to the program, taking into account the actions in the aforementioned period. To achieve this, the quantitative methodology will be implemented in the collection and analysis of the information provided by sixteen (16) participants through the application of the survey designed in the first phase of the PIE. It is expected from the academy to propose aspects that strengthen the accompaniment in the socioeconomic component.

Keywords: Business Development Center, Entrepreneurship, Family businesses, Economic development, social development.

Introducción

En la economía nacional aportan al Producto Interno Bruto diferentes tipos de empresas, desde las grandes multinacionales hasta las pequeñas que se crean a diario. Al analizar la cantidad y tamaño de empresas que dinamizan la economía del país, se destaca que las Mipymes representan más del 90% del sector productivo, generando el 35% del PIB y un 80% del empleo en el país (Mintrabajo, 2019).

Por esta razón el análisis de estas Mipymes es primordial para conocer los avances, necesidades y problemas que se generan a nivel socioeconómico. Es importante resaltar la gestión de los CEDEZOS, ya que enseña cómo plantear administrativamente la empresa, analizar el riesgo financiero, la orientación al mercado y la identificación de clientes, es evidente que el país se mueve por las Mipymes, a pesar de esto, se demuestra que el 78% de los emprendimientos se mueren en el primer año, el 50.2% sobreviven en 3 años y el 42.9% en 5 años (CONFECÁMARAS, 2017).

La informalidad laboral se encuentra en el 48.7% de la población, queriendo decir que casi la mitad de la economía del país se maneja en la informalidad. A raíz de esto se crean las Mipymes, ya que son empresas pequeñas que surgen de las necesidades de la comunidad a su alrededor (PORTAFOLIO, 2021).

Desarrollo de la ponencia

Los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) empezaron a tomar importancia en Europa a mediados de los años 70, como una iniciativa política que busca fomentar la productividad y la transformación económica y empresarial a nivel local. En el caso de América Latina y el Caribe, los CDE se empezaron a gestar desde hace más de 10 años, con el tiempo se han fortalecido a través de las inversiones económicas realizadas no solo por el sector público, sino también por el sector privado y el académico (Dini, 2019).

Dado que las MiPymes son el motor económico de Colombia, con una representación de aproximadamente un 90% del sector productivo y aportado el 80% de empleos del país (DANE, 2019), es de vital importancia fomentar el desarrollo de nuevas unidades productivas y fortalecer las empresas existentes, para contribuir al desarrollo y dina-

mización de las economías locales. En el país, las principales entidades promotoras son el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCIT), este último desde hace aproximadamente ocho años, ha promovido entre las entidades operadoras IES y ONG la conformación de CDE con fuentes de financiamiento público y privado, como instrumentos políticos de apoyo a las Mipymes (CCM, 2019).

La Gobernación de Antioquia, no es ajena a la importancia que tienen las Mipymes para el desarrollo regional. El Plan de Desarrollo Departamental Unidos 2020 – 2023, abarca entre sus líneas estratégicas “Nuestra Gente” y “Nuestra Economía”. Con la primera, busca implementar “estrategias de inclusión, desarrollo de capacidades y promoción de la equidad, que permita a los antioqueños una vida plena, con bienestar y dignidad, condiciones que aportan a la lucha contra las desigualdades y al desarrollo humano integral”. La segunda línea, apunta a potencializar el aparato productivo competitivo e innovador del Departamento (Gobernación de Antioquia, 2020).

A nivel de la ciudad de Medellín, el Plan de Desarrollo Futuro 2020 – 2023, concuerda con el Plan de Desarrollo Departamental en la importancia de apoyar el sector productivo, puesto que expone dentro de sus líneas estratégicas para este periodo, la “Reactivación Económica y Valle del Software”, en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas: trabajo decente y crecimiento económico; industria innovación e infraestructura y reducción de las desigualdades. Para lograrlo, la Alcaldía Municipal de Medellín propone la implementación de estrategias “en ciencia, tecnología e innovación, y con el emprendimiento 4.0” (Alcaldía Municipal de Medellín, 2020, pág. 35).

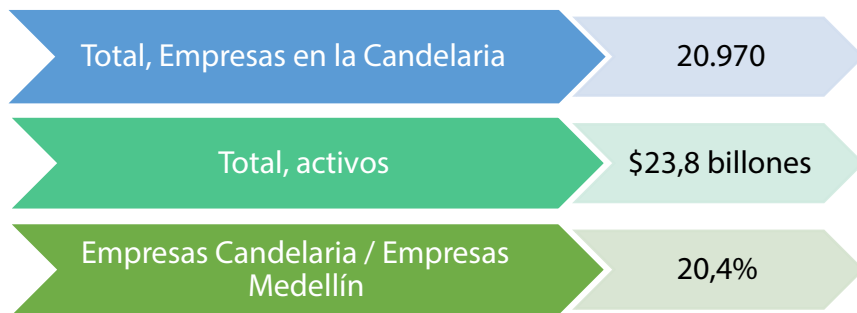
Discusión

A nivel municipal las Alcaldías incorporan programas para la creación de CDE como parte de sus políticas públicas, reconociendo la importancia de impulsar el sector empresarial. De acuerdo con la unidad de investigaciones económicas de la Cámara de Comercio de Medellín (2019), las microempresas comprenden un 89%, las pequeñas un 8,01%, las medianas un 2,14% y las grandes un 0,72%.

En la Comuna 10 La Candelaria, se ubica el 20,4% de las empresas de Medellín, equivalente a 20970 con un activo total de \$23,8 billones, cuenta con una estructura empresarial concentrada en microempresas, con un bajo valor de activos, y concentradas en

actividades de comercio al por menor, alojamiento y servicios de comida (CCM, 2018). De acuerdo con el estudio “Realidad económica del Centro de Medellín y sus posibilidades de transformación”, la base empresarial formal y no formal con que cuenta la Comuna, y las dinámicas de su operación, son insuficientes para la generación de empleo en la ciudad, se hace necesario el fortalecimiento de las empresas existentes, la generación de un ecosistema de emprendimiento que favorezca nuevas iniciativas sostenibles, implementación de buenas prácticas al interior de las empresas, desarrollo de competencias empresariales, asesoría y acompañamiento.

Figura 3. empresas en la comuna 10



Fuente: tomado de Cámara de Comercio de Medellín. (2018). <https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Noticias/Documentos%20Noticias%202019/Presentaci%C3%B3n%20Comuna10-mayo%2028.pdf?ver=2019-05-30-105421-003>

Es ejemplo de esto, la estrategia de la Alcaldía de Medellín denominada: “Talento Empresarial”, que busca fortalecer el tejido empresarial de la ciudad con metodologías y buenas prácticas que garanticen la eficiencia y la sostenibilidad empresarial, ofreciendo al público aproximadamente 12 programas con diferentes finalidades, dependiendo del tipo y tamaño de la empresa. En este portafolio, el primero en la lista es el Centro de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZO, 2020), entendido como la Alcaldía en el territorio, es ese lugar en el que el ciudadano puede encontrar toda la oferta de la Secretaría de Desarrollo Económico, el ecosistema y actores de emprendimiento. Por medio de este programa acompañamos aquellos que tienen una idea de negocio, emprendimiento o empresa y lo capacitamos con el fin de fortalecer sus capacidades en áreas empresariales y financieras buscando la rentabilidad de las famiempresas.

Conclusiones

1. La importancia de las Mipymes en la economía colombiana se representa en cifras, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estas configuran el 99,9% de los establecimientos productivos, contribuyen con el 80% del empleo en el país y aportan el 40% del Producto Interno Bruto Nacional. De ahí la necesidad de implementar programas en pro de fortalecer la creación, el desarrollo y la consolidación de una cultura emprendedora para contribuir al desarrollo económico y la competitividad de la ciudad.
2. Las entidades territoriales en Medellín Antioquia buscan generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor, ofrecer atención y acompañamiento oportuno para fomentar el desarrollo de competencias y habilidades emprendedoras. Los CEDEZO buscan beneficiar a la población de emprendedores y empresarios mediante el acompañamiento, capacitación, asesoría en diferentes temas empresariales, por ello, es importante generar nuevas acciones para que el CEDEZO, logre un mayor impacto social y económico.
3. El rol de la investigación académica es fundamental para encontrar nuevas oportunidades de mejora en el acompañamiento que el CEDEZO brinda a emprendedores y empresarios, aportando un diagnóstico inicial sobre los resultados obtenidos con los beneficiarios históricos para determinar nuevas acciones que favorezcan los indicadores de desarrollo social y económico.
4. La participación de estudiantes del Semillero de Investigación en Competitividad Empresarial a proyectos de investigación en el que la Universidad, el Estado y los Empresarios trabajan coordinados, les permitirá enriquecer su formación integral, establecer nuevas conexiones y adquirir una visión amplia de su rol como ciudadanos que aportan significativamente a la sociedad.

Bibliografía

- Alcaldía de Medellín. (2011). Transformación de una ciudad. Medellín: Multimpresos.
- Alcaldía Municipal de Medellín. (2020). Plan de Desarrollo Medellín Futuro 2020 - 2023. http://www.concejodemedellin.gov.co/es/plan-de-desarrollo-2020-2023?language_content_entity=es
- Cámara de Comercio de Medellín. (2018). Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo, 193. <https://www.camaramedellin.com.co/DesktopModules/EasyDNN-News/DocumentDownload.ashx?portalid=0&moduleid=569&articleid=500&documentid=153>
- CCM. (2019). Cámara de Comercio de Medellín. Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo: <https://www.camaramedellin.com.co/DesktopModules/EasyDNN-News/DocumentDownload.ashx?portalid=0&moduleid=569&articleid=500&documentid=153>
- CEDEZO. (9 de abril de 2020). Centro de Desarrollo Empresarial Zonal. <https://empresarismo.medellindigital.gov.co/index.php/empresarismo/programas/9-programas/11-cedezo>
- DANE. (2019). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. <https://www.dane.gov.co/>
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CIENCIA, T. E. (s.f). ANEXO 3 - DESCRIPCIÓN RUBROS, EJEMPLO DE PRESUPUESTO. Recuperado el 01 de 04 de 2020
- Dini, M. (2019). Centro de Desarrollo Empresarial en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44589/1/S1900209_es.pdf
- Gobernación de Antioquia. (2020). Plan de Desarrollo Departamental Unidos 2020 - 2023. <https://plandesarrollo.antioquia.gov.co/>
- Hernández & Mendoza (2015). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa,

cualitativa y mixta. MC Graw Hill Education.

Ibars, S. C. (2017). Motivación Interna De Los Emprendedores En El Proceso De Incubación Empresarial. *Revista Global de Negocio*, 45-54.

Medellín Cómo Vamos. (2018). Informe de Calidad de Vida de Medellín, 2018. <https://www.medellincomovamos.org/download/documento-informe-de-calidad-de-vida-de-medellin-2018/>

Méndez, C. (2006). Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales (Cuarta edición ed.). Bogotá: Limusa.

OISS. (2019). Organización Iberoamericana de Seguridad Social. I Congreso de Seguridad y Salud en el Trabajo – SST de pequeñas y medianas empresas – MiPymes: <https://oiss.org/i-congreso-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-sst-de-pequeñas-y-medianas-empresas-mipymes/>

Silvera, A., Corredor, A., Bermeo, H., Ramírez, C., & Van, N. (2016). Centros de desarrollo empresarial zonal: experiencias significativas de desarrollo sostenible en Medellín. *Revista Lasallista de Investigación*, 57-79.

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



DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL COGNITIVA EN EL MUNICIPIO DE PITALITO-HUILA

Fuente: data:image/jpeg;base64,/9j/- <https://eu01.edcwb.com/educanews/interface/images/noticias/21216-499fc4ed506c471ea34dbb2ff54cbb18.jpg> -www.freepik.es/foto-gratis





Capítulo 24.

DESIGN OF STRATEGIES FOR THE LABOR INCLUSION OF PEOPLE WITH COGNITIVE FUNCTIONAL DIVERSITY IN THE MUNICIPALITY OF PITALITO-HUILA



Carlos Andrés Pinilla Díaz⁶⁹

Juan Felipe Guzmán Pacheco⁷⁰

⁶⁹ Ingeniero de Sistemas, magíster en Dirección y Administración de Empresas, especialista en Gerencia de la Calidad. Instructor Gestión Administrativa y Empresarial del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. Correo electrónico: capinilla@sena.edu.co

⁷⁰

Administrador de Empresas y Psicólogo, magíster en Administración y Planificación, especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo. Docente del programa Administración de Empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Correo electrónico: efguzmanp@gmail.com



RESUMEN

En el municipio de Pitalito-Huila se evidencia un alto grado de desconocimiento sobre la diversidad funcional cognitiva, generando una problemática social que levanta barreras e impide la inclusión de personas en esta condición. Esta investigación surge de la necesidad de identificar esas barreras y proponer unas estrategias asociativas entre el Estados, los centros educativos y el sector empresarial, que permitan el desarrollo integral de este colectivo y contribuya al desarrollo socioeconómico de la región. Se propone una investigación deductiva con alcance descriptivo, enfoque cuantitativo y corte transversal, que contó con la participación de (100) empresas de diferentes sectores. Se logró determinar que el problema de inclusión laboral para personas con diversidad funcional surge del desconocimiento de esta condición, de la percepción errada sobre sus capacidades, de las deficiencias educativas en torno a las competencias laborales y de la falta de intervención gubernamental en la divulgación de las políticas públicas de inclusión. Finalmente, se proponen estrategias bajo el modelo de innovación de la triple hélice para lograr efectividad en los procesos inclusivos de inserción social, educativa y laboral.

Palabras clave: inclusión laboral; diversidad funcional cognitiva; síndrome de Down; modelo de innovación triple hélice; barreras de inclusión.

ABSTRACT

In the municipality of Pitalito-Huila there is a high degree of ignorance about cognitive functional diversity, generating a social problem that raises barriers and prevents the inclusion of people in this condition. This research arises from the need to identify these barriers and propose associative strategies between the State, educational centers, and the business sector, which will allow the integral development of this group and contribute to the socio-economic development of the region. It proposes deductive research with descriptive scope, quantitative approach, and transversal cut, which counted with the participation of 100 companies from different sectors. It was determined that the problem of labor inclusion for people with functional diversity arises from the lack of knowledge



about this condition, the erroneous perception about their capacities, the educational deficiencies regarding labor competences and the lack of government intervention in the dissemination of public inclusion policies. Finally, strategies are proposed under the triple helix innovation model to achieve effectiveness in the inclusive processes of social, educational, and labor market insertion.

Keywords: labor inclusion; cognitive functional diversity; Down's syndrome; triple helix innovation model; inclusion barriers.

Desarrollo de la ponencia

Esta investigación, tiene como objetivo general diseñar estrategias para la inclusión de personas con diversidad funcional cognitiva en el entorno laboral del municipio de Pitalito – Huila y para el cumplimiento de este objetivo se persigue los objetivos específicos Identificar barreras que impiden y/o dificultan la inclusión de personas con diversidad funcional cognitiva en el mundo laboral ; Identificar barreras que impiden y/o dificultan la inclusión de personas con diversidad funcional cognitiva en el mundo laboral Caracterizar las políticas y prácticas de inclusión laboral de personas con diversidad funcional empresas objeto de estudio Descripciones de prácticas y políticas empresariales contribuyen a la manifestación de barreras que impidan la inclusión de personas con diversidad funcional cognitiva en el mundo laboral.

Desde la perspectiva familiar, el rol de los padres inicia con la detección temprana de anomalías genéticas en la etapa de gestación; aquí, se logra la identificación de parte de esos factores de riesgo que puedan afectar la integración socio-comunitaria del individuo.

Dimensión cultural: la aceptación cultural de una persona con diversidad funcional cognitiva inicia con el diagnóstico de la condición y la forma de comunicación a los padres. Según un estudio realizado por L. Huiracocha, Almeida, K. Huiracocha, J. Arteaga, A. Arteaga y Blume (2017), el cuerpo médico no se encuentra lo suficientemente

preparado, en materia psicológica, para comunicar a los padres un diagnóstico afirmativo de diversidad funcional cognitiva, se evidencia una total falta de empatía y se predispone a los padres hacia el rechazo.

Dimensión económica: esta dimensión se puede analizar desde dos perspectivas: la primera, enfocada en la inclusión a entornos laborales preestablecidos y, la segunda, basada en la definición de políticas y/o estrategias para el establecimiento de emprendimiento. En relación a la inclusión laboral, surgen algunas variables importantes a considerar: justicia organizacional, equidad y desempeño laboral.

Contextualizando estas dimensiones al municipio de Pitalito-Huila, objeto del presente estudio, no es distinto al resto del país. En esta zona, se evidencian grandes falencias y dificultades en el acceso a la educación inclusiva y preparación laboral para personas con diversidad funcional cognitiva, generando un alto índice de población inactiva en este municipio como producto del antagonismo entre los entes gubernamentales, las instituciones locales y los centros educativos.

Según el informe de caracterización y perfil del sector educativo en Pitalito presentado por la Secretaría de Educación (2018), “la discapacidad cognitiva es atendida en la sede Libertador perteneciente a la IE Municipal Winnipeg a través de un convenio” (p. 38), aunque no se especifican las estadísticas de la población atendida ni su grado de diversidad cognitiva.

Esta información revela que la atención y las estrategias de inclusión suelen enfocarse en casos que no representan o suscitan grandes cambios en los esquemas educativos predefinidos; demostrando que la inclusión es selectiva.

Ahora bien, cuando se aborda este tema con mayor profundidad, se debe precisar sobre los diferentes tipos de diversidad funcional de acuerdo con el tipo de deficiencia, “ya que el grado y la condición puede ser muy variado e incluso se puede llegar a superar” (Montagud, s.f.).

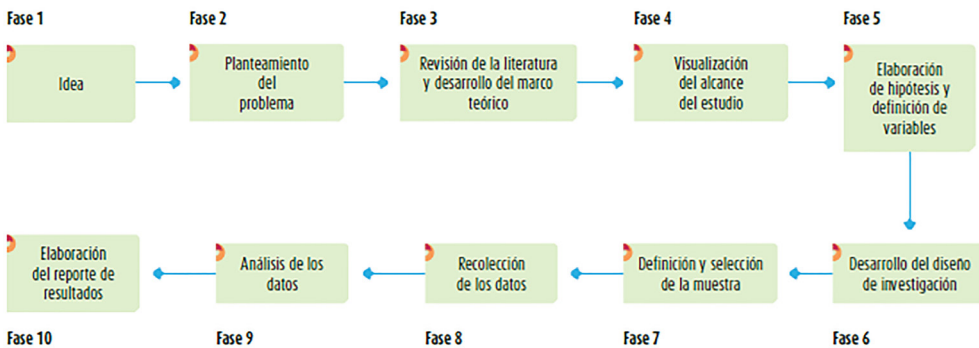
La deficiencia física o motriz hace parte de la diversidad funcional, característico por presentar una insuficiencia en la estructura corporal o la corteza motora, dificulta la ejecución de cualquier tipo de movimiento debido a problemas óseos, musculares, o en algunos casos, secuelas ocasionadas por un accidente

Metodología

Con este estudio se pretende mostrar con precisión las dimensiones de la problemática planteada, indagando sobre las barreras y brechas que se presentan al momento de aplicar la legislación sobre inclusión laboral, teniendo como punto de partida la perspectiva de los empresarios laboyanos y su experiencia formal en este tema.

Finalmente, el proyecto se aborda desde un enfoque cuantitativo con corte transversal. Es decir, que es de carácter secuencial, probatorio y parte de “una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica” (Hernández et al., 2010, p. 4). Así, se establece un diseño, se analizan las mediciones obtenidas a través de métodos estadísticos y se plantean resultados que pueden ser concluyentes si la muestra es representativa de la población.

El proceso metodológico se basa en el siguiente esquema:



Resultados

Se inició a estudiar la diversidad funcional cognitiva han surgido varios modelos que reflejan el tratamiento social de esta condición y que han construido la perspectiva general de toda una sociedad en concordancia con sus cánones de pensamiento.

Para este estudio, se tomaron tres modelos de tratamiento social de la diversidad funcional (Galdolfo y Passini, 2018): el primero, denominado modelo de prescindencia, asume que la diversidad funcional tiene una connotación religiosa traducida en un castigo divino y que es el reflejo del comportamiento de los padres; el segundo, denominado modelo médico-rehabilitador, indica que la diversidad funcional es una enfermedad que requiere ser tratada y, a diferencia del anterior modelo, la persona afectada deja de ser un lastre para la sociedad; el tercero, denominado modelo social, manifiesta que las limitaciones no son religiosas ni científicas, sino que son impuestas por la sociedad y demuestra que esta no está preparada para atender las necesidades de todos por igual.

Por lo cual se realizó una encuesta para determinar si los tres modelos son funcionales o no.

Parte II. Dimensiones sobre la inclusión laboral

El éxito de una organización no solo se mide por su rentabilidad, por su cuota de mercado o por el posicionamiento de sus productos o servicios, sino también por sus políticas y estrategias en materia de responsabilidad social, especialmente enfocadas a lograr la integridad, la equidad y la inclusión de personas con diversidad funcional.

En este sentido, en el ámbito local quedó en evidencia, según la encuesta aplicada, que las empresas no cuentan con una política de inclusión laboral para personas con diversidad funcional cognitiva; es decir, internamente las organizaciones no han dispuesto espacios, recursos, lineamientos ni formación asociada para eliminar las barreras de entrada al mundo laboral; ni tampoco incentivan la participación o buscan promover la selección de talento humano diverso.

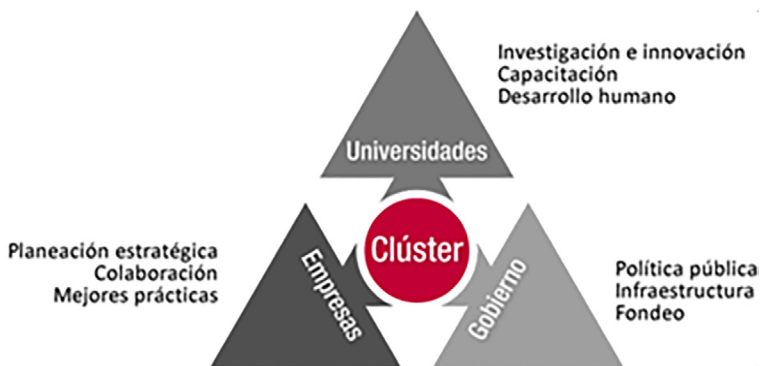
Proceso de selección. La encuesta indicó que el 84% de las empresas encuestadas no ha creado perfiles de cargo específicos o ajustados a las necesidades de personas con diversidad funcional cognitiva (ver Figura 5). Esto demuestra la poca adaptabilidad y disposición de las empresas por lograr equipos de trabajo más diversos, dejando entrever que falta mucho conocimiento sobre las potencialidades de una persona con este tipo de diversidad.

Parte III. Libre expresión sobre diversidad funcional cognitiva e inclusión laboral

Con una pregunta abierta se solicitó a los encuestados que expresaran libremente su pensamiento sobre la inclusión laboral y a diversidad funcional cognitiva. La mayoría de los encuestados coinciden en que las personas que padecen este síndrome son muy capaces, que pueden aportar mucho a la sociedad desde el ámbito laboral y que definitivamente merecen y tienen derecho a disfrutar de un trabajo en igualdad de condiciones; además, manifiestan que se hace necesario recibir una adecuada capacitación en el tema que permita identificar las debilidades y fortalezas que poseen estas personas para ejecutar y desarrollar determinadas tareas. También consideran las instituciones encargadas de velar por la inclusión laboral para las personas con diversidad funcional en el municipio deberían estar más presentes, dar visibilidad a la problemática y plantear estrategias que ayuden a garantizar el derecho a una vida digna, con igualdad de oportunidades.

Estrategias para la inclusión laboral de personas con diversidad funcional cognitiva

Lograr la inclusión laboral de personas con diversidad funcional cognitiva implica la articulación de estrategias basadas en la triple hélice; de forma tal que el Estado, los centros educativos y las empresas dispongan de escenarios para garantizar el cumplimiento de la legislación asociada, la formación en competencias laborales y la creación de espacios de trabajo incluyentes.



El modelo de innovación triple hélice se centra en fomentar el desarrollo socioeconómico de las regiones a partir de la creación de estrategias que aprovechen las ventajas

competitivas que Universidades, Gobierno y Empresas disponen para ser articuladas, de tal forma que sea posible la implementación de soluciones a gran escala que reduzcan y eliminen las barreras, en este caso, de la inclusión laboral de personas con diversidad funcional cognitiva

Bibliografía

- Alcaldía Municipal de Pitalito. (2015). *Geografía*. <https://bit.ly/354kPDb>
- Artigas-Pallarés, J., Brun, C. y Gabau, E. (2001). Aspectos médicos y neuropsicológicos del síndrome X Frágil. *Revista de Neurología Clínica*, 2(1), 42-54. <https://bit.ly/3k7x-qtM>
- Asociación Síndrome de Down de la República Argentina – ASDRA. (s.f.). *Contratar a personas con síndrome de Down mejora el clima laboral*. ASDRA. <https://bit.ly/3k-1P4Pu>
- Aszpis, S., Gottlieb, S., Knoblovits, P., Pacenza, N., Pasqualini, T., Rey, R., & Usher, J. (2006). Klinefelter syndrome: Old and new concepts. *Revista Argentina de Endocrinología y Metabolismo*, 43(1), 23-39. <https://bit.ly/3p179AZ>
- Bernal, C.A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a ed.). Prentice Hall.
- Bernardino, A., Luna, C., y Pardo, E. (2015). *La inclusión de personas con síndrome de Down vista desde el pupitre* [ponencia]. IX Jornadas Científicas Internacionales de Investigación sobre Personas con Discapacidad. <https://bit.ly/3neTuVl>
- Booth, T., Ainscow, M., Black-Hawkins, K., Vaughan, M., y Shaw, L. (2002). *Índice de inclusión desarrollando el aprendizaje y la participación en las escuelas* [Ebook]. <https://bit.ly/354uRUR>
- Belén-Füresz, L. (2019). *Inclusión de personas con síndrome de Down en el ámbito laboral formal privado* [tesis de pregrado, Escuela de Negocios, Universidad de San Andrés]. Repositorio Digital San Andrés. <http://hdl.handle.net/10908/16839>
- Beltrán-Villamizar, Y. I., Martínez-Fuentes, Y. L. y Vargas-Beltrán, A. S. (2015). El sistema educativo colombiano en el camino hacia la inclusión. *Avances y retos. Educación y Educadores*, 18(1), 62-75. DOI: 10.5294/edu.2015.18.1.4. <https://bit.ly/3582R2B>

- Cámara de Comercio de Neiva. (2018). *Informe de Gestión*. <https://bit.ly/2leRmhh>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2019). *Personas con discapacidad, retos diferenciales en el marco COVID-19*. DANE. <https://bit.ly/3n0t-9tH>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (s.f.). *Censo nacional de población y vivienda 2018*. DANE. <https://bit.ly/3p5GdQv>
- Díaz-Rincón, C. E. (2017, 26 de septiembre). *La odisea que tienen que vivir las personas con discapacidad intelectual en Colombia*. <https://bit.ly/357iV4X>
- Federación Iberoamericana de Síndrome de Down – FIADOWN. (2019, enero). *Informe y planes de acción para la población con síndrome de Down de Iberoamérica*. FIADOWN. <https://bit.ly/357miZt>
- Flores, J. y Ruiz, E. (2006). Capítulo II: Síndrome de Down. En J. A. Del Barrio (ed.), *Síndromes y apoyos: Panorámica desde la ciencia y desde las asociaciones* (pp. 47-76). FEAPS.
- Fundación Saldarriaga. (2018, 23 de octubre). *¿Cuál es el panorama de la educación para personas con discapacidad en Colombia?* <https://bit.ly/2ldJOei>
- Fundación Síndrome de Down de Madrid. (s.f.). *Tipos de trabajos para las personas con discapacidad intelectual*. Down21. <https://bit.ly/357olaB>
- Gandolfo, M. y Passini, M. (2018). Capítulo 2: Los modelos de la discapacidad y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPCD). En A. Rossetti y N. Monasterolo (ed.) *Salud mental y derecho. Derechos sociales e intersectorialidad* (pp. 31-51). <https://bit.ly/3l7guVy>
- Garavito-Escobar, D. M. (2014). *La inclusión de las Personas con Discapacidad en el mercado laboral colombiano, una acción conjunta* [tesis de grado, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Universidad Nacional. <https://bit.ly/3k7arig>
- González-Ruiz, M. M. (2017). *Justicia organizacional, calidad de vida laboral y salud de los trabajadores* [tesis de psicología, Universidad de Huelva]. Repositorio Institucional de la Universidad de Huelva. <http://hdl.handle.net/10272/15224>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw Hill Education.
- Hernández-Higueruela, Y. (2019). *10 famosos con síndrome de Down que han cumplido su sueño*. Los Replicantes. <https://bit.ly/3laac7k>
- Huiracocha, L., Almeida, C., Huiracocha, K., Arteaga, J., Arteaga A. & Blume, S. (2017). Parenting children with Down syndrome: Societal influences. *Journal of Child Health Care*, 21(4), 488-497. <https://doi.org/10.1177/1367493517727131>
- Kortscheff-Zamora, D. Y. (2014). *Percepción de los Gerentes de Recursos Humanos sobre la Inclusión de Personas con Síndrome de Down al Mundo Laboral* [tesis de pregrado, Universidad Rafael
- Landívar]. Red de Bibliotecas Landivarianas. <https://bit.ly/3p4eobf>
- Madrigal-Muñoz, A. (2004). *El síndrome de Down*. <https://bit.ly/38sPiNc>
- Manaserro-Morales, G. C. E. (2017). *Realidades y Retos para la Inclusión Educativa y la Inserción Laboral de las Personas con Síndrome Down en el Perú* [tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/6620>
- Ministerio de Educación Nacional – MinEducación. (2018). *Ficha Plan Padrino Pitalito*. MinEdu. <https://bit.ly/38kj8U9>
- Ministerio de Salud y Protección Social – MSPS. (2017a). *Sala situacional de las Personas con Discapacidad (PCD)*. MSPS. <https://bit.ly/2lf9oiW>
- Ministerio de Salud y Protección Social – MSPS. (2017b, 13 de junio). *Resolución 1904 de 2017. Diario Oficial No. 50.263*. <https://bit.ly/38pkjSj>
- Montagud-Rubio, N. (s.f.). *Los 5 tipos de diversidad funcional (y sus trastornos asociados)*. Psicología y Mente. Consultado el 7 de octubre de 2020. <https://bit.ly/3p2Bv6d>
- Moreno-Angarita, M., Cortés-Reyes, E., Cárdenas-Jiménez, A., Giraldo-Rátiva, Z. y Mena-Ortiz, L. Z. (2013). Valoración ocupacional de las personas con discapacidad, desde la perspectiva de las capacidades humanas. *Rev. Salud Pública*, 15(5), 766-779. <https://bit.ly/354SPiW>

- Organización Mundial de la Salud – OMS. (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad*. OMS. <https://bit.ly/3p9udgG>
- Organización de las Naciones Unidas – ONU. (2008). *Convención Internacional de Derechos de las Personas con Discapacidad*. ONU. <https://bit.ly/3k62GJt>
- Organización de las Naciones Unidas – ONU. (2019). *Vivir con discapacidad*. ONU. <https://bit.ly/3n6iduz>
- Perdón-Marín, S. (2014). *La inclusión de los niños con síndrome de Down* [tesis de maestría, Universidad de Zaragoza]. <https://bit.ly/3eB7dlU>
- Presidencia de la República de Colombia. (1996, 18 de noviembre). *Decreto 2082 de 1996*. Diario Oficial. No. 42.922. <https://bit.ly/3mUgJ6O>
- Presidencia de la República de Colombia. (2017, 30 de noviembre). *Decreto 2011 de 2017*. Diario Oficial. No. 50.433. <https://bit.ly/2U1dcqX>
- Presidencia de la República de Colombia. (2018, 26 de febrero). *Decreto 392 del 2018*. <https://bit.ly/2li4SAC>
- Rodríguez-Díaz, S. y Ferreira, M. A. V. (2010). Desde la discapacidad hacia la diversidad funcional. Un ejercicio de dis-normalización. *Revista Internacional de Sociología*, 68(2), 289-309. DOI:10.3989/ris.2008.05.22
- Rojas-Rojas, L. M., Arboleda-Toro, N. y Pinzón-Jaime, L. J. (2018). Caracterización de población con discapacidad visual, auditiva, de habla y motora para su vinculación a programas de pregrado a distancia de una universidad de Colombia. *Educare*, 22(1), 1-28. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-1.6>
- Secretaría de Educación de Pitalito. (2018). *Caracterización y perfil del sector educativo ET Pitalito*. Alcaldía Municipal de Pitalito. <https://bit.ly/32kW6bY>
- Serrano. C. P. y Camargo, D. M. (2011). Políticas de inclusión educativa del discapacitado. barreras y facilitadores para su implementación: Bucaramanga, 2010. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública*, 29(3), 289-298. <https://bit.ly/3l9YCcq>

AVANCE CIENTÍFICO SOBRE ECONOMÍA CIRCULAR Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO EMPRESARIAL SOSTENIBLE EN EL TURISMO DE NATURALEZA



SCIENTIFIC ADVANCE ON THE CIRCULAR ECONOMY AND ITS RELATIONSHIP WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN NATURE TOURISM



Hugo Alberto Martínez⁷¹

Yolanda González Castro⁷²

Omaira Manzano Durán⁷³

Jesús Rafael Fandiño Izasa⁷⁴

Nathalie Hernández Pérez⁷⁵

71 Hugo Alberto Martínez Jaramillo. Economista. Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Magíster en Business Administration. <https://orcid.org/0000-0001-8190-9993>
Correo electrónico: hugo.martinez@unad.edu.co

72 Yolanda González Castro. Administradora de Empresas, Magíster en Recursos Humanos y Gestión del Conocimiento, Doctora en Administración de Negocios. Investigadora grupo GRINDES. Docente Asociada UNAD. <https://orcid.org/0000-0002-9497-7132>.
Correo electrónico: yolanda.gonzalez@unad.edu.co.

73 Omaira Manzano Durán. Doctora en Administración de Negocios (DBA). Magíster en Administración de Empresas. Investigadora grupo GRINDES. Docente Asociado Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2715-890>
Correo electrónico: omaira.manzano@unad.edu.co.

74 Jesús Fandiño. Administrador de Empresas. Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Magíster en Business Administration. Magíster en Administración de Organizaciones. <https://orcid.org/0000-0002-8232-0790>

75 Nathalie Hernández Perea. Economista. Magíster en Paz, Desarrollo y Resolución de Conflictos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7390-9261>
Correo electrónico: Nathalie.hernandez@unipamplona.edu.co



RESUMEN

La presente ponencia es resultado de una investigación cualitativa, con el propósito de recabar información sobre el impacto de la teoría económica denominada "Economía circular" en las estrategias organizacionales sustentables del sector turístico de naturaleza, en especial con los ODS 1, 8, 9, 10 y 12. Los resultados permitieron identificar avances científicos en cuanto a la relación de estas temáticas con la transformación digital que se evidencia en la creación de nuevos modelos de negocio. En cuanto al turismo de naturaleza existe relación directa con la sustentabilidad y el ecoturismo. La productividad en los dos temas objeto de estudio es alta y se encuentra un impacto en la gestión sustentable de las organizaciones. Además, existen estudios documentados de cómo desde la teoría se puede incidir directamente en la erradicación de la pobreza, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades y producción y consumo responsable.

Palabras clave: bibliometría; economía circular; sostenibilidad; transformación digital.

ABSTRACT

This presentation is the result of a qualitative research, with the purpose of compiling information on the impact of the economic theory called "Circular Economy" on the sustainable organizational strategies of the nature tourism sector, especially with SDG 1, 8, 9, 10 and 12. The results made it possible to identify scientific advances regarding their relationship with the digital transformation that is evidenced in the creation of new business models. As for nature tourism, there is a direct relationship with sustainability and ecotourism. Productivity in the two subjects under study is high and there is an impact on the sustainable management of organizations. In addition, there are documented studies on how the theory can directly affect poverty eradication, decent work and economic growth, industry, innovation and infrastructure, reduction of inequalities, and responsible consumption and production.

Keywords: Bibliometrics; Circular economy; sustainability; surveillance; digital transformation

Desarrollo de la ponencia

La investigación es un aporte para el cumplimiento de la agenda 2030 y prioriza específicamente los objetivos de desarrollo sostenible 1, 8, 9, 10 y 12, denominados fin de la pobreza, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades y producción y consumo responsable, por cuanto buscó identificar los avances al implementar las tecnologías y la economía circular, para dar soluciones innovadoras a problemáticas relacionadas con la sostenibilidad.

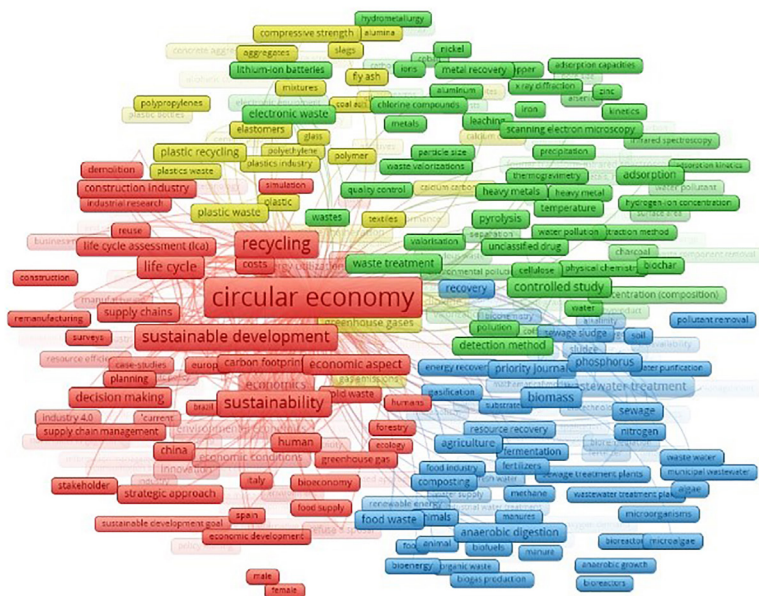
Metodología

La investigación se realizó empleando un enfoque cualitativo. Los estudios con este enfoque pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. “Las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo: explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Uno de los principales propósitos del enfoque cualitativo es generar teorías a partir de la identificación y análisis de categorías que emergen de los datos.

Resultados y Discusión

Se presentan los resultados de la revisión de la base de datos Scopus e integración al software VosViewer donde se evidencian los términos y relaciones de la productividad científica en el tema objeto de estudio en el mismo rango de tiempo 2017-2021. La productividad científica sobre la economía circular se asocia a términos directos como el desarrollo sustentable, a los términos propios de la misma como son el reciclaje, la reutilización, el diseño, la reparación, el consumo y los efectos económicos. También existe una amplia relación con la industria 4.0, la innovación y los nuevos modelos de negocios (Ver Figura 1).

Figura 1. Relación de la productividad en Economía Circular



En la base de datos Scopus también se puede evidenciar un crecimiento permanente de la productividad sobre el tema en los últimos años y una mayor producción de artículos en investigadores de países como el Reino Unido, Italia y China.

En cuanto al turismo de naturaleza la revisión bibliométrica en la base de datos Scopus permite evidenciar productividad científica relacionada con ecoturismo, áreas protegidas, sustentabilidad, recreación y desarrollo.

La productividad en temas de turismo de naturaleza va en aumento en los últimos años, Estados Unidos e Indonesia son quienes más publicaciones tienen, los principales financiadores para estos estudios los otorga la Comisión Europea y la Academia de Finlandia.

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores más importantes en las economías mundiales, debido a que se convirtió en una fuente de oportunidades para la transformación económica y de mejoramiento de la infraestructura, lo cual, no solo contribuye a la transformación económica sino con el mejoramiento de la calidad de vida (Agüera & Cuadra, 2016). Pese a esto, existen diversidad de formas de fomentar e impulsar el sector, razón por la que los resultados pueden variar en los territorios, haciendo que en unos casos se considere como una opción de desarrollo sostenible, mientras que en otros casos genere alta afectación negativa en cuanto a los cambios culturales y la explotación de recursos naturales.

Turismo y Economía Circular. Rubio-Mozos, García - Muiña y Fuentes- Moraleda (2020) presentan un modelo de gestión estratégica sostenible para empresas hoteleras en busca del cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, donde a partir de una investigación cualitativa, utilizando los grupos focales se plantearon 10 principios en 4 ejes de beneficios: para el patrimonio cultural, el ambiente, la comunidad y la gestión

Conclusiones

En cuanto a la economía circular algunos la relacionan con la implementación de la transformación digital y se considera relevante la implementación de nuevos modelos de negocios. En cuanto al turismo de naturaleza existe relación directa con la sustentabilidad y el ecoturismo. Aunque la productividad en los dos temas objeto de estudio es alta y se han creado algunos modelos que buscan hacer cambios puntuales a la gestión de las organizaciones, que impacten en el cumplimiento de los ODS y otros relacionados con el turismo de naturaleza y su impacto en la sustentabilidad, no obstante, aún no existen estudios documentados de cómo un modelo inteligente de economía circular en el sector del turismo de naturaleza,

Bibliografía

- Agüera, F. O., & Cuadra, S. M. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, Vol. 31.
- CEPAL (2017). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*
- Cerda, E., & Khalilova, A. (2016). *Economía Circular*. <http://ceppecuador.org/guardianes/talleres/3-3EconomiaCircular/Bibliografia/CERDA-y-KHALILOVA.pdf>
- CITUR. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia*. http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/206.Plan_de_Negocio_de_Turismo_de_Naturaleza_de_Colombia.pdf

- DNP. Plan Nacional de Desarrollo. Bogotá, DNP, 2018. Dirección Nacional de Planeación, <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>.
- Ellen MacArthur Foundation. (2015). Hacia una economía circular: Motivos económicos para una transición acelerada. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/languages/EMF_Spanish_exec_pages-Revise.pdf
- Forética. (2018). Cerrar el círculo. El business case de la economía circular. Forética. https://www.foretica.org/business_case_economia_circular_foretica.pdf
- Federación Española de Familias FEFN. (2020). ERTE y las deducciones fiscales de familias numerosas y madres trabajadoras. https://drive.google.com/file/d/1r35r9-z17WZmRupc_cyXvidRNzp9v7sH/view
- Jiménez, R., Hernández Villamizar, J., y López Rodríguez, S. (2020). Economía circular, aproximación a un modelo para Pymes exportadoras. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas* 2(1), 62 - 77
- Jacobs, M. (1996). *Economía Verde*. Barcelona: Icaria.
- Kowszyk, Y., & Maher, R. (2018). Estudios de caso sobre modelos de Economía Circular e integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en estrategias empresariales en la UE y ALC. https://eulacfoundation.org/es/system/files/economia_circular_ods.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2020). Política de Turismo Sostenible. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>
- Magadán, M, y Rivas, J. (2019). Digitalización y Modelos de Negocio en la Industria Editorial Española. *Journal of technology management & innovation*, 14(1), 63-72.
- Marcet, X., Marcet, M., & Vergés, F. (2018). Qué es la economía circular y por qué es importante para el territorio. Barcelona: Asociación Pacto Industrial de la Región Metropolitana de Barcelona.
- Molina, V., Núñez-Cacho, P y Gálvez, F. (2018), Transición hacia la economía circular y sostenibilidad de la industria de defensa. Estudio de los casos de Navantia y

Airbus Military. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/412/MOLINA,%20N%C3%9A%C3%91EZ%20y%20G%C3%81LVEZ.pdf>

Naciones Unidas (2016). Fin de la pobreza: por qué es importante.

https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2016/10/1_Spanish_Why_it_Matters.pdf

Naciones Unidas (2020). Shares responsibility, global solidarity: responding to the socio-economic impacts of COVID-19. <https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-03/SG-Report-Socio-Economic-Impact-of-Covid19.pdf>

OEA (2017). Desigualdad e inclusión social en las Américas. <https://www.oas.org/docs/desigualdad/libro-desigualdad.pdf>

OIT (2003). Superar la pobreza mediante el trabajo. <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/meetingdocument/kd00116es.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (8 de noviembre de 2020). UNESXO.ORG. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13637&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Organización Mundial de Turismo. (8 de 11 de 2020). UNWTO. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>

Porcelli, A. y Martínez, A. (2018). Análisis legislativo del paradigma de la economía circular. *Revista Direito GV*, 14 (3), 1067-1105

Rubio-Mozos, E., García - Muiña, F y Fuentes- Moraleda, L. (2020). *Sustainable Strategic Management Model for Hotel Companies: A Multi-Stakeholder Proposal to “Walk the Talk” toward SDGs*. *Sustainability*, 12, 1-25.

Romero, Y., Romero, J. M., y Navarro, E. (2020). Reflexiones desde el post - crecimiento: Ideas, estrategias y tácticas para el turismo post covid-19. *AECIT Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo*, 2-10.

Ynzunza, C., Izar, J., Bocarando, J. Aguilar, F. y Larios, M. (2017). El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectivas Futuras *Conciencia Tecnológica*, 1 (54), 1-19

HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS SOCIALES COMPETITIVOS

Fuente: Imágenes de <https://www.freepik.es>





Capítulo 26.

TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE SOCIAL PROJECTS



Sonia Ruth Obando Castro⁷⁶

76 Sonia Ruth Obando Castro Magíster en Mercadeo, Especialista en Gerencia Social Administrador de Empresas, Administrador Financiero, Autora, Docente Universitario.
Correo electrónico: soniaruthobando@hotmail.com



RESUMEN

Los sistemas estatales no deben seguir despilfarrando el dinero en proyectos sociales inútiles, enriqueciendo a unos pocos y teniendo a un país en la miseria, se debe reconsiderar alternativas que den resultados positivos; puesto que decenas de decenas de años por no decir cientos y cientos de años se han desarrollado de propuestas multimillonarias de desarrollo económico social con resultados negativos, se sigue viendo cada día más pobreza y atraso social. Los métodos investigativo y experimental son las herramientas que se utilizó directamente para obtener los datos de contenido, el análisis de esta propuesta es fundamentado en la vivencia de los hechos con protagonistas de actores beneficiarios población vulnerable, además se utilizó como herramienta comparativa investigaciones de tipo online. "Transformación Social Competitiva como la herramienta que permite maximizar el impacto que puede generar cuando lo social forma parte inseparable de nuestra estrategia de empresa y que, además, debemos ligar a nuestros servicios o productos para construir valor.

En conclusión, la política económica, el sistema gubernamental son los que determinan que se siga en la pobreza o se alga de ella, de la voluntad política con establecimiento de sanciones drásticas depende combatir la crisis.

Palabras clave: desarrollo social y humano; competitividad regional; proyectos productivos; cooperación.

ABSTRACT

State systems must not continue wasting money on useless social projects, enriching a few and keeping a country in misery, alternatives that give positive results must be reconsidered; Since tens of tens of years, not to say hundreds and hundreds of years, multi-million dollar proposals for social economic development have been developed with negative results, poverty and social backwardness continue to be seen every day. The investigative and experimental methods are the tools that were used directly to obtain the content data, the analysis of this proposal is based on the experience of the events with the protagonists of



beneficiary actors from the vulnerable population, and online research was also used as a comparative tool.. “Competitive Social Transformation as the tool that allows us to maximize the impact that it can generate when social is an inseparable part of our business strategy and that, in addition, we must link to our services or products to build value.

In conclusion, the economic policy, the governmental system is those that determine whether to continue in poverty or algae from it, the political will with the establishment of drastic sanctions depends on combating the crisis.

Keywords: Social and human development; Regional competitiveness; Productive projects; Cooperation

Desarrollo de la ponencia

El objetivo de esta propuesta es conocer algunos porque fracasan la mayoría de proyectos productivos sociales ejecutados en Colombia, Herramientas para el desarrollo de proyectos sociales competitivos. Teniendo en cuenta la anterior nota se puede saber que la población beneficiaria de grandes propuestas no está en la capacidad de asimilar los nuevos conocimientos transferidos para el desarrollo de la propuesta y las metodologías no son las más apropiadas para la trasferencia de conocimientos. La falta de conciencia social con que el gobierno, algunas empresas privadas y ONG'S que trabajan a supuestamente para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, estos organismos fallan en la escogencia o selección de la población beneficiaria que aplique para el buen desarrollo de las propuestas, además son los primeros en manipular los recursos económicos destinados para proyectos que impulsan emprendimiento, fortalecimiento y desarrollo económico, por lo general buscan beneficiarios simplemente para completar los requisitos como es la firma de estos, para que les desembolsen los dineros de la propuesta.

Determinar factores del porque fracasan los proyectos sociales ejecutados en Colombia.

Establecer herramientas para el desarrollo de proyectos sociales competitivos.

El Gobierno colombiano no puede seguir despilfarrando el dinero en proyectos inútiles, enriqueciendo a unos pocos y teniendo a un país en la miseria, debe buscar estrategias y reconsiderar el sistema de ayudas con propuestas que generen desarrollo económico y bienestar social, debe seleccionar a través de procesos de investigación que empresas privadas y ONG'S si tienen la misión de convertir a las poblaciones vulnerables en unidades productivas y de desarrollo social.

Métodos

Para el estudio se utilizó métodos investigativo, analítico, descriptivo y experimental

Los métodos investigativo y experimental son las herramientas que se utilizó directamente para obtener los datos de contenido, el análisis de esta propuesta es fundamentado en la vivencia de los hechos, también se utilizó como herramienta comparativa investigaciones de tipo online.

Se aplica el método descriptivo es uno de los métodos cualitativos puesto que contribuye en la investigaciones en la evaluación de algunas características de la población como el comportamiento en niveles educación, económico, social.

Resultados

1. Desconocimiento en la selección de la población beneficiaria que se ajuste a las características y capacidades para el desarrollo del proyecto.
2. Desconocimiento de las necesidades y campo de acción de la población beneficiaria.

3. Los organismos como entidades privadas y ONG'S que formulan, desarrollan, ejecutan proyectos sociales; por lo general son profesionales que buscan empleo y dan empleo sin la experticia de desarrollo social.
4. La corrupción del gobierno a través de las entidades contratantes en la ejecución de los proyectos sociales; esta es la enfermedad que hace pobres a los más pobres, de ahí parte la negligencia que las propuestas den resultados negativos.
5. Desconocimiento de las zonas de hábitat de la población beneficiaria.
6. Formar cadenas productivas con poblaciones beneficiarias carentes de sentido social, carentes de conocimiento y apropiación en economía solidaria.
7. Adjudicar proyectos a personas o entidades que desconocen el manejo de los mismos.

Herramientas para el desarrollo de proyectos sociales competitivos

Desarrollar de herramientas pedagógicas e investigadoras en este campo y un Máster práctico que contribuirá a la transformación y creación de empresas con valores positivos que generen impacto social de forma sostenible.

Sanciones drásticas el gobierno y entidades públicas o privadas que ejecuten proyectos sociales sin resultados de progreso social

Conocer de las necesidades y campo de acción de la población beneficiaria; de acuerdo con estas generar la propuesta de desarrollo social

Seleccionar organismos con ética, experiencia, comprometidos en generar cadenas productivas autosostenibles

Selección de la población beneficiaria idónea para adquirir conocimiento y habilidades para transformarse en unidades productivas

Conclusiones

La política económica, los partidos políticos y las instituciones son los que determinan que se siga en la pobreza o se alga de ella, de la voluntad política depende combatir la crisis económica; como la política no funciona se debe generar conciencia ciudadana para acabar con la indiferencia social y apropiarse de las instituciones con políticas económicas clara para comenzar a mitigar la crisis y proyectar un futuro mejor.

Bibliografía

- Beck, U., 2008, *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad perdida*. Editorial Paidós, Barcelona, España.
- Bell, S. y S. Morce, 2000, *Sustainability indicators: measuring the immeasurable*, Earthscan, Londres, Inglaterra.
- Blaikie, P., T. Cannon, I. Davis y B. Wisner, 1996, *Vulnerabilidad. El entorno social, político y económico de los desastres*, LA RED, Red de Estudios Sociales en Prevención de Desastres en América Latina, Bogotá, Colombia.
- Chambers, R., 2006, "Vulnerability, coping and policy", en *IDS Bulletin*, vol. 37, 4, september, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, Gran Bretaña.
- Daron Acemoglu. James A. Robinson. (2012) *Por que Fracasan los Países*. Crown Publishers. Nueva York
- Domínguez Bilbao y Silvia García Dauder. *Conflicto constructivo e integración en la obra de Mary Parker Follet*. Editorial: Taylor & Francis
- Fabre Platas, Da., D. Callejo Y A. Garret, 2009, *Comunidades Vulnerables*, Universidad Veracruzana, Xalapa, México.
- Harold Konntz, Heinz Weihrich. (1998). *Administración una Perspectiva Global*. McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V. México
- Herzberg. Frederick. (1968). *Factores Motivacionales*. Estados Unidos. Prentice-Hall

Humberto Giratá. (2003) Rentabilidad del Pensamiento Colectivo. Imprenta departamental del Valle del cauca. Cali

José Saramago. (1996) Ensayo sobre la Ceguera. Grandes Maestros de la Narrativa Iberoamericana. Alfaguara

Lisbona, A., F. J. Palací y A. Gómez (2008). Escala de clima para la iniciativa y para la seguridad psicológica: adaptación al castellano y su relación con el desempeño organizacional. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, Vol. 24 No. 2 pp: 153-167

Maslow, Abraham. (1943). Satisfacción de las necesidades. J Abnorm. México D.F. Trillas

Noriega, V. d. I. M. y M. d. C. Pría (2011). Instrumento para evaluar el clima organizacional en los grupos de control de vectores. Revista Cubana de Salud Pública, Vol. 37 No. 2 pp: 116-122.

Ospina, D. *El club de los lagartos*. Aguilar

Ospina, W. *El Dibujo Secreto de América Latina*. Literatura Random House.

¿Quiere ser emprendedor? Aprenda de los más grandes expertos. Mire una conferencia gratis. www.wobi.com/Emprender

Sánchez-González, D. Jiménez (2011), *Enfoque de vulnerabilidad social para investigar la desventajas socioambientales*.

Sánchez-González, D., 2009a, "Contexto ambiental y experiencia espacial de envejecer en el lugar: el caso de Granada", en *Papeles de Población*, vol. 15, núm. 60, CIEAP/UAEM, Toluca. México.

Seminario Coaching "Los Secretos De La Prosperidad" Decídete a Activar el Éxito ahora www.teleseminariosdepnl.com

Sierra, J. (2013). *Responsabilidad social empresarial y liderazgo*. España Digitalreasons.

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES PARA LAS MIPYMES DE LA FUNDACIÓN CENTRAL MAYORISTA QUE MITIGUEN LA CRISIS SOCIOECONÓMICA CAUSADAS POR COVID-19

Fuente: Imágenes de <https://www.freepik.es>



FORMULATION OF DIGITAL STRATEGIES FOR MIPYMES OF THE FUNDACIÓN CENTRAL MAYORISTA THAT MITIGATE THE SOCIOECONOMIC CRISIS CAUSED BY COVID-19



Juan Carlos Pilonieta Cortes⁷⁷

Oscar Andrés Gualtero Ramírez⁷⁸

Claudia Ivone Monsalve Rojas⁷⁹

Yeison Gabriel López Osorio⁸⁰

Carlos Mario Montoya Cárdenas⁸¹

77 MBA, Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0001-5833-9339>
Correo electrónico: juan.pilonieta@unad.edu.co.

78 Especialista en Gerencia de Proyectos, Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0001-8596-8149>. Correo electrónico: oscar.gualtero@unad.edu.co.

79 Especialista en Legislación Tributaria, Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0001-9344-8055>. Correo electrónico: claudia.monsalve@unad.edu.co

80 Estudiante semillerista de la Tecnología en Gestión Industrial, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0003-1743-1539>. Correo electrónico: ygllopezo@unadvirtual.edu.co

81 Estudiante semillerista de Administración de Empresas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0002-9604-3907>. Correo electrónico: cmmontoyac@unadvirtual.edu.co



RESUMEN

En este proyecto de investigación se plantea, como primer objetivo específico: Determinar la caracterización de las MIPYMES para la identificación de los atributos que claramente distinguen a cada una de ellas; por ende es primordial diagnosticar las estrategias digitales que han implementado dichas MIPYMES, lo cual nos abre paso para el alcance de nuestro segundo objetivo específico, el cual se enfoca en examinar el estado actual en el que se encuentran los empresarios que dirigen esas MIPYMES en cuanto al conocimiento y aplicación de la Planeación Estratégica; y a partir de ellas formular nuevas propuestas.

Se propone aplicar la metodología mixta con el fin de obtener información que facilite no solo la caracterización de las empresas participantes, sino formular estrategias digitales que serán plasmadas en un manual de consulta para los empresarios, lo cual es nuestro tercer objetivo específico.

Así las cosas, este proyecto se convierte en una oportunidad para la proyección social, el desarrollo regional y la proyección comunitaria a través de la investigación y el desarrollo de procesos de aprendizaje contemporáneos en pro de la competitividad empresarial de la Fundación Central Mayorista ubicada en el Valle de Aburrá.

Palabras clave: diagnóstico; caracterización; estrategia; COVID-19; crisis económica; MIPYMES



ABSTRACT

The first specific objective of this research project is to: Determine the characterization of MSMEs for the identification of the attributes that clearly distinguish each one of them; Therefore, it is essential to diagnose the operational strategies that these MSMEs have implemented, which opens the way for us to reach our second specific objective, which focuses on examining the current state of the entrepreneurs who run these MSMEs in terms of to the knowledge and application of Strategic Planning; and from them formulate new proposals

It is proposed to apply the mixed methodology in order to obtain information that facilitates not only the characterization of the participating companies, but also to formulate operational strategies that will be reflected in a reference manual for entrepreneurs, which is our third specific objective.

Thus, this project becomes an opportunity for social projection, regional development and community projection through research and development of contemporary learning processes in favor of business competitiveness of the Central Wholesale Foundation located in the Aburrá Valley.

Keywords: Diagnosis; Characterization; Strategy; COVID-19; Economic Crisis; MSMEs



Desarrollo de la ponencia

El proyecto busca identificar las estrategias digitales que las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista ubicada en el Valle de Aburrá puedan implementar a futuro ante posibles crisis socio económicas ocasionadas por COVID-19, a partir del conocimiento y desarrollo del comportamiento de los consumidores y los clientes en general teniendo en cuenta las restricciones de tipo legal para la movilidad de los ciudadanos a nivel nacional, departamental y local, así como el autocuidado personal que se puede aplicar ocasionados por la COVID-19 para finalmente responder a estos mismos de manera satisfactoria y generando una buena experiencia que promueva la compra nuevamente.

Actualmente, las empresas colombianas requieren de la implementación de estrategias digitales que le permitan ser competitivas en el mercado. Uno de los principales factores que inciden de forma negativa en la rentabilidad de las empresas, es participar en entornos, sectores y/o mercados en crisis como el que se tiene actualmente. En esta investigación se expone la propuesta de formular estrategias digitales para mitigar diversos problemas tales como: la afectación económica y de participación de mercado que tienen las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista, cuando se encuentran en un entorno de crisis económica y de mercado derivados de la pandemia por COVID-19. Dicha afectación, ha generado consecuencias principales tales como la repercusión en su desarrollo y mantenimiento de proyectos de inversión a corto, mediano y largo plazo, al verse afectados directamente sus recursos financieros, dificultad en la productividad y en los márgenes de utilidad, así como la disminución en las ventas y en la participación de mercado. (Medina, F. 2020)

Formular e implementar estrategias son procesos que se realizan al interior de las mismas pero que determinarán el impacto que deseamos marcar en nuestros grupos de interés (Stakeholders), sin embargo, se suele caer en el error de realizar un ejercicio que generalmente produce satisfacción en los integrantes de la empresa pero que no logra lo mismo hacia el exterior de la misma, actualmente, las coyunturas que se viven están generando tanto, un cambio de la empresa hacia su interior, como el replanteamiento de lo que la empresa desea generar hacia sus clientes externos, sus proveedores, sus competidores y la sociedad en general.

Con esta investigación se propone enaltecer el convenio de cooperación institucional celebrado entre la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y la Fundación Central

Mayorista que consiste en aunar esfuerzos para establecer un marco que permita, la prestación de servicios mutuos que redunden en beneficio de las entidades suscriptoras, con miras al logro de sus fines y aprovechamiento racional y óptimo de sus recursos en beneficio de las partes, la comunidad y el país, además de realizar un estudio que nos permita identificar con mayor detenimiento y detalle, que no sobre dimensione, pero que tampoco sub valore todas las variables externas e internas que el mercado actual exige y seguirá exigiendo para dar satisfacción a nuevas necesidades que surgieron por el tema de la crisis; para ellos se propone el diseño, formulación y desarrollo de un manual de estrategias digitales aplicables a MIPYMES para enfrentar crisis socioeconómicas por efectos de COVID-19

Con la propuesta del manual se quiere, primero que todo, determinar la caracterización de las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista para la identificación de los atributos peculiares que claramente distinguen a cada una de ellas; luego, examinar el estado actual en el que se encuentran los empresarios que dirigen las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista en cuanto al conocimiento y aplicación de la Planeación Estratégica; y por último, describir estrategias digitales para las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista que les permita enfrentar tiempos de crisis socioeconómicas por efectos de COVID-19.

Metodología

El enfoque de la investigación, siguiendo a Hernández Sampieri (2003) es mixta de carácter inductivo-deductivo, porque se pueden presentar elementos en el desarrollo multi metódicos de procedimientos sistemáticos, empíricos y críticos, que posteriormente se unifican y se discuten de maneja conjunta con el fin de realizar interpretaciones y llegar a conclusiones que permiten lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio, entonces se busca combinar un enfoque cualitativo desde el punto de vista de revisión de fuente bibliográficas que permite identificar a partir de una riqueza interpretativa y contextualización de fenómenos, la profundización de significados acerca de la Planeación Estratégica como las acciones que se están tomando actualmente para enfrentar los tiempos de crisis, además de un enfoque cuantitativo cuando se realiza la caracterización de las MIPYMES vinculadas a la Fundación Central Mayorista, fundamentado en la Estadística que permite la aplicación de un proceso deductivo para encontrar resultados generalizados, definidos por la naturaleza compleja del problema de investigación.

Conclusiones

El proyecto se encuentra en Fase de Desarrollo; Formulación y validación de instrumento de recolección de información que permitirán identificar mediante la encuesta, las principales características administrativas, financieras, contables y comerciales, que tienen las MIPYMES de la Fundación Central Mayorista, así como la clasificación de las MIPYMES de acuerdo con el tipo de empresa y actividades que desarrollan.

Formulación y validación de instrumento de recolección que permiten evaluar el impacto de los ingresos a partir del COVID-19, así mismo como el impacto en las operaciones de la empresa.

Bibliografía

- Albarracín, E. J. G. (2014). Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. Cuadernos de administración, 30(51), 71-79.
- Antón Calahorra, V. (2013) Análisis estratégico de la Empresa “Bodegas Riojanas SA” Strategyc analysis of the Company “Bodegas Riojanas SA”.
- Bargados, A. (2021). Impacto del Covid19 en las Pymes argentinas: actividad, empleo y condiciones de trabajo. Trabajo y sociedad, 21(36), 123-145
- Barra, A. M. (2015). Alineamiento Estratégico Sectorial: Caso de Estudio Aplicado a una Universidad Chilena. Formación universitaria, 8(3), 03-12.
- Blum, F. M., García, R. A. Q., & Cortés, R. M. P. (2020). Marketing proactivo como estrategia en Mipymes del sector restauranero para afrontar Mercados en crisis por la COVID-19. Revista Electrónica Sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación, 7(14), 167-177.

- Calderón Gómez, L. C. D. P., & Rodríguez Urueña, M. A. (2020). Toma de decisiones gerenciales para la reactivación de las pymes del sector gastronómico en la ciudad de Villavicencio ante las medidas de confinamiento producto de la epidemia por COVID-19.
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). Planeación estratégica. McGraw-Hill Interamericana.
- Chiavenato, I., Sacristán, P. M., & Roa, M. D. C. E. H. (2011). Administración de recursos humanos.
- en Paraguay, O. D. P. (2020). Impulsando la recuperación socioeconómica en Paraguay–Estrategias de reactivación frente al COVID-19.
- Ernst, C., Mourelo, E. L., Pizzicannella, M., Rojo, S., & Romero, C. (2020). Argentina› Los retos en las respuestas a la COVID-19 y sus impactos socioeconómicos.
- Flores Orozco, S. E. (2015). Proceso Administrativo Y Gestión Empresarial En COPROBAS, Jinotega En El Periodo 2010-2013 (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua).
- Flórez Vergara, J. A. (2020). El covid-19 en Colombia, un país lleno de contrastes.
- Gaona Pardo, J. H., & Zabaleta Contreras, S. P. (2020). Cómo están afrontando la crisis las empresas colombianas durante el COVID-19.
- García, J. A. C., Bedoya, L. J. R., & Ríos, C. E. C. (2009). Modelo de gestión financiera integral para MIPYMES en Colombia. Contaduría Universidad de Antioquia, (55), 187-201.
- González García, M. F. (2018). Definición de estrategias de adopción de la cuarta revolución industrial por parte de las empresas en Bogotá, aplicables a PYMES en Colombia.
- Hernández Sampieri, Roberto (2003) Metodología de la Investigación. 6ta. Edición. McGraw-Hill Interamericana.
- Ibáñez Morales, E. A., Cruz Rojas, J. P., & Preciado Gutiérrez, E. H. (2020). Contabilidad administrativa para definición de estrategias en pymes del sector relojero de Bogotá en tiempos de covid-19 (Bachelor's thesis, Especialización en Gerencia de

Proyectos).

- Lanzilotta, B., Merlo, G., & Mordecki, G. (2020). Coronavirus en Uruguay: medidas económicas a la talla y el aplanamiento coordinado de las curvas. Aportes y análisis en tiempos de coronavirus.
- Lopera, J. K., Vélez, V. M., & Ocampo, L. J. (2014). Alternativas de Financiación para las MIPYMES en Colombia. *Adversia*, (14).
- López Prieto, L. M., Oliveros Rodríguez, J. A., & Oliveros Rodríguez, M. L. (2015). Caracterización de las MIPYMES que desarrollan actividades industriales de manufactura en el municipio de Sogamoso.
- Méndez Tupanteve, S. P., & Ortiz Gómez, N. C. (2020). Caso de estudio en empresas de Barrancabermeja, Santander: liderazgo en tiempos de Covid-19.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Decreto 957 del 05 de junio de 2019, <http://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>.
- Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional.
- Ormaza-Andrade, J. E., Cantos-Ochoa, M. E., & López-Castillo, J. E. (2021). Responsabilidad Social en las Pymes ecuatorianas. Nueva normalidad y desarrollo sostenible. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 6(1), 211-236.
- Peirano, F., y Suarez, D. (2004, septiembre). Estrategias empresariales de uso y aprovechamiento de las TIC por parte de las PyMEs de Argentina en 2004. Ponencia presentada en el 33 JAIIO, Simposio sobre la Sociedad de la Información. Universidad Nacional de General Sarmiento: Córdoba, Argentina.
- Pulga, J. E. G., & Caicedo, J. V. (2011). Las Mipymes familiares colombianas y sus desafíos de perdurabilidad. U. Externado de Colombia.

- Regalado Hernández, R. (2007). *Las Mipymes en Latinoamérica*. México: Organización Latinoamericana de Administración.
- Rodríguez, K. G., Ortiz, O. J., Quiroz, A. I., & Parrales, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista Espacios*, 41(42), 100-118.
- Santoreli, P. (2013, noviembre). Diversidad e intensidad de los efectos del uso de las TIC en la innovación de productos: evidencia de micro datos chilenos. Documento presentado en la conferencia UNU-MERIT sobre micro evidencia sobre innovación y desarrollo. Universidad de las Naciones Unidas: Santiago de Chile, Chile.
- Senado de la República de Colombia, *Ley 590 de 2000*, http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html
- Sierra, E. R. C. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & gestión*, (35), 152-181.
- Steinmueller, W. (2002). Las economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (171),
- Torrecilla, J. (2013). *Las estrategias digitales de la empresa: el tiempo como factor competitivo*. Puerto Rico: Economía Industrial.

Formulación y validación de instrumento de recolección de información que permitirán identificar mediante la encuesta, las principales características administrativas, financieras, contables y comerciales, que tienen las MIPYMES

UNA ARTICULACIÓN DE MODELOS SUSTENTABLES PARA LA GESTIÓN DE LA NUEVA NORMALIDAD EN EL TURISMO DE NATURALEZA Y ECOTURISMO CON ENFOQUE DE ECOMMERCE PARA LOS DESTINOS

Fuente: <https://procolombia.co/>





Capítulo 28.

AN ARTICULATION OF SUSTAINABLE MODELS FOR THE MANAGEMENT OF THE NEW NORMALITY IN NATURE TOURISM AND ECOTOURISM WITH AN ECOMMERCE APPROACH TO THE DESTINATIONS



Díaz-Chacón, Yasmín⁸²

Matallana - Kuan, Olga Lilihet⁸³

Cano-Esteva, Gustavo-Efrén⁸⁴

82 Administradora de Empresas, Especialista en Gestión Pública, Especialista en Gerencia Social, Magíster en Administración de las Organizaciones. Docente ocasional - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD; <https://orcid.org/0000-0002-8351-5012>. Correo electrónico: yasmin.diaz@unad.edu.co

83 Economista, Magíster Master of Business Administration con especialidad en Especialización en gerencia de recurso humano. Docente Ocasional - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD; <https://orcid.org/0000-0002-3563-1668>. Correo electrónico: olga.matallana@unad.edu.co

84 Estudiante Administración de Empresas - Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD; <https://orcid.org/0000-0002-3604-211X>; Correo electrónico: gecanoe@unadvirtual.edu.co



RESUMEN

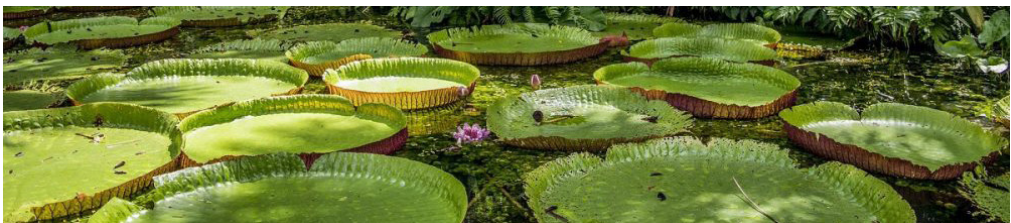
El objetivo de esta ponencia es evidenciar la articulación de los modelos de turismo existentes y con los planteados a partir de la nueva realidad, incluyendo los protocolos de bioseguridad, en la cadena turística siendo sustentable sin alterar los ambientes naturales

La metodología está basada en análisis bibliométrico a partir de los modelos turísticos seleccionados sostenible Ivars, Joseph A. (2003), El “diamante” como instrumento de análisis de los factores determinantes de la competitividad. Monitor Company (1992), Modelo de gestión de calidad integral en destinos turísticos, turismo comunitario en Colombia de acuerdo con la reglamentación por el gobierno y finalmente modelos de turismo de Leiper (1990), la base.

El modelo fue estructurado teniendo en cuenta el comportamiento que manifiesta un destino turístico, para lo cual fue imprescindible la selección de un territorio que por sus características es un factor importante en el desarrollo turístico sostenible.

La selección final de los indicadores de mayor incidencia sobre el desarrollo local tomando como base las regularidades expuestas en el modelo teórico sirve de guía para la toma de decisiones de los gobiernos locales para establecer estrategias de control y seguimiento en los aspectos más importantes de la influencia del turismo sobre el territorio

Palabras clave: turismo de naturaleza; modelos de turismo; turismo comunitario; turismo sostenible; ecoturismo.





ABSTRACT

The objective of this presentation is to show the articulation of existing tourism models and those proposed from the new reality, including biosafety protocols, in the tourist chain, being sustainable without altering the natural environments.

The methodology is based on bibliometric analysis based on the selected sustainable tourism models Ivars, Joseph A. (2003), The “diamond” as an instrument for analyzing the determinants of competitiveness. Monitor Company (1992), Comprehensive quality management model in tourist destinations, community tourism in Colombia in accordance with government regulations and finally Leiper’s tourism models (1990), the base.

The model was structured taking into account the behavior of a tourist destination, for which it was essential to select a territory that, due to its characteristics, is an important factor in sustainable tourism development.

Keywords: Nature Tourism; Tourism Models; Community Tourism; Sustainable Tourism; Ecotourism.



Desarrollo de la ponencia

El propósito del modelo desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local es establecer la relación de las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible vistas desde las diversas áreas y disciplinas que las integran con la identificación de indicadores a tal efecto con iguales dimensiones del desarrollo local, de forma interrelacionada.

El modelo pretende brindar con exactitud la relación turismo- localidad, permitiendo a los gobiernos locales contar con una herramienta de evaluación y de esta forma poder tomar decisiones más precisas en dicha relación.

La sostenibilidad económica, ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada

Modelo de turismo Comunitario

El Gobierno colombiano ha establecido que el turismo de naturaleza, en especial el ecoturismo, es la principal fortaleza del país, por ello ha propiciado el surgimiento de este tipo de turismo, el cual se distingue por su interés en la conservación, su vocación educativa y de sensibilización, así como por el gran valor que les concede a las comunidades que habitan los destinos.

Por tanto, se ha concentrado en la construcción de políticas para el desarrollo del Ecoturismo, entendiendo que la tarea para consolidar el ecoturismo en el país aún es grande, ya que se debe propugnar por iniciativas de ecoturismo que abarquen objetivos ambientales, educativos y sociales, fomentando la activa participación de las comunidades en la gestión de sus destinos, actuando localmente como una herramienta de desarrollo local, autonomía y reafirmación cultural.

Metodología

La investigación abordada es cualitativa de tipo descriptivo, a partir de la revisión documental bibliográfica donde se aborda los diferentes planteamientos de referencia temática modelos turísticos, sustentable, comunitario, y de Leiper, como componente fundamental en el desarrollo competitivo de la sociedad y el desarrollo económico.

La revisión bibliográfica a través de la temática más relevante con base en la experiencia de diferentes autores sobre el conocimiento y al tipo de abordaje que se ha sumido en la evolución que se ha asumido de la temática de acuerdo con el contexto de la comunidad donde se enmarcan los modelos turísticos.

Resultados

A partir de la articulación de los tres modelos de turismo, adicionalmente la implementación de los protocolos de bioseguridad, Después de haber presentado estos modelos turísticos, es importante resaltar el interés de los estudiosos del tema por comprender el funcionamiento del sistema turístico, teniendo como base algún objetivo central.

Luego de realizado el anterior análisis y la revisión de los principales modelos de turismo, se identificaron los más pertinentes, para el objetivo en estudio, los cuales se sintetizan a continuación:



Fuente	Título	Autores	Temática de Estudio	Principal conclusión
https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx	Política de Turismo Sostenible	<p>Equipo técnico de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo - Jenny Paola Gallo,</p> <p>Liseth Catherine Sánchez, Luis Jonathan Pardo, Francisco Javier Rivera</p>	Política de Turismo Sostenible. En los últimos años, y en especial dados los más recientes acontecimientos, se ha puesto de manifiesto que el desarrollo de un turismo sostenible es, a la vez, una responsabilidad y una oportunidad para el sector en Colombia.	Desarrollo de estrategia para mejorar el posicionamiento, asociación y recordación de Colombia como destino biodiverso, viable para viajar y disfrutar de forma responsable por su oferta de alto nivel de sostenibilidad, a través del fortalecimiento de los atributos de diversidad de la marca país y de actividades especializadas de mercadeo, promoción, comunicación y apropiación hacia los públicos objetivos (viajeros, decisores de viaje y comunidad local).
https://core.ac.uk/download/pdf/268443094.pdf	<p>Modelo de desarrollo turístico</p> <p>sostenible en función</p> <p>del desarrollo local</p>	Hermys Lorenzo Linares	<p>Desarrollo del turismo sostenible que se desarrolla en su región, en cuanto</p> <p>a la valoración de la magnitud de la incidencia que este provoca sobre</p> <p>el desarrollo local.</p>	El modelo fue estructurado teniendo en cuenta el comportamiento complejo que manifiesta un destino turístico, para lo cual fue imprescindible la selección de un territorio que por sus características es un factor importante en el desarrollo turístico sostenible

<p>http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf</p>	<p>Turismo Sostenible Un Aporte A La Responsabilidad Social Empresarial: Sus Inicios, Características Y Desarrollo</p>	<p>MSc. Jessica Lalangui1 MSc. Cecibel del Rocío Espinoza Carrión2 MSc. María José Pérez Espinoza1</p>	<p>Objetivo presentar los aspectos generales y las características principales acerca del turismo sostenible, esto, como un aspecto integrante de la responsabilidad social empresarial tan promovida en la actualidad</p>	<p>Con la globalización el interne, y, sobre todo, la fuerza que han cobrado las redes sociales a nivel mundial es muy complicado para las empresas eludir esa responsabilidad que tienen con el mundo, con las futuras generaciones de no cuidar el medio ambiente en el cual se desarrollan sus operaciones.</p>
<p>http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006</p>	<p>El turismo comunitario</p>	<p>Bertha Palomino Villavicencio José Gasca Zamora Gustavo López Pardo</p>	<p>Propósito central explicar la lógica que rige los principios de uso y gestión de bienes comunes a partir de la práctica del turismo comunitario en México.</p>	<p>En su modalidad comunitaria, como en los casos analizados, representa una opción de uso, valoración y aprovechamiento social del territorio para comunidades rurales que han podido desarrollar capacidades socio organizativas.</p>
<p>https://www.scielo.br/j/rac/a/QP7YxJrNqkcLLMfZ3h8m68H/?lang=es&format=pdf</p>	<p>Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad</p>	<p>Rosana Mara Mazaro - Giovanni Varzin</p>	<p>La comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y principalmente la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño han ocasionado distintos modelos teóricos de representación del sistema turístico de una localidad.</p>	<p>Las orientaciones generales para el desarrollo turístico, las evidencias indican que cada vez más destinos están adoptando una perspectiva estratégica que combine intereses de marketing con una visión de desarrollo turístico</p>

Discusión

En cuanto a los turistas, el mercado turístico, es muy heterogéneo, conformada por subsegmentos de mercado diversos, que favorece ofertar productos específicos a segmentos específicos, Por su parte Leiper tiene un sesgo hacia lo geográfico, con una visión reduccionista del espacio, dado que concibe la región de destino como un soporte y al turista solo como una persona que se desplaza a través de los elementos geográficos.

Bibliografía

- Barboza, J., Barboza, J., y Rodríguez, M. (2013). Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas. *Investigación Bibliográfica*, 83-105.
- Bertha, P., Gasca, J., y López, G., (2015) *El turismo comunitario*. Universidad Autónoma del Estado de México <http://rperiplo.uaemex.mx/>
- Bosch, J. L., & Merli, M. (2002). *Fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo*.
- Booth, W., Colomb, G. & Williams (2003). *The Craft of Research* (Segunda ed.). Chicago: The University of Chicago Press. Disponible en: http://sir.spbu.ru/en/programs/master/master_program_in_international_relations/digital_library/Book%20Research%20seminar%20by%20Booth.pdf
- Calvo, G. & Vélez, A. (1992). *Análisis de la investigación en la formación de investigadores*. Bogotá: Universidad de La Sabana.
- Callon, M. (2006). Luchas y negociaciones para definir qué es y qué no es problemático. La socio-lógica de la traducción. *Redes*, 12 (23), 105-128.

De Oliveira Santos, Glauber E., *Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo* [en línea]. 2007, 16(1), 96-108 [fecha de Consulta 14 de septiembre de 2021]. ISSN: 0327-5841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005>

Ivars, Joseph A. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Ed. Síntesis. Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. OMT, España.

Rosana, M. M., & Giovani, V., *Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad*.

Valls, J. F. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. *Estudios de Gestión Turística*.



UN MODELO DE CAPACITACIÓN EN FINANZAS PARA PEQUEÑOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE NEIVA

Fuente: <https://tsmnoticias.com/>





Capítulo 29.

A FINANCE TRAINING MODEL FOR SMALL BUSINESSMEN IN THE CITY OF NEIVA



Diego Guevara Torrecillas⁸⁵

Wilingto Ferney Rojas González

85 Contador Público, Profesional Comercio Internacional, Especialista revisoría fiscal Contraloría, Magister Fiscalidad Internacional, Docente Investigador Semillero CONTUNAD, Escuela ECACEN- UNAD. ORCID 0000-0002-3140-4089. Correo electrónico: diego.guevara@unad.edu.co



RESUMEN

La situación actual del país, generada por la pandemia Covid-19 llevó a los colombianos a un padecimiento profundo por la ansiedad financiera que ha venido dejando como consecuencia el problema de la economía resquebrajada. En Neiva, la situación de los pequeños comerciantes se ha vuelto insostenible. Muchos de ellos han decidido acabar con sus negocios, pero otros, prácticamente han regalado sus productos y servicios. Este es un escenario donde la innovación no siempre es transformar un producto en otro, también es fortalecer y motivar la productividad y la competitividad por medio del conocimiento, ya que no existe la certeza que la situación de contagio esté superada o que se vuelva a aumentar. Al saber cómo manejar sus finanzas, y hacer los movimientos precisos con el dinero, los pequeños empresarios van a descubrir nuevas posibilidades de éxito, tanto desde la visión de la propiedad física, como desde la importancia del desarrollo de la idea de tener un manejo asertivo del negocio que es columna fundamental para sostenerse en el mercado y desplegar las posibilidades de ampliación. Esta idea es la motivación principal de la presente ponencia, ya que, de acuerdo con el DANE, el desafío es recuperar el 28% del PIB que constituyen las pequeñas empresas, el 67% del empleo que generan y el 37% de la producción nacional, por eso, se convierte en objetivo despertar la competitividad regional y el desarrollo humano, creando un modelo de capacitación en finanzas para pequeños empresarios de la ciudad de Neiva.

Palabras clave: competitividad regional; crecimiento económico; factores, finanzas; modelo de capacitación; pequeños empresarios.



ABSTRACT

The current situation in the country, generated by the Covid-19 pandemic, led Colombians to a deep suffering due to financial anxiety that has been leaving therefore the problem of the cracked economy. In Neiva, the situation for small businesses has become unsustainable. Many of them have decided to end their business, but others have practically given away their products and services. This is a scenario where innovation is not always to transform one product into another, it is also to strengthen and motivate productivity and competitiveness through knowledge, since there is no certainty that the contagion situation is overcome or that it will increase again.. By knowing how to manage their finances, and make the precise movements with money, small entrepreneurs will discover new possibilities of success, both from the vision of physical property, and from the importance of the development of the idea, of the assertive management of the business that is a fundamental column to understand and deploy the possibilities of implementation. That is the main motivation for this presentation, since, according to DANE, the challenge is to recover 28% of the GDP that small companies make up, 67% of the employment they generate and 37% of national production, Therefore, within the framework of the Economic Growth Factors for Regional Competitiveness and Human Development, a training model in finance for small entrepreneurs in the city of Neiva becomes an objective.

Keywords: Regional Competitiveness; Economic growth; Factors, Finance; Training Model; Small Entrepreneurs

Desarrollo de la ponencia

El objetivo de la ponencia es desarrollar un modelo de capacitación en finanzas para pequeños empresarios de la ciudad de Neiva, partiendo de conducir a los estudiantes del semillero a entender cómo los factores productivos, el trabajo y el capital provocan aumento de la desigualdad cuando no se identifican con el impacto generado por eventos disruptivos como una pandemia, y cómo los avances tecnológicos, la globalización, el debilitamiento de las instituciones, y la desregulación de los mercados aportaron al escenario de riesgo que segregó a pequeños empresarios del país y entre ellos a los de Neiva, que bien pueden ser nuestros padres, hermanos, familia o amigos. Para los estudiantes del semillero significa la adquisición de nuevos conocimientos sobre como asumir retos, posibilidades, y reflexionar sobre la importancia de la educación y el conocimiento del sistema financiero.

Los resultados esperados están en la oportunidad de generar conocimiento no solo a los pequeños empresarios, sino también a los estudiantes, y encontrar oportunidad de mejora a la situación actual de la ciudad. A futuro, los resultados transversalizan contenidos, proyectos y pedagogía con una nueva categoría de conocimiento económico y dan valor a los emprendimientos. Además, impulsan nuevas investigaciones, y oportunidad para formar un proyecto de vida.

Metodología

Se impulsó el manejo de la metodología con enfoque cualitativo desde la consulta de literatura económica que afronta la relación de desigualdad entre el sistema financiero y las rentas de las pequeñas empresas. Se interesa al grupo del semillero en la investigación académica demostrándole que encontró una forma de aportar a los problemas que padece la ciudad y al desarrollo de su propia comunidad. La teoría básica de manejo del tema se presentó por medio de dos vías que se complementan entre sí: el aumento de la renta de las pequeñas empresas y el incremento del conocimiento sobre quienes generan empleo y oportunidad, sin apartarse de la sobredimensión mediática que ha tenido la pandemia.

A partir de las fuentes de investigación bibliográfica y la Gran Encuesta ANIF 2020 aplicada a pequeños y medianos microempresarios del país, se dibuja una realidad objetiva.

Resultados

Los resultados esperados están en la oportunidad de conocer la forma como los mismos microempresarios sienten, perciben y proponen para mejorar el futuro porque el resultado impulsa nuevas investigaciones y la práctica del semillero transversaliza contenidos, proyectos y pedagogía con una nueva categoría de conocimiento económico y el valor del emprendimiento que a futuro puede convertirse en oportunidad para formar un proyecto de vida. Como conclusión, se puede afirmar que los contextos tradicionales de conocimientos no sirvieron para enfrentar la realidad actual, por tanto, se necesita reevaluar la formación y el conocimiento transmitido para que los jóvenes se desempeñen con autonomía profesional, dentro de una cultura de cambio y mejora. Así, van a ser cocreadores de soluciones, e impulso de cambio para que el sistema educativo sea resiliente y flexible, aplicando principios de acceso, equidad, inclusión y calidad incorporando el desarrollo sostenible.

Propuesta

Por ser un modelo de capacitación en finanzas, primero se da valor a la persona como fuente de desarrollo humano y naturaleza del ser:

1. Desarrollo humano
2. Emprender
3. Educación Financiera
4. Presupuesto
5. Presupuesto será semanal o mensual.

6. Ahorro e Inversión
7. Seguros
8. Créditos
9. La Banca

Conclusión

La mirada a las pequeñas empresas de Neiva desde la crisis del COVID 19, permitió entender que los niveles de vulnerabilidad económica expuestos por los dueños y administradores llevó a que expertos expusieran la necesidad urgente de buscar soluciones reales a largo plazo. Es así como la educación financiera, se presenta como herramienta de recuperación a futuro ya que ayuda a tomar buenas decisiones y emprender el reto económico de estar preparados para imprevistos. En este contexto, Neiva necesita con urgencia cumplir con las políticas creadas y las ideas desarrolladas para alcanzar ese fin. No se trata de buscar que se implemente una política de educación financiera, es dar sustento al desarrollo económico desde la inclusión de los pequeños empresarios para generar riqueza.

Bibliografía

ANIF. (2020). *Gran Encuesta Pyme*. Bogotá: Bancoldex. FNG.

Aparicio, L., y Jiménez, M. (2014). *Diseño de un programa de educación económica y financiera para adolescentes escolarizados en educación básica secundaria entre 12 y 14 años de edad*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Educación Económica y Financiera.

Arboleda, J. G., y Jaramillo, J. (2013). *Guía de gestión financiera para las micro, pequeñas y medianas empresas*. Medellín: Universidad de Antioquia.

- Asobancaria. (2018). *¿Por qué debemos implementar el programa de Educación Financiera en los colegios de Colombia?* Bogotá: Asobancaria.
- Bluedom, J., y Chen, W. (2020). *Lograr que las economías sean más resilientes ante situaciones de contracción*. Washington D.C: Fondo Monetario Internacional.
- Canelo, P. (2019). *¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- DANE. (2020). *Estadísticas por tema: Economía Naranja*. Bogotá: Departamento Nacional de Estadística.
- De Sousa Santos, B. (2020). *La Cruel Pedagogía del Virus*. México: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- García, O. (2003). El sistema de creación de valor. Capítulo 1. En O. García, *Valoración de Empresas, Gerencia del Valor y EVA* (págs. 2-28). Bogotá: Bernalibros S.A.S.
- Gerschenkron, A. (1962). *El atraso económico en perspectiva histórica: un libro de ensayos*. Massachusetts: Cambridge, Prensa de Belknap.
- Mazzucato, M. (2020). Agitadora de la economía. *Gente del mundo de la economía. Finanzas y Desarrollo*. University College of London, 48-51.
- Ministerio de Economía, F. y. (2013). *Creación de empresas: Una comparación Internacional*. Santiago de Chile: Gobierno de Chile.
- Schuster de Hart, D. (2018). *Inclusión y educación financiera en Colombia*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA.
- Shiller, R. (25 de mayo de 2020). Crisis económica por el coronavirus: No existe una pandemia sino dos. (C. B. Barría, Entrevistador)

IMPACTO SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA EN EL GOLFO DE MORROSQUILLO 2016 - 2020

Fuente: <https://awake.travel/storage>





Capítulo 30.

SOCIOECONOMIC AND CULTURAL IMPACT OF SUN AND BEACH TOURISM IN THE GULF OF MORROSQUILLO 2016 - 2020



Andy Katherine Sierra Márquez⁸⁶

Licette Estela Ramos Pérez⁸⁷

86 Especialista en Finanzas, Universidad de Cartagena, Colombia. Docente Programa Administración de Empresas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. ORCID: 0000-0002-2992-9812. Correo electrónico: andy.sierra@unad.edu.co

87 Especialista en Gerencia Pública, Corporación Universitaria del Caribe CECAR, Colombia. Docente Programa Administración de Empresas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. ORCID: 0000-0002-7327-3355. Correo electrónico: licette.ramos@unad.edu.co



RESUMEN

El presente artículo es el resultado del estudio titulado, Impacto económico y sociocultural del turismo de sol y playa en la subregión Golfo de Morrosquillo del Departamento de Sucre – Colombia 2016 - 2020., y tuvo como objetivo el análisis contextual de dicho impacto a partir de las prácticas y modos de vida de las comunidades o nativos dedicados al turismo. Para ello, se optó por un enfoque cualitativo, bajo un trabajo de campo y de tipo fenomenológico que permitió la aplicación de un cuestionario de caracterización económica y sociocultural a una muestra no probabilística conformada por 135 personas cabezas de hogar distribuidos así: Municipio de San Onofre (25), Municipio de Coveñas (38), Municipio de Santiago de Tolú (72). Como resultado se encuentra que el impacto más significativo del turismo de sol y playa sobre las comunidades costeras es el cambio de su vocación productiva. Se concluye entonces que el apoyo al turismo como sector de la economía de la región es fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades. Así mismo se concluye que, en materia cultural, los nativos identifican sus valores culturales y reconocen en ellos atractivos turísticos. Finalmente, en materia social, las precarias condiciones de convivencia son el obstáculo más relevante en el desarrollo de una industria del turismo de sol y playa efectiva.

Palabras clave: turismo; cultura; socioeconómico; calidad de vida.





ABSTRACT

This article is the result of the study entitled, Economic and sociocultural impact of sun and beach tourism in the Gulf of Morrosquillo subregion of the department of Sucre - Colombia, and its objective was the contextual analysis of said impact based on the practices and modes life of the communities or natives dedicated to tourism. For this, a qualitative approach was chosen, under a field work and of a phenomenological type that allowed the application of an economic and sociocultural characterization questionnaire to a non-probabilistic sample made up of 135 heads of household distributed as follows: Municipality of San Onofre (25), Municipality of Coveñas (38), Municipality of Santiago de Tolú (72). As a result, it is found that the most significant impact of sun and beach tourism on coastal communities is the change in their productive vocation. It is concluded then that the support to tourism as a sector of the economy of the region is fundamental for the improvement of the quality of life of the communities. Likewise, it is concluded that, in cultural matters, the natives identify their cultural values and recognize them as tourist attractions. Finally, in social matters, the precarious conditions of coexistence are the most relevant obstacle in the development of an effective trismus and beach industry.

Keywords: Sightseeing; culture; socioeconomic; quality of life.



Desarrollo de la ponencia

El presente estudio, se constituye en un aporte significativo al entendimiento del impacto socioeconómico y cultural de la práctica de un modelo de turismo de sol y playa en la zona del Golfo de Morrosquillo, toda vez que incide directamente a las comunidades costeras que encuentran su sustento en dicha actividad. Basados en los aportes de Beltrán y Martínez (2018) para el Departamento de Sucre, la explotación del turismo de forma sostenible, más que una alternativa es una necesidad y la puesta en escena desde la investigación y la academia de su dinámica social, económica y cultural, haciendo frente a los significativos indicadores de pobreza, desempleo y saneamiento básico.

Lo descrito es complementado por el aporte investigativo de Ramírez y Aguas (2017) en donde se destaca la importancia y se justifica un análisis como el presente, que explique las razones del rezago económico, social y cultural de las comunidades costeras alrededor de la actividad turística de sol y playa, como documento estratégico de consulta y base para propuestas tendientes a mejorar las condiciones de la población objeto de estudio por parte de las autoridades gubernamentales, siendo un factor de competitividad el turismo espontaneo o de sol y playa, transformador de la economía local y regional.

De allí que se tenga como propósito, determinar el impacto económico y sociocultural de la práctica turística de sol y playa en la subregión Golfo de Morrosquillo del Departamento de Sucre – Colombia, a partir de la realización de un diagnóstico del estado económico y sociocultural de la actividad y del análisis del comportamiento de los indicadores y categorías económicas y socioculturales asociadas.

El factor económico padece del impacto más relevante con el advenimiento de nuevas actividades productivas como el turismo de sol y playa. Desde el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD (2015), las condiciones económicas constituyen uno de los factores que afectan en gran medida en la dinámica económica de las comunidades del litoral. Las medidas y políticas económicas trazadas por los gobiernos y las circunstancias del ingreso familiar traen consigo la reducción de subsidios.

En síntesis y desde la óptica del presente artículo y como resultado de la revisión bibliográfica adelantada como fundamento teórico y conceptual del fenómeno del turismo de sol y playa y su impacto socioeconómico y cultural en la forma de vida de

los nativos de la subregión del Golfo del Morrosquillo en el Departamento de Sucre, el auge de la actividad turística en cuestión ha traído significativos cambios al modo de vida de las comunidades, destacando nuevas prioridades y transformando su vocación productiva por actividades asociadas al turismo. Así mismo, permitiéndoles una revaloración de sus costumbres ancestrales.

Metodología

El estudio corresponde a un paradigma interpretativo, puesto que, se destaca el como marco general de la investigación, toda vez que se trabajó con categorías socioculturales y de impacto sobre el territorio donde interactúan y por lo tanto hubo que comprender desde allí, puesto que, desde una visión holística del fenómeno, cada elemento cuenta y constituye el carácter de los sujetos frente al problema. Sobre este, se plantea que “El paradigma interpretativo desarrolla interpretaciones de la vida social y el mundo desde una perspectiva social e histórica” (Pérez, 2004).

Del mismo modo se indica que, el presente estudio es de orden fenomenológico, puesto que la complejidad y variedad de fenómenos por estudiar no tiene límites, por lo que puede estudiarse todo tipo de emociones, experiencias, razonamientos o percepciones, es decir, puede centrarse tanto en el estudio de aspectos de la vida ordinaria como también en fenómenos excepcionales.

Resultados

La caracterización económica, social y cultural de las comunidades (familias e individuos) dedicadas a la actividad del turismo de sol y playa en los Municipios de Santiago de Tolú, San Onofre y Coveñas, que constituyen la subregión del golfo del Morrosquillo en el Departamento de Sucre en el litoral Caribe, es una de las tareas centrales de un análisis de impacto de la actividad turística de sol y playa en el desarrollo y calidad de vida de dichas comunidades.

Esta caracterización implica necesariamente un contacto con las familias y las cabezas de hogar, quienes en su día a día derivan su sustento directa o indirectamente de

las labores relacionadas con el turismo, en condiciones de informalidad y explotación indiscriminada de los recursos naturales.

Análisis circunstancial de vectores de desarrollo estratégico turístico y comportamiento socioeconómico.

En este orden de ideas, el comportamiento del sector turismo a lo largo del Golfo del Morrosquillo en el Departamento de Sucre, es la suma de oportunidades y dificultades en los últimos años, pues, porque pese a poseer un recurso natural invaluable como es el mar y un clima ideal, los problemas en materia de organización, infraestructura y corrupción son obstáculos que han frenado el desarrollo de las comunidades.

Conclusiones

El turismo de sol y playa como modelo y actividad económica es inseparable de la cultura, el territorio y la idiosincrasia de las comunidades costeras, estas se han adaptado a la dinámica de una actividad creciente en el mundo.

El cambio progresivo de vocación productiva, de pueblos agrícolas y pescadores a comunidades prestadoras de servicios turísticos, muestra un matiz en desarrollo en la zona del Golfo de Morrosquillo en el Departamento de Sucre, que tiene, entre otras consecuencias, la transformación del paisaje.

Bibliografía

Alcaldía de Coveñas – Sucre. (2014). Nuestro Municipio. Información general. Disponible en <http://www.covenas-sucre.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Alcaldía de Tolú – Sucre. (2014). Nuestro Municipio. Información general. Disponible en <http://santiagodetolu-sucre.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Amaya, C., Sosa, A., Moncada, P. (2017). Determinantes de competitividad turística en destinos de sol y playa mexicanos. *Región y sociedad*. XXIX (68) DOI: 10.22198/rys.2017.68.a205

- Aguilera, M. (2005). La economía del departamento de sucre: ganadería y sector público. *Centro Regional de Estudios Económicos del Banco de la República* (63), 10-16.
- Barros de Moraes, L. (2013). Impactos del turismo de sol y playa en el litoral sur de sergipe, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(3), 526-545. ISSN: 0327-5841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1807/180726463008>
- Beltrán, L. y Martínez, E. (2018). Medición de los objetivos de desarrollo del milenio como baremo de desarrollo social en Sucre, Colombia. *Económicas CUC*, 39(1), 153-166. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.39.1.2018.10>
- Concejo Municipal de Coveñas (2006): Plan básico de Ordenamiento territorial del Municipio de Coveñas. Disponible en <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/cove%20C3%B1assucrepbot2006.pdf>
- Concejo Municipal de Coveñas (2008): Plan de desarrollo económico social y de obras públicas para el Municipio de Coveñas 2008 – 2011 “un mar de ideas”. Disponible en <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/3.%20plan%20de%20desarrollo%20%202.0082.011%20definitivo.pdf>
- Departamento de Sucre. (2020). Plan de Desarrollo Sucre Diferente 2020 -2023. Disponible en <http://www.sucre.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-departamental-sucre-diferente-sin>
- Gómez, M. (2017). Retos del turismo español ante el cambio climático. *Investigaciones Geográficas* (67). Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/318100303_Gomez_Martin_M_Belen_2017_Retos_del_turismo_espanol_ante_el_cambio_climatico_Investigaciones_Geograficas_67_pp_31-47
- García, A y Albuquerque, F. (2003). El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios? *Cuadernos de Turismo* (11), 99-105.
- Hernández Sampieri, Roberto; Carlos Fernández Collado, y Pilar Baptista Lucio. Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill, 2010.
- Municipio de San Onofre. Plan de desarrollo. Disponible en <http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/plan%20de%20desarrollo%20-%20san%20onofre%20-%20sucre%20-%20%202008%20-%202011.pdf>
- Municipio de Coveñas. (2020). Programa de Gobierno 2020 - 2023 Coveñas es de todos. Disponible en <http://www.covenas-sucre.gov.co/planes/programa-de-gobierno-2020-2023-covenas-es-de-todos>
- Municipio de Santiago de Tolú. (2016). Plan de Desarrollo Territorial- El plan de todos

- por el cambio. Disponible en <http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/Plan%20de%20Desarrollo%20Territorial%202016-2019.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). Estrategia para la coordinación y seguimiento de las comisiones regionales de competitividad. Disponible en http://www.competitivas.gov.co/sites/default/files/documentos/estrategia_crc_2016-2018.pdf
- Mercado, Tatiana; Pacheco, Carlos & Rojas, Claudia (2015). Estructura empresarial del sector turístico en los Municipios de Tolú y Coveñas. En *Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Simón Bolívar-Colombia* 7(2). Pp. 136-152. <http://dx.doi.org/10.17081/dege.7.2.1185>
- Ortiz, J. y Peralta, P. (2019). El Turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangué, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 6 (2) pág. 82-90 DOI: 10.26423/10.26423/rctu.v6i2.494
- Ochoa, M y Quintero, J. (2017). El turismo como factor de competitividad en el desarrollo socioeconómico del municipio de Coveñas, departamento de Sucre. [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073559.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2011). El turismo: un fenómeno económico y social. [Sitio web]. Disponible en <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD. (2015). Informe sobre Desarrollo Humano. Trabajo al servicio del desarrollo humano. Washington D.C.: Communications Development Incorporated.
- Programa Nacional de Desarrollo Humano-PNUD. (2017). El Departamento de Sucre frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado de http://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/6/44336/Sucre_final.pdf
- Pérez, V., Guerrero, F., González, M., Pérez, F., & Caballero, R. (2014). La sostenibilidad de los destinos cubanos de turismo de naturaleza: un enfoque cuantitativo. *Tourism & Management Studies*, 10(2), pp. 32-40. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3887/388743882005.pdf>

- Pérez, G. (2004) Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. I. Métodos, Madrid, La Muralla, España: 230 pp.
- Ramírez, J y; De aguas, J. (2017). Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia. 83 p. En: CEPAL. [Sitio web]. Bogotá: CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43156/1/S1800010_es.pdf
- Romero, E. (2017). Estrategia para posicionar el golfo de Morrosquillo como destino turístico: propuesta de un modelo de desarrollo local. Universidad Tecnológica de Bolívar. Disponible en <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0070433.pdf>
- Rice, P. (2000). Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura. Madrid: Prentice Hall.
- Ruiz de Miguel. C. (2001). Factores familiares vinculados al bajo rendimiento. Revista Complutense de Educación, 12 (1), 81-113. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/viewFile/RCED0101120081A/16850>
- Rodríguez, G, Gil, J y García, E. (1996). Metodología de la investigación cualitativa.
- Varisco, C. (2008). Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa. [Fecha de consulta 15/12/20] Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf



ECOSISTEMA DE EMPENDIMIENTO DE FUSAGASUGÁ, UNA REALIDAD QUE FAVORECE A LOS EMPRENDEDORES

Fuente: <https://www.triviantes.com/>





Capítulo 31.

FUSAGASUGÁ ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM, A REALITY THAT FAVORS ENTREPRENEURS



Edgar Romero Herrera⁸⁸

⁸⁸ Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Magíster en Administración de Organizaciones. Docente Tiempo Completo Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Investigador Grupo Fénix. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6785-1713>
Correo electrónico: edgar.romero@unad.edu.co



RESUMEN

El emprendimiento se ha convertido en una de las mejores opciones para que las familias colombianas puedan obtener una base económica que les permita satisfacer sus necesidades básicas, este se fortalece con las numerosas oportunidades de acceder a nuevos mercados, las ventajas otorgadas por las nuevas tecnologías y la integración económica mundial que le brinda excelentes posibilidades para encontrar nuevas ideas de negocio.

En Fusagasugá existen diversas entidades que realizan acciones para apoyar el emprendimiento, como el SENA, Secretaría de Desarrollo Económico, Cámara de Comercio de Bogotá sede Fusagasugá, Universidad de Cundinamarca y UNAD, con acciones individuales y aisladas que no permiten una adecuada interacción con el sector real y con los entes especializados en cada área del proceso de creación empresarial.

Es por ello que esta propuesta tenía como objetivo analizar los antecedentes a nivel nacional e internacional, con el fin de generar un modelo de creación del “Ecosistema de Emprendimiento” para Fusagasugá, que es un municipio con más de 140.000 habitantes en donde, según datos de la CCB (2015), un 32.5%, inician alguna actividad empresarial cada año, de las cuales 65.3% no terminan el primer año, que permitiera la generación de un Ecosistema de Emprendimiento que reuniera a estas instituciones y se logrará el trabajo en equipo y así la generación de un tejido empresarial cada día más fuerte y aportando a la economía de la ciudad de Fusagasugá.

Palabras clave: ecosistema; emprendimiento; innovación; impacto; educación.





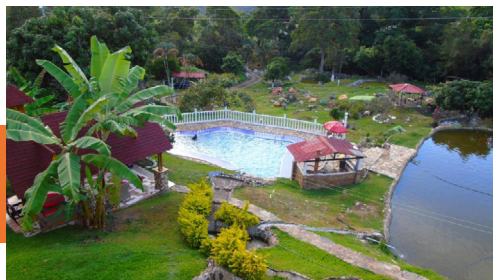
ABSTRACT

Entrepreneurship has become one of the best options for Colombian families to obtain an economic base that allows them to satisfy their basic needs, it is strengthened with the numerous opportunities to access new markets, the advantages granted by new technologies and the global economic integration that offers excellent possibilities to find new business ideas.

In Fusagasugá there are various entities that carry out actions to support entrepreneurship, such as SENA, Secretariat of Economic Development, Chamber of Commerce of Bogotá headquarters Fusagasugá, University of Cundinamarca and UNAD, with individual and isolated actions that do not allow adequate interaction with the sector real and with specialized entities in each area of the business creation process.

The proposal sought to analyze the antecedents at the national and international level, to propose a model for the creation of the “entrepreneurship ecosystem” for Fusagasugá, which is a municipality with more than 140,000 inhabitants where, according to data from the CCB (2015), a 32.5 %, start some business activity each year, of which 65.3% do not finish the first year, which would allow the generation of an Entrepreneurship Ecosystem that would bring together these institutions and teamwork will be achieved and thus the generation of a business fabric each stronger day and contributing to the economy of the Fusagasugá.

Keywords: Ecosystem; Entrepreneurship; Innovation; Impact; Education.



Desarrollo de la ponencia

Esta investigación recabó información sobre los principales ecosistemas de emprendimiento que existen en el mundo, resaltando los de Latinoamérica y Colombia, para ser base en la propuesta de uno de estos ecosistemas en la ciudad de Fusagasugá, en pro de generar más y mejores empresas en la región, que aporten al crecimiento económico de sus habitantes y a la generación de competitividad y desarrollo regional.

Es por ello que esta investigación se direcciona a la transformación de la gestión y los modelos de desarrollo sostenibles en las organizaciones, logrando que los diferentes actores involucrados no actúen de manera individual, sino que generen redes de apoyo, especializándose en un área requerida para el proceso de emprendimiento y fortalecimiento empresarial

Metodología

Para esta investigación se utilizaron metodologías Cualitativas y Cuantitativas, para lo cual se desarrollará:

- Para identificar los actores del ecosistema, se realizó la revisión de todos los aspectos relacionados con el tema de Emprendimiento y los Ecosistemas, recogiendo información descriptiva y las conductas observables de las unidades objeto de estudio, acorde con Navarrete, 2006.
- Para determinar las principales acciones que desarrollará el Ecosistema de Emprendimiento en la ciudad de Fusagasugá, se realizaron consultas a investigaciones e información histórica disponible en las páginas de la Gobernación de Cundinamarca, Cámara de Comercio de Bogotá, Secretaría de Desarrollo Económico de Fusagasugá, además de las experiencias exitosas de otras ciudades colombianas y de países reconocidos

Discusión

Se puede concluir que la legislación del municipio de Fusagasugá está preparada para entrar al Ecosistema de Emprendimiento. La investigación desarrollada ha permitido inferir que ciudades como Medellín, Ibagué y Manizales involucran el concepto de Ecosistema de Emprendimiento, no así el municipio de Fusagasugá, no obstante, el desarrollo del articulado en el Plan de desarrollo 2016-2019 evidencia que los principios y fundamentos del Ecosistema de Emprendimiento sí juegan un papel importante en la política del municipio.

Red Académica de Fusagasugá

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial, POT 2019 (Alcaldía de Fusagasugá, 2019), el municipio de Fusagasugá cuenta con ocho Universidades que restan sus servicios tanto al municipio como a la región. De estas Universidades, solo 3 destinan su formación a actividades administrativas.

Programa académico	Universidad
Pregrado en Administración de Empresas y Contaduría.	UDEC
Pregrado en Administración de Empresas, Contaduría y Economía.	UNAD
Pregrado en Ciencias Administrativas	CUN
Pregrado en Administración Pública	ESAP

Resultados

Los representantes de las diversas entidades que apoyan el emprendimiento y el fortalecimiento de las unidades productivas en funcionamiento en Fusagasugá se reunieron por medios virtuales (utilizando la herramienta Google Meet, dadas las restricciones de movilidad por la Pandemia del Covid-19).

En estas reuniones se presentó la propuesta de creación del ecosistema de emprendimiento en Fusagasugá, lo cual fue acogido por los participantes, logrando llegar a acuerdos sobre la voluntad de su conformación.

Conclusiones

Al identificar los actores fundamentales en el proceso de acompañamiento, fortalecimiento y promoción del emprendimiento, se encontró que las instituciones están prestando servicios y atención a grupos poblacionales similares, porque la unión de esfuerzos facilitará la especialización e identificación de aquellos emprendimientos innovadores y de alto valor agregado.

Se pudo llegar a acuerdo de voluntades entre las partes, como resultado de la propuesta de creación del ecosistema de emprendimiento, desde luego que dadas las estrechas relaciones entre las autoridades en los municipios que conforman la Provincia del Sumapaz, este ecosistema tendrá un carácter regional, con aportes y beneficios para todos ellos.

Bibliografía

- Alcaldía de Bogotá. (2016). Consolidación del Ecosistema de Emprendimiento y Mejoramiento de la Productividad de las MIPYMES. Bogotá, Colombia.
- Alcaldía de Fusagasugá. (2019). Plan de ordenamiento territorial, POT 2019. <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldía/SaladePrensa/BIBLIOTECA%20POT%202019/4.%20DTS%20POT%202019%20FUSAGASUG%C3%81.pdf>
- Alcaldía de Fusagasugá. (2018). Informe Audiencia Pública de Rendición de Cuentas I semestre 2018. <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldía/SaladePrensa/Documents/CONSOLIDADO%20RENDICION%20DE%20CUENTAS%20FINAL.pdf>
- Alcaldía de Fusagasugá. (2016). Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas 2016-2019. http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Transparencia/MODELO%20INTEGRADO%20DE%20PLANEACION%20Y%20GESTION/ACUERDO_No._11_DE_2016_PLAN_DE_DESARROLLO_FINAL.pdf

- Alcaldía de Ibagué. (2015). Red de Emprendimiento fortalece generación de empleo digno y decente.
- Bosma, N. & Kelley, D. (2018). Global Entrepreneurship Monitor, GEM: 2018/2019 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Cámara de Comercio de Bogotá, 2020. Quiénes Somos [en línea]. <https://www.ccb.org.co/La-Camara-CCB>
- Constitución política de Colombia. (1991). Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991. Castel R, Castel E. Editorial: Manantial Año 2004.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Análisis de información CNPV 2018 en Cundinamarca. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentacion-CNPV-2018-Cundinamarca.pdf>
- Dinero. (2014). La articulación nacional: ¿Cómo es el ecosistema nacional de emprendimiento? ¿Cuáles son sus avances y retos? ¿Qué sinergias pueden generarse? <https://www.dinero.com/edicion-impres/informe-especial/articulo/emprendimiento-colombia/203183>
- El Colombiano. (2013). Ecosistema de emprendimiento. https://www.elcolombiano.com/historico/ecosistema_de_emprendimiento-IEec_239573
- Emprende.cl. (2019). Abiertas las postulaciones a The S Factory [en línea]. <https://www.emprende.cl/abiertas-las-postulaciones-a-the-s-factory/>
- González, B. (2019). ¿Qué implica el Valor de Marca? Fundación General de la Universidad de Salamanca. <https://fundacion.usal.es/es/empresas-amigas/199-contenidos/2022-que-implica-el-valor-de-la-marca>
- Google. (2020). [Mapa de Fusagasugá, Colombia en Google maps]. <https://maps.app.goo.gl/WKhVDisnV7ds6>
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship, Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, Babson Park: MA

- La Patria. (2018). Manizales Más ganó reconocimiento por ecosistema de emprendimiento [en línea] <https://www.lapatria.com/economia/manizales-mas-gano-reconocimiento-por-ecosistema-de-emprendimiento-426140>
- Ley 1014 de 2006. Diario Oficial No. 46164 de la República de Colombia, Bogotá, 27 de enero de 2006.
- López, Z. (2016). Los ecosistemas de emprendimiento como parte de la estrategia de desarrollo de una región. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11496/ZairaMei-ling_LopezAgudelo_2016.pdf?sequence=2
- Mincomercio Industria y Turismo, Universidad Nacional de Colombia, Innpulsa y Todos por un Nuevo País. (s.f.). Mapeo y caracterización del ecosistema de emprendimiento en Colombia, con énfasis en la localización de los startups.
- Manizales Mas. (2019). Instituciones del ecosistema de emprendimiento nacional se entrenaron con Manizales Más. <https://manizalesmas.com.co/2019/10/08/instituciones-del-ecosistema-de-emprendimiento-nacional-se-entrenaron-con-manizales-mas/>
- Nieto, A. (2016). Ecosistemas de emprendimiento como estrategia para impulsar la creación de nuevas empresas en el Valle del Cauca (Tesis de Pregrado). Universidad de San Buenaventura Cartagena, Cali, Colombia).
- Romero, A. (2017, 21 de julio). La importancia del emprendimiento en Colombia [mensaje en un blog]. <https://dernegocios.uexternado.edu.co/negociacion/la-importancia-del-emprendimiento-en-colombia/>
- Roundy, P.T. (2017). Social Entrepreneurship and Entrepreneurial Ecosystems: Complementary or Disjointed Phenomena? *International Journal of Social Economics*, 44(9): 1-18.
- Selwood, D. (2007). William Shockley. *Electronic Engineering Journal*. https://www.eejournal.com/article/20070515_shockley/?gclid=CjwKCAjwvOHZBRBoEiwA48i6AjiYBwu3DA5l80fxmgwe4jNSUiKx-GkW_Bw-xWluH8WsctO_1NQSKho-C4hwQAvD_BwE

Startupxplore. (2019). Israel: cómo es el segundo ecosistema emprendedor más importante del mundo y qué podemos aprender de él. <https://startupxplore.com/es/blog/israel-como-es-el-segundo-Ecosistema-emprendedor-mas-importante-del-mundo-y-que-podemos-aprender-de-el/>

Ticbeat. (2017). ¿Qué son y en qué consisten los ecosistemas empresariales? <https://www.ticbeat.com/empresa-b2b/que-son-y-en-que-consisten-los-ecosistemas-emprendedores/>

Universidad Nacional de Colombia e Innpulsa Colombia. (2016). Mapeo e Infografía Ecosistemas Regionales Del Emprendimiento En Colombia [en línea]. https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/2.2_mapeo_e_infografia.pdf



APLICACIÓN DEL MARKETING DE CONTENIDOS EN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN LABORAL DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO ECACEN

Fuente: de imagines <https://clickdigitalcr.com/>





Capítulo 32.

APPLICATION OF CONTENT MARKETING IN THE FIELD OF WORK PERFORMANCE OF ECACEN UNDERGRADUATE STUDENTS



Luz Dary Camacho Rodríguez⁸⁹

Luz Yaneth Echeverría Velasco⁹⁰

María Angélica Barrera Sánchez⁹¹

89 Administrador de empresas. Especialista en pedagogía para el aprendizaje autónomo. Magíster en Administración de Organizaciones. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, grupo de investigación Fénix. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9298-637X>. Correo electrónico: luz.camacho@unad.edu.co

90 Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Maestría en Administración de Organizaciones. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. Grupo Fénix. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0384-0035>. Correo electrónico: luz.echeverría@unad.edu.co

91 Tecnóloga en Gestión de Talento Humano del SENA y estudiante del programa de economía de Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Bogotá. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2331-8479>. Correo electrónico: mabarreras@unadvirtual.edu.co



Resumen

Capturar y fidelizar en un mercado digital es el reto de las empresas para ser competitivas y reconocidas en el mercado, poniendo de manifiesto la necesidad de preparación sobre el aprovechamiento de las estrategias de inbound marketing, entre las que se encuentra el marketing de contenidos. Situación que despertó el interés por indagar qué tanto conocen del tema los estudiantes, especialmente del tercer período, por iniciar su proceso formativo en el área comercial. La investigación es de tipo descriptiva, se aplicó una encuesta a 54 estudiantes cuyos resultados fueron analizados mediante los test estadísticos χ^2 y exacto de Fisher. Dentro de los hallazgos se identificó que el 65% de los encuestados conocen el concepto de marketing de contenidos y el 52% lo aplican en su contexto laboral. Comprende y reconocen que es sumamente importante o indispensable para vender un producto, dar a conocer a la empresa, fidelizar a los clientes y posicionar la marca, destacando las redes sociales y las páginas web como los medios de difusión, dando mayor valoración a los formatos tipo video, textos e interactivos. Identificando su interés por el tema tanto en el campo profesional como laboral.

Palabras clave: marketing de contenidos; TIC; marketing digital; marketing de atracción





ABSTRACT

Capturing and retaining loyalty in a digital market is the challenge for companies to be competitive and recognized in the market, highlighting the need for preparation on the use of inbound marketing strategies, among which is content marketing. Situation that aroused interest in investigating what students know so much about the subject, especially in the third period, to start their training process in the commercial area. The research is descriptive, a survey was applied to 54 students whose results were analyzed using the chi2 and Fisher's exact statistical tests. Among the findings, it was identified that 65% of respondents know the concept of content marketing and 52% what is applied in their work context. Understand and recognize that it is extremely important or indispensable to sell a product, make the company known, build customer loyalty and position the brand, highlighting social networks and web pages as the media, giving greater value to the formats video, text, and interactive type. Identifying your interest in the subject both in the professional and labor fields.

Keywords: content marketing; TIC; digital marketing; attraction marketing.

Desarrollo de la ponencia

Este ambiente digital en el que están inmersas las empresas requiere formación y aplicación de las diferentes herramientas que se ha dinamizado en el marketing de contenidos para aprovechar su potencial de cada uno en pro de los beneficios esperados en el mercado. Dado el interés que desde la academia se propenda por una formación acorde con las necesidades que exige el mercado, surgió esta investigación para indagar los conocimientos y aplicación que se tiene del marketing de contenidos. Interés que también se identificó en un estudio preliminar de marketing cuyos resultados arrojaban que aproximadamente el 66% de las empresas están inmersas en el marketing 2.0 incorporando dentro de su estrategia comercial las redes sociales, pero de esta cifra el 50% presentan debilidades en la construcción de contenidos (Camacho, 2019).

El marketing de contenidos, hace parte del abanico de estrategias del marketing digital, que se ha convertido en una alternativa atractiva, basada en recursos tecnológicos y medios digitales para el establecimiento de una comunicación directa con el cliente actual y potencial, a fin de lograr la venta de productos o servicios, el posicionamiento de marca o la fidelización de ellas (Castro, Esteba, Moreno y Saavedra, 2017).

Para las empresas más que una oportunidad se ha convertido en una necesidad de incursionar en el marketing digital. El marketing ha evolucionado y así lo expresa la definición de la Asociación Americana de Marketing (2017) como el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general. El marketing ha evolucionado en etapas conocidas como 1.0, 2.0 y 3.0 que gracias a las revoluciones tecnológicas de hardware y software han facilitado el acercamiento con los clientes en mayor cantidad, efectividad y potencialidad de ventas (Camacho, 2019).

En esa evolución, el marketing de contenidos ha ido ganado participación, estrategia que corresponde al “proceso de crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y comprometer al público claramente definido” (Content Marketing Institute, 2015).

Desde la trazabilidad de su origen se identificó la estrategia aplicada a través de la publicación de recetas en el empaque que realizó el doctor alemán Oetker en 1981, generando un aumento en las ventas y reconocimiento de la marca. Otro caso identificado remonta a 1895 con Deere, quien era dueño de una granja llamada “El Surco” quien publicaba una revista dando consejos a los granjeros en cuanto al manejo eficiente del trabajo en el campo, logrando la fidelización de sus clientes.

Las empresas buscan a través del marketing de contenidos la captación, la conversión y la fidelización de clientes (Velásquez & Hernández, 2019), así que para su construcción el conocimiento de herramientas, plataformas y programas ayudan en la planificación, construcción y puesta en marcha.

Metodología

El estudio será de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo. El instrumento realizado tuvo como objetivo explorar el grado de aplicación de conocimientos relacionados

al marketing de contenidos en el entorno laboral por parte de los estudiantes de pregrado. Para su desarrollo se construyó un instrumento de tipo exploratorio cualitativo con variables ordinales, que consta de 16 preguntas de selección múltiple, aplicando la escala de Likert, divididas como se relaciona en la Tabla 1. La recolección de los datos se realizó utilizando el software de administración de encuestas Google Forms, el cual fue enviado a estudiantes del programa de Administración de Empresas matriculados de tercer período, se tuvieron en cuenta los datos recibidos entre el 11 de diciembre del 2020 y el 22 de abril de 2021. La encuesta fue revisada por dos pares académicos con formación en marketing digital quienes validaron su objetividad y precisión de la información.

Resultados

Se recopilaron 54 formularios diligenciados por estudiantes de administración empresas, en su mayoría (68,5%) con aprobación de menos de 30 créditos y entre 31 y 120 créditos (31,5%) del programa.

Para los estudiantes es sumamente importante o indispensable vender un producto, dar a conocer a la empresa, establecer relaciones con los clientes, satisfacer necesidades y retener a los clientes, como razón de ser del marketing de contenidos

Bibliografía

American Marketing Association (22 de julio de 2020). The definition of marketing: what is marketing. /the-definition-of-marketing-what-is-marketing

Borja, F. A. (2021). La importancia de la creación de contenido en Marketing. *Revista Científica en Ciencias Sociales-ISSN: 2704-0412*, 3(1), 69-74.

Camacho Rodriguez, L. D. (2019). Marketing digital en las pymes. *Documentos De Trabajo ECACEN*, (2). <https://doi.org/10.22490/ECACEN.3489>

- Cámara de Comercio Electrónico de Colombia (s.f.). informe-comportamiento-y-perspectiva-ecommerce-2020-2021l. Recuperado de <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2020/10/informe-comportamiento-y-perspectiva-ecommerce-2020-2021.pdf>
- Castro Gómez, B., Esteban Jiménez, S., Moreno Toro, J., & Saavedra López, A. (2017). Planeamiento estratégico del marketing digital en Colombia [tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8792/CASTRO_ESTEBAN_PLANEAMIENTO_DIGITAL_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Coll Rubio, P. (2019). El marketing de contenidos en la estrategia de growth hacking en la nueva economía. Los casos de Wallapop, Westwing y Fotocasa; Content marketing in the strategy of ‘growth hacking’ in the new economy. The cases of Wallapop, Westwing and Fotocasa. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.6035/2174-0992.2019.17.7>
- Content Marketing Institute (CMI) (2015) What is content marketing. Disponible en URL <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/> [consulta 15 de abril de 2020]
- Espinosa, R. (25 de marzo de 2019). *Marketing de Contenidos*.
<https://robertoespinosa.es/2019/03/25/marketing>
- Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B. (2018). Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783.
- Mas digital.net. (18 de 12 de 2015). Cinco ventajas del marketing de contenidos. Recuperado el 10 de 09 de 2021 de <https://www.masdigital.net/nuestro-blog/5-ventajas-del-marketing-de-contenidos>
- Mendoza Pacheco, Lizbeth. (2017). Publicidad digital y redes sociales dirigidas a jóvenes de la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 186-198. Recuperado en 21 de septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372017000100006&lng=es&tlng=es.
- Núñez, V. (2017). Marketing de contenido para triunfar en internet.

Ramos, J. (2017). Marketing de contenidos. Guía práctica. XinXii.

Rodríguez, L. D. C., Velasco, L. Y. E., & Sánchez, M. A. B. (2020). Marketing de contenidos: realidad o retos. *Documentos de Trabajo ECACEN*, (2), 1-10.

Sanagustín, E. (2013). *Marketing de contenidos*. Anaya multimedia.

Tejeda, F. B. (2020). Comercio electrónico Colombia: La guía más completa del mercado. Recuperado de: <https://www.Ecommercenews.Pe/comercio-electronico/2020/comercio-electronico-colombia.html>.

Túnez-Lopez, Miguel; García, José Sixto and Guevara-Castillo, Melitón. Redes sociales y marketing viral: repercusión e incidencia en la construcción de la agenda mediática. *Palabra Clave* [online]. 2011, vol. 14, n.1, pp.53-65. ISSN 0122-8285.

Vargas R., P. (4 de mayo de 2020). Comercio electrónico ha crecido más de 300% en Latinoamérica en la pandemia. *La República*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424>

Velázquez-Cornejo, B.I., & Hernández-García, J.F. (2019). Marketing de Contenidos. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 6(11), 51-53, <https://doi.org/10.29057/esat,v6i11.3697>



ANÁLISIS DEL PERFIL Y CAPACIDADES EMPREENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS DE LA UNAD

Fuente: imagenes tomadas de <https://www.freepik.es/>





Capítulo 33.

ANALYSIS OF THE PROFILE AND ENTREPRENEURIAL CAPABILITIES OF UNAD SCHOOL OF ADMINISTRATIVE, ACCOUNTING, ECONOMIC AND BUSINESS SCIENCES



René Carlos Paredes Stave⁹²

Marilyn Ibeth Oviedo Contreras⁹³

92 René Carlos Paredes Stave, Magíster en dirección y asesoramiento financiero, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0002-1250-149X>. Correo electrónico: rene.paredes@unad.edu.co

93 Marilyn Ibeth Oviedo Contreras, Especialista en gestión pública, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, <https://orcid.org/0000-0002-6538-811X>. Correo electrónico: marilin.oviedo@unad.edu.co



RESUMEN

Por medio de la investigación se pretende realizar un análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela ECACEN de la UNAD, de los resultados obtenidos se formularán estrategias que posibiliten el desarrollo y fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras de los estudiantes. Estas acciones buscan que los estudiantes desarrollen la práctica del emprendimiento como una opción viable de generar ingresos de forma sostenible y posibilite mejorar la calidad su calidad de vida. El presente estudio corresponde a una investigación de carácter exploratorio descriptivo en la que se miden los datos recolectados para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las cualidades y características del perfil emprendedor de los estudiantes de la ECACEN de la UNAD, con base en la Información obtenida a partir de la revisión literaria. Es de carácter transversal ya que el instrumento se aplica durante un solo momento. Como conclusión se establece que el alto porcentaje de estudiantes de pregrado de la ECACEN en la UNAD posee las cualidades fundamentales para ser emprendedores, además esta población estudiantil con diversas potencialidades requiere de programas de formación emprendedoras enfocados a fortalecer la mentalidad, y las características emprendedoras.

Palabras clave: emprendimiento; perfil; capacidades; educación; estrategias.





ABSTRACT

Through the research, it is intended to carry out an analysis of the profile and entrepreneurial capacities of the undergraduate students of the ECACEN school of the UNAD, from the results obtained, strategies will be formulated that allow the development and strengthening of the entrepreneurial mentality and competencies of the students.

These actions seek that students develop the practice of entrepreneurship as a viable option to generate income in a sustainable way and make it possible to improve the quality of their quality of life. The present study corresponds to descriptive exploratory research in which the collected data are measured in order to later describe, analyze and systematically interpret the qualities and characteristics of the entrepreneurial profile of the students of the ECACEN of the UNAD, based on the information obtained from the literary review. It is of a transversal nature since the instrument is applied for a single moment. As a conclusion, it is established that the high percentage of undergraduate students from ECACEN at UNAD possess the fundamental qualities to be entrepreneurs, in addition this student population with diverse potentialities requires entrepreneurial training programs focused on strengthening the mindset and entrepreneurial characteristics.

Keywords: Entrepreneurship; Profile; Capacity is Education; Strategies.

Desarrollo de la ponencia

Por medio de la investigación se pretende realizar un análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela ECACEN de la UNAD, de los resultados obtenidos se formularán estrategias que posibiliten el desarrollo y fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras de los estudiantes. Estas acciones buscan que los estudiantes desarrollen la práctica del emprendimiento

como una opción viable de generar ingresos de forma sostenible y posibilite mejorar la calidad su calidad de vida.

El presente estudio corresponde a una investigación de carácter exploratorio descriptivo en la que se miden los datos recolectados para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las cualidades y características del perfil emprendedor de los estudiantes de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, con base en la Información obtenida a partir de la revisión literaria.

La investigación “Identificación de las características personales emprendedoras en estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia–UNAD”, de (Cervantes, & Barrera, 2017), establecen dentro de las conclusiones y recomendaciones, que se debe contar con un marco de referencia, que identifique cuáles son las características que se deben desarrollar en los micro currículos de los diferentes programas que oferta la UNAD, por cuanto permite a la diferentes escuelas establecer planes de acción y mejoramiento, que permitan fortalecer el ecosistema emprendedor Colombiano.

Metodología

El presente estudio corresponde a una investigación de carácter descriptivo en la que se miden los datos recolectados para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las cualidades y características del perfil emprendedor de los estudiantes de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, que para el periodo 16-01 del año 2020 es de 10566, distribuidos de la siguiente manera;

Resultados

Con el objetivo de obtener información cuantitativa se propuso la aplicación de un cuestionario diseñado en google drive a los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios, donde el mínimo muestral era 371 estudiantes. El cuestionario, como instrumento de investigación,

consta de una sección de 40 preguntas relacionadas con las cualidades personales que debe tener un emprendedor.

Se utilizaron las siguientes opciones de respuesta para facilitar su posterior procesamiento: Sí / en total acuerdo, Bastante / a menudo, Algo / alguna vez, y No / en absoluto.

Dentro de los cursos con perfil emprendedor, los cuales se relacionan a continuación:

- Emprendimiento solidario.
- Desarrollo del modelo de negocio.
- Generación de ideas de negocio.
- Gestión empresarial.
- Plan de negocios.
- Liderazgo, Pensamiento, Creativo e Innovador.

Discusión

Los resultados definitivos de la investigación, establecen que estos estudiantes con diversas potencialidades requieren de programas de formación emprendedora sostenibles y que posibiliten la creación de estrategias que potencialicen el fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras, como es la creación de un programa de competencias emprendedoras, que permita al docente facilitador el aumento de iniciativas de emprendimiento y por ende nuevos modelos de negocio, acciones que pretenden en los estudiantes el desarrollo de la práctica del emprendimiento como una opción viable de generar ingresos de forma sostenible y posibilite mejorar la calidad su calidad de vida.

Conclusiones

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia debe estructurar, planificar y emprender estrategias que desarrollen en los estudiantes de pregrado las habilidades y ca-

pacidades emprendedoras con la visión de la formación de empresas, esto permitirá nuevas e innovadoras formas de generar ingresos propios, una forma de realizar estas acciones es la articulación de un programa de formación emprendedora enfocada a potencializar o fortalecer las competencias emprendedoras personales que todo emprendedor necesita para desarrollar un emprendimiento, y que se debe articular de forma estratégica con el Nodo Virtual de Emprendimiento en la UNAD.

Bibliografía

Álvarez, J. (2019). Resultados del diagnóstico del desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de las universidades en la zona centro de la república mexicana. RILCO: Revista de Investigación Latinoamericana En Competitividad Organizacional, 3, 10.

Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. (2013). *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 65–75.

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Álvarez, A. (2013).

Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of technology management & innovation*, 8(1), 65-75.

Caldera, J., Rodríguez, F., & Moreno, J. (2013). Manual guía para agentes multiplicadores en estímulo y desarrollo de capacidades emprendedoras.

Cervantes, M., & Barrera, A. (2019). Identificación de las características personales emprendedoras en estudiantes de la Universidad Nacional Abierta ya Distancia-UNAD. Libros Universidad Nacional Abierta ya Distancia, 127-157.

Chica, M., Posso, M., & Montoya, J. (2016). Importancia del emprendimiento social en Colombia. Documentos de Trabajo ECACEN, (2).

Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014: De Fomento a la Cultura del Emprendimiento.

Congreso de Colombia. (2020). Ley 2069: De impulso al emprendimiento en Colombia.

DNP. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Bueno Aires, Argentina.

Impulsa Colombia. (2021). ABC de la ley de emprendimiento.

Nuncira, M., & Puerto, E. (2014). Identificación de perfil, características y procesos de información y formación emprendedora de los estudiantes de pregrado del CEAD Duitama.

UNAD. (2011). Proyecto Académico Pedagógico Solidario (Versión 3.0).



CARACTERIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE INNOVACIÓN DE PYMES POR EFECTO DEL CORONAVIRUS: ESTUDIO COMPARATIVO COLOMBIA Y BRASIL

Fuente: imágenes tomadas de www.freepik.es



CHARACTERIZATION IN THE INNOVATION MANAGEMENT OF SMES IN THE EFFECT OF CORONAVIRUS: A COMPARATIVE STUDY COLOMBIA AND BRAZIL



Jesús Rafael Fandiño Isaza⁹⁴

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez⁹⁵

Luz Marina Dávila Coa⁹⁶

Silvana Dalmutt Kruger⁹⁷

Antonio Zanin⁹⁸

Cleunice Zanella⁹⁹

Anderson Conte¹⁰⁰

94 Docente Programa Administración de Empresas ECACEN – UNAD ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8232-0790>
Correo electrónico: jesus.fandino@unad.edu.co

95 Docente Programa de Contaduría Pública ECACEN – UNAD, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2122-3305>
Correo electrónico: vladimir.baquero@unad.edu.co

96 Docente Programa Administración de Empresas ECACEN – UNAD, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1518-3204>
Correo electrónico: luz.davila@unad.edu.co

97 Professora do Mestrado em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3353-4100>
Correo electrónico: silvanak@unochapeco.edu.br

98 Doutor em Engenharia de Produção (UFRGS), Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis na UFMS, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7837-7375>
Correo electrónico: zanin.antonio@ufms.br

99 Doutora em Administração (UFSC), Professora do Mestrado em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8243-9022>
Correo electrónico: cleunice@unochapeco.edu.br

100 Mestrando em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2293-494X>
Correo electrónico: anderson.conte@unochapeco.edu.br



RESUMEN

Las organizaciones están insertadas en un mercado globalizado y competitivo, que enfrenta cambios económicos, políticos, sociales, culturales, entre otros, que ocurren a una velocidad cada vez mayor. Ante todas estas situaciones e incertidumbres, las empresas en general tienen el gran desafío de adaptarse y afrontar las innumerables transformaciones del escenario empresarial. En este contexto, la gestión de la innovación es una estrategia fundamental para las Pymes, además de ser un factor diferenciador ante la crisis financiera provocada por la pandemia Covid-19, ya que les ayudó a mejorar algunos procesos productivos y mantenerse vigentes. En este sentido, esta investigación tiene como objetivo caracterizar en las Pymes, los procesos de gestión de la innovación ante los efectos de los coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y el Estado de Santa Catarina, Brasil. En primer lugar, caracterizar en las Pymes los procesos de gestión de innovación anteriores a los efectos del coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil. A través de investigación documental en bases de datos de entidades públicas y privadas y bases de datos científicas. Los resultados evidencian que la pandemia del Covid-19 trajo una inesperada crisis global en el mercado, provocando el cierre temporal de las Pymes, especialmente en los sectores de alojamiento, bares y restaurantes, disminución de ventas e ingresos, recorte de gastos y presupuesto, reducción de personal de empleados, altas tasas de desempleo y escaso uso de herramientas tecnológicas. El estudio proporciona información sobre el uso de la innovación como estrategia competitiva por parte de las Pymes frente a la pandemia Covid-19.

Palabras clave: COVID-19; Gestión e Innovación; Innovación Empresarial; Pyme.

Países como Brasil, Argentina, México, Chile, Perú y Colombia hicieron aportes a la población o empresas, flexibilizaron la jornada laboral y crearon incentivos fiscales para evitar el colapso económico



ABSTRACT

Organizations are inserted in a globalized and competitive market, which faces economic, political, social, cultural changes, among others, which occur at an ever-increasing speed. Faced with all these situations and uncertainties, companies in general have the great challenge of adapting and facing the innumerable transformations of the business scenario. In this context, innovation management is a fundamental strategy for SMEs, as well as being a differentiating factor in the face of the financial crisis caused by the Covid-19 pandemic, since it helped them improve some production processes and stay current. In this sense, this research aims to characterize in SMEs, the innovation management processes in the face of the effects of coronaviruses in the Department of Magdalena, Colombia and the State of Santa Catarina, Brazil. In the first place, to characterize in SMEs the innovation management processes prior to the effects of the coronavirus in the Department of Magdalena, Colombia and the State of Santa Catarina, Brazil. Through documentary research in databases of public and private entities and scientific databases. The results show that the Covid-19 pandemic brought an unexpected global crisis in the market, causing the temporary closure of SMEs, especially in the accommodation, bars, and restaurants sectors, decrease in sales and income, cut expenses and budget, reduction of employee personnel, high unemployment rates and little use of technological tools. The study provides information on the use of innovation as a competitive strategy by SMEs in the face of the Covid-19 pandemic.

Keywords: COVID-19; Management and Innovation; Business Innovation; SME.

Las empresas en general tienen el gran desafío de adaptarse y afrontar las innumerables transformaciones del escenario empresarial.

Desarrollo de la ponencia

El virus SARS-CoV-2, conocido como coronavirus o Covid-19, surgió a finales de 2019 en la ciudad de Wuhan, China y por la forma de contaminación, mortalidad y por haberse extendido por todo el mundo, fue declarado por el Mundo (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021; Ferreira Junior & Santa Rita, 2020).

Los impactos generados por la pandemia afectaron a miles de personas en todo el mundo. Desde el punto de vista social, los impactos están relacionados con la mortalidad de familiares, amigos, conocidos, o aquellos que fueron afectados y pasaron por los procesos de recuperación de la enfermedad o sus secuelas, además del aislamiento social y las restricciones de vida

Países como Brasil, Argentina, México, Chile, Perú y Colombia hicieron aportes a la población o empresas, flexibilizaron la jornada laboral y crearon incentivos fiscales para evitar el colapso económico (Gama Neto, 2020). En Brasil, el Programa de Emergencia para el Mantenimiento del Empleo y los Ingresos (MP 963/2020), permitió la suspensión de los contratos laborales y la reducción de la jornada laboral, así como la compensación de salarios por parte del gobierno federal.

Generalmente, las Micro y Pequeñas Empresas (MPE) sufren impactos desproporcionados en escenarios de crisis económica, debido a limitaciones pecuniarias y deficiencias relacionadas a la capacidad tecnológica, administrativa y humana, tales limitaciones internas y externas dificultan la supervivencia de las empresas, aunque también pueden ser menos vulnerables a las crisis que las grandes empresas, y debido a la posibilidad de mayor rapidez en la adaptación de la capacidad (Silva, Miranda & Hoffmann, 2021).

Esta investigación tiene como problema de investigación: ¿Qué Procesos de Gestión de la Innovación se desarrollaron en las Pymes por el efecto Coronavirus: Departamento de Estudios de Caso del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil, ¿en 2020? Por tanto, el objetivo es caracterizar, en las Pymes, los procesos de gestión de la innovación ante los efectos de los coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y el Estado de Santa Catarina, Brasil.

El desarrollo de este proyecto dentro de la convocatoria de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD es pertinente para fortalecer el grupo de investigación IN-

CACEN y semillero de investigación SIGMA para los estudios entre las Universidad de Chapecó, Brasil y la UNAD, Colombia, fortaleciendo la línea de investigación de gestión de la innovación y el conocimiento de tomada de decisiones de desarrollo empresarial.

La relevancia de la investigación se justifica considerando que la pandemia Covid-19 resultó en un cambio drástico en el mercado económico global. En el ámbito empresarial no fue diferente, en muchos casos, como en el sector servicios, comercio y turismo, los impactos fueron rápidos y brutales, mientras que, en otros casos, algunos negocios terminan beneficiándose del escenario pandémico (SC Inova, 2020).

La nueva pandemia de coronavirus impactó negativamente en la economía mundial, afectando directamente las relaciones con los consumidores, la vida familiar, las opciones de ocio y las nuevas formas de trabajar en el hogar (Clemente, Andrade, Stoppa & Santos, 2020; Fauvel, 2020; García & Bezerra, 2020). En este sentido, Sánchez et al. (2016) señalan que la gestión de la innovación demanda procesos claramente definidos y planificados en relación a la inclusión de la misma innovación en las prácticas administrativas, aspecto que conlleva una mayor actualización y profesionalización de los directivos en cargo, así como el personal que lo compone.

Metodología

Metodológicamente la investigación se caracteriza por ser descriptiva, realizada a través del análisis documental. El tipo de estudio es descriptivo, ya que tiene como finalidad, describir las características del objeto de estudio, que permita visualizar la situación actual de las Pymes por efecto del Coronavirus en las regiones Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil, en el año 2020.

Corresponde a un estudio descriptivo y documental, porque inicialmente se realiza una revisión bibliográfica para detallar la situación actual de las Pymes por efecto del Coronavirus en las regiones Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil. Las etapas metodológicas serán caracterizar en las Pymes los procesos de gestión de innovación anteriores y posteriores a los efectos del coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil.

Resultados

Investigación de las empresas en Colombia

Según lo mencionado por la Organização Internacional do Trabalho – OIT (2020) como se citó en ACOPI (2021, p. 16) establece que los efectos de la COVID-19 se dividen fundamentalmente en dos grupos: 1) los efectos sobre la demanda, y 2) los efectos sobre la oferta. Como primer impacto en la demanda, se generó una crisis en las ventas en sectores de restaurantes y hoteles, debido al cierre temporal de este tipo de empresas.

En segundo lugar, se encuentra la disminución del consumo local y las exportaciones, que generan impacto sobre la demanda de bienes y servicios de las pequeñas y medianas empresas. Finalmente se hace referencia a los problemas asociados con la falta de liquidez y el flujo de caja, cuyo manejo se dificulta por las restricciones al crédito que tiene este segmento empresarial (Organização Internacional do Trabalho [OIT] (2020) como se citó en ACOPI (2021).

Investigación en empresas del Santa Catarina/ Brasil

Un estudio realizado con 1.180 empresas en 2020, por la Revista PEGN, Resultados Digitais y Endeavour, muestra que el 77% de las empresas tuvo una disminución en los ingresos durante el período inicial de la pandemia, con un 39% de estas empresas con pérdidas entre el 40% y 100% de su facturación. Solo el 13% de las organizaciones encuestadas han experimentado un crecimiento de los ingresos desde el inicio de la pandemia.

Bibliografía

Acopi. (2020). *Impacto de la Covid-19 en las Mipymes colombianas*. Recuperado de https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/impacto_covid_web-1.pdf.

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal Of Management*, 17(1) 99-120. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Bernardo, N. R. R., & Araújo, E. A. S. de (2016). Formação para o empreendedorismo: análise das ementas das disciplinas dos cursos oferecidos por uma instituição pública de ensino superior tecnológico. *G&DR - Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 12(5), 304- 327.
- Brasil. Medida Provisória 963/2020. (2020). *Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda*. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/mpv/mpv936.htm.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Boletín 2: Efectos económicos del COVID-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Recuperado de <https://ccsm.org.co/camara-abierta/noticias-y-actualidad/278-boletin-2-efectos-economicos-del-covid-19-sobre-la-actividad-empresarial-del-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 5. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/49786-boletin-5-efectos-economicos-del-covid-19-sobre-la-actividad-empresarial-del-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 7. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/50266-boletin-7-efectos-economicos-covid-19-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 10. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/50283-boletin-10-efectos-economicos-covid-19-magdalena-brechas-digitales.html>.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Pandemia por COVID-19 obligó al cierre indefinido de más de dos mil empresas en el Magdalena*. Recuperado de ht-

[tps://ccsm.org.co/camara-abierta/noticias-y-actualidad/126-boletines-y-comunicados-de-prensa/287-pandemia-por-covid-19-obligo-al-cierre-indefinido-de-mas-de-dos-mil-empresas-en-el-magdalena-camcomercio.html](https://ccsm.org.co/camara-abierta/noticias-y-actualidad/126-boletines-y-comunicados-de-prensa/287-pandemia-por-covid-19-obligo-al-cierre-indefinido-de-mas-de-dos-mil-empresas-en-el-magdalena-camcomercio.html).

Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Resultados del Índice de Innovación -IDIC- en el Magdalena, 2020*. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/51563-resultados-del-indice-de-innovacion-en-el-magdalena-2020.html>.

Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, organizations, and society*, 28(2), 127-168.

Chenhall, R. H. (2007). Theorizing contingencies in management control systems research. *Handbook of Management Accounting Research*, 1, 163-205.

Clemente, A. C. F., Andrade, L. G. de., Stoppa, E. D., & Santos, G. E. de O. (2020). Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. *Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território, Brasília*, 8(14), 73-85.

Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. doi: 10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x.

Eigenstuhler, D. P., Pacassa, F., Kruger, S. D., & Mazzioni, S. (2021). Influência das características dos países na disseminação da Covid-19. *Revista Gestão Organizacional*, 14(1), 172-191.

Espejo, M. M. S. B. (2008). Perfil dos atributos do sistema orçamentário sob a perspectiva contingencial: uma abordagem multivariada. 2008. 216 f. *Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade)*. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

Fauvel, A. (2020). *Covid-19 e as prorrogações tributárias*. Arquivoi, 2020. Recuperado de https://arquivoi.com.br/blog/covid19easprorrogacoestributarias/#2_Prorrogacao_do_INSS_PIS_e_COFINS.

- Ferreira Junior, R. R., & Santa Rita, L. P. (2020). Impactos da Covid-19 na economia: limites, desafios e políticas. *Cadernos De Prospecção*, 13(2), COVID-19, 459.
- Forbes. (2020). *Microempresas serán “herramienta clave” en recuperación económica de Colombia*. Recuperado de <https://forbes.co/2020/04/30/economia-y-finanzas/microempresas-seran-herramienta-clave-en-recuperacion-economica-de-colombia/>.
- G1. (2021). *Pequenos negócios geraram 70% dos empregos com carteira assinada no 1º trimestre de 2021*. Recuperado de <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/05/31/pequenos-negocios-geraram-70percent-dos-empregos-com-carteira-assinada-no-1o-trimestre-de-2021.ghtml>.
- Gama Neto, R. B. (2020). Impactos da Covid-19 sobre a economia mundial. *Boletim de Conjuntura*, 2(5), 113-127. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3786698>.
- García, R. M., & Bezerra, D. O. (2020). A importância da contabilidade gerencial para pequenas e médias empresas em meio a pandemia do Covid-19. *Revista Campo do Saber*, 6(2), 96-111.
- García, S., María, L., Sánchez, T., & Zulia, U. (2013). TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10(1), 85-104.
- Giraldo, W. y Otero, M. (2017). La importancia de la innovación en el producto para generar posicionamiento en los jóvenes. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2).
- Gordon, L. A., & Narayanan, V. K. (1984). Management accounting systems, perceived environmental uncertainty and organization structure: an empirical investigation. *Accounting, organizations and society*, 9(1), 33-47.
- Guimarães Júnior, D. S., Nascimento, A. M., Santos, L. O. C., & Rodrigues, G. P. A. (2020). Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. *Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada*, 5(4), 1-10.
- Hyvönen, J. (2007). Strategy, performance measurement techniques and information

- technology of the firm and their links to organizational performance. *Management Accounting Research*, 18, 343-366.
- Huynh, T. L. D. (2020). Does culture matter social distancing under the COVID-19 pandemic? *Safety Science*, 130, 1-19.
- Ikenami, R. K., Garnica, L. A., & Ringer, N. J. (2016). Ecosistemas de Inovação: abordagem Analítica da Perspectiva Empresarial para Formulação de Estratégias de Interação. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE*, 7(1), 162-174. doi: <http://dx.doi.org/10.13059/racef.v7i1.232>.
- Junta Comercial de Santa Catarina. (2021). SC registra crescimento de 47,63% no saldo de novas empresas no primeiro semestre. Recuperado de: <https://www.jucesc.sc.gov.br>.
- La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2019). *Encuesta de Transformación Digital*. Recuperado de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANALISIS-ENCUESTA-DE-TRANSFORMACIÓN-DIGITAL-2019-ANDI.pdf>.
- Lima-Costa, M. F., Mambrini, J. V. D. M., Andrade, F. B. D., Peixoto, S. W. V., & Macinko, J. (2020). Distanciamento social, uso de máscaras e higienização das mãos entre participantes do Estudo Longitudinal da Saúde dos Idosos Brasileiros: iniciativa ELSI-COVID-19. *Cadernos de Saúde Pública*, 36.
- Lins Filho, M. L., Andrade, A. P. V. de, & Silva, G. G. da. (2020). Capacidade de inovar em Startups: Uma abordagem sob a ótica da orientação para aprendizagem. *Navus*, Florianópolis, 10, 01-21. doi: <https://doi.org/10.22279/navus.2020.v10.p01-21.1095>.
- López, P. D., & Guillén, G. (2020). Afectaciones económicas por la pandemia de COVID-19 y oportunidades de crecimiento en la industria de Dispositivos Médicos de Jalisco. *Memorias del Congreso Nacional de Ingeniería Biomédica*, 7(1), 478-484. Recuperado de <http://memorias.somib.org.mx/index.php/memorias/article/view/800>.
- Martens, C. D., Carneiro, K., Martens, M., & Silva, D. (2015). Relationship between entrepreneurial orientation and project management maturity in Brazilian software firms. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, 14(2), 72-91. doi: <https://doi.org/10.5585/ijsm.v14i2.2232>.

- Mejía, D. (2014). Gestión de la innovación en pequeñas empresas. Un estudio exploratorio en Querétaro. *Inquietud Empresarial*. Vol. XIV (2). p.p. 71-86. Recuperado de [blob:https://scienti.minciencias.gov.co/6e969b15-93f2-4029-885a-48eca3824784](https://scienti.minciencias.gov.co/6e969b15-93f2-4029-885a-48eca3824784).
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2019). *Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. (2017). Gran Encuesta TIC. *Вестник Росздравнадзора*, 1–32. Recuperado de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-74002_cartilla_resumen.pdf.
- Mintzberg, H., Lampel, J., Quinn, J. B., & Ghoshal, S. (2007). *O processo da estratégia: Conceitos, contextos e casos selecionados* (4a ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Montoya, I. A., Montoya, L. A., & Rojas, S. P. (2019). Innovación organizacional como un proceso de simbiogénesis. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(9), 124-142. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5713/571360739006/html/>.
- NSC Total. (2020). *Santa Catarina perde 406 mil empregos com a crise do coronavírus, aponta pesquisa do Sebrae*. Recuperado de <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/estela-benetti/santa-catarina-perde-406-mil-empregos-com-a-cri-se-do-coronavirus-aponta>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2005). *The Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3a ed.). Paris: OECD Publishing.
- Organización Mundial de la Salud. (2021). *Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports*. Recuperado de <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epi-demiological-update-on-covid-19---31-august-2021>.
- Organização Internacional do Trabalho. (2020). *A COVID-19, o mundo do trabalho e a importância das micro e pequenas empresas: O caso do Brasil*. Recuperado de https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_749348/lang--pt/index.htm.
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa

- nortesantandereana: por la competitividad regional. *ECONÓMICAS CUC*, 40(1), 91-104. doi: <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>.
- Porem, M. E. P., & Kunsch, M. M. K. (2021). Inovação, comunicação e pequenos negócios em tempos de pandemia: relatos de experiência de agentes locais de inovação (Ali). *Comunicação & Inovação*, 22(48).
- Revista PEGN. (2020). *Os impactos da Covid-19 nas PMEs e os passos para a retomada*. Recuperado de <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2020/06/os-impactos-da-covid-19-nas-pmes-e-os-passos-para-retomada.html>.
- Reymen, I. M.M.J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U., & Van Burg, E. (2015). Understanding Dynamics of Strategic Decision Making in Venture Creation: A Process Study of Effectuation and Causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 351-379. doi: <https://doi.org/10.1002/sej.1201>.
- Ríos Manriquez, M., Rodríguez, J. T., Olalde, O. C., & Gallardo, A. A. A. (2009). Nivel de integración de las TIC en las Mipymes, un análisis cualitativo. *Revista Raites*, 3(6), 157-179.
- Sánchez, M., Cervantes, V., & Peralta, P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 78-91. doi: <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24861>.
- Santa Catarina. (2020). *Emprego e relações do trabalho*. Recuperado de <https://www.sc.gov.br/noticias/temas/emprego-e-relacoes-do-trabalho>.
- Santa Catarina. (2021). *Santa Catarina cria 33,9 mil empregos formais e registra aumento de 95% em fevereiro, de acordo com o Caged*. Recuperado de <https://www.sde.sc.gov.br/index.php/noticias/2980-santa-catarina-cria-33-9-mil-empregos-formais-e-registra-aumento-de-95-em-fevereiro-de-acordo-com-o-caged>.
- SC Inova. (2020). *Pesquisa com PMEs e scale-ups mostra impacto da Covid-19 nos negócios e aponta tendências pós-pandemia*. Recuperado de <https://scinova.com.br/pesquisa-com-pmes-e-scale-ups-mostra-impacto-da-covid-19-nos-negocios/>.
- Schumpeter, J. A. (1984). *A teoria do desenvolvimento econômico* (2a ed.). São Paulo: Nova Cultura.

- Sebrae. (2020). *Boletim impacto do novo Coronavírus nos negócios*. Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SC/Not%C3%ADcias/Boletim%20Impacto%20Coronavirus%20-%20Outubro%202020%20-%20Final.pdf>.
- Silva, D. L. B. D., Miranda, A. L., & Hoffmann, V. E. (2021). Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Sul Brasil, Jornal Sul Brasil. (2020). *Entidades de Chapecó avaliam impacto da crise econômica*. Recuperado de <https://jornalsulbrasil.com.br/entidades-de-chapeco-avaliam-impacto-da-crise-economica/>.
- Thurner, B. da V., & Ruppenthal, J. E. (2015). *Empreendedorismo e inovação: a influência das Startups no crescimento econômico*. 2015. 60 f. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) – Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria.





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

