



Transformación Empresarial para el Desarrollo y Crecimiento en Colombia

Compiladores
Lisbeth Lucia Lozano Lamar
Roswil Nieves Laza

Transformación empresarial para el desarrollo y crecimiento en Colombia / Lisbeth Lucia Lozano Lamar [y otros veintitrés], copilado por Lisbeth Lucia Lozano Lamar, y Roswil Nieves Laza. - Montería: Sello Editorial Americana, 2026.
176 páginas; tablas, gráficas.
ISBN: 978-628-7895-00-3 (digital)

Nota: incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo. 1.Corporación Universitaria Americana – Proyectos de investigación. 2. Administración de empresas -- Colombia. 3. Pequeñas y medianas empresas (Mipymes) -- Colombia -- Montería (Córdoba) -- Gestión. 4. Desarrollo económico -- Colombia. 5. Marketing digital -- Colombia. 6. Gestión del riesgo -- Instituciones de educación superior. 7. Derecho ambiental -- Colombia. 8. Educación preescolar -- Colombia. I. Lozano Lamar, Lisbeth Lucia, compilador. II. Nieves Laza, Roswil, compilador. III. Ballesteros Herrera, Merjoury coautor. IV. Humánez Petro, Bíviana Esther, coautor. V. Madera Soto, Alex Junior, coautor. VI. Causil Lengua, Carlos Andrés, coautor. VII. Torres Lance, María Mónica, coautor. VIII. Duque Ramos, Angi Paola, coautor. IX. Arboleda Mazo, Walter Hugo, coautor. X. Suárez López, Diana, coautor. XI. Pacheco Martínez, Gabriel Alfonso, coautor. XII. Acosta Gómez, Anyela María, coautor. XIII. Humanez Arroyo, Lina Marcia, coautor. XIV. Becerra Ossa, Jhennys Paola, coautor. XV. Arias Vargas, Francisco Javier, coautor. XVI. Miranda Villera, Margarita Rosa, coautor. XVII. Rangel Bolaños, Jaime, coautor. XVIII. Baquero Suárez, Tania Marina, coautor. XIX. Rodríguez Molina, Daniella, coautor. XX. García Guzmán, Ana Josefina, coautor. XXI. Clemente Molina, María Angélica, coautor. XXII. Ramos Martínez, Oscar David, coautor. XXIII. Rangel Velaides, Katty, coautor. XXIV. Quiceno Marín, Rodrigo, coautor. XXV. Titulo.

Corporación Universitaria Americana - Sistema de Bibliotecas
658.022 T772 2026 SCD23 ed.



Corporación Universitaria Americana ©

Sello Editorial Americana©

ISBN Digital: **978-628-7895-00-3**

TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EN COLOMBIA

COMPILADORES:

Lisbeth Lucia Lozano Lamar

Roswil Nieves Laza

AUTORES: Merjoury Ballesteros Herrera - Lisbeth Lucía Lozano Lamar - Bíviana Esther Humanez Petro - Alex Junior Madera Soto - Carlos Andrés Causil Lengua - María Mónica Torres Lance - Angi Paola Duque Ramos - Walter Hugo Arboleda Mazo - Diana Suarez López - Gabriel Alfonso Pacheco Martínez - Anyela María Acosta Gómez - Lina Marcia Humanez Arroyo - Jhennys Paola Becerra Ossa- Francisco Javier Arias Vargas - Oscar David Ramos Martínez -Katty Rangel Velaides - Margarita Miranda Villera - Jaime Rangel Bolaños - Rodrigo Quiceno Marín - Tania Marina Baquero Suárez - Juan Andrés Arteaga - Daniella Rodríguez Molina - Ana Josefina García Guzmán -María Angélica Clemente Molina

Presidente

JAIME ENRIQUE MUÑOZ

Rectora Nacional

ALBA LUCÍA CORREDOR GÓMEZ

Vicerrector Académico Nacional

MARIBEL YOLANDA MOLINA CORREA

Vicerrector de Investigación Nacional

RICARDO SIMANCAS TRUJILLO

Coordinación Sello Editorial

EVA LUNA CONTRERAS MARIÑO

Sello Editorial Americana

selloeditorialamericana@americana.edu.co

Diagramación y portada: Kelly J. Isaacs González

Imagen portada: Freepik.com

Corrección de estilo: Eva Luna Contreras Mariño

1a edición: a

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en sistema recuperable o transmitida en ninguna forma o por medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, u otro, sin previa autorización por escrito del Sello Editorial Americana y de los autores. Los conceptos expresados en este documento son responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente corresponden con los de la Corporación Universitaria Americana y da cumplimiento al Depósito Legal según lo establecido en la Ley 44 de 1993, los decretos 460 del 16 de marzo de 1995, el 2150 de 1995, el 358 de 2000 y la Ley 1379 de 2010.

Transformación Empresarial para el Desarrollo y Crecimiento en Colombia

Compiladores
Lisbeth Lucia Lozano Lamar
Roswil Nieves Laza

Autores

Merjoury Ballesteros Herrera - Lisbeth Lucía Lozano Lamar - Biviana Esther Humanez Petro - Alex Junior Madera Soto- Carlos Andrés Causil Lengua - María Mónica Torres Lance - Angi Paola Duque Ramos - Walter Hugo Arboleda Mazo- Diana Suarez López - Gabriel Alfonso Pacheco Martínez- Anyela María Acosta Gómez - Lina Marcia Humanez Arroyo - Jhennys Paola Becerra Ossa- Francisco Javier Arias Vargas - Oscar David Ramos Martínez -Katty Rangel Velaides - Margarita Miranda Villera - Jaime Rangel Bolaños - Rodrigo Quiceno Marín - Tania Marina Baquero Suárez - Juan Andrés Arteaga - Daniella Rodríguez Molina - Ana Josefina García Guzmán -María Angélica Clemente Molina

SELLO EDITORIAL AMERICANA



CONTENIDO

- 5** Prólogo
- 6** Diagnóstico de las necesidades de asesorías administrativas y contables que requieren los comerciantes del supermercado popular del oriente de la ciudad de Montería
- 23** Aspectos claves para el proceso de formalización empresarial de los comerciantes de la zona de restaurantes del supermercado popular del oriente en la ciudad de Montería
- 42** Diagnóstico y análisis del uso del sistema de información implementado por una Mipyme del sector comercial ubicada en la ciudad de Montería
- 55** Diagnóstico de un programa para la gestión del riesgo en la Corporación Universitaria Americana sede Montería 55
- 78** Marketing digital: uso y retos para la transformación del comercio informal en el paseo de las flores de la ciudad de Montería
- 144** El medio ambiente en Colombia: un análisis desde el régimen legal y la valoración económica
- 163** Influencia del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado transición a en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería



PRÓLOGO

El saber es la base del desarrollo duradero, y este texto actúa como una luz orientadora en la intrincada red del avance económico, social y ambiental. En sus contenidos, se ofrece una visión holística sobre asuntos esenciales como la regularización de negocios, la innovación en el sector turístico, la sostenibilidad del medio ambiente, el marketing en línea y la función educativa en la transformación de Montería y sus alrededores.

Cada sección ofrece un examen detallado y sugerencias específicas para abordar los desafíos actuales, proporcionando herramientas y tácticas para la mejora continua de los sectores mencionados. La regularización de negocios se presenta como un elemento clave para la creación de empresas sostenibles, mientras que la innovación en turismo se destaca como una estrategia vital para fortalecer la identidad y competitividad de la región. La sostenibilidad ambiental se trata desde una perspectiva global que invita a reconsiderar nuestras acciones y compromisos con el entorno.

Otro de los temas destacados en esta obra es el impacto del marketing digital y su papel en el impulso del crecimiento económico local, brindando una perspectiva sobre cómo la tecnología y las estrategias digitales pueden ser aliados cruciales para emprendedores y empresas en la era digital. De igual forma, la educación se ofrece como el eje central de la transformación social, resaltando su importancia en la creación de ciudadanos que estén preparados para enfrentar los retos del futuro.

Este texto no se limita a ser una simple recopilación de información, sino que es un llamado a la reflexión y a la acción. En un mundo que cambia constantemente, la adaptación y el aprendizaje constante son esenciales para el progreso de comunidades más resistentes y sostenibles. Que esta obra se convierta en un recurso valioso para empresarios, académicos, emprendedores y ciudadanos comprometidos con el crecimiento de Montería y el bienestar de sus habitantes.

Invitamos al lector a adentrarse en estas páginas con la convicción de que encontrará herramientas, vivencias y conocimientos que le permitirán participar activamente en la creación de un futuro más próspero y justo.

Carmen Díaz Begambre.

Diagnóstico de las necesidades de asesorías administrativas y contables que requieren los comerciantes del supermercado popular del oriente de la ciudad de Montería¹

Merjoury Ballesteros Herrera*

Lisbeth Lucía Lozano Lamar**

Biviana Humanez Petro***

Alex Junior Madera Soto****

RESUMEN

En los últimos años la ciudad de Montería ha experimentado una serie de cambios bastante significativos a nivel urbanístico, donde se ha evidenciado no solo mejoras a nivel de infraestructura vial, sino social. Como es el caso del supermercado popular del oriente, el cual fue inaugurado a finales del año 2015, con el objetivo de organizar a los pequeños comerciantes, y brindar a la comunidad en general unas instalaciones apropiadas con condiciones higiénicas óptimas, propiciando una mayor calidad en los productos que se ofertan. Sin embargo, se han presentado dificultades ya que la gran mayoría de los microempresarios no tienen ningún tipo de estudio, y son muchos los que han adquirido sus conocimientos de manera empírica, dificultando una toma de decisiones acertada.

Es por esto, que la presente investigación se enfocó en conocer cuáles eran las necesidades administrativas y contables que presentaba esta población, a fin de generar acciones de mejora que permitieran una sostenibilidad de estas empresas en el mercado. Para esto, se recurrió a una metodología descriptiva – cualitativa, partiendo de información secundaria y robusteciendo el estudio con información primaria. Los resultados demostraron que existe una necesidad en temas de proceso administrativo, manejo de recursos financieros, físicos, logísticos, manejo de estrategias de marketing y recursos humanos, entre otros. Por lo tanto, se concluye que la falta de educación es un detonante para malos manejos empresariales y financieros.

¹ Capítulo de libro resultado de investigación. Producto Colaborativo de los grupos de investigación GISELA y Gestión e Innovación.

*Administradora de empresas; Ingeniera agroindustrial; Especialista en gerencia de proyectos en inteligencia de negocios; Magíster en dirección estratégica; Corporación Universitaria Americana; mherrera@americana.edu.co

**Licenciada en educación física, recreación y deporte; Magíster en actividad física, entrenamiento y gestión deportiva; Magíster en recursos digitales aplicados a la educación; Corporación Universitaria Americana; llozano@americana.edu.co

***Administradora de empresas; MBA administración de negocios con especialidad en recursos humanos; Corporación Universitaria Americana, bhumanez@americana.edu.co

****Técnico profesional en gestión empresarial, semillerista de la Corporación Universitaria Americana, maderaalex86@americana.edu.co

Palabras claves

Diagnóstico, necesidades, proceso administrativo, contabilidad, microempresarios.

ABSTRACT

Montería city has experienced really meaningful urbanistic changes lately, regarding improvements in urban planning and social infrastructure. To better illustrate this, it is precise to refer to the marketplace of Oriente, which was inaugurated in 2015, with the aim of regulating the small traders' activity and providing the community with adequate sanitary conditions to cater better quality in the products and services. Even though these practices have been tested in the community, they have failed at some instances in relation to micro entrepreneurs' inexpertise in the areas such as the ones mentioned above. Most of them have acquired experience through practice rather than on certified studies, which has led to misguided decision-making processes in their business.

The current project has focused on knowing administrative and accounting needs that prevailed in the region, to propose actions that will grant actions to enhance self-sustainability from the companies in marketing. A mixed descriptive methodology both quantitative and qualitative was used for this purpose. The point of departure was secondary information which was subsequently enhanced with primary information and data. Yielding results showed an existing demand for topics related to management processes, financial resources management, physics, logistics, marketing strategies and human resources among others. In conclusion, lack of education to manage enterprising and financial processes may lead to failure in this area.

Keywords

Diagnostic, needs, management process, accounting, microentrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la economía Colombiana se apoya en gran parte en la creación de pequeñas y medianas empresas que en los últimos años se han convertido en el motor de la generación de nuevos empleos y por ende en el desarrollo local de las regiones, debido a esto ciudades intermedias como Montería han visto un crecimiento y desarrollo económico que se refleja en los índices de la tasa de desempleo, ocupando durante tres años seguidos el puesto como la ciudad en donde menos hay desempleo. No obstante, muchos expertos mencionan que las economías en vía de desarrollo están sustentadas en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), puesto que son estas las que dinamizan el mercado, pero lo cierto es que, así como dinamizan, debido a sus debilidades de estructura y nivel de financiamiento, son muchas las que no se logran mantener, ocasionan la quiebra o la fusión con otras empresas. Es por esto, que se hace necesario que los microempresarios adquieran conocimientos más técnicos y sean capacitados para enfrentar todas las fluctuaciones que vive la economía, sin embargo, antes de capacitar se debe conocer cuáles son esas necesidades latentes en esta población, a fin de darle solución al problema desde la raíz y evitar la insostenibilidad de estas empresas.

Debido a lo anteriormente mencionado, surgió el presente proyecto para satisfacer aquellas necesidades existentes en los microempresarios monterianos, con el propósito de capacitar al pequeño empresario que en muchas ocasiones desconoce conceptos administrativos y contables y realiza su actividad de forma empírica, generando una toma de decisiones que se basa más en la subjetividad que en la objetividad de la situación, trayendo resultados no muy alentadores, puesto que prácticamente se deja a la suerte y a no a la racionalidad.

Por lo tanto, el presente proyecto busca identificar las necesidades específicas de los pequeños y medianos empresarios de la ciudad, a nivel administrativo, contable y financiero, con el fin de impactar positivamente entre estos empresarios de la ciudad que tendrían una alternativa de asesoría empresarial.

En definitiva, la puesta en marcha del presente proyecto trae beneficios no solo para el microempresario, puesto que serán estos los que recibirán las capacitaciones, sino que aportará un granito de arena a lograr una economía más sólida y dinamizada de la región, facilitando que sean varios los sectores económicos beneficiados con dicho proyecto.

Finalmente, la presente investigación busca impactar al desarrollo local en la búsqueda de capacitar y asesorar a los pequeños empresarios de la ciudad que en ocasiones necesitan apoyo en temas organizacionales, financieros o contables a la luz de las nuevas actualizaciones de ley.

MARCO TEÓRICO

Capacitación

Existen diversos puntos de vista sobre lo que significa el concepto de capacitación, a continuación, se muestran algunas definiciones de diversos autores citados.

Según Dessler y Varela (2001) la capacitación se refiere a todos aquellos métodos que se usan para brindarle a los empleados nuevos o antiguos conocimientos profundos que permitan adquirir habilidades para desempeñar de una mejor manera su trabajo. Por otro lado, Rodríguez y Ramírez (1991) plantean que la capacitación debe partir de un proceso planeado y que se fundamente en las necesidades reales de la empresa y de sus colaboradores, que permita la adquisición de conocimientos del talento humano para desempeñar de una manera eficaz e integra sus labores diarias.

Se observa que cada autor tiene un enfoque distinto del concepto de capacitación, pero todos ellos convergen en que ésta complementa la educación formal y entrenamiento que posee cada trabajador, ya que ofrece conocimientos y habilidades necesarias para desempeñarse de una mejor manera en el trabajo.

Competitividad

En un mundo globalizado, donde cada vez existe más competencia, es importante considerar todos los aspectos que se encuentran integrados en la cadena productiva de toda organización, con el fin de que la misma pueda mantener un nivel competitivo y afrontar las nuevas amenazas que día a día se van presentando. Es por ello que la capacitación nace de la necesidad de las empresas de hacer más eficientes todos los procesos, donde intervienen individuos o grupos, que le permitan generar mayor valor, es decir, se requiere de la identificación de las necesidades de capacitación que tiene el personal de la organización e institución, con el propósito de satisfacerlas y poder conseguir una eficiencia en los procesos y como consecuencia, una productividad y competitividad.

Actualmente, uno de los mayores problemas de los comerciantes y empresarios es el desconocimiento de ciertos temas que se presentan en las áreas de las Mipymes como son: manejo de la información, procesos o herramientas como consecuencia de los cambios o tendencias del entorno, por ello surgen ciertas necesidades de capacitación las cuales requieren cuanto antes de su satisfacción.

Por lo tanto, la competitividad se convierte en el eje central por el cual los comerciantes y empresarios requieren capacitaciones, de manera que están dirigidas no sólo a ellos sino también al personal con que cuentan en sus negocios y/o Mipymes.

Así pues, para Michael Porter (1991) la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva.

Teoría de la organización

La teoría clásica comprende a las organizaciones como una estructura, forma y disposición entre ellas. La estructura organizacional constituye una línea de autoridad que enlaza las posiciones de la organización y quién es dependiente de quién. La cadena de mando o cadena escalar está basada en la unidad de mando, donde el empleado informa a su superior. De acuerdo con la teoría clásica, la estructura organizacional se analiza desde la dirección hacia la ejecución y de la síntesis hacia el análisis (Chiavenato, 2014).

Por su parte, Fayol manifestó que “administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar” (p. 66). La administración permite a las empresas estar organizadas de una sola forma para así poder alcanzar la eficiencia, debido a ello las organizaciones deben realizar proyectos, coordinar y controlar los objetivos planeados con los obtenidos (Citado en Chiavenato, 2009).

Jerarquía de las necesidades de Maslow

Las necesidades, carencias o deficiencias, son importantes para determinar el comportamiento humano en las organizaciones. Para mejorar la calidad de vida dentro de las organizaciones, se hace necesario conocer

las necesidades de las personas, para contribuir en el mejoramiento de la conducta humana y utilizar la motivación como herramienta de mejoramiento continuo. Según Maslow “las necesidades humanas se presentan en niveles jerarquizados por orden de importancia e influencia”. (Citado en Chiavenato, 2014, p.240).

Fundamentalmente, desde un punto de vista de las organizaciones, con respecto a las necesidades la satisfacción de un producto y/o servicio es lo ideal y es aquí donde las necesidades humanas varían de acuerdo con el individuo y a la jerarquía de estas, es por ello por lo que la teoría de la motivación de Abraham Maslow permite una mejor comprensión de las necesidades, el cual las clasifica de acuerdo con la importancia e influencia del comportamiento humano:

- Necesidades fisiológicas o biológicas: se encuentran en el nivel más bajo y hace referencia a las necesidades de supervivencia y conservación del individuo.
- Necesidades de seguridad: se ubica en el segundo nivel y está relacionada con las necesidades de seguridad, estabilidad y protección contra amenazas del entorno externo.
- Necesidades sociales: este tipo de necesidad se enfoca en la asociación, participación y aceptación del individuo.
- Necesidades de estima: Hace énfasis en cómo se relaciona el individuo, en la forma en que se percibe y se evalúa, la confianza en sí mismo, la capacidad, valor y prestigio.
- Necesidades de autorrealización: se encuentra en el nivel más alto, se lleva a la realización del individuo mediante el desarrollo y superación continua, reflejando el esfuerzo de la persona por crecer y demostrar su potencial.

Consultoría y asesoría

Usualmente los términos de asesoría y consultoría son muy usados, sin embargo, existen diferencias entre ambos conceptos, donde la finalidad es explicar los diferentes servicios subcontratados usados por las entidades para mejorar el rendimiento o resolución de problemas. La consultoría

permite establecer acompañamiento y contribución de conocimientos a organizaciones o personas para identificar los problemas, necesidades y obtener soluciones.

La asesoría es una relación en términos de largo plazo. El asesor orienta y genera pautas de cómo se pueden solucionar los problemas, ayudando a descubrirlos y guiando a los clientes hacia la solución de ellos. (Ramírez, 2021).

Para que se lleve a cabo una contratación de consultorías William Cohen nos dice que existen varias necesidades que conllevan a ella:

- La necesidad de personal: En ocasiones algunas empresas no tienen suficiente personal para atender las necesidades solicitadas por el cliente, lo que genera la contratación de asesores que requieren ciertos conocimientos especializados.
- La necesidad de mejorar las ventas: Las ventas son el pilar de las empresas, si no hay ventas, no existe la empresa, es por esto que requieren ayuda por fuera de su personal de ventas o marketing para acrecentar sus ventas en cierto tiempo.
- Reglamentaciones gubernamentales: Las reglamentaciones del gobierno pueden causar multas o cierre total de la empresa, si no cumplen con lo establecido. Ninguna empresa se exonera a las reglamentaciones del gobierno, es por ello por lo que se crea la necesidad de contratar asesores que ayuden a cumplir con las normas gubernamentales de manera eficaz y eficiente.
- La necesidad de diagnosticar problemas y hallar soluciones: Toda empresa necesita personas que ayuden a diagnosticar y solucionar los problemas y/o necesidades que afronta la empresa.

Tipos de consultoría

Existen dos grupos de consultoría:

- Consultoría especializada: Se encarga de apoyar las empresas en temas específicos como: mercadeo, tecnología, temas legales y jurídicos, bienes raíces, comercio exterior.

- Consultoría integral: engloba diversos tipos de departamentos, aspectos y problemas dentro de una organización. (Ramírez, 2021).

ESTADO DEL ARTE

Las pymes en América Latina se originan ante la necesidad de las familias de tener un medio de subsistencia independiente; es así como personas emprendedoras crean su propio negocio buscando el bienestar económico de su familia, creando, además, puestos de trabajo. Estas, poco a poco se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza y empleo.

La importancia del sector de la Mipyme ha sido ampliamente reconocida para la economía del país desde hace varios años en términos de la generación de empleo y desarrollo sectorial y regional. De allí el interés de los diversos gobiernos en la formulación de políticas, programas y diversas acciones dirigidas a este sector.

Ante la perspectiva de ocupación para muchas personas no ubicadas dentro del ámbito laboral formal, se pusieron en práctica fórmulas, para garantizarles la vida como trabajadores independientes. La idea de la microempresa se solidifica como política de Estado, el Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, formuló el primer plan de desarrollo de la microempresa 1984-88, como un esfuerzo para coordinar las iniciativas públicas y privadas y ampliar la cobertura y calidad de los programas de apoyo al desarrollo de la microempresa y así sucesivamente se formularon planes hasta el periodo 1994-1985 para 1985 para el apoyo y promoción de las microempresas.

Las Mipymes en Colombia, genera muchos desafíos para la contribución y crecimiento económico entre ellos se destacan; el mejoramiento de los niveles de productividad, disminuir los altos niveles de informalidad, facilidad de acceder a financiamientos, mayor inversión y capacidad de innovación, entre otras (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia [MINCIT], 2016).

A pesar de los estudios existentes, se podría afirmar que persisten vacíos en el conocimiento acerca de la dinámica de las microempresas y el perfil de los microempresarios, así como las causas que generan la liquidación de mu-

chas empresas en Colombia y específicamente en la ciudad de Montería.

Un estudio realizado en microempresas en Fusagasugá, Colombia con la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Bogotá sede Fusagasugá, nos dice que, entre menos años de permanencia de las empresas en el mercado, es más alto el nivel de mortalidad empresarial, que las empresas grandes tienen un 7% menos probabilidad de desaparecer en comparación con las microempresas, y las pequeñas y medianas empresas tienen un 12.1% y un 8.9% respectivamente, menos posibilidades de cerrar frente a las microempresas, comprobando que son las microempresas las más propensas a un cierre anticipado, destacando en los resultados que la base del problema y del no funcionamiento tiene incidencia en la parte administrativa, por la falta de planeación estratégica, inhabilidad en conocimientos e inexperiencia administrativa y la toma de decisiones no pertinentes en cuanto a aspectos financieros, operativos, de mercado y de recursos humanos (Escobar et al, 2017).

En cuanto al estudio “propuesta de asesoría contable y financiera para los pequeños comerciantes del municipio de Pizarro, Chocó para el año 2021” se busca fortalecer los pequeños negocios de los comerciantes, con la finalidad de servirles de guía e impartir un proceso de asesoramiento y formación básica de manejo contable, que produzca beneficios financieros y económicos, así mismo crear ventajas comerciales, laborales, sociales y legales que concierne a cada unidad de negocio, y así mismo se convierta en la oportunidad de fortalecer su esquema administrativo y contable (Viveros et. Al, 2021).

A pesar de los estudios existentes, se podría afirmar que persisten vacíos en el conocimiento acerca de la dinámica de las microempresas y el perfil de los microempresarios, así como las causas que generan la liquidación de muchas empresas en Colombia y específicamente en la ciudad de Montería.

En el panorama económico actual, ¿Cuál es la caracterización de las Mypes que se está creando? ¿Cuáles son los principales retos y desafíos que enfrentan estas empresas? ¿En qué aspectos internos de la empresa se requieren fortalecimientos? ¿Cómo generar Mypes con cultura empresarial que reconozcan la importancia de invertir en asesorías especializadas y los efectos positivos que genera en la empresa? ¿Cuál es el perfil de los nuevos microempresarios? ¿Cómo podría desarrollarse una cultura empresarial, consciente de la necesidad de incluir, en las mediciones de la actividad

económica, procesos e indicadores de análisis y planeación estratégica?

Son precisamente estas preguntas las que suscitaron el interés para adelantar un estudio de factibilidad para implementación y puesta en marcha de una empresa de consultoría empresarial para Mypes en la Ciudad de Montería, dado que en los últimos años se ha incrementado la creación de nuevas empresas en la ciudad en todos los sectores económicos , sin embargo un alto porcentaje de estas se liquidan en menos de tres años, reflejando la poca capacidad de adaptación al mercado y la poca sostenibilidad a largo plazo.

Esta problemática se convierte en una oportunidad de negocio para crear un área de la Corporación Universitaria Americana dedicada a la consultoría integral para este nicho de mercado.

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

El tipo de investigación del presente proyecto es de carácter descriptivo, debido a que se busca evaluar, determinar y especificar la trascendencia que tienen los saberes empíricos o no de los comerciantes del supermercado del oriente para el crecimiento económico de la ciudad de montería, frente a los aspectos de administrativos y contables.

Tipo de método

El método de estudio para el presente proyecto es de enfoque cualitativo, que según Barrantes (2014) “el interés del enfoque cualitativo se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social” (p. 82). De esta forma se buscará analizar qué tipo de formación en cuanto procesos administrativos y/o contables poseen las personas dueñas de negocios en el supermercado popular del oriente y cómo están aplicando dichos conocimientos prácticos. Así, se podrán identificar las falencias que estos mismos tienen en los aspectos anteriormente mencionados para así poder buscar la mejor solución.

Fuentes de información

De acuerdo con la problemática que se aborda en el presente estudio, las

fuentes primarias de información son las obtenidas por el investigador, a través de la utilización de una lista de chequeo y de encuestas a la población objeto de estudio. Asimismo, se tomarán fuentes secundarias que corresponden a todas aquellas investigaciones realizadas por universidades regionales, nacionales e internacionales, que ayuden a analizar el problema desde diferentes puntos de vista, consultando en base de datos científicas y de organizaciones gubernamentales que se refieran a la temática abordada.

Técnicas de recolección

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se implementarán serán las encuestas y la lista de chequeo, en las cuales las encuestas serán de tipo personal y estructurada, con preguntas cerradas tanto para los comerciantes ubicados en el Supermercado popular del oriente. Este tipo de técnica e instrumento facilitará la consecución de resultados veraces y objetivos. Asimismo, es necesario realizar una lista de chequeo para identificar lo que se está cumpliendo o no a nivel legal y gubernamental.

Población

El tamaño de la población es de 270 comerciantes ubicados en el supermercado popular del oriente, la muestra es el 100% de la población. Es decir, se realizará la encuesta a 270 comerciantes.

Discusión

Se llevaron a cabo 270 encuestas las cuales fueron analizadas para así determinar aspectos fundamentales que permiten mostrar un alto grado de veracidad.

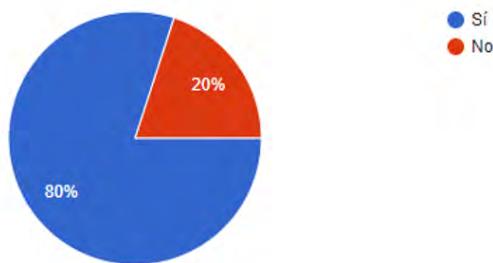
Lo primero que se procedió a determinar, fue conocer la necesidad de capacitarse, y en este aspecto el 80% de los encuestados manifestaron que estaban dispuesto a recibir capacitaciones en temas contables y administrativos, pues consideran que son fundamentales para el buen desenvolvimiento de sus negocios y tomar de manera oportuna decisiones, lo anterior se puede contrarrestar con la investigación realizada por Montaño (2016) donde la población encuestada también manifestó la importancia de la capacitación en sus colaboradores. Lo anterior va de la mano con lo desarrollado por Maslow en la jerarquía de las necesidades, donde cada

ente tiene unas necesidades que satisfacer, a nivel organizacional las necesidades van de la mano con el crecimiento personal, profesional y laboral, lo que permite un crecimiento de las organizaciones.

Figura 1

Resultado de la pregunta ¿Está dispuesto a recibir capacitaciones?

¿ Está usted dispuesto a recibir capacitaciones para mejorar el manejo de su negocio?



Fuente. Elaboración propia

Así mismo, en la investigación desarrollada por Montaño (2016) la población manifestó que las principales necesidades de capacitación que presentan los comerciantes a nivel administrativo son: Servicio al cliente, mercadeo y ventas, talento humano. Mientras que a nivel contable son: NIIF, manejo de los costos, manejo de inventarios. Lo que pone en evidencia en la población objeto de estudio del presente proyecto que las necesidades organizacionales de las Mipymes giran en torno a temas similares.

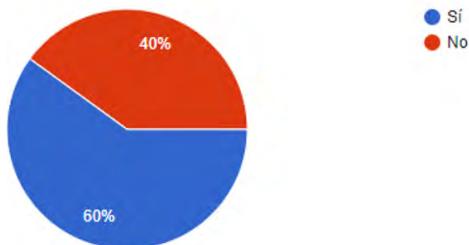
Otro punto que se trató en la encuesta, fue si los encuestados en algún momento habían recibido capacitaciones, y el 40% respondió que no cuentan con una capacitación a nivel administrativo y/o contable, quiere decir que a pesar de tener el deseo y la necesidad de capacitarse no han recibido capacitación alguna, se puede inferir que es debido a la falta de gestión por parte de los mismos comerciantes o incluso por parte de la administración municipal, que no han gestionado cursos, seminarios, talleres, etc, que permitan a esta población capacitarse con personal idóneo sobre los temas administrativos y contables, Esto se relaciona con los resultados de la investigación de Montarño (2016), en donde se llega a la conclusión que uno de los impedimentos para capacitarse es la falta de tiempo de los propios comerciantes, lo que deja en evidencia que a pesar del deseo y la necesidad,

el tiempo es un factor que se debe manejar para lograr un plan de capacitación que cumpla con los requerimientos de la población objeto de estudio.

Figura 2

Resultados de la pregunta ¿Ha recibido alguna capacitación a nivel administrativo y/o contable?

¿ Ha recibido alguna capacitación a nivel administrativo y/o contable?



Fuente. Elaboración propia

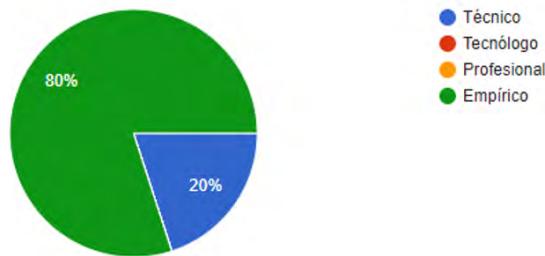
Los resultados de esta investigación demuestran la gran importancia de reforzar, profundizar y adquirir nuevos conocimientos, que permitirán a una persona u organización competir de manera productiva en un mercado cambiante, así mismo, permite a los dueños de empresas entender que el capital humano de su organización es sumamente importante, por lo que vale la pena invertir tiempo y dinero en capacitarlos.

Finalmente, otro punto a tomar en cuenta en los resultados de la investigación fue el nivel de estudios que presenta la población objeto de estudio, el cual manifestaron que el 80% ha adquirido sus conocimientos para manejar sus negocios de manera empírica y el 20% contaba con alguna titulación técnica. Esto es importante conocerlo, puesto que da señales de cómo se debe diseñar el plan de capacitación para que cumpla con las necesidades de los comerciantes, reconociendo su nivel educativo. Teniendo en cuenta la teoría clásica, donde todo parte de una planeación, seguida de la organización, dirección y control, lo que permite una gestión empresarial correcta, pero que solo se puede lograr conociendo a ciencia cierta lo que implica el proceso administrativo.

Figura 3

Respuesta a la pregunta sobre ¿Cuál es su nivel de estudio?

¿Qué nivel profesional tiene otorgado?



Fuente. Elaboración propia

En definitiva, los resultados de la presente investigación demuestran la importancia de la capacitación en el éxito de una empresa, pues de allí depende la destreza de afrontar situaciones complejas que se den en un mercado, y que estrategias implementar para mantenerse.

CONCLUSIONES

Se puede concluir lo siguiente:

- A través de la recolección de la información que se le consultó al gremio de comerciantes del supermercado, se pueden inferir numerosos casos puntuales donde se evidencia la necesidad de implementar un plan de asesorías a nivel administrativo y contable que le ayude a la población objeto de estudio a gerenciar de la manera correcta sus negocios y tomar de manera assertiva las decisiones, que permitan un buen manejo de los recursos.
- El 80% de los encuestados han adquirido sus conocimientos gerenciales de manera empírica, algunos por tradición familiar, otros por necesidad de emprender y generar oportunidades para mejorar su calidad de vida. Esto lleva consigo, que la población objeto de estudio se enfoca en la toma de decisiones improvisadas y sin estudio previo, lo que puede generar inconvenientes financieros y administrativos.
- Si bien, los comerciantes empíricos han subsistido a partir de sus co-

nocimientos y experiencia, manifiestan la importancia de capacitarse en temas específicos, que les ayuden a mantenerse en una economía tan cambiante y dinámica como la actual.

- La población objeto de estudio está dispuesta, en su gran mayoría, a recibir asesorías y capacitaciones a nivel administrativo y contable, por lo que se puede entender que tienen claro que necesitan fortalecer sus capacidades en el área de ventas y por ende mejorar su productividad.
- De igual forma se identificaron varios aspectos que para esta población son el pilar para ser de sus negocios algo diferente que son: La atención, la elaboración de los productos y la ubicación. De esta manera se demuestra que los comerciantes de este sector reconocen la importancia de crear el factor diferencial en sus establecimientos y es ahí donde surge la idea de implementar este consultorio para contribuir al crecimiento de la productividad de estos locales.
- Las necesidades de asesorías detectadas más importantes son: servicio al cliente, mercadeo y ventas, talento humano, NIIF, manejo de inventarios, manejo de los costos, entre otros.
- Este proyecto hace parte de una primera fase para impactar de manera de positiva a la región, puesto que, identificadas las necesidades, se procederá a diseñar un plan de capacitación que vaya directamente encaminado a los comerciantes del supermercado popular del oriente, de Montería, con el fin de fortalecer los conocimientos de esta población y dotarlos de las herramientas necesarias para afrontar la dinámica del mercado actual y lograr mayor competitividad en la zona.

LISTA DE REFERENCIA

- Barrantes, R. (2014). *Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto*. San José, Costa Rica: EU-NED
- Chiavenato I. (2009). *Comportamiento organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones* (segunda edición). McGraw-Hill.
- Chiavenato I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (Octava edición). McGraw-Hill.
- Dessler, G. y Varela, R. (2001). *Administración de recursos humanos* (5ta Edición). Person
- Escobar Cazal, E. A., & Escobar Reyes, G. (2017). Capacitación y Asesoría para la Perdurabilidad de Microempresas en Fusagasugá, Colombia. Training and Advice for the Perdurability of Microenterprises in Fusagasugá). *Revista Global de Negocios*, 10(6), 75-86.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia. (2016). Sistema nacional de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas.
- Montaño Gallo, J. (2016). *Proyecto de plan de capacitación para los comerciantes y empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio, con el objetivo de ser competitivos* [Tesis de pregrado, Universidad de los Llanos]. Archivo digital. <https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/517/Proyecto%20de%20plan%20de%20capacitaci%C3%B3n%20para%20los%20comerciantes%20y%20empresarios%20de%20la%20CCV.pdf?sequence=1>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara
- Ramírez, Z. L. A. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla*. [Proyecto de Investigación]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/40388>.

Rodríguez, M y Ramírez P. (1991). *Administración de la capacitación*. McGraw-Hill.

Viveros Mosquera, M. V., Oliva Vásquez, J. P., & Quintero Arroyave, M. D. (2020). *Propuesta de asesorías contables y financieras para los pequeños comerciantes del municipio de Pizarro (Choco) para el año 2021* (Doctoral dissertation, Universidad Santiago de Cali).

Aspectos claves para el proceso de formalización empresarial de los comerciantes de la zona de restaurantes del supermercado popular del oriente en la ciudad de Montería²

Carlos Andrés Causil Lengua *

María Mónica Torres Lance **

Angi Paola Duque Ramos ***

RESUMEN

La competitividad es un término que ha tomado gran auge en los últimos años, convirtiéndose en uno de los objetivos principales que se trazan en la actualidad las empresas, sin importar su actividad económica, tamaño o volumen de operaciones, es decir, es aplicable tanto a los pequeños comerciantes como a las grandes industrias. Mediante el presente artículo se buscaba determinar el grado de conocimiento de los comerciantes de la zona de restaurantes del Supermercado Popular del Oriente en cuanto a la formalización empresarial, y, asimismo, identificar las principales barreras y características contables, administrativas y/o financieras que puedan presentar estos negocios. Se llevó a cabo un tipo de estudio descriptivo; utilizando para ello un instrumento de recolección de datos, el cual fue aplicado a 11 comerciantes (44%) que en el momento se encontraban prestando el servicio. Se encontró que, a pesar de poseer un nivel medio-alto de conocimiento sobre la formalización y administración de los negocios, existen algunas barreras culturales, académicas, condiciones de mercado y políticas gubernamentales que no han favorecido el crecimiento y desarrollo organizacional de estas unidades productivas. Además de esto, la población objeto de estudio en su mayoría presenta bajos niveles de estudios educativos que pueden repercutir en cuanto al manejo contable, administrativo y financiero que les dan a sus negocios.

Palabras claves

Comerciantes, Competitividad, Crecimiento Económico, Desarrollo Organizacional, Formalización Empresarial.

² Capítulo de libro resultado de investigación.

* Contador Público, Especialista en Finanzas. Corporación Universitaria Americana sede Montería, Colombia. Email: ccausil@americana.edu.co.

**Contadora Pública, MsC en Dirección y Asesoramiento financiero. Corporación Universitaria Remington sede Montería, Colombia. Email: maria.torres@uniremington.edu.co.

***Estudiante de Contaduría Pública. Semillerista Corporación Universitaria Americana sede Montería, Colombia. Email: duqueangi76@americana.edu.co

ABSTRACT

Competitiveness is a term that has gained great importance in recent years, becoming one of the main objectives that companies are currently pursuing, regardless of their economic activity, size or volume of operations, i.e., it is applicable to small merchants as well as to large industries. The purpose of this article was to determine the degree of knowledge of the merchants in the restaurant area of the Supermercado Popular del Oriente regarding business formalization, and also to identify the main barriers and accounting, administrative and/or financial characteristics that these businesses may present. A descriptive study was carried out using a data collection instrument, which was applied to 11 merchants (44%) who were currently providing the service. It was found that, in spite of having a medium-high level of knowledge about business formalization and management, there are some cultural and academic barriers, market conditions and government policies that have not favored the growth and organizational development of these productive units. In addition to this, most of the population under study has low levels of education, which may have an impact on the accounting, administrative and financial management of their businesses.

Keywords

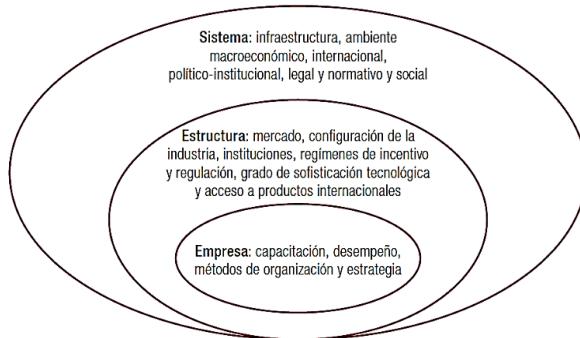
Merchants, Competitiveness, Economic Growth, Organizational Development, Business Formalization.

INTRODUCCIÓN

La competitividad es un término muy acuñado en la actualidad por muchos sectores de la economía para referirse al crecimiento económico que se haya podido tener frente a otras organizaciones. Para algunos autores como Ha-guenauer (1989), este término se encuentra asociado a la capacidad que posee una empresa para lograr ampliar su capacidad en los mercados internacionales de un determinado producto. Asimismo, para Ferraz et ál. (1996), la competitividad puede definirse como toda aquella capacidad que tiene una empresa para generar e implementar estrategias que le permitan tener una participación mayor y más fuerte en un determinado mercado de productos y servicios. Obviamente, el desarrollo de estas capacidades depende en gran medida de factores empresariales, estructurales y sistemáticos (Ferraz et ál., 1996), que pueden estar o no bajo el control de la organización.

Figura 1

Factores determinantes de la competitividad



Fuente. Tomado de La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo (p.11), por Medeiros et al., 2019, Revista de la CEPAL.

Esto significa, que la competitividad está ligada a muchos factores, sin embargo, uno de los ejes principales para que esta se desarrolle son las capacidades que pueda tener la misma empresa, ya que, aunque las condiciones del mercado se den, si no se tiene una estructura interna sólida la empresa no alcanzará el grado de competitividad esperado.

Y es que, la competitividad empresarial ha permitido que exista y se origine una diversidad de servicios y productos, con lo cual las empresas pretender

estar más sólidas frente a otras que desarrollan su misma actividad y/o actividades relacionadas, lo cual ha llevado a que muchas de ellas tengan que buscar nuevos métodos y estrategias para sobrevivir, e incluso algunas desafortunadamente han desaparecido dada la fuerte competencia que existe y la escasa demanda de lo ofertado.

Teniendo en cuenta esto, muchas empresas que presentan buenos ratios financieras terminan por absorber y asfixiar a pequeños empresarios que escasamente alcanzan a subsistir, y con miras a que esto no ocurra, las pequeñas empresas y comerciantes han tenido que voltear su mirada a diversas estrategias que les permita obtener una mayor competitividad empresarial, lo cual se cumple o logra mediante la implementación de mejoras continuas, adopción de nuevos procesos y procedimientos.

Con el fin de mejorar esta situación, desde hace años, la alcaldía de Montería con el apoyo de otras organizaciones comenzó a implementar diferentes estrategias enfocadas al mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de las personas, pequeñas empresas y comerciantes que se dedicaban a diferentes actividades desde la informalidad, creando así un proceso de reubicación a centros que contarán con condiciones mínimas de higiene y seguridad. Una de estas estrategias fue construir el Supermercado Popular de Oriente, detrás de la Terminal de Transportes como un punto estratégico donde pudieran concurrir propios y foráneos, el cual fue abierto al público el día 16 de diciembre de 2015 a donde fueron ubicados 270 comerciantes informales que realizaban sus actividades en la zona céntrica de Montería; este lugar cuenta con 2 pisos, ubicándose en el primero los puestos de verduras, frutas y cárnicos y en el segundo la zona de restaurantes.

Muchos de estos comerciantes que fueron reubicados han podido observar un mejoramiento, sin embargo, muchos piensan que aún falta mucho apoyo para que sus negocios puedan seguir creciendo y les permita tener una mejor calidad de vida a cada una de las familias que dependen de las actividades que en este mercado se desarrollan. En este mismo proceso de conocer sus puntos de vista, al abordarlos y preguntarles sobre la formalización de sus negocios muchos de ellos sostienen que desde hace años han venido manejándolos de acuerdo con su experiencia y creen no necesitar de un proceso formal para seguir operando. Sin embargo, se pueden escuchar los comentarios de otros comerciantes acerca del poco conocimiento que tienen sobre este proceso y los beneficios y responsabilidades que ello conlleva, factores que han llevado a que hoy día muchos de los locales se encuentren desocupados.

Con el fin de que esto no siga ocurriendo, el gobierno local, por medio de diversas estrategias ha buscado que aquellos comerciantes que se encuentran en la informalidad puedan iniciar un proceso de organización empresarial y con ello llegar a una posterior formalización, mediante la cual estos puedan llegar a tener una mayor competitividad dentro del mercado local, nacional e internacional. Uno de los sectores que más se ha visto beneficiado con la implementación de estas políticas públicas ha sido el sector donde se ubica la zona los restaurantes en el Supermercado Popular de Oriente, quienes, al momento de ser trasladados a este nuevo lugar, contaban con espacios adecuados para ejercer su actividad, pudiendo realizarla con mejores procesos de atención e higiene.

Sin embargo, esta estrategia a pesar de que fue bien recibida y aceptada en su momento por todos los comerciantes, la realidad que se muestra es otra, dado que desde hace mucho tiempo para ellos el gobierno los abandonó y algunos locales han tenido que cerrar sus puertas dado que no existe un alto flujo de personas en el lugar y esto ha generado que las ventas disminuyan y con ello se ha vuelto insostenible seguir realizando las actividades. Esto aunado a factores como el bajo nivel de conocimiento en cuanto al manejo de los recursos, pocas opciones de financiamiento, reducción del flujo de clientes, entre otros.

Debido a lo anterior, se planteó realizar un acercamiento a los comerciantes de la zona de restaurante con el objetivo de determinar el grado de conocimiento de los comerciantes del Supermercado Popular del Oriente en cuanto a la formalización empresarial, y, asimismo, identificar las principales barreras y características contables, administrativas y/o financieras que puedan presentar estos negocios.

DESARROLLO

El presente trabajo, se desarrolló mediante un tipo investigación descriptiva (Hernández et al, 2010). Para ello, se utilizó un instrumento de recolección de información, teniendo en cuenta los criterios y técnicas expuestos por Sierra Bravo (1994); abordado de igual manera por Pérez Juste (1991), Hernández y Duana (2020), Torres et ál. (2019), Sánchez et ál. (2021) y Bernal (2010); el cual se aplicó al 44% de los comerciantes de la zona de restaurantes del Supermercado Popular de Oriente (ver tabla 1), cuyas preguntas estaban dirigidas al nivel de conocimiento que poseen frente al proceso de formalización empresarial y la manera como administran sus

negocios en el desarrollo de su actividad económica y la búsqueda de una mayor competitividad.

Las empresas, negocios o unidades muestrales para el caso se tomaron por conveniencia, toda vez que estas se eligieron por su disponibilidad, dado que eran los locales que se encontraban brindando sus servicios al momento de la aplicación del instrumento. Sin embargo, fue necesario establecer unos lineamientos específicos para la escogencia de estas, con el objetivo que los datos arrojados puedan ser comparables (DeWalt & DeWalt, 2002; Kawulich, 2005; Tamayo, 2015).

Tabla 1*Caracterización de la muestra de comerciantes*

Nombre del negocio	Tipos de productos o servicio que ofrece
El rincón del sabor	Comidas corrientes y típicas
Restaurante Donde Mayo	Comidas corrientes
Donde Nubia	Comidas típicas
Restaurante Martica	Comidas corrientes y típicas
Restaurante Doña Mayo	Comidas típicas
Restaurante La China	Comidas corrientes y típicas
El Paladar	Comidas corrientes y típicas
Restaurante Donde Yuli	Comidas corrientes
Restaurante la mano de Dios	Comidas corrientes
Sin identificación	Comidas corrientes y típicas
Sin identificación	Comidas corrientes y típicas

Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Una vez recolectada la información, se procesaron los datos mediante el uso del software SPSS y por medio de la herramienta Excel. Además, se organizó la información recolectada agrupando las respuestas por constructos y variables, con el fin de identificar las características principales de la población objeto de estudio (Peña, 2017). Asimismo, se elaboraron diferentes matrices de datos con el fin de recolectar información adicional que no estaba contemplada directamente en el instrumento presentado a los comerciantes y que es de gran importancia dentro del estudio realizado (López-Roldán y Fachelli, 2015; Calderón-Rehecho, 2018; George, 2019).

RESULTADOS

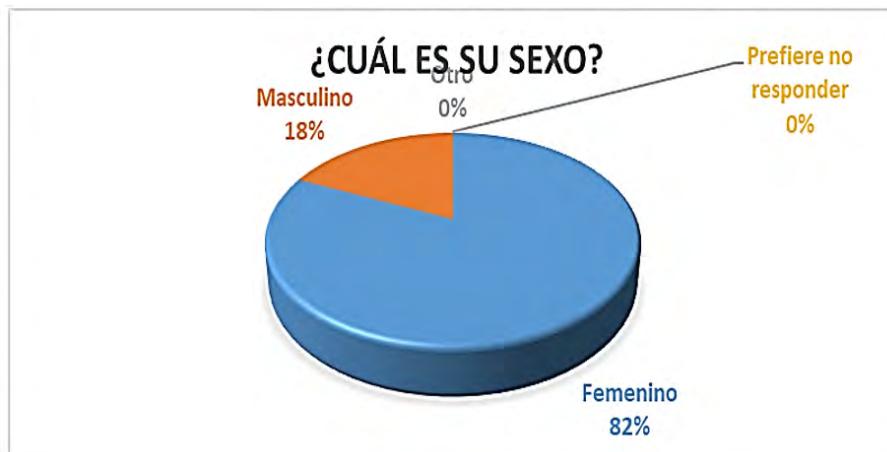
La competitividad empresarial es un factor que beneficia tanto al sector privado como al público, ya que esto se encuentra relacionado con otras variables que influyen dentro de las estadísticas locales y nacionales. Algunos de estos factores son el crecimiento y la formalización empresarial, cuyos ejes se ubican dentro del desarrollo económico y social que pueda tener una nación (Delfín y Acosta, 2016). Sin embargo, identificar estos factores no es una labor sencilla para los gobiernos, ya que ello implica un alto costo y puede tornarse un poco compleja, dadas las características de la población informal que existe en Colombia (Montes, 2021).

Por otra parte, dentro de la medición de los factores de competitividad es indispensable conocer el tipo de líder, ya que esto influye en la toma de decisiones y quienes deben gozar de unas competencias mínimas para poder adaptar medidas en el transcurrir del tiempo en sus negocios (Wright y Mackinnon, 2011). Es decir, para llevar a cabo cualquier tipo de actividad y ser más competitivos, se requiere que las personas posean unas competencias mínimas que le permitan destacar su labor frente a otras unidades productivas (Palomo, 2014).

En este sentido, se puede observar en los resultados arrojados, que 9 personas son de sexo femenino y 2 personas son del sexo masculino (ver figura 2), lo cual evidencia un empoderamiento de la mujer dentro del grupo objeto de investigación con un 82%. Esto puede ser un factor muy importante para lograr un mayor crecimiento, teniendo en cuenta que “además de su poder de consumo, las mujeres emprendedoras tienen el potencial de promover el crecimiento económico a través de los nuevos empleos e ingresos que generan con sus micro, pequeños y medianos emprendimientos” (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2015, p.4). Igualmente, las mujeres presentan dentro de las economías locales, nacionales e internacionales un poder de decisión, capacidad de consumo y nivel de desarrollo económico y empresarial mayor al de los hombres (BID, 2015).

Figura 2

Tipo de sexo de la población objeto de estudio



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Direccionado al tipo de personas que lideran o administran estos negocios, en la Figura 2, se evidencia que 9 personas son de sexo femenino y 2 personas son del sexo masculino, lo cual evidencia un empoderamiento de la mujer dentro del grupo objeto de investigación.

Por otra parte, de acuerdo con los datos brindados en la figura 3 se puede observar que el 1,9% de la población se encuentra en estado civil casado/a, el 2,18% de la población es soltero y un 73% tiene un estado civil en unión libre. De acuerdo con Rodríguez (2005), los altos niveles de cohabitación pueden darse en poblaciones más pobres y menos educadas, lo cual se encuentra asociado a factores socioeconómicos, dado que, juega un papel muy importante la estabilidad dentro de la decisión de casarse o no. Es decir, el hecho de la alta cohabitación puede influir en la forma como se manejan los negocios, ya que es un factor que mide la estabilidad. Sin embargo, para establecer tal dependencia es necesario evaluar otras variables donde se analice a mayor profundidad los períodos y frecuencias de cohabitación.

Figura 3

Estado civil de la población objeto de estudio



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

En la figura 3 se puede establecer, que el menor porcentaje de la población se encuentra en estado civil casado/a, seguido de la población que se identifica como solteros. Finalmente, aquellos que tienen un estado civil en unión libre, representan el mayor porcentaje.

Abordando otras variables, como lo son los tiempos que llevan desarrollando su actividad (ver figura 4) se puede notar que un alto porcentaje lleva un tiempo considerable en el ejercicio de esta actividad. En este aspecto, de acuerdo con Donawa (2019), el factor tiempo en el desarrollo de una actividad económica o laboral puede estar determinado por factores de necesidades adquiridas de logro, afiliación, competencia y/o poder.

Figura 4

Antigüedad en el ejercicio y desarrollo de la actividad económica

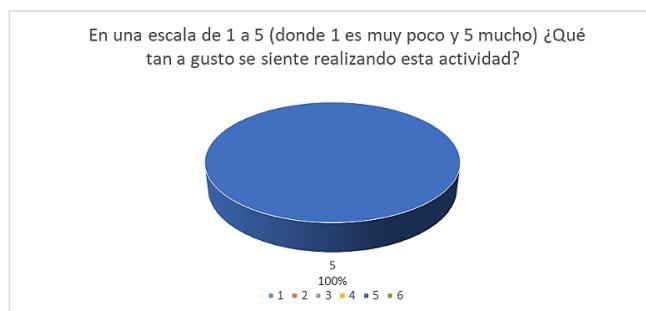


Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

En la Figura 4 se puede observar que los comerciantes a los cuales se les aplicó la encuesta llevan realizando esta actividad económica desde hace años, teniendo una distribución porcentual de la siguiente manera: 18,18% entre 3 y 5 años, entre 5 y 10 años un 54,55% y por más de 10 años el 27,27% de la población encuestada.

En cuanto a la variable de motivación en el desarrollo de sus labores, en la figura 5 se muestra que el 100% de los encuestados respondió que se sentía a gusto, lo cual refuerza el objetivo de la presente investigación, porque se está contribuyendo con el fortalecimiento y dinamización de la economía. Asimismo, en el estudio de Donawa (2019), se puede observar que “el 87% de los empleados sienten necesidades adquiridas de logro, 96% necesidades por afiliación, 93% necesidades por la competencia y solo el 30% de los encuestados manifestaron necesidades adquiridas hacia el poder” (p.70). En contraste con los datos presentados en la figura 5 se muestra que el 100% de los comerciantes son personas altamente competitivas y que siempre están intentando buscar el éxito, lo que se conoce como necesidad de logro. Igualmente, representan una necesidad de afiliación con el mismo porcentaje, ya que involucran dentro de sus procesos a otras personas, intentando con ello que estas puedan mejorar sus condiciones de vida; en cuanto a las necesidades de competencia el porcentaje no varía, debido a que son personas que buscan cada día mejorar en sus procesos, con la finalidad de prestar un mejor servicio (Gordon, 1997); y por último, en relación a la necesidad de poder, este es un aspecto que no pasa por desapercibido, entendiendo el hecho que son ellos quienes están al mando de sus negocios y siempre intentan tomar las decisiones pertinentes frente a cualquier situación que se pueda presentar.

Figura 5
Satisfacción de la actividad económica desarrollada



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Respecto a los datos que se muestran en la figura 5, es importante resaltar el resultado del grado de satisfacción que manifiestan las personas encuestadas, dado que el 100% manifiesta sentirse a gusto con la realización de esta actividad.

Para una mayor compresión de la población, se hizo necesario establecer una pregunta, que ayudará con la compresión del nivel de los estudios alcanzados por la población objeto de estudio (Ver Fig.6), lo cual contribuiría de forma pertinente a la elaboración del plan de formalización, se evidencia que el 9% (1) de la población encuestada tiene estudios hasta la primaria, otro 9% (1) tiene algún estudio a nivel de pregrado, el 64% (7) tiene estudios hasta el nivel de bachillerato y un 18% (2) nunca ha estudiado. Es importante estudiar esta variable porque muchos factores de competitividad están asociados al proceso de gestión del conocimiento, a partir del cual se desarrollan habilidades, competencias y destrezas que son indispensables en el proceso de crecimiento y desarrollo organizacional, y aunque en el momento no se tengan por diversos factores, se busca que la población objeto de estudio los pueda desarrollar, lo cual se lograría dadas las condiciones de la población objeto de estudio (ver Fig. 7 y 8). En este mismo sentido, también es necesario que se tenga una motivación intrínseca que facilite la comprensión y el desarrollo de los aprendizajes (ver Fig. 10).

Figura 6

Nivel de estudios alcanzados



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Mediante la figura 6 se muestra el nivel máximo de estudios alcanzados por los comerciantes, en la cual se observa que el mayor porcentaje corresponde

al nivel de estudios de bachillerato con un porcentaje superior al 50%.

Figura 7

Conocimiento sobre la formalización empresarial



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Mediante la figura 7 se muestra el nivel de conocimiento frente a la formalización empresarial. Respecto a esto, el 7% de la población encuestada manifiesta tener muy poco conocimiento al respecto, mientras que un 33% de la población manifiesta tener mucho conocimiento al respecto. Sin embargo, existe un gran porcentaje (60%) cuyo nivel de conocimiento frente a la pregunta abordada está en un nivel medio.

Figura 8

Conocimiento sobre las obligaciones del negocio



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

En la figura se muestra el nivel de conocimiento frente a las obligaciones que se tienen como comerciantes. La información que se refleja en la Figura 8, es conseciente con las respuestas de las preguntas anteriores, dado que se refleja que hay un grado de desconocimiento de las obligaciones laborales, tributarias y administrativas de un 7% y un 33% de la población aseguran tener conocimiento de estas. Mientras que el 60% presentan un nivel medio de conocimiento frente al interrogante abordado.

Asimismo, teniendo en cuenta el objetivo de la presente investigación, se hizo necesario abordar las preguntas acerca del tipo de formación recibida en cuanto a la formalización empresarial y el grado de interés de la población objeto de estudio, en el cual se observa que un 64% ha recibido algún tipo de asesoría o formación relacionada, mientras que el 34% restante NO (ver Fig. 9). En cuanto a recibir formación para un mayor conocimiento de la formalización empresarial y mejora de la competitividad, se registra un 100% de aceptación (ver figura 10). De igual manera, teniendo en cuenta el estudio de Montes (2021), se puede evidenciar que el sector donde se encuentran incluidos los negocios objeto de estudio (servicios) se ubicaba en el segundo lugar con potencial crecimiento hacia la formalidad empresarial, lo cual concuerda con la respuesta brindada por los comerciantes.

Figura 9

Formación empresarial recibida



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

El gráfico de la figura 9 muestra si los comerciantes han recibido algún tipo de formación empresarial. En este caso, un gran porcentaje respondió de manera afirmativa.

Figura 10
Interés en recibir formación empresarial



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

Por medio de la figura 10 se señala el interés de los comerciantes frente a un proceso de formación empresarial.

Con el fin de medir otras variables, se ahondó en el tema de la rentabilidad de los negocios (ver Fig. 11), dada la coyuntura por la cual se está atravesando en el año 2022, en donde se evidencia una recuperación de la economía. En ese sentido, los resultados arrojan que el 33% de la población considera que su negocio es muy rentable, el 27% considera que es rentable, el 20% lo considera regularmente rentable, un 13% considera que genera una rentabilidad baja y el 7% muy poco rentable. De este modo, la percepción sobre el nivel de rentabilidad está muy direccionado a factores de crecimiento y competitividad global que tienen los países (Kordalska & Olczyk, 2016).

Figura 11

Percepción de rentabilidad del negocio



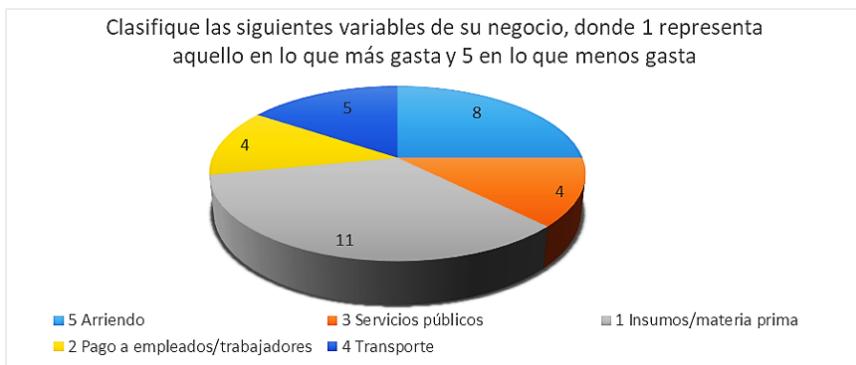
Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

En la figura 11 se da cuenta acerca de la percepción de los comerciantes frente a la rentabilidad de sus negocios.

Finalmente, se realizó un estudio sobre los gastos en los que más incurren los comerciantes encuestados, y se obtuvo que el 100% de la población asegura que los insumos y materia prima son los gastos más altos y le siguen los gastos de arriendo (ver Fig. 12). En ese mismo orden se encuentran los servicios públicos, el transporte y el pago a trabajadores.

Figura 12

Variables de gastos del negocio



Fuente. Elaboración propia a partir de Encuesta Supermercado Popular de Oriente, Montería 2022.

El gráfico de la figura 12 muestra las variables de gastos de los negocios, donde se le pidió a los comerciantes ordenar de 1 a 5, por nivel de importancia, los gastos principales dentro del ejercicio de su actividad económica.

CONCLUSIONES

Desde el análisis de las encuestas realizadas a la población objeto del presente estudio de investigación y considerando la revisión literaria, se lograron identificar diferentes factores o aspectos claves que influyen dentro de la competitividad, el desarrollo organizacional y la formalización empresarial de los comerciantes de la zona de restaurantes del Supermercado Popular del Oriente, siendo una de las principales los altos costos que presentan los insumos, la resistencia a los cambios, la falta de políticas públicas para este sector, así como también la percepción que tienen sobre el olvido por parte del gobierno local. Asimismo, el bajo nivel académico que presenta la población objeto de estudio es una variable que se debe tener muy presente ya que influye dentro de las capacidades y habilidades que han desarrollado y pueden llegar a desarrollar los comerciantes, convirtiéndose en un factor fundamental dentro del manejo administrativo, contable y financiero que le puedan dar a sus unidades productivas.

De igual forma se observa que a pesar que la gran mayoría de los comerciantes poseen un conocimiento medio y alto sobre la formalización empresarial y todo lo relacionado con las obligaciones del negocio, se hace evidente la necesidad y disposición que tiene la población objeto de estudio de adquirir formación contable, administrativa y financiera, que puedan aportarles herramientas para lograr que el desarrollo de su actividad económica sea más lucrativo y de esta forma garantizar su continuidad, principalmente dadas las condiciones y cambios que ha presentado el mercado en la actualidad, donde se ha fortalecido la competencia y se ha estancado el crecimiento, dándose casos donde la oferta está superando a la demanda del servicio.

Por ello, en la búsqueda de fortalecer las capacidades de estos comerciantes, se hace necesaria la construcción de un plan de asesorías de formalización empresarial desde el ámbito de constitución legal, contable y administrativa aplicable a la población estudiada con el objeto de lograr una mayor competitividad, y asimismo ayudar en el desarrollo económico y social del municipio de Montería.

LISTA DE REFERENCIA

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Bueno para los negocios y bueno para el desarrollo*. II Cumbre Empresarial de las Américas, Panamá. Recuperado de
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Empoderamiento-econ%C3%B3mico-de-las-mujeres-Bueno-para-las-mujeres-bueno-para-los-negocios-bueno-para-el-desarrollo.pdf>
- Calderón-Rehecho, A. (2018). ThinkEPI de preguntas. *Anuario Think EPI*, 12, 96+. <https://link.gale.com/apps/doc/A546404004/IF-ME?u=anon~5e9cb491&sid=googleScholar&xid=2d3ec60f>
- Castro-Jaramillo, A. M., Guevara-Valencia, S., Jaramillo-Rojas, C.A. (2016). Relación Sociedad Civil, Estado y Economía en el mundo contemporáneo. *Revista Criterio Libre Jurídico*. 13(2), 84-89. <http://dx.doi.org/10.18041/crilibjur.2016.v13n2.26203>
- Delfín, F.L. y Acosta, M.P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 40, 184-202. DOI: <https://doi.org/10.14482/pege.40.8810>
- DeWalt, K.M. & DeWalt, B.R. (2002). *Participant observation: a guide for fieldworkers*. AltaMira Press.
- Donawa, Z.A. (2019). Necesidades adquiridas que impulsan la motivación laboral en los empleados de las empresas de servicio eléctrico en el Estado Zulia de Venezuela. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(9), 58-73.
- Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguenauer. (1996). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a industria*. Universidad Federal de Río de Janeiro.
- George, A. L. (2019). *Case Studies and Theory Development: The Method of Structured, Focused Comparison*. Springer International Publishing.

<https://www.springerprofessional.de/en/case-studies-and-theory-development-the-method-of-structured-foc/15967970>

Gordon, J. (1997). *Comportamiento organizacional*. Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.

Haguenauer, L. (1989). “Competitividade: conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro”, Texto para Discussão, N° 211. Universidad Federal de Río de Janeiro.

Hernández Mendoza, S., Y Duana Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

Kawulich, B.B. (2005). Participant Observation as a Data Collection Method [81 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 6(2), Art. 43, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>.

Kordalska, A. & Olczyk, M. (2016). Global Competitiveness And Economic Growth: A One-Way Or Two-Way Relationship? *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy, Institute of Economic Research*, 11(1), 121-142. DOI: 10.12775/EQUIL.2016.006

López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *La encuesta*. En P. López-Roldán y S. Fachelli, Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.3. Edición digital. <http://ddd.uab.cat/record/163567>

Montes, E. (2021). *Comerciantes con potencial de crecimiento para la formalidad empresarial del Magdalena 2021*. Cámara de Comercio de Santa Marta. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-económicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/51817-comerciantes-con-potencial-de-crecimiento-para-la-formalidad-empresarial-del-magdalena-2021.html>

Palomo, M.T. (2014). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo* (8a. ed). ESIC.

Peña, S. (2017). *Análisis de Datos*. Fundación Universitaria del Área Andina.

Pérez Juste, R. (1991). *Pedagogía Experimental. La Medida en Educación. Curso de Adaptación*. UNED.

Rodríguez, J. (2005). *Unión y cohabitación en América Latina: ¿moderidad, exclusión, diversidad?* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/7194/S0412972_es.pdf

Sánchez, M.J., Fernández, M, & Diaz, J.C. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>

Sierra Bravo, R. (1994). *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Paraninfo SA.

Tamayo, G. (2015). Diseños muestrales en la investigación. *Semestre Económico*, 4(7). Recuperado a partir de <http://udem.scimago.es/index.php/economico/article/view/1410>

Torres, M., Paz, K., y Salazar, F. G. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf

Wright, S. y Mackinnon, C. (2011). *Alquimia del liderazgo: la magia del líder coach*. UPC.

Diagnóstico y análisis del uso del sistema de información implementado por una Mipyme del sector comercial ubicada en la ciudad de Montería³

Merjoury Ballesteros Herrera*

Walter Hugo Arboleda Mazo**

Diana Suarez López; Colombia***

Gabriel Alfonso Pacheco Martínez****

Alex Junior Madera Soto*****

RESUMEN

En la actualidad los sistemas de información gerencial son una herramienta indispensable en cualquier organización, ya que esto garantiza una mejor toma de decisiones a nivel gerencial y operativo. Por lo tanto, la presente investigación se enfocó en diagnosticar el estado actual del Sistema de información manejado por un Mipyme del sector comercial, y se evaluó la posibilidad de adaptación a un sistema más avanzado que permita a la empresa objeto de estudio evaluar y analizar la información, facilitando la toma de decisiones.

Por lo cual, se desarrolló una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, basándose en fuentes primarias y secundarias de información, a fin de contar con un respaldo para realizar un análisis de resultados veraz. Los resultados obtenidos muestran un sistema de información acorde al tamaño de la empresa, no obstante, los datos que arrojan deben ser tratados para transformarlos en información y posterior toma de decisiones.

PALABRAS CLAVES:

Diagnóstico, sistema de información, Mipymes, software, información, datos.

³Capítulo de libro resultado de investigación. Producto Colaborativo de los grupos de investigación GISELA y Gestión e Innovación.

*Ingeniera agroindustrial, administradora de empresas, Magíster en dirección estratégica. Docente investigador de la Corporación Universitaria Americana, Montería, Colombia. mherrera@americana.edu.co

**Ingeniero de sistemas, administrador de empresas, Magíster en ingeniería, Coordinador centro de investigación facultad de ingeniería de la Corporación Universitaria Adventista, Medellín, Colombia. warboleda@unac.edu.co

***Ingeniera, Magíster en medio ambiente y doctorando en ciencias y tecnología informática. Docente investigadora de la Corporación Universitaria Americana, Barranquilla, Colombia. dsuarez@coruniAmericana.edu.co

****Contador Público, Magíster en dirección comercial y en contabilidad y de gestión, Docente investigador de la Corporación Universitaria Americana, Barranquilla, Colombia. gpacheco@coruniAmericana.edu.co

*****Técnico profesional en procesos empresariales, Estudiante de Administración de empresas de la Corporación Universitaria Americana, Montería, Colombia. maderalex86@americana.edu.co

INTRODUCCIÓN

Debido al impacto que ha generado la revolución industrial 4.0 en cuanto al manejo que se le da a la información y todos los avances científicos y tecnológicos que esto ha traído en el mundo, ha generado que muchas empresas implementen herramientas que faciliten el flujo y tratamiento de la información, por ende, han empleado diferentes sistemas de información, que van desde software con poco alcance, hasta unos que tienen una capacidad bastante considerable (del Val Román, 2016). Quiere decir que con la industria 4.0 poseen una forma digital de hacer las cosas, haciendo uso de las tecnologías necesarias para aumentar su productividad y competitividad.

El hecho de hablar de revolución trae consigo evolución, cambio, transformación, es decir, formas de crecimiento y nueva manera de realizar las cosas, adaptación, pero sobre todo mejora en muchos procesos gerenciales y operacionales (Castresana, 2016). Esto se debe sobre todo al manejo de la información, que hoy en día es primordial que las empresas de manera ordenada y eficaz cuenten con herramientas que permitan un adecuado tratamiento y análisis.

Es por esto, que actualmente la información es sumamente importante para las organizaciones, por lo cual su seguridad y manejo son consideradas uno de los aspectos más relevantes en una organización (Pacheco y Suarez, 2015), pues de esta depende en gran medida las decisiones que puedan ser tomadas e implementadas. No obstante, son muchas las empresas que llevan un manejo inadecuado de la información, ya sea porque no cuentan con el nivel adquisitivo para tener un software o porque sencillamente desconocen las diferentes herramientas que existen en el mercado para manejar y tratar la información, y en este caso prefieren llevar la información de manera rústica o plana en Excel, sin embargo, hoy en día es sumamente llevar un registro de todo lo que se realiza en las empresas. En ese orden de ideas, es importante que resaltar que en pleno siglo XXI y con el auge de las TIC todavía existan empresas que no estén a la vanguardia del mundo, como lo menciona García y Sánchez (2013) las empresas que pretendan alcanzar el éxito deben hacer uso si o si de las TIC, ya que esto les ayudaría a administrar de una mejor forma sus procesos y por ende obtener mejores resultados en todos los ámbitos.

Es por esta razón, que a través del uso del small data se pretende generar

una investigación que permita a la Mipyme manejar su información de la manera correcta y darle el valor necesario a la misma, así como lo afirma Molina, Tlantenchi y Ojeda (2019):

El small data es un proceso de uso y análisis de datos en una pequeña escala para conocer mejor lo que sucede en nuestro entorno, así como identificar oportunidades para la eficiencia de los procesos y la relación con los clientes (p.2).

Por esto, la presente investigación tiene como epicentro una mipyme del sector comercial, la cual mediante el uso del small data se quiere identificar todas aquellas oportunidades que presenta la empresa objeto de estudio y de qué forma se puede utilizar dicha información para mejorar la toma de decisiones.

Puesto que se pretende generar un impacto positivo a nivel empresarial e institucional, demostrando el nivel de importancia que tiene el manejo de información para conocer la radiografía de las empresas en tiempo real, y el aporte significativo en la toma de decisiones. Teniendo en cuenta lo anterior, se desarrolló una investigación descriptiva, a nivel cualitativo, basándose en fuentes primarias y secundarias de información, a fin de contar con un respaldo para realizar un análisis de resultados veraz. Al igual que el análisis documental para profundizar e indagar sobre los antecedentes de este tipo de investigaciones a nivel local, nacional e internacional.

En definitiva, en el presente artículo científico se busca diagnosticar y analizar el uso que se le está dando al sistema de información que implementa la empresa objeto de estudio, entendiendo que por su músculo financiero no cuentan con liquidez suficiente para invertir en un software demasiado costoso, partiendo de la importancia en el uso de la información y las perspectivas futuras que se generen en el uso y avance de la industria 4.0 (Cortés, Landeta, Chacón, Pereyra, y Osorio, 2017). Lo que permitiría una toma de decisiones más eficiente para la empresa objeto de estudio.

ANTECEDENTES

Los avances en materia de almacenamiento de datos en las organizaciones han ido aumentando considerablemente, esto se debe a la evolución de la tecnología y a la revolución industrial, lo cual ha modificado y transformado la forma de tratar, recolectar y almacenar la información, a fin de que

está pueda ser un insumo importante en la toma de decisiones organizacionales, de allí parten los antecedentes de esta investigación.

En realidad, son pocas las investigaciones que se han hecho enfocados en el Small data para Mipymes, no obstante, son varios los autores que se han encargado de estudiar el comportamiento de los datos en diferentes sectores de la economía. Como es el caso de Narváez, Pérez, Guibergua y Gil-Costa (2020) los cuales desarrollaron una investigación titulada Control y administración de datos en una mina subterránea de oro y plata, cuyo objetivo principal era mostrar el uso de un sistema de control de producción registrando y gestionando las operaciones a través de un sistema de información adecuado. Para esto, utilizaron una metodología aplicada que inició en una capacitación para la población objeto de estudio, siguiendo con la recolección de datos, ingreso de datos al sistema, validación y análisis de resultados. En este sentido, los resultados arrojados fueron propicios para el momento que vivía la empresa y por ende para la toma de decisiones sobre el control de insumos, seguimiento de equipos primarios, seguimiento de operarios de equipos primarios, cálculo de los KPI y control de objetivos. Quiere decir que el software usado para llevar a cabo este proceso de almacenamiento y tratamiento de datos dio un resultado positivo pues le sirvió a la empresa a conocer varios aspectos del área de producción, concluyendo que el software satisface las necesidades de información de la empresa, ya que minimiza la incertidumbre y reduce la posibilidad de cometer errores, mejorando así, la eficiencia operativa y distribución de recursos. En ese orden de ideas, la implementación de un sistema de información en la empresa fue fundamental para determinar al detalle variables que no habían sido estudiadas en la empresa objeto de estudio, pero que eran indispensables para su correcto desarrollo.

Así mismo, Gutarra y Valente (2018) realizaron una investigación donde se enfocaron en las Mipymes tecnológicas de Perú, cuyo objetivo principal fue explorar los futuros posibles de las Mipymes tecnológicas peruanas al año 2030, utilizando un estudio prospectivo con la intervención de expertos peruanos y mexicanos, los cuales identificaron variables claves que incidieron en el futuro de las empresas objeto de estudio, por lo cual, se diseñaron diferentes escenarios sobre los procesos de innovación y se analizaron las tendencias y oportunidades de negocios de base tecnológica. Los resultados obtenidos en esta investigación fueron la identificación de las variables determinantes, entre estas se encuentra la educación en emprendimiento y el marco normativo para las Mipymes. Concluyendo

así, la importancia y necesidad que existe en la población encuestada de conocer y capacitarse en los temas de emprendimiento sobre todo a nivel tecnológico, puesto que el mundo avanza, la tecnología evoluciona y solo aquellas empresas que logren estar a la vanguardia del medio, son las que podrán sobrevivir en un mercado tan cambiante, turbulento y competitivo. Se puede decir, que las Mipymes son un sector muy importante en la economía de los países, pero deben fortalecer variables claves para su posicionamiento y permanencia en los mercados, invirtiendo en educación y en tecnología.

Por otro lado, Rodríguez (2016) investigó acerca de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) como factor determinante del éxito competitivo en la micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes). El objetivo principal del autor con esta investigación era lograr una identificación de las TIC como factor determinante de la competitividad de las Mipymes, para esto recurrió a un estudio descriptivo – documental, basado en consultas en fuentes secundarias y primarias. Dando como resultados que la adopción de las herramientas TIC en las actividades productivas influye directamente en su competitividad empresarial, y estas a su vez influyen en la mejora de las capacidades productivas. Como conclusión de la presente investigación que la competitividad de las Mipymes al usar herramientas TIC depende en gran medida del uso que se le dé a estas y del tipo de empresa, así como a los cambios internos que se realicen en los procesos; otra de las conclusiones que arrojó esta investigación es que si bien las TIC son una herramienta muy buena para mejorar la eficiencia de las empresas, se debe conocer muy bien el tipo de herramienta a usar y qué función cumplirá en la organización, para que pueda ser usada de la mejor forma posible y se convierta en una muy buena inversión y no en un gasto, teniendo en cuenta que este tipo de empresas no cuenta con un músculo financiero fuerte para invertir por invertir lo poco que generan en utilidades. En este sentido, las TIC son una muy buena herramienta para la competitividad siempre y cuando se tenga claro el objetivo por el cual se va a adquirir y su funcionalidad dentro de la empresa.

Finalmente, Córdoba (2015) realizó una investigación cuyo objetivo era analizar la incidencia que tiene la implementación de tecnologías en la productividad y competitividad de las Pymes de confección del sector el hueco, de la ciudad de Medellín, Colombia. Para esto el investigador utilizó una metodología descriptiva – cuantitativa, no experimental; cuyo cálculo de la muestra arrojó 71, los cuales fueron encuestados a través de una en-

cuesta estructurada, bajo el modelo de Likert, dando como resultado que un alto porcentaje de las empresas objeto de estudio de la investigación, no cuentan con maquinaria especializada para sus procesos productivos, ni utilizan las ciencias computacionales como estrategia en los procesos administrativos. Concluyendo que en definitiva el uso de la tecnología es un aspecto muy importante en las empresas hoy día, ya que está puede ser una estrategia muy efectiva para mejorar sus procesos, por ende, mejorar su productividad y competitividad en un mercado tan dinámico y cambiante como el actual. Esta investigación demuestra que las pymes son vulnerables cuando no invierten en tecnología, pues el dinamismo del mercado va aumentando y cada día el consumidor es más y más exigente, por lo cual, es recomendable que las empresas inviertan en la consecución de tecnología para mejorar no solo su proceso productivo, sino también sus procesos administrativos para mejorar la toma de decisiones.

MÉTODO

La metodología implementada en la presente investigación es carácter descriptivo, que según Lerma (2009) “Su objetivo es describir el estado, las características, factores y procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural, sin explicar las relaciones que se identifiquen” (p.63). En ese orden de ideas, a partir de este tipo de investigación, se pretende conocer el fenómeno o problema tal cual ocurre, dando explicación a la relación existente entre el medio y dicha situación. Para darle mayor relevancia a la investigación, se utilizó un enfoque de tipo cualitativo, ya que, en este tipo de investigaciones “los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones, partiendo pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas” (Lerma, 2009, p.71). De lo anterior, se infiere que los resultados arrojados dependen de la interpretación que realice el investigador.

Población y muestra

La población está conformada por la información contable, financiera y comercial que maneja la empresa objeto de estudio. Y la muestra, es el 100% de la población.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica implementada es la observación directa, entrevista con la per-

sona encargada del manejo de información. Y el instrumento de recolección de datos será a través de una lista de chequeo y de una entrevista estructurada.

Procedimiento detallado

Para dar inicio con la recolección de datos de la investigación, se procedió a consultar en bases de datos académicas y científicas sobre investigaciones relacionadas con el small data en el mundo, se filtraron y se seleccionaron las que estaban más alineadas a la presente investigación.

Seguidamente, se elaboró la check list como instrumento de recolección de datos, así como una breve entrevista semiestructurada.

Finalmente, toda la información recolectada tanto de las fuentes internas y externas se analizó, obteniendo los resultados que se mencionan en el presente artículo.

RESULTADOS

Es importante anotar que la recolección de información se llevó a cabo vía electrónica, la cual contó con una entrevista estructurada con preguntas abiertas, dichas preguntas se le hicieron a la gerente de la empresa objeto de estudio.

Dentro de las preguntas que se hicieron están: ¿Cómo se llama el software que utiliza y qué versión? ¿Desde hace cuánto lo lleva implementando? ¿Cuánto tiempo lleva la empresa manejando ventas online, a través de redes sociales? ¿Qué referencias de productos manejas actualmente? ¿El software que utiliza la empresa maneja base de datos de clientes? Es decir, ¿Qué productos compra el cliente, y si la venta fue a crédito o de contado? Basándose en las preguntas anteriores, las respuestas de la gerente fueron las siguientes:

Resultados de entrevista estructurada

Las herramientas tecnológicas han logrado contribuir a un mejor manejo de la información dentro de una entidad. En las respuestas arrojadas a través de la entrevista, la gerente de la empresa objeto de estudio manifiesta que el control de la información de carácter financiero, contable e inclu-

so comercial se lleva a cabo a través del software llamado Fénix, versión 2.0.43192 de 01/04/2018. Es importante anotar, que los softwares utilizados son un insumo importante para las empresas, y hacen parte del sistema de información gerencial (SIG) de la misma, y como lo menciona Laudon y Laudon (2012) estos han llegado a revolucionar la forma de gerenciar, coordinar y administrar los negocios, al punto de facilitar al gerente el manejo de la información con un solo clic, esto se debe a la facilidad que tienen los softwares de guardar y tratar un volumen de datos. No obstante, el digitar información en un aplicativo no garantiza que exista una toma de decisiones adecuada, ya que es necesaria que el personal esté capacitado para analizar lo arrojado por el software al finalizar un periodo. Es decir, para la empresa objeto de estudio el uso de Fénix le facilita el ingreso y manejo de la información, ya que, debido a la variedad de productos que tiene su portafolio, es necesario contar con un software que salvaguarde la información, y cuando sea requerida pueda ser consultada, sin embargo, estos son datos que deben ser tratados para transformarlos en información relevante para la empresa.

Atendiendo a las manifestaciones hechas por el individuo entrevistado, este hace constancia que registra cada venta hecha en el ente, es decir, que se registran los datos de la persona que adquiere el producto y que de esta forma pueden llevar un control de una manera más minuciosa que logre demostrar la transparencia la empresa en cuanto al cumplimiento de su actividad económica. Asimismo, cumplen con las políticas de protección y manejo de datos personales, debido a que manejan información de aproximadamente 1800 clientes.

La persona entrevistada expresa que el software (Fénix) maneja todo sobre la contabilidad, ingresos de mercancía, salida de mercancía, las ventas a crédito y contado, ventas en tarjetas, efectivo u otros medios de pago. De esta forma se puede medir el grado de importancia que tiene la utilización de esta herramienta, puesto a que permite unificar información relevante de la empresa y contribuye al buen manejo de la información y así poder hacer de los procesos de la entidad un trabajo más sistematizado. Lo anterior sumado al aporte dado por Casalet (2018) “El nuevo paradigma basado en la digitalización diluye los límites entre las industrias, contribuye a la resolución de desafíos complejos de la producción y crea nuevos nichos de especialización, generando otras formas de gestión y modelos de negocios” (p.9). Básicamente lo que quiere decir el autor es que la sistematización unida a una digitalización eficaz permite la creación de nuevas formas de gerenciar

los negocios, y esto se debe principalmente a la facilidad que se tiene para el manejo de un gran volumen de datos, es allí donde se fundamenta la importancia para la empresa objeto de estudio de contar con un SIG acorde con las necesidades de dicha empresa. Así mismo, es importante anotar que las organizaciones deben ser capaces de afrontar los riesgos que genera un mundo tan competitivo, donde diariamente se crean emprendimiento nuevos e innovadores, donde lo primordial sea contar con una ventaja competitiva que garantice la sostenibilidad y éxito del negocio en el mercado (Aller - Camino, 2016). Sin lugar a duda, la información se concibe como uno de los pilares de la ventaja competitiva, y si se usa de la manera correcta puede hacer que las organizaciones sean completamente exitosas. Cabe anotar que la empresa objeto de estudio no cuenta con un músculo financiero fuerte para adquirir un software de mayor envergadura y capacidad, a pesar de esto, la gerencia hace un esfuerzo enorme al contar con Fénix, pues se evidencia que quieren hacer la diferencia entre las empresas del sector, teniendo esa ventaja competitiva, pero los datos sin análisis carecen de valor, dicho de otra forma, de nada sirve contar con un software de última tecnología sino se analizan los datos que arroja (Gómez, 2017). Es por esto, que la empresa en mención no desconoce dicha prioridad y ha implementado el software Fénix, el cual lanza dos versiones al año y así garantiza mejoras continuas. Es decir, que va encaminado al mejoramiento de fallas comunes para poder brindar un buen servicio y lograr satisfacer la verdadera necesidad de la empresa en materia de manejo de información. Además, pone a la disposición de la empresa una serie de herramientas para la solución de errores dependiendo del tipo de inconsistencia.

Es así como las empresas van en pro de la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para poder darle veracidad, claridad y transparencia a sus procesos internos y externos que hacen parte de su actividad, para poder cumplir con parámetros legales y poder tener un mejor uso y flujo de la información a nivel interno de la organización. Lo anterior se puede fortalecer con lo dicho por Monroe (como se citó en Quiñonez y Rodríguez, 2017):

En la actualidad, existen diversas opciones y herramientas que ayudan a cualquier tipo de empresas a tener un control automatizado y fácilmente administrable. Ya sea a través de software robusto especializado o soluciones Web creadas por empresas innovadoras, toda empresa debería de empezar a adoptar las tecnologías de la información (p.737).

Las herramientas tecnológicas están al alcance de todas las organizaciones, en el mercado existen un sin número de softwares desde el más sencillo al más robusto, donde cada empresa de acuerdo con su nivel adquisitivo puede comprar él que esté a su alcance, por lo tanto, sin importar el sector o el tamaño de la organización contar con una herramienta que trate, controle, organice y maneje la información facilita el trabajo al momento de tomar decisiones gerenciales. En específico, el sistema de información que maneja la empresa objeto de estudio cuenta con varias opciones para generar la información contable, financiera y comercial, está puede ser exportada en formato Excel o en formato PDF, pero no da gráficos o ilustraciones, solo genera información de un periodo determinado, por lo cual se dificulta analizar el comportamiento del negocio de esta forma.

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- La empresa objeto de estudio cuenta con un software sencillo que cubre las necesidades de la organización, dicho software se llama Fénix, y en él, se maneja toda la información contable, financiera y comercial. Ya que, se registra cada cliente con sus datos personales e inmediatamente se registra la compra de este, y dicha información queda almacenada en el software con la fecha, el valor de la compra, los productos que adquirió y la forma de pago, sea contado o a crédito. Esto facilita en gran medida el tratamiento de la información, por lo tanto, el uso actual que se le da al software es acorde con las necesidades de la empresa en el momento actual y por su volumen de ventas.
- Para mantener la competitividad empresarial hoy en día, es relevante tratar y manejar la información de la forma correcta, puesto que en esta se encuentra la oportunidad de aprovechar al máximo la ventaja competitiva en el mercado. Esto se debe principalmente, que con el uso de software en el SIG permite una digitación, almacenamiento y tratamiento de datos de manera veraz, pero que sin análisis pierde total valor, de allí la importancia que exista personal necesario para que se puedan analizar dichos datos, y en este aspecto la empresa objeto de estudio presenta deficiencias, ya que cuentan con 2 trabajadoras que son las asesoras comerciales y las de facturación, pero ellas no tienen la experiencia, ni capacidad teórica para analizar los datos que arroja dicho software, por lo cual las decisiones en la empresa se toman de

manera empírica, no respalda por lo que realmente se da en un periodo determinado.

- La gerente de la empresa tiene toda la disposición de mejorar la gestión y administración de la información de su negocio, sin embargo, al no contar con mucha capacidad adquisitiva, y al no analizar de manera consciente la importancia del manejo de la información, el software solo es usado para lo estrictamente necesario, explotando poco la capacidad de Fénix.
- El uso de small data va a permitir que la empresa en mención pueda manejar, analizar y conocer en el menor tiempo posible el estado de sus procesos, de sus ventas, y no espera a final de mes o final de un periodo determinado si la empresa tuvo o no tuvo fluidez económica. Se podría decir que con el small data, se facilita enormemente la toma de decisiones a nivel contable, financiero y comercial.
- Las herramientas TIC y la industria 4.0 vinieron a darle un vuelco total a la forma de gestionar los negocios, no solo a nivel gerencial, sino a nivel operativo y manufacturero, ya que existen muchas herramientas disponibles para darle uso adecuado a la información de la empresa.

LISTA DE REFERENCIA

- Aller - Camino, M. (2016). *Diseño e implementación de una infraestructura Big Data para análisis de mercados financieros* [Tesis de Pregrado]. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/27031>
- Casalet, M. (2018). *La digitalización industrial: un camino hacia la gobernanza colaborativa. Estudios de casos*. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44266>
- Castresana, C. (2016). *Industria 4.0* [Trabajo de pregrado]. Universidad de la Rioja, España.
- Córdoba, M. (2015). Implementación de tecnologías como estrategia para fortalecer la productividad y competitividad de las pymes de la confección en Medellín. *Trilogía*, 7(12), 105-119. Recuperado de: <https://dialnet-unirioja-es.ezproxy.americana.edu.co/servlet/articulo?codigo=5192207>
- Cortés, C., Landeta, J., Chacón, J., Pereyra, F., & Osorio, M. (2017). El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectivas Futuras. *Conciencia Tecnológica*, (54). fecha de Consulta 2 de junio de 2020]. ISSN: 1405-5597. Recuperado de: https://www.redalyc.org/articulo_oa?id=944/94454631006
- Del Val Román, J. (2016). *Industria 4.0: la transformación digital de la industria*. In Valencia: Conferencia de Directores y Decanos de Ingeniería Informática, Informes CODDII. Recuperado de: <http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf>
- García, M. y Sánchez, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) industriales mexicanas. Enl@ce: *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 10(1), 85-104. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/823/82326270007.pdf>
- Gómez, J. (2017). *Implementación de proyectos de Big Data* (Trabajo final monográfico) Universidad Libre de Colombia, Barranquilla.
- Gutarrá, R. y Valente, A. (2018). Las mipymes tecnológicas peruanas al

2030. Estrategias para su inserción a la industria 4.0. *NovaScientia*, 20(10), 754-778. Doi: <https://doi.org/10.21640/ns.v10i20.1329>

Laudon, K. y Laudon, J. (2012). *Sistema de información gerencial*. México D.F, México: Person Educación.

Lerma, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Bogotá D.C, Colombia: Ecoe Ediciones.

Pacheco, J. y Suárez, N. (2015). La seguridad de la información: un activo valioso de la organización. *Revista vínculos*, 12(1), 89-97.

Molina, N., Tlantenchi, J. y Ojeda, R. (octubre 9,10 y 11 de 2019). *Vulnerabilidades en Small data en el área mercadológica en las Mipymes. Ponencia llevada a cabo en XXIV Congreso internacional de contaduría, administración e informática. Ciudad de México*. Recuperado de: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxiv/docs/1.04.pdf>

Narváez, D., Pérez, B., Giubegia, A. y Gil-Costa, G. (2020). Control y administración de datos en una mina subterránea de oro y plata. *Tecnura*, 24(64), 66-80. Doi: <https://doi.org/10.14483/22487638.15587>

Quiñonez, C., y Rodríguez, T. (2017). Las PYMEs y su incorporación en las TICs, Manta, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 734-741. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6234739>

Rodríguez, G. (2016). *Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) como factor determinante del éxito competitivo en la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme)* [Tesis doctoral]. Recuperado de: <https://dialnet-unirioja-es.ezproxy.americana.edu.co/servlet/tesis?codigo=171566>

Diagnóstico de un programa para la gestión del riesgo en la Corporación Universitaria Americana sede Montería⁴

Anyela María Acosta Gómez*

Merjoury Ballesteros Herrera**

Lina Marcia Humanez Arroyo***

Jhennys Paola Becerra****

RESUMEN

Este trabajo de investigación realizado en la Corporación Universitaria Americana en modalidad de trabajo dirigido, propone el diseño de un programa para la gestión del riesgo para dicha institución a través de tres fases, en este capítulo se muestra el desarrollo de la primera de ellas, la cual es el diagnóstico en la cual se evaluaron las condiciones de articulación del programa para gestión del riesgo con la institución, además se estableció el contexto del programa para la gestión del riesgo identificando, valorando y cuantificando los riesgos generados de las amenazas, debilidades y los eventos que impiden el cumplimiento o alcance de los objetivos de algunos de los procesos que componen el mapa de proceso de la organización.

PALABRAS CLAVES: Programa, gestión, riesgo, planear, hacer, verificar, actuar.

ABSTRACT

The current research work was carried out in the American University Corporation under the modality of directed work. It proposes the design of a risk management program for the institution through three -phase plan. The first one consists of a diagnosis of the articulation conditions of the risk management program with the institution, within this evaluation the context of the program was established by identifying, assessing and quantifying the risks generated from the threats, weaknesses and events that prevent the fulfillment or scope of the objectives of some of the processes that make up the process map of the organization.

KEYWORDS: Program, management, risk, plan, do, verify, act.

⁴ Capítulo de libro. Producto Colaborativo de los grupos de investigación Gestión e Innovación.

*Especialista en Administración de la Calidad; MBA (c); Montería, Córdoba, Colombia; agomez@americana.edu.co

**Magíster en dirección estratégica. Especialidad en gerencia; Esp. Gerencia de proyectos en inteligencia de negocios; Montería, Córdoba, Colombia; mherrera@americana.edu.co

***Magíster en pedagogía e investigación en el aula; Esp. Talento humano; Montería, Córdoba, Colombia; lhumanez@americana.edu.co

****Magíster en pedagogía e investigación en el aula; Ing. De alimentos; Montería, Córdoba, Colombia; jbecerra@americana.edu.co

INTRODUCCIÓN

Las Instituciones de Educación Superior son vulnerables a las amenazas de diversos riesgos del sector que afectan el cumplimiento de los objetivos inmersos en la misión y visión institucional, lo anterior es debido a la complejidad de los riesgos y el comportamiento muchas veces impredecible de los factores externos que hacen que el entorno sea dinámico e impactan los factores internos de la institución. Quiere decir, que todas las instituciones educativas presentan diferentes tipos de riesgos que en muchas ocasiones son difíciles de identificar, sin embargo, es allí donde radica la importancia de contar con personal idóneo que permita identificar, a través de un diagnóstico aquello que puede afectar positiva o negativamente la institución.

Cabe anotar que, aunque conocer un riesgo no garantiza evitar la materialización de este, si permite tomar acciones apropiadas, ya que las organizaciones son vulnerables tanto en el nivel interno como externo, y se hace necesario evaluar los diferentes riesgos que pueden acontecer, con el fin de gestionar y finalmente evitar las pérdidas o dar continuidad al servicio. Esta cuestión es una debilidad en la Corporación Universitaria Americana sede Montería puesto que no hay un tratamiento a los riesgos que permita visualizar el potencial del evento y tomar decisiones ya sea para mitigar el riesgo o intervenir la materialización de estos.

Es por esto, que antes de realizar un plan de mejora o un programa de gestión del riesgo se hace necesario realizar un diagnóstico que permita identificar aquellos a los que es propensa la Corporación Universitaria Americana, con el fin de que posteriormente se proceda al desarrollo de un programa de gestión del riesgo. En ese orden de ideas, esta investigación nace debido a la preocupación por parte de la alta dirección de esta entidad, que teme por la posible materialización de los riesgos y sus graves efectos económicos en la institución, quienes a su vez están de acuerdo con implementar un programa que ayude a identificar posibles fallas las cuales deberán ser reparadas por medio de estrategias que conlleven evitar pérdidas relevantes en la institución.

En definitiva, toda organización necesita conocer los riesgos a la cual es propensa, partiendo de que existe un micro y macro ambiente que inciden de manera directa o indirecta en la operatividad de cualquier organización, es por esto, que para poder mitigar, disminuir o erradicar un riesgo, es pertinente la identificación del mismo, puesto que en dado caso se ma-

terialice un riesgo puede llegar a ocasionar pérdidas humanas, financieras y de mercado, trayendo varias consecuencias a las empresas.

MARCO TEÓRICO

Programa

Un programa hace referencia a un conjunto de proyectos relacionados o coordinados entre sí, generalmente su duración es a medio plazo, fijándose objetivos y metas específicas e identificando los proyectos que lo componen (Muñoz, 2012). Los tipos de programas según la dimensión temporal son (Ander-Egg, 1989):

- Programas a corto plazo: son los que comprenden de seis meses a tres años.
- Programas a medio plazo: comprenden un período de tres a ocho años.
- Programas a largo plazo: abarca períodos de tiempo de diez, quince y hasta veinte años. Las planificaciones a largo plazo se utilizan para definir líneas de política social o bien de política educativa.

Gestión del riesgo

La palabra gestión proviene directamente de “gestio-onis”: acción de llevar a cabo y, además, está relacionada con “gesta”, en tanto historia de lo realizado, y con “gestación”, llevar encima; gestación es también llevar adentro algo que producirá un fruto, algo que tiene relación con el proceso de embarazo, en tal sentido, cuando hay un proceso de gestación – léase – gestión se espera un resultado. Así las cosas, la gestación tiene una relación directa con la acción y con los resultados (Huergo, 2007).

El riesgo según el Ministerio de Educación Nacional (2013) es la posibilidad de que suceda algún evento que tendrá un impacto sobre los objetivos institucionales o del proceso. Se expresa en términos de probabilidad e impacto (Albanese, Argañaraz, & Fernandez, 2010).

La gestión del riesgo también es la aplicación sistemática de las políticas, procedimientos y las prácticas de gestión a las actividades de comunicación, consulta, establecimiento del contexto, y de identificación, análisis,

evaluación, tratamiento, monitoreo y revisión del riesgo (ICONTEC ISO 31000, 2011).

El contexto y su entorno

Para esta investigación se identifican los factores externos (amenazas), factores internos (debilidades) y eventos que puedan llegar a afectar el cumplimiento de los objetivos de los procesos, una amenaza es una circunstancia del marco general que puede entorpecer los esfuerzos de la empresa para lograr competitividad estratégica, también es la posibilidad de que se produzca una determinada vulnerabilidad de forma satisfactoria. Al determinar la probabilidad de ocurrencia de una amenaza, se deben tener en cuenta las fuentes de las amenazas, las vulnerabilidades potenciales y los controles existentes (INTECO, 2008) ; una debilidad son factores, personas o situaciones internas que ejercen influencias negativas en la institución y que pueden detener, retroceder, debilitar o destruir su normal desarrollo (Vallejo & Sánchez, 2006).

El contexto externo se vuelve importante, puesto que el medio engloba muchas influencias distintas, existe la dificultad de que la Corporación Universitaria Americana pueda comprender esta diversidad de forma que contribuyan positivamente a las decisiones estratégicas. La organización es parte de un entorno general con el que se encuentra interconectado su medio ambiente interno. (Torres Hernández, 2014):

Las organizaciones perciben los riesgos positivos por las oportunidades de mejorar las posibilidades de éxito del programa. Los riesgos que constituyen oportunidades pueden ser monitorizados para beneficiar los objetivos de este. Los objetivos de la gestión de los riesgos positivos son aumentar la probabilidad y el impacto de los eventos positivos (oportunidades) (INTECO, 2008).

El proceso de gestión del riesgo se basa en la identificación del mismo y realiza la formulación de una serie de estrategias eficaces de gestión, para la identificación de riesgos positivos estos se hacen a partir del análisis de contexto, así como para los riesgos negativos, la diferencia es que se identifican a partir de las oportunidades en el contexto externo y se buscar estrategias para aprovecharlas a partir de las fortalezas dentro del contexto interno.

La Corporación Universitaria Americana para el análisis del contexto identificó los factores internos y externos, para poder mitigar el efecto que tiene la incertidumbre sobre el riesgo de las amenazas y las debilidades, para lo anterior la ilustración 6 muestra las bases del análisis del contexto interno y externo.

Una de las técnicas para analizar el marco general externo es PESTA, el cual identifica las fuerzas del macro ambiente **Políticas, Económicas, Sociales** (culturales, demográficas), **Tecnológicas** y **Ambientales** (Torres Hernández, 2014):

Algunas causas externas no controlables por la entidad se podrán evidenciar en el análisis del contexto externo, para ser tenidas en cuenta en la cuantificación y valoración del riesgo. A partir de este contexto se identifica el riesgo, el cual estará asociado a aquellos eventos o situaciones que pueden entorpecer el normal desarrollo de los objetivos del proceso (Departamento Administrativo de la Función Pública [DAFP], 2018).

Partes interesadas de Instituciones de Educación Superior y stakeholders

A pesar del sesgo hacia la relación con el Estado y la industria, se pueden encontrar algunas investigaciones que establecen que el estudio de las relaciones de la universidad desde la perspectiva de *stakeholders* es importante, y hacen unas primeras aproximaciones que sirven para enriquecer la propuesta, como partes interesadas entre las cercanas se encuentra los accionistas, los clientes, las comunidades, empleados y socios del negocio, como partes interesadas medianamente cercanas están los fondos de inversión, las organizaciones de clientes, grupos de interés especial, sindicatos y la competencia, finalmente las que se encuentran más alejadas pero siguen siendo partes interesada son el gobierno, los medios de comunicación, la sociedad civil, el medio ambiente, el estado entre otros (Post, 2002; Reavill, 1998).

Por otra parte, Sandison (1996) identifica nueve *stakeholders* de las instituciones educativas: estudiantes, profesores, administrativos, personal de servicios, proveedores, padres, gobierno, comercio e industria y otros sistemas educativos.

METODOLOGÍA

La metodología implementada en esta investigación es aplicada, pues se procede con la evaluación

de las condiciones de articulación del programa para la gestión del riesgo en la Corporación Universitaria Americana, aplicando una lista de chequeo para ver en qué condiciones primarias se encuentra y poder conocer cómo se articula el programa de gestión de riesgos en esta. La lista de preguntas indicativas (“*checklist*”) se muestra en la tabla 1. El formato de preguntas se dividió en dos partes las preguntas iniciales y las específicas esto se soportó teóricamente según lo expuesto por Kari, Mora, & Bastidas (2008).

El primer grupo de preguntas permitió identificar y evaluar las amenazas presentes en el programa y aportaron información acerca de los siguientes aspectos (Kari, Mora, & Bastidas, 2008):

- Recurrencia de los sucesos y fenómenos que han producido y pueden volver a generar riesgos materializados.
- Frecuencia relevante de las amenazas consideradas.
- Impacto posible de potenciales riesgos.
- Nivel de conciencia de los líderes de la Corporación Universitaria Americana, beneficiarios y otros afectados por los posibles riesgos y la necesidad de su gestión.

El segundo grupo de preguntas son las preguntas específicas, estas estarán basada en los siguientes criterios (Kari, Mora, & Bastidas, 2008):

- Existencia de políticas para la gestión del riesgo.
- Documentación de experiencias por el manejo de los riesgos materializados (lecciones aprendidas).
- Identificación de tipos de amenazas que han sido considerados como condicionantes durante la planificación de las actividades.

- Definición de los niveles de riesgo aceptable en las áreas y sectores.
- Tareas de mantenimiento periódico y rutinario destinadas a disminuir la vulnerabilidad.
- Existencia de planes de acción para la planificación para la reducción de riesgo.
- Identificación de costos y rubros que permitan la puesta en marcha de un programa para la gestión de riesgos en la Corporación Universitaria Americana.
- Existencia de un responsable quien lidere el programa para la gestión de riesgos en la Corporación Universitaria Americana.
- Existencia de profesionales responsables de la reducción de la vulnerabilidad y de las contingencias, dentro de la Corporación Universitaria Americana.
- Promoción de la participación de los beneficiarios y afectados del programa para gestión del riesgo.
- Seguimiento y supervisión de las actividades de gestión del riesgo en el sistema de seguimiento y evaluación del programa.
- Existencia de fondos de reserva especiales para atender, como fuentes de financiamiento de la prevención y respuesta ante la materialización de los riesgos.
- Evaluación de la vulnerabilidad financiera que podrían causar la materialización de riesgos para la Corporación Universitaria Americana.
- Estimación anticipada de la posibilidad de pérdidas económicas, y análisis del costo/beneficio de las medidas de reducción del riesgo.

El formato que se utilizó para la recolección de datos se observa en la tabla 1 a continuación:

Tabla 1

Formato de Preguntas para la evaluación de las condiciones de articulación del Programa para la Gestión del Riesgo

 <p>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AMERICANA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA®</p>	Preguntas para la evaluación de las condiciones de articulación del Programa para la Gestión del Riesgo para la <u>Corporación Universitaria Americana</u>		
	No	Parcial	
¿Existe ocurrencia o recurrencia de los eventos y fenómenos que han producido y pueden volver a generar daños en la <u>Corporación Universitaria Americana</u> ?			
¿Establece controles de Frecuencia e intensidad relevante de las amenazas?			
¿Conoce el impacto posible de potenciales daños generados por riesgos?			
¿Tienen identificados y son conocedores de los riesgos a los que está expuesta la <u>Corporación Universitaria Americana</u> ?			
¿Son conscientes a qué parte interesada afecta el riesgo y la necesidad de su gestión?			
Total			
¿Existe una política de gestión de riesgos, anticorrupción, Seguridad Informática, protección de datos, clavados de activos?			
¿Los instrumentos para reducir la vulnerabilidad y el riesgo que se presentan en la <u>Corporación Universitaria Americana</u> están disponibles y son suficientes?			
¿La capacidad de la <u>Corporación Universitaria Americana</u> es acorde con los requisitos de la gestión del riesgo?			
¿Existen estrategias financieras para la gestión del riesgo en la <u>Corporación Universitaria Americana</u> ?			
¿Existe una persona encargada de la gestión de riesgos?			
¿Existen roles y responsabilidades definidos de los líderes y colaboradores para la gestión del riesgo?			
¿Existen las caracterizaciones, procedimientos, formatos establecidos para la gestión del riesgo?			
¿Existe de fondos de reserva especiales para atender, como fuentes de financiamiento de la prevención y respuesta ante la materialización de los riesgos?			
¿Existe estimación anticipada de la posibilidad de pérdidas económicas, y análisis del costo/beneficio de las medidas de reducción del riesgo?			
¿Existe un sistema de gestión de calidad en la <u>Corporación Universitaria Americana</u> ?			
Total			
Porcentaje			

Fuente. Elaboración propia a partir de (Kari, Mora, & Bastidas, 2008).

Una vez se obtienen todas las respuestas de la checklist, se procede a sumar las respuestas según su naturaleza (“Sí”, “No” y “Parcial”) y se colocan dentro de una escala relativa de valores porcentuales. Cuando la suma de las respuestas negativas (“No”) es inferior al 25%, la posibilidad de que las amenazas y la vulnerabilidad del programa y de su entorno puedan inducir a situaciones que pongan en peligro el cumplimiento de los fines, objetivos, procesos de la planificación y ejecución, es baja (Kari, Mora, & Bastidas, 2008).

Si la suma de las respuestas negativas (“No”) es mayor al 75%, las amenazas y la vulnerabilidad del programa y su entorno pueden inducir a situaciones que pongan en peligro los logros en cuanto a sus fines, objetivos, diseño, planificación y ejecución adecuados. Cuando la suma de las respuestas positivas y negativas se encuentra entre los valores de 25 y 75%, respectivamente, esto indica que existen deficiencias en una o más áreas evaluadas y que deben discernirse de manera adecuada las medidas para su mejoramiento en función de su rentabilidad, eficiencia y el nivel más adecuado posible de riesgo “aceptado” seleccionado (Kari, Mora, & Bastidas, 2008).

La interpretación de resultado de las preguntas para la evaluación de las condiciones de articulación del Programa para la Gestión del Riesgo para la Corporación Universitaria Americana se hizo con base en la tabla 7 de la calificación general del checklist basado en (Kari, Mora, & Bastidas, 2008)

Tabla 2

Interpretación resultados de las preguntas para la evaluación de las condiciones de articulación del Programa para la Gestión del Riesgo

Interpretación resultados			
Condición	Rango	Resultado	Interpretación
Suma de las respuestas negativas	< 25%	Baja posibilidad de que las amenazas y la vulnerabilidad del programa y de su entorno puedan inducir a situaciones que pongan en peligro el cumplimiento de los fines, objetivos.	Inversión se encuentra dentro de un camino adecuado en lo que respecta a sus esfuerzos de desarrollo y a la sostenibilidad de las acciones. Independientemente de ello, no deben descuidarse las particularidades y especificidades del programa y su entorno.
Suma de las respuestas negativas	>75%	Las amenazas y la vulnerabilidad del programa y su entorno puedan inducir a situaciones que pongan en peligro los logros en cuanto a sus fines, objetivos, diseño, planificación y ejecución adecuados.	Deberán establecerse medidas preventivas adicionales en el diseño del programa, guardando para ello una adecuada definición de la relación costo/beneficio y el nivel racional de riesgo “aceptado”. De lo contrario, la inversión y su efectividad estarían en serio peligro.

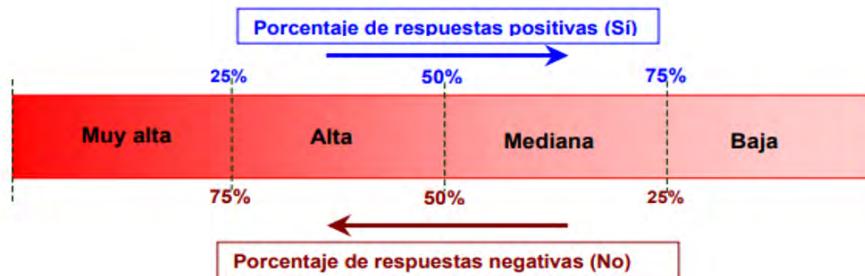
Interpretación resultados			
Condición	Rango	Resultado	Interpretación
Suma de las respuestas positivas y negativas	25% - 75%	Existen deficiencias en una o más áreas evaluadas y que deben discernirse de manera adecuada las medidas para su mejoramiento en función de su rentabilidad, eficiencia y el nivel más adecuado posible de riesgo “aceptado” seleccionado.	

Fuente. Elaboración propia basado en Kari, Mora, & Bastidas (2008).

Los valores porcentuales de las respuestas del checklist obtenidos en la tabla 2 se midieron dentro de una escala relativa de valores porcentuales (Figura 1), para saber la clasificación relativa de la posibilidad de que el programa en su planificación, ejecución y objetivos, con respecto a su nivel de afecto por amenazas o vulnerabilidades en su entorno.

Figura 1

Clasificación relativa de la posibilidad de que el programa, en su planificación, ejecución y objetivos, sea afectado por amenazas o por vulnerabilidades en su entorno



Fuente: Kari, Mora, & Bastidas (2008)

Establecimiento del contexto

Para el análisis del contexto, se partió de una fase la cual estableció las cuestiones internas y externas que tienen relación con la Corporación Universitaria Americana, este se apoyó de herramientas de análisis de entorno como el PESTA, DOFA y revisión de los objetivos de los procesos y partes interesadas.

Análisis PESTA

Es una de las técnicas que se utilizó para analizar el marco general “PES-

TA”, el cual identifica las fuerzas del macro ambiente Políticas, Económicas, Sociales (culturales, demográficas), Tecnológicas y Ambientales. (Torres Hernández, 2014)

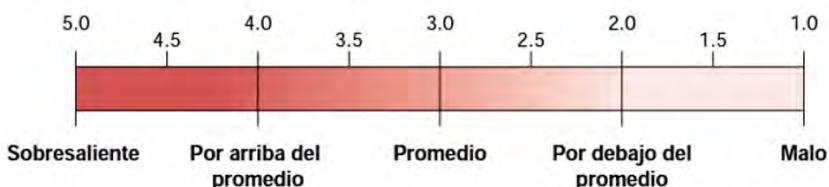
Matriz DOFA

Es un acrónimo que se usó para describir las debilidades y amenazas específicas contenidas en los factores estratégicos de la Corporación Universitaria Americana. El ambiente externo está integrado por variables (amenazas) que se encuentran fuera de la Corporación Universitaria Americana y que no están comúnmente bajo el control a corto plazo de la administración de alto nivel (Wheelen, 2013). La matriz estratégica DAFO también puede ser denominada FODA o DOFA y es conocida como una metodología efectiva dentro de la planificación estratégica para el estudio de la situación competitiva de una empresa y posterior toma de decisiones (Salazar & Rivero, 2013).

Para el análisis de la eficacia de como la Corporación Universitaria Americana maneja esto los factores internos como externos se utilizó la escala de calificación mostrada en la figura 2.

Figura 2

Escala de eficacia de manejo de factores internos y externos por la Corporación Universitaria Americana



Fuente: Wheelen & Hunder (2013)

Para realizar el análisis del contexto interno se tuvo en cuenta los objetivos de los procesos, datos históricos, antecedentes, análisis financieros, resultados de auditorías, resultados del clima laboral, datos estadísticos de los procesos de Direccionamiento Estratégico y calidad, Educación y Formación, gestión de TIC, Admisiones y Registros, Talento Humano y Administrativo y Financiero, ya estructurados dentro el sistema de gestión de la calidad de la Corporación Universitaria Americana.

Para los factores internos y externos se diligencio para todos los procesos comprendidos dentro del alcance de esta investigación, se enumera las amenazas y debilidades, luego en la columna peso se asignó un valor de 1,0 (más importante) a 0.0 (no importante), con base en el posible efecto de ese factor en la posición estratégica de la empresa. Los valores totales sumaron 1,0, luego en la columna de calificación para cada factor se colocó de 5,0 (sobresaliente) a 1,0 (malo), con base en la respuesta de la empresa a ese factor, finalmente en la columna de ponderación se multiplicó el valor de cada factor por su calificación para obtener la calificación ponderada de cada factor.

Identificación de partes interesadas en el campo universitario

Se identificará las partes interesadas con base en lo expuesto por Reavill (1998) el cual revisa y justifica la inclusión de algunos stakeholders para el caso de la Corporación Universitaria Americana, así: Estudiantes, proveedores, empleados, docentes, comunidad, estudiantes, padres de familia, proveedores, empleados, docentes comunidad, mineducación, egresados, órganos de gobierno universitario, sector productivo, unidades receptoras de practicantes, competencia y entidades públicas de servicios.

Identificación de riesgo

Para la identificación del riesgo se determinaron las causas de las fuentes de riesgos y los eventos con sus posibles consecuencias, teniendo en cuenta los factores internos y/o externos que pudieron afectar el logro de los objetivos de los procesos y a la Corporación Universitaria Americana. Las preguntas que ayudaron a realizar la tormenta de ideas en la identificación del riesgo estarán orientadas a determinar: ¿qué puede suceder?; ¿Cómo puede suceder?; ¿Cuándo puede suceder?; ¿Qué consecuencias tendría su materialización (DAFP, 2018)?

Cuantificación y Valoración de riesgos

Para la valoración del riesgo en la Corporación universitaria americana se estableció la probabilidad de ocurrencia del riesgo y el nivel de consecuencia o impacto, con el fin de estimar la zona de riesgo inicial (Riesgo Inherente), las acciones que se implementaron y la evaluación de los riesgos confrontaron los resultados del análisis de riesgo inicial frente a los controles establecidos, con el fin de determinar la zona de riesgo final (DAFP, 2018).

Para la cuantificación de riesgos se realizó el análisis cualitativo de riesgos el cual evalúo el impacto y la probabilidad de ocurrencia de los riesgos utilizando métodos cualitativos y análisis cuantitativo de riesgos que se refiere a la multiplicación matemática de la probabilidad de ocurrencia de cada riesgo por su impacto, finalmente se tomaron como prioritarios los valorados en zona de riesgo inaceptable (INTECO, 2008).

Analizar resultados y priorizar el campo de acción para la gestión del riesgo

Luego de la cuantificación y valoración de los riesgos se analizaron los resultados que quedaron en la zona de inaceptable del mapa de calor de zonas de riesgo.

El anterior formato se diligencio para todos los procesos con sus riesgos ya identificados, se estableció los controles preventivos, se registró la probabilidad y el impacto, además se cuantificó el riesgo y se obtuvo del resultado de multiplicar el valor numérico correspondiente descrito en la tabla 1 mapa de calor de zona de riesgo de la probabilidad y el impacto, seguidamente con base en este resultado se determinó la zona de riesgo en la que está ubicado el riesgo.

Control y Monitoreo de los Riesgos Priorizados (Tratamiento del riesgo)

A la hora de evaluar las opciones existentes en materia de tratamiento del riesgo, los líderes de los procesos tuvieron en cuenta la importancia del riesgo, lo cual incluye el efecto que puede tener sobre la Corporación Universitaria Americana, la probabilidad e impacto de las medidas de tratamiento, además para este paso se tuvo en cuenta sólo los riesgos en las zonas inaceptables. Dentro de las opciones de tratamiento del riesgo, que se utilizan en el desarrollo del trabajo según DAFP (2018) son:

- Evitar el riesgo, tomar las medidas encaminadas a prevenir su materialización. Es siempre la primera alternativa a considerar, se logra cuando al interior de los procesos se generan cambios sustanciales por mejoramiento, rediseño o eliminación, resultado de unos adecuados controles y acciones emprendidas. Por ejemplo: el control de calidad, manejo de los insumos, mantenimiento preventivo de los equipos, desarrollo tecnológico, etc.

- Reducir el riesgo, implica tomar medidas encaminadas a disminuir tanto la probabilidad (medidas de prevención), como el impacto (medidas de protección). La reducción del riesgo es probablemente el método más sencillo y económico para superar las debilidades antes de aplicar medidas más costosas y difíciles. Por ejemplo: a través de la optimización de los procedimientos y la implementación de controles.
- Compartir o transferir el riesgo, reduce su efecto a través del traspaso de las pérdidas a otras organizaciones, como en el caso de los contratos de seguros o a través de otros medios que permiten distribuir una porción del riesgo con otra entidad, como en los contratos a riesgo compartido. Por ejemplo, la información de gran importancia se puede duplicar y almacenar en un lugar distante y de ubicación segura, en vez de dejarla concentrada en un solo lugar, la tercerización.
- Asumir o aceptar un riesgo, luego de que el riesgo ha sido reducido o transferido puede quedar un riesgo residual que se mantiene, en este caso, el gerente del proceso simplemente acepta la pérdida residual probable y elabora planes de contingencia para su manejo.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolló en este trabajo dirigido fue la investigación aplicada, esta recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. Esta investigación tiene el propósito de resolver o mejorar una situación específica o particular, para comprobar un método o modelo mediante la aplicación innovadora y creativa de una propuesta de intervención, en este caso de índole Orientadora, en la Corporación Universitaria Americana (Vargas, 2009).

El campo de investigación es emprendimiento y gerencia, el grupo de investigación es gerencia en las grandes, pequeñas, medianas, empresas G3 Pymes y la línea de investigación es modernización de organizaciones.

Técnica y/o instrumentos de recolección de datos

Los métodos de recolección de datos que se utilizaron en esta investigación fueron:

Lista de chequeo o checklist

La lista de chequeo (checks-list) es un listado de preguntas, en forma de cuestionario que sirve para verificar el grado de cumplimiento de reglas establecidas a priori con un fin determinado (Bichachi, 2009). La metodología de checklist que se utilizó se basa en la utilizada por Kari, Mora & Bastidas (2008) con modificaciones, se diseñó un formato para agregar las preguntas iniciales y especificar, para evaluar las condiciones de articulación del programa para gestión del riesgo con la Corporación Universitaria Americana. La anterior será aplicada al rector y a los líderes de procesos.

Tormenta de ideas

La lluvia o tormenta de ideas, habitualmente conocida como “brainstorming”, es una técnica de grupo que facilita el surgimiento de ideas sobre un tema (INTECO, 2008), esta se usó por los líderes de proceso y su equipo de trabajo, para la recolección de datos que ayudó al análisis de contexto y la identificación de los riesgos.

Población y muestra

La población en esta investigación fueron los 12 procesos contemplados en el mapa de procesos. La muestra se definió en el alcance de este trabajo dirigido el cual se centró en los siguientes procesos de la Corporación Universitaria Americana: Direccionamiento Estratégico, Gestión Administrativa y Financiera. Gestión de Talento Humano, Educación y Formación, Gestión de las Tic, Admisiones y Registro.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo utilizado es de juicio, el cual tiene como característica principal que es el investigador quien decide, no únicamente qué procesos formarán parte de la muestra, sino también cuál será el tamaño de esta (Palacios & Pedro, 2007).

Cronograma de trabajo

El cronograma de trabajo para el desarrollo de esta investigación se dividió por semanas, desde el mes de junio del 2020 hasta la tercera semana del mes de marzo del 2021.

Tabla 3

Cronograma de actividades para el desarrollo del trabajo dirigido

Actividades a Desarrollar	se-ma-na	Tiempo del Proyecto en Meses (Jul-Dic) 2020; (Ene-Mar) 2021								
		1-jun	2-agosto	3-sept	4-oct	5-nov	6-dic	7-ene	8-febrero	9-mar
1. Evaluar las condiciones de articulación del programa para gestión del riesgo con la <i>Corporación Universitaria Americana</i> .	4	x	x	x						
2. Establecer el contexto del programa para gestionar el riesgo en la <i>Corporación Universitaria Americana</i> .	4			x	x	x				
3. Identificar los riesgos generados a partir del establecimiento del contexto en la Corporación Universitaria Americana.	4						x	x	x	
4. Cuantificar y valorar los riesgos identificados en la <i>Corporación Universitaria Americana</i> .	4									x x

Fuente. Elaboración propia

DISCUSIÓN

Evaluación de las condiciones de articulación del programa para gestión del riesgo con la Corporación Universitaria Americana

Para esta investigación se creó una checklist basado en Kari, Mora, & Bastidas (2008) para saber en qué condiciones primarias se encontró la gestión de riesgo y mirar cómo se articuló el programa de gestión de riesgos en la Corporación Universitaria Americana. Para la recolección de datos y la aplicación del checklist se tuvo en cuenta los líderes de los procesos contemplados en el alcance de esta investigación y el rector, cada pregunta fue discutida en grupo y la respuesta dada fue en consenso.

De los resultados de la calificación de las preguntas relacionadas se observó que la suma de las respuestas negativas es 8 y equivalente al 53% del total de las respuestas, este resultado se encuentra dentro del rango mayor a 25% y menor a 75% lo cual significa según la tabla 2, que en la escala de clasificación relativa de posibilidad de afectación de amenazas o vulnerabilidades propuesta por Kari , Mora, & Bastidas (2008), existen deficiencias en una o más áreas para su mejoramiento en función de su rentabilidad y eficiencia, por lo tanto según lo expuesto en la Figura 1 hay una alta posibilidad de que las estrategias de mitigación de riesgos que en la actualidad la institución está utilizando, sea vean afectadas por amenazas o por vulnerabilidades contenidas en su entorno.

Por otro lado según los resultados arrojados por la Corporación Universitaria Americana muestra que existe un sistema de gestión de calidad ya implementado y certificado el cual en su numeral 6 planificación, establece que para planificar el sistema de gestión de la calidad, la organización debe determinar los riesgos y oportunidades, para lo cual se podría articular primeramente con la propuesta de esta investigación la cual es el diseño de un programa para la gestión del riesgo, luego en otras investigaciones se podrá ver la manera de convertir la gestión de riesgos un proceso más de los contemplados en el mapa de proceso.

Establecimiento del Contexto del programa para gestionar el riesgo

Para esta investigación se estableció el contexto interno como externo, teniendo en cuenta los objetivos de la Corporación Universitaria Americana, el entorno en el cual ella persigue sus objetivos, la diversidad de criterios de riesgo y sus partes involucradas; todo en conjunto ayudó a revelar y evaluar la naturaleza y la complejidad de sus riesgos.

Para el análisis del contexto se enfatizó en las amenazas y las debilidades a partir de la identificación de los factores internos y externos, pues estos dos son donde se debería mitigar el efecto que tiene la incertidumbre sobre el riesgo según ICONTEC (2009).

Identificación de partes interesadas en el campo universitario

Para la identificación de las partes interesadas se tuvo en cuenta la clasificación expuesta por Reavill (1998), las necesidades y expectativas se recolectaron por lluvia de ideas en la reunión realizada con los líderes de procesos, los resultados se observan en la tabla 3.

Tabla 4

Registro de identificación de partes interesadas en la Corporación Universitaria Americana.

Partes Interesadas	Identificación de partes interesadas	
	Necesidades	Expectativas
Estudiantes	Calidad académica, pertinencia de los programas Instalaciones y equipos para el desarrollo formativo en condiciones adecuadas.	Recibir la mejor formación posible, con los mejores recursos y la mayor pertinencia.
Padres de familia	Calidad académica, pertinencia de los programas	Que sus hijos reciban la mejor formación posible, con los mejores recursos y la mayor pertinencia
Proveedores	Darle trámite oportuno a las solicitudes para pago de los contratos que están bajo la supervisión de este grupo de trabajo	Seriedad y cumplimiento
Empleados	Buen clima laboral, igualdad de oportunidades, reconocimiento a los logros, oportunidades de crecimiento y formación, remuneración. Suministrar los bienes y/o elementos necesarios y de forma oportuna a las diferentes dependencias para el desarrollo de las actividades diarias	Atención a sus requerimientos y necesidades. Reconocimiento y crecimiento con la institución. Realizar entrega de los bienes y/o elementos de forma inmediata una vez es requerido por las áreas
Docentes	Recursos óptimos para el desarrollo de las clases, buenas condiciones salariales, remuneración justa y a tiempo, respuesta oportuna a sus requerimientos académico-docentes	Lograr un excelente desarrollo con sus estudiantes, crecer con la institución
Comunidad	Calidad académica, pertinencia de los programas. Conexión con el entorno. Ser una alternativa de formación para la población	Contar con una excelente Universidad, tener en la corporación una excelente alternativa de formación
Min educación	Calidad y respuesta a las necesidades de la comunidad, oferta educativa con calidad	Cumplimiento de las políticas, leyes y acuerdos que se hayan establecido, transparencia y calidad
Egresados	Conexión con empresas, buena imagen de la institución, vínculo permanente con la corporación.	Que sus estudios les sirvan para su proyecto de vida, que la corporación conserve su buen nombre y alcance prestigio a nivel nacional
Órganos de gobierno universitario	Sostenibilidad	Solidez, Crecimiento y posicionamiento
Sector Productivo	Egresados competentes. Plan de Estudios actualizado y adaptado a las necesidades sociales. Formación continua a la medida de las necesidades de las empresas.	Egresados con características del perfil de egreso de los diferentes programas educativos. Satisfacción con el servicio y fortalecimiento del conocimiento
Unidades receptoras de practicantes	Practicantes que cumplan con requerimientos.	Practicantes honestos, íntegros que desempeñen sus funciones a cabalidad.
Competencia	Evitar ser desbancados y estar alerta en cuanto a innovación y desarrollo, imagen de marca y posicionamiento.	Competencia limpia.
Entidades públicas de servicios	Adequado uso de los servicios prestados por estos entes.	Cumplimiento de la normatividad exigida por estos entes.

Fuente: Elaboración propia.

La anterior tabla se muestra la identificación de las partes interesadas y además también las necesidades y las expectativas que la institución determinó para las mismas, el posible no cumplimiento de estos requerimientos por parte de la institución podría llevar a la materialización de un riesgo como insatisfacción de las partes interesadas, el cual ya se incluyó en la matriz de identificación de riesgos.

Contexto externo

Para el análisis de contexto externo de la Corporación Universitaria Americana se realizó un análisis PESTA el cual identificó las fuerzas del macro ambiente Políticas, Económicas, Sociales (culturales, demográficas), Tecnológicas y Ambientales (Torres Hernández, 2014).

El análisis PESTA se completará con amenazas generadas por las partes interesadas, puesto que estas en su metodología no lo incluyen.

Contexto interno

Los resultados de la identificación de las debilidades se analizan que el promedio de la calificación del nivel de eficacia que la Corporación Universitaria Americana maneja frente los factores externos e internos es 2,9 lo que significa que le da un manejo como el promedio de las otras organizaciones, sin embargo, cabe resaltar que la institución no tiene un manejo sobresaliente de los factores externos e internos. Lo anterior conlleva a la posibilidad que se vea afectado el buen desarrollo de la planeación estratégica y las actividades académicas en la Corporación Universitaria Americana. El diseño de un programa para la administración del riesgo podrá llevar a la Corporación Universitaria Americana a calificaciones por encima del promedio o sobresalientes.

Identificación de los riesgos generados a partir del establecimiento del contexto

Para la identificación de los riesgos generados a partir del establecimiento del contexto (amenazas y debilidades), se utilizó la tormenta de ideas, se obtuvo una lista de 10 amenazas y 10 debilidades de ahí se priorizaron 5 amenazas y 5 debilidades para obtener una lista de 10 eventos para un total de 10 riesgos para cada proceso (INTECO, 2008). El líder del proceso con su equipo realizó mesas de trabajo y utilizaron la técnica de tormentas de

ideas para realizar el paso de la identificación de riesgos.

La investigadora se reunió con los líderes de los procesos para socialización general de la ruta a seguir para llevar a cabo los objetivos del programa, así como también se comunicaron los roles que cada integrante tenía en cada fase dentro de la operacionalización del programa de gestión de riesgos, en el caso de la identificación de los riesgos cada líder de proceso se reunió con sus colaboradores y procedieron a hacer la lista de los posibles eventos que materializan los riesgos.

La identificación de los riesgos se derivó de las amenazas y debilidades priorizadas identificadas en el contexto, se registró el evento que conduce a un posible riesgo, la parte interesada que afecta, la fuente que lo origina y su consecuencia.

Cuantificar y valorar los riesgos identificados

La valoración del riesgo fue el producto de confrontar los resultados de la evaluación del riesgo con los controles identificados, esto se hizo con el objetivo de establecer prioridades para su manejo y para la fijación de políticas. Para esta etapa se identificaron la existencia de control en los diferentes procesos, los cuales permitieron obtener información para tomar decisiones en cuanto a su valoración y cuantificación, a su vez también permitió establecer que riesgos se catalogaron como inaceptables por quedar ubicados en la zona roja del mapa de calor de riesgos.

CONCLUSIONES

Luego de culminada la investigación y el desarrollo de este trabajo dirigido se concluye que:

- La Corporación Universitaria Americana tiene una alta posibilidad de que las estrategias de mitigación de riesgos que la institución está utilizando en la actualidad, se vean afectadas por amenazas o por vulnerabilidades en su entorno. Lo anterior conlleva a la posibilidad de que se vea afectado el buen desarrollo de la planeación estratégica y las actividades académicas en la organización, el diseño de un programa para la administración del riesgo podría llevar a la Corporación Universitaria Americana a calificaciones por encima del promedio o sobresalientes.

- El promedio de la calificación del nivel de eficacia que la Corporación Universitaria Americana maneja frente los factores externos e internos es 2,9 lo que significa que le da un manejo como el promedio de las otras organizaciones, sin embargo, cabe resaltar que la institución no tiene un manejo sobresaliente de los factores externos e internos.
- No existe una metodología única para la gestión del riesgo, ni en todas las organizaciones se implementa igual, para implementar un programa para la gestión de riesgos se deben tener en cuenta todas las variables dinámicas del entorno y las partes interesadas, es importante conocer los objetivos estratégicos de la institución para poder identificar cuáles son esas variables que no dejarían que estos se cumplan.
- La institución objeto de estudio debe contemplar la implementación de un programa de gestión del riesgo que permita estudiar cada riesgo de manera independiente, generando estrategias que permitan la mitigación o erradicación de este, y evitar pérdidas posteriores.

LISTA DE REFERENCIA

- Albanese, D., Argañaraz, A., & Fernandez, M. (2010). Identificación y análisis de riesgos organizacionales. *Simposio de investigación regional de investigaciones contables*. La plata, Argentina
- Ander-Egg, E. (1989). Introducción a la planificación. *Ed. Buenos Aires.*
- Bichachi, D. (2009). *El uso de las Listas de Chequeo (CheskList) como herramienta para controlar la calidad de la ley*. Retrieved from Instituto Internacional de Estudio y Formación sobre Gobierno y Sociedad (IIEFGS): http://www.claudiabernazza.com.ar/ssgp/html/pdf/check_list.pdf
- DAFP. (2018, septiembre). *funcionpublica*. Retrieved from ww.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/1592.pdf/73e5a159-2d8f-41aa-8182-eb99e8c4f3ba
- Huergo, J. (2007). Retrieved from http://api.ning.com/files/gaTxzpD-vMS2*LDsSUDfeT-jTvFpz4rmxxkmftwuSPKmCe7U3fJHuPN-Ta*8dE*QhJAEsDsXL3uDtnPtE1FJEpJZeV5EsYe7I5/HuergoEstrategiasdegestin.pdf
- ICONTEC. (2009). *NTC ISO 3100:2009 Gestión del riesgo. Principios y directrices*. Bogota.: ICONTEC.
- ICONTEC. (2011). *ISO 31000 GESTIÓN DEL RIESGO. PRINCIPIOS Y DIRECTRICES*. Bogota : ICONTEC.
- INTECO. (2008, Diciembre). *Guia avanzada de gestión de riesgos*. Retrieved from Guia_avanzada_de_gestion_de_riesgos.pdf
- Kari , K., Mora, S., & Bastidas , P. (2008). *La gestión del riesgo dentro del ciclo de los proyectos*. Retrieved from Informe Técnico del Departamento de Desarrollo Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo : <http://www.bvsde.paho.org/texcom/cd050724/keipi.pdf>
- Ministerio de educación. (2013). *GESTIÓN DE RIESGO*. Bogota: Subdirección de Desarrollo Organizacional.

- Muñoz, J. (2012). Proceso de planificación para la elaboración de programas. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 5.
- Palacios, I., & Pedro, S. (2007). *Introducción al muestreo*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Post, J. P. (2002). Managing the Extended Enterprise: The. *California Management*, 45(1), 6-28.
- Reavill, L. (1998). Quality assessment total quality management and stakeholders in the UK higher education system. *Managing Service Quality Bedford*, 1-55.
- Salazar, T., & Rivero, J. (2013). Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en el INCES penitenciario. *Visión Gerencial*, 1-22.
- Sandison, , P. (1996). New structures and functions for teh new university. *National Committee of Inquiry into Higher Education*.
- Torres Hernández, Z. (2014). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Vallejo, & Sánchez. (2006). Modelo de seguridad fisica con la aplicación de tecnologias de información y comunicación (TIC) para el centro de rehabilitación social femenino de Quito. *Tesis para optar al título de Máster en Seguridad y Desarrollo* .
- Vargas, Z. (2009). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA CIENTÍFICA. *Revista Educación*, 155-165.
- wheelen, T., & Hunger, D. (2013). *Administración estrategica y politica de negocios*. Colombia: Pearson.

Marketing digital: uso y retos para la transformación del comercio informal en el paseo de las flores de la ciudad de Montería⁵

Biviana Esther Humánez Petro*

Francisco Javier Arias Vargas**

Oscar David Ramos Martínez***

Katty Rangel Velaides****

RESUMEN

El marketing digital surge como una estrategia que utiliza las tecnologías de la información y la comunicación para promover el comercio de productos y servicios en entornos virtuales, el cual constituye una herramienta para la transformación de las formas de comercio tradicional. El objetivo de este trabajo consiste en determinar el nivel de adopción y preparación de comerciantes informales para la venta de sus productos en plataformas online. Se realiza un trabajo de tipo exploratorio-descriptivo; desarrollando un instrumento y posteriormente aplicándolo de manera presencial a 37 comerciantes del sector del paseo de las flores en Montería. Se evidencia que el nivel de preparación para desarrollar estrategias digitales es muy bajo, lo cual genera brechas y un aumento de la desigualdad de este tipo de población para afrontar los cambios que se avecinan.

PALABRAS CLAVE

Marketing, digital, comercio, informal, vulnerable.

ABSTRACT

Digital marketing emerges as a strategy that uses information and communication technologies to promote the trade of products and services in virtual environments, which constitutes a tool for the transformation of traditional forms of commerce. This work aims to determine the level of

⁵ Capítulo de libro resultado de investigación. Producto Colaborativo de los grupos de investigación Gisela y Gestión de innovación.

* Administradora de Empresas. MBA Administración de negocios con especialización en recursos humanos. Corporación Universitaria Americana sede Montería. bhumanez@americana.edu.co

** Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Corporación Universitaria Americana sede Medellín. Correo electrónico: farias@americana.edu.co

*** Licenciado en Informática y medios audiovisuales. Magíster en Ingeniería con énfasis en sistemas. Magíster en Dirección Estratégica con especialidad en TIC Lugar de trabajo: Corporación Universitaria Americana sede Montería. Correo electrónico e-mail: oscardrm@gmail.com

**** Administradora de empresa, Semilleristas Corporación Universitaria Americana sede Montería. Correo electrónico e-mail: rangekatty84@americana.edu.co

adoption and readiness of informal traders to sell their products on online platforms. An exploratory-descriptive work is carried out; developing an instrument and later applying it in person to 37 merchants of the flower sector in Monteria. The level of preparation to develop digital strategies is very low, which generates gaps and an increase in the inequality of this type of population to face the coming changes.

KEYWORDS

Marketing, digital, commerce, informal, vulnerable

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones tienen diversas oportunidades a través de los medios digitales, desde una empresa tecnológica, hasta negocios tradicionales. Teniendo en cuenta lo anterior, cualquier empresa puede aprovechar las oportunidades digitales. Entre las ventajas que se obtienen con el marketing digital encontramos: Mejorar la comercialización de los productos que ofrecen, incrementar las ventas, aumento de la visibilidad y competitividad, cabe anotar que en este entorno se busca captación de clientes potenciales que favorezcan el crecimiento y fidelización de estos.

Dentro del marketing encontramos diferentes estrategias, una de ellas es el uso de las redes sociales que permiten el acercamiento con los clientes actuales y potencializar e interactuar con ellos.

El paseo de las flores, sitio ubicado en el centro de la Ciudad de Montería, específicamente en la calle 35 con carrera 1 y 2, ha sido históricamente un espacio comercial, en donde se han aglomerado vendedores formales, informales y demás transeúntes que ven como una posibilidad de obtener recursos económicos para el sustento de sus familias. El lugar muy visitado por los ciudadanos locales y regionales, de acuerdo a políticas de gobiernos locales, el mencionado sitio ha sufrido una transformación de tipo urbanístico para mejorar y dar un espacio digno a los vendedores de dicho sector, estos cambios generan oportunidades para el mejoramiento continuo y confortable no solo para los propietarios sino para los visitantes de la ciudad, pero también puede traer traumatismos de diferentes índoles, uno de ellos, y es el foco de esta investigación es que a la luz de cambios de formas y espacios, también se debe reformar los métodos y estrategias en que estos comerciantes puedan atraer sus clientes para aumentar sus ventas, ser competitivos y obtener un reconocimiento y posicionamiento digital. De acuerdo con lo anterior, Gates, B., & Bravo, J. A. (1999) afirma que la manera más válida de diferenciar una empresa de las demás, la mejor manera de poner distancia entre el propietario y la competencia consiste en realizar un trabajo de primera con la información. Ganar o perder dependerá de cómo se capte, gestione y utilice la información. Lo anterior da mucho valor a cómo se debe entender que la información y los datos, lo cual constituye un aporte importante y sobre todo en el sector comercial, para poder recibir y tratar los datos informativos con fines estratégicos y desarrollar formas, métodos, mecanismos aplicando teorías del marketing digital conducentes a posicionamientos, reconocimientos y atracción de nuevos clientes potenciales.

En la actual época en que vivimos, la cual es denominada, digital, en donde se ha dado la irrupción de nuevas tecnologías, en donde la industria TI ha crecido de forma exponencial, Es valioso para efectos de esta investigación el aporte de Pérez Amezcua, M. (2012). Con este uso masificado y crecimiento exponencial del uso del Internet, junto con las nuevas herramientas, ha permitido que las personas a nivel internacional se comunican instantánea y económico gracias a las redes sociales, por lo que éstas ahora son un nuevo y atractivo canal para que las compañías puedan conocer a sus públicos y hacerles llegar sus ideas, de manera más informal y sin problemas de estructuras organizativas. Esto beneficia a las pymes dado que normalmente cuentan con estas características. y si a ello le sumamos la coyuntura de la pandemia, se han mezclado muchas disciplinas, la cuales han generado múltiples beneficios para los usuarios, organizaciones, entidades, empresas etc., estos beneficios ha sido acelerado de forma abrupta por la misma condición citada anteriormente, entonces, se ha pasado a una era en la cual, la información, los datos y todo lo relacionado con la industria TI, necesariamente debe aplicarse, las empresas se han reinventado, los usuarios han aprendido nuevas competencias, el ser humano se ha convertido en un ciudadano digital, en donde la vida desde los diferentes contextos, cotidiano, laboral etc., se ha tornado en experiencias digitales sobre la forma en como desarrollamos actividades diarias, el concepto de Internet de las cosas cada día toma más fuerza, ya no es desconocido conversar sobre el tema, ahora, si hacemos un viraje hacia el mundo del comercio, es irrefutable decir que toda empresa que desee vender, debe tener un rastro digital, debe generar una huella digitalizada, de lo contrario, su tendencia es a no ser visible y desaparecer en el entorno de internet.

El marketing digital es un tema además de novedoso muy amplio que comprende diversas acciones y áreas que converge con especialidades tales como; redes sociales digitales, blogs, medios digitales, campañas de emailing, Big Data, Inteligencia Artificial, entre otras. Pero ¿Qué es el Marketing Digital? Se puede decir entonces que “Comprende cualquier herramienta que utilice las tecnologías digitales y de telecomunicaciones para alcanzar los objetivos de marketing, que se haya propuesto una organización”. (Herradón, 2009). Al hilo de este concepto es importante subrayar que el marketing digital, está generando revolución en el mundo de las organizaciones, del mercadeo y la manera en que se están llevando a cabo los negocios, implicando el uso por parte de cualquier compañía que quiera perdurar a largo plazo. “No estamos abandonando el marketing tradicional. Estamos mezclando lo tradicional y lo digital” (Kotler, 2015).

Pride, Schembri, Ferrell, Lukas, y Niininen. (2012) hacen una definición de Marketing como una ideología gerencial, en donde la organización busca tratar de satisfacer las necesidades de los clientes por medio de un conjunto de actividades coordinadas que también les permite a las organizaciones alcanzar los objetivos establecidos.

Se puede afirmar entonces, que hace un par de años, era algo impensado que la forma de adquirir un producto sin ir a un sitio físico, era algo descabellado, a eso sumada la desconfianza del consumidor por enviar su dinero a una pantalla y por un medio digital, la creciente innovación de muchas actividades orientadas a la digitalización y la retroalimentación, son aspectos concluyentes en esta nueva forma de hacer marketing, haciendo una convergencia con la industria de las Tecnologías de la información, que han sido fundamentales en la identificación de patrones conductuales de los clientes o usuarios para efectos de formas y estilos de adquisición de productos comerciales. Algunas ventajas del uso del marketing digital son: Flexibilidad de espacios físicos, Resultados en tiempo real, Interacción con los clientes, Experiencia personalizada, Confianza colaborativa con los clientes, Clientes en cualquier parte del mundo, Accesibilidad las 24 horas.

La competitividad de las organizaciones en la era digital se ha visto mermada para aquellos que no pueden acceder eficazmente a las tecnologías de la información y la comunicación, se estima que la tasa brecha tecnológica entre países desarrollados y subdesarrollados es del 80% (Torres, 2017), lo cual aumenta la desigualdad, debido a las bajas posibilidades de acceso para aquellos individuos que se encuentran en condiciones desfavorables a nivel socioeconómico (Escuder, 2019), lo cual impide su acceso a tecnología de punta y conocimientos que les permitan progresar (Martínez et al., 2020).

La evolución del comercio electrónico muestra una tasa de crecimiento en países desarrollados del 14,2% para ventas online y de 18,45% para ventas físicas (Golberg, 2021), sin embargo cada vez más los avances y el acceso de las personas a diferentes canales de comercialización y redes sociales, marcan una preferencia creciente por los escenarios online, sumado a nuevas estrategias comerciales como la analítica de datos y el big data que procura conocer más a los consumidores, detectar patrones de comportamiento, establecer probabilidades de compra y realizar una hiper particularización de las necesidades de consumo, lo cual está siendo aprovechado

por las compañías tecnológicas para rentabilizar al máximo cada uno de sus usuarios en función de vender más productos y servicios (Hallikainen et al., 2020).

Se estima que en Colombia existen 5,7 millones de personas en la informalidad al año 2021, lo cual constituye el 58% de la fuerza laboral en Colombia (Salazar, 2022); donde un número aún no estimado de ellas, se dedican al comercio informal como estrategia para lograr su sustento diario, frente a la falta de oportunidades de poder acceder a un trabajo formal o encontrar mejores condiciones que les permita impulsar y formalizar sus iniciativas empresariales (Castro Guiza, 2017).

La población que se encuentra en la informalidad en Colombia, se encuentra la población con más bajos niveles de ingreso, lo cual no les permite ni siquiera cotizar a salud y pensión, encontrándose fenómenos como el de la progresión de la pobreza debido a que muchos de los vendedores se acompañan de sus hijos, limitando el acceso de estos al estudio y promoviendo en ocasiones el trabajo infantil, sumado a múltiples fenómenos como el de la ocupación del espacio público, lo cual se suma a la gran cadena de conflictos que se generan por esta problemática (Olarte et al., 2020).

La informalidad en Colombia está asociada a bajos ingresos, conflictos, subsistencia y desigualdad y en esta línea (Garzón-Duque et al., 2017), también esta población también es vulnerable a la ampliación de las brechas tecnológicas que impiden entrar en las dinámicas propias de la globalización y el acceso a educación, comercio y servicios que generan mayor grado de inequidad y consecuentemente, el avance en la progresión de la pobreza en la medida que la distancia tecnológica se hace más grande (DNP, 2019).

DESARROLLO

En el desarrollo del presente proyecto, se realizó una investigación de tipo descriptivo, teniendo en cuenta que “los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso comunidad, contexto o situación” (Hernández et al, 2010, p.80). Entonces, a través de este tipo de investigación fue posible analizar la información existente relacionada con el objeto de estudio. Por ello, se llevó a cabo un análisis documental, a través del cual se realice el ejercicio de consulta y búsqueda de información en los sistemas de información y

bases de datos de diferentes organizaciones, comunidades científicas, revistas indexadas, sitios web gubernamentales, diarios oficiales, entre otros, acerca de la temática abordada.

Inicialmente, se realizó la búsqueda de información acerca del marketing digital. Comprende todas las acciones conducentes a la indagación, investigación, pesquisas de la información relacionadas con el Marketing Digital, caracterizando aquellas investigaciones diferenciadoras en la forma de desarrollar y aplicar el marketing y que tengan afinidad con la propuesta presentada.

Seguidamente se realizó un diagnóstico sobre el grado de conocimiento del uso del tic. Aquí se propende por identificar, conocer y analizar sobre un aspecto fundamental de la investigación, la cual es las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), concepto que nos llevará a determinar y generar datos de análisis importantes para la toma de decisiones y acciones de focalización puntual de la investigación.

Se planteó realizar un acercamiento para conocer la realidad del sector de los comerciantes informales del sector de las flores en Montería con el propósito de conocer el nivel de acceso, preparación y conocimiento que tenían en marketing digital para afrontar los cambios tecnológicos que se requieren para ser competitivos en los nuevos escenarios que se plantean debido a los avances tecnológicos en la sociedad.

Se desarrolló un instrumento de recolección de información, utilizando los criterios expuestos por Minnaar & Heystek, (2016), sumado a lo propuesto por Coppock & McClellan (2019) y Codina (2018); siendo aplicado al 43,2% de los vendedores informales del sector de las flores en el Municipio de Montería (ver tabla 1), siendo el foco de las preguntas el nivel de conocimiento, acceso, uso y estrategias de marketing digital para potenciar sus ventas.

Tabla 1*Caracterización de la muestra de vendedores informales*

Nombre del negocio	Tipos de productos o servicio que ofrece
Karina Ochoa. no tiene nombre	Gorras, chanclas, parlantes, billeteras, camiseta, sudaderas, cargadores, manos libres, diademas, bolso, correa, gafas.
Calzado Samari	Zapatos
Los dos puntos.	Calzados
JP la 35	Accesorios tecnológicos.
Calzado lindo pie	Calzado. Chanclas
La puerta del sol	Ropa
no tiene nombre	Accesorios, correas, gafas
Juanchocell	accesorios celulares, variedades
No tiene nombre	Correas, gafas
Variedades Oscar	Correas, gorras, gafas, bolso
Frutas loquillo	Frutas
Variedades el chino	gorras, relojerías, gafas
Variedades el mejor	Gorras, correa, cargadores, manos libres, miscelánea, hamaca, bolso, candados, navajas, extensiones.
Sin identificación	Bolsos, variedad
Variedades el mono	Electrodomésticos calzados
Taller óptico popular	Lentes y taller
Calzado	Calzado
Sin identificación	Relojería
Variedades Lucy	Calzados, bolso
Sin identificación	Calzado, bolsos
Variedades leila	Variedades. bolso calzado
Sin identificación	Calzado
Variedades Mónica	Calzado
Sin identificación	Relojes, gorras billeteras
Luis Jaramillo	Ropa, hamaca
Surti tenis	Calzado
NJ calzado	Calzado
Restaurante Juana	Desayunos, almuerzos
Sin identificación	Calzados
Sin identificación	Variedades
Karol electrodomésticos	Electrodomésticos
Kellybel	Variedades
Sin identificación	Variedades

Fuente. Elaboración propia resultado de las encuestas.

Una vez recolectada la información, se procesaron los datos mediante el uso del paquete estadístico SPSS 24, de igual forma se organizó información resultante de la visita en matrices, con el propósito de complementar lo encontrado en la visita de información adicional que reportaban los mismos comerciantes en cada caso y que no se encontraba en el instrumento de información (Arias & Betancur, 2020; Murcia, 2018).

RESULTADOS

Las redes sociales no solo han supuesto un gran avance a nivel tecnológico y social, sino que han llegado a convertirse en una herramienta clave de marketing para todo tipo de empresas.

Lo que empezó siendo como plataformas de ocio, para compartir pensamientos, fotografías y vídeos con amigos, es hoy en día una de las piezas clave de una estrategia de marketing digital. Actualmente, no solo se utilizan estas redes para estar en contacto con personas cercanas, sino que es la manera más directa que existe de comunicación con empresas de todos los sectores a nivel mundial, de ahí que los esfuerzos cada vez se centren más en posicionarlas como elemento imprescindible de cualquier estrategia de marketing online.

“La llegada de las redes sociales al panorama empresarial ha sido un fenómeno de enormes proporciones. Los cambios más representativos se encuentran en la dinámica que ha llegado a los escenarios económicos, exigiendo, entre otras cosas, mayor interacción entre las partes de interés. De esta manera, ahora es posible hacer negocios sin importar distancia, características, tiempo y espacio. En Colombia, el marketing digital está creciendo, por lo que las redes sociales bien gestionadas pueden ser un factor competitivo y diferenciador para empresas de todos los tamaños” (Chiquillo et al., 2018, p.4).

De acuerdo con otros referentes investigativos coinciden en la aplicación del marketing digital como estrategia para visibilizar y aumentar las ventas de sus productos. Arredondo (2017), concluye en su trabajo de grado que las empresas y los comerciantes deben apostarle a la implementación de la innovación y el mercadeo digital, con la finalidad de crear diferencias significativas, y así tomar ventajas competitivas frente a la competencia directa del mercado, por otra parte, el estudio “Anual de Redes Sociales de Madrid España” realizado por la empresa Elogia Marketing 4 ecom-

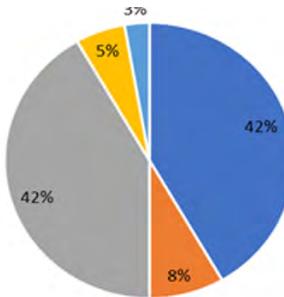
merce (2021, como se cita en Castro, 2017), destaca que las redes sociales más activas y que los usuarios invierten su tiempo diario son: facebook, Whatsapp, Twitter, YouTube e Instagram, siendo Facebook la red que más se consume a nivel mundial con un 100% en comparación con las demás redes sociales, seguida de WhatsApp con un 94%, e Instagram con un 83%, lo que coindice con los resultados de esta investigación, siendo en este caso WhatsApp y Facebook las redes que más conocen y usan con más frecuencia los comerciantes, así mismo, se evidencia que WhatsApp ocupa el primer lugar con 63,9%, seguido de Facebook con un 30,6% e Instagram con un 8,3%.

Por otra parte, Trejo - Gil (2020), encontró que los empresarios de algunas pymes inscritas a la Cámara de Comercio Aburrá Sur (CCAS) de Antioquia, Colombia, perciben la importancia del marketing digital, pero no lo aplican, ni intervienen estas tácticas en sus negocios como estrategia para levantarlos, por su parte, el sector comercial se comporta igual, lo que indica la particularidad del comportamiento en este sector empresarial. Del mismo modo, podemos evidenciar en los resultados de esta investigación que la mayor parte de los comerciantes utilizan muy poco las redes sociales para comercializar sus productos o servicios, lo que constituye que la falta de ausencia de las estrategias de marketing digital puede generar fracaso empresarial.

Al analizar las respuestas obtenidas por los comerciantes en cuanto si consideran importante las redes sociales para vender sus productos, el 50% piensa que mucho, lo que nos prevé un buen índice de crear la necesidad de utilizar el marketing digital en sus negocios, lo anterior es coherente, con lo expuesto por Rendón et al. (2022) en los resultados de las entrevistas realizadas (ver figura 1), la utilización de estas estrategias y medios ayudan a las empresas a generar reconocimiento, al crecimiento de la marca y posesión de la misma, a la importancia de las redes sociales y a tener un seguimiento óptimo de todos los procesos y, sobre todo, ir a la vanguardia del mercado, lo cual es importante para las empresas.

Figura 1

Tipos de productos o servicio que ofrece

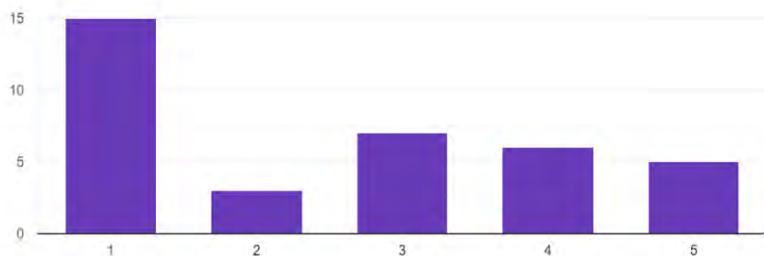


Con relación a los tipos de productos o servicios que ofrecen, de los 36 comerciantes encuestados el 42% se dedica a la venta de variedades (ropa, bolsos, relojes, correas, entre otros), el 42% se dedica a la venta de calzado, el 8% a la venta de accesorios (tecnológicos), el 5% electrodomésticos y el 3% comidas (desayunos, almuerzos). Teniendo en cuenta lo anterior la mayor parte de los comerciantes se dedican a los productos de calzado y variedades.

Figura 2

Uso o manejo de las redes sociales

1. En una escala de 1 a 5(donde 1 es muy poco y 5 mucho) ¿Utiliza o maneja las redes sociales?
36 respuestas



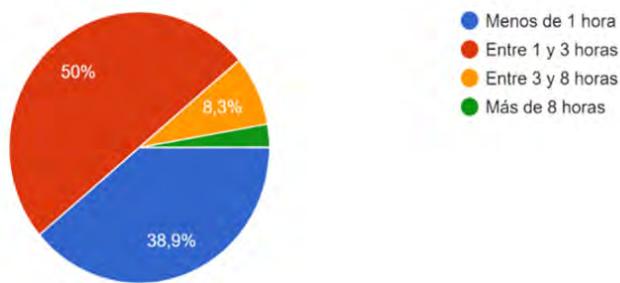
Con base en la pregunta sobre el uso o manejo de redes sociales, se puede observar en la figura que los comerciantes encuestados respondieron que muy poco utiliza las redes sociales (41,7%), sin embargo, el 13,9% (5) de los comerciantes lo utilizan mucho, siendo este último porcentaje significativo, debido a que nos muestra que los negocios del paseo de las flores en su mayoría no tienden a realizar publicidad a los productos o servicios que ofrece.

Figura 3

Frecuencia del uso de las redes sociales

2. Con que frecuencia utiliza las redes sociales. (# de horas diarias)

36 respuestas



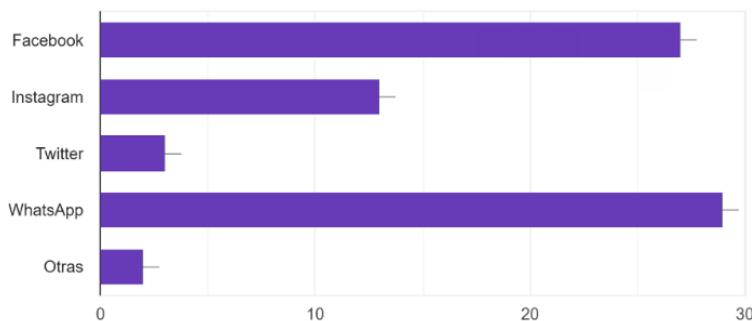
En cuanto a la frecuencia de uso sobre las redes sociales en los comerciantes, el 50% dice utilizar las redes entre 1 y 3 horas, el 38,9% las utiliza menos de 1 horas, el 8,3% entre 3 y 8 horas y el 2,8% las utiliza más de 8 horas.

Figura 4

Conocimiento de las redes sociales

3. ¿Qué tipos de redes sociales conoce?

36 respuestas



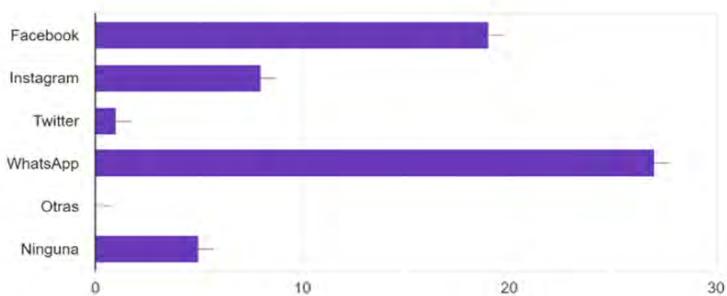
En cuanto a qué tipo de redes sociales conocen los comerciantes, se puede observar en la figura que WhatsApp, Facebook e Instagram son las redes más conocidas en el sector de los comerciantes, sin embargo, WhatsApp es la red que más conocen (80,6%), seguido de Facebook (75%), Instagram (36,1%), Twitter (8,3%) u otras 5,6%.

Figura 5

Tipo de redes sociales que usan

4. ¿Cuáles tipos de redes sociales usa?

36 respuestas



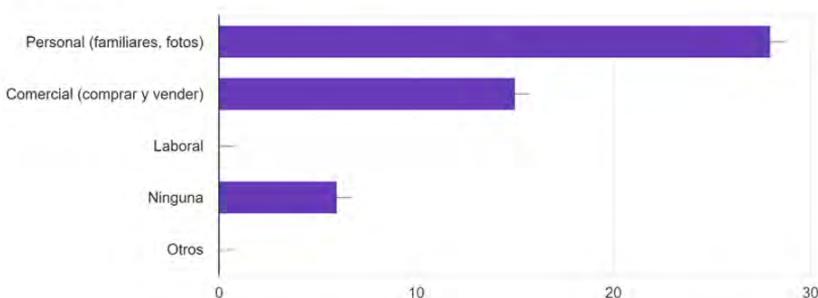
Con base en esta pregunta y en la pregunta anterior existe similitud en las respuestas ya que las redes que más conocen son WhatsApp, Facebook e Instagram, y en cuanto al uso WhatsApp es la que más usan (75%), seguido de Facebook (52,8%), Instagram 22,2% y Twitter 2,8% sin embargo, el 13,9% de los comerciantes dicen que no usan ninguna red social.

Figura 6

Uso de las redes sociales

5. ¿Qué uso le da usted a sus redes sociales?

36 respuestas



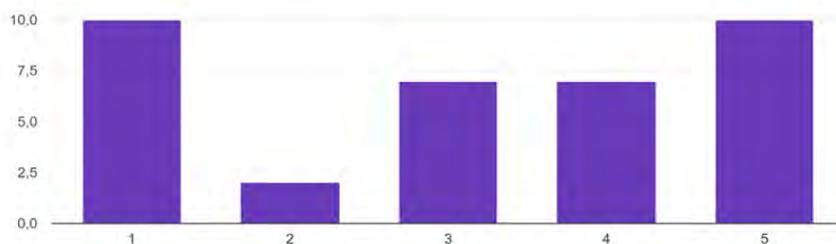
Con relación a qué uso les dan los comerciantes a las redes sociales, se evidencia que la mayor parte de ellos usan las redes sociales de manera personal (77,8%) y el 41,7% los usan para comprar y vender sus productos, sin embargo, el 16,7% no le da uso a ninguna red social. Lo anterior nos hace inferir que la mayor parte de los comerciantes no aprovechan la oportunidad de utilizar sus redes para generar cambios en sus negocios como: atraer clientes nuevos, así mismo, como crear nuevos mecanismos de ventas.

Figura 7

Uso de redes sociales para comercializar los productos

6. En una escala de 1 a 5 (donde 1 es muy poco y 5 mucho) Utilizaría las redes sociales para comercializar los productos que ofrece.

36 respuestas



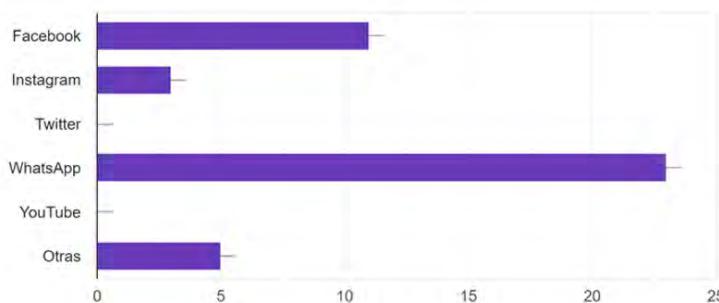
En cuanto a las respuestas de esta pregunta, se observa que el 27,8% dice que utilizaría muy poco las redes para comercializar sus productos, sin embargo, el otro 27,8% dice que la utilizaría mucho, lo que nos ayuda a llevar a cabo las estrategias de marketing digital en la población objeto de estudio y así poder generar un impacto en sus negocios.

Figura 8

Uso de redes sociales con más frecuencia

7. ¿Cuál usa con más frecuencia?

36 respuestas

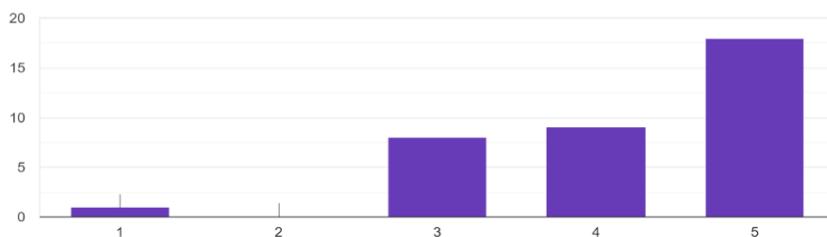


Con base en esta pregunta, se puede observar que las respuestas coinciden con las preguntas 3 y 4, ya que WhatsApp y Facebook son las redes que más conocen y usan con más frecuencias los comerciantes, así mismo, se evidencia que WhatsApp sigue estando en primer lugar (63,9%), seguido de Facebook (30,6%), Instagram (8,3%) u otras el 13,9%, siendo este último resultado mayor en comparación con la red social Instagram.

Figura 9

Importancia de las redes sociales para vender productos

8. En una escala de 1 a 5(donde 1 es muy poco y 5 mucho) ¿Considera que las redes sociales son importantes para vender los productos?
36 respuestas

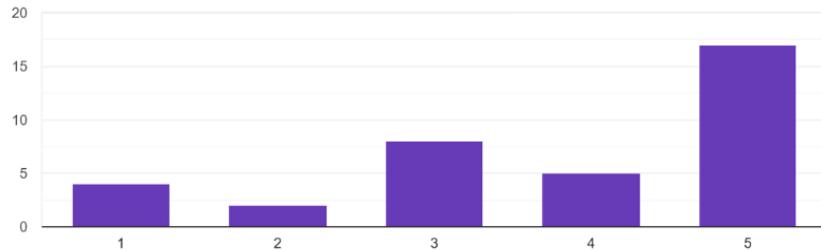


Teniendo en cuenta la pregunta ¿considera que las redes sociales son importantes para vender los productos?, se observa en la figura el que 50% respondió que mucho, sin embargo, el 2.8% respondió que muy poco, lo que nos permite identificar que la mayor parte de los comerciantes reconoce que las redes sociales son una estrategia que permite mejorar la comercialización de sus productos, y poder incrementar las ventas, la visibilidad y competitividad en el mercado.

Figura 10

Disposición de capacitaciones del manejo de las redes sociales

9. En una escala de 1 a 5(donde 1 es muy poco y 5 mucho) ¿Estaría dispuesto a recibir capacitaciones del manejo de las redes sociales?
36 respuestas



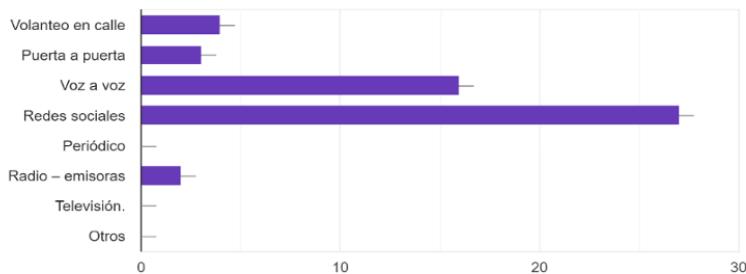
En cuanto a la disposición de los comerciantes para recibir capacitaciones del manejo de las redes sociales el 47,2% respondió mucho, y el 11,1% muy poco, lo que nos muestra que la mayor parte de los comerciantes se interesan en innovar con las redes sociales sus negocios lo que nos permite abarcar la temática de este proyecto a cabalidad.

Figura 11

Medio publicitario más efectivo

10. Para usted cual es el medio publicitario más efectivo para realizar atraer los clientes a su negocio.

36 respuestas



Con base en el medio publicitario más efectivo para atraer clientes a su negocio, se puede observar en la figura que el 75% escogió redes sociales, el 44,4% voz a voz, el 11,1% volanteo en la calle, 8,3% puerta a puerta y el 5,6% radio y emisoras. Lo anterior no rectifica que la estrategia a implementar permitirá a los comerciantes acercarse más a su cliente y potenciar sus productos y servicios, y así mismo poder interactuar con ellos.

CONCLUSIONES

Es notorio el bajo grado de adopción tecnológica que presentan los vendedores informales de la zona del paseo de las flores en la ciudad de Montería, los cuales reportaron no conocer de forma amplia el uso y las posibilidades que traerán las estrategias de marketing digital para el complemento o impulso de sus emprendimientos actuales que en la mayoría se categorizan por necesidad según lo establecido por el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), denotando además una baja preparación para la transformación tecnológica de sus negocios.

Los comerciantes reconocen la necesidad de ir en sintonía con los cambios tecnológicos y presentan una gran disposición para capacitarse, sin embargo, la preparación y los esfuerzos solo se centran en el comercio formal, lo cual puede acrecentar la brecha tecnológica y con ello, el aumento de los niveles de pobreza y desigualdad, si se continúan haciendo las cosas de la misma forma.

Urge una fuerte respuesta institucional que permita una intervención

estratégica de acompañamiento para mejorar las posibilidades de estos pequeños negocios de sobrevivir, crecer y prosperar en un ambiente que avanza y se torna hostil.

Los hallazgos encontrados nos permiten evidenciar las redes sociales más usadas por ellos sienten este un insumo generador de estrategias atractivas en los comerciantes como una opción para darse a conocer a través de los medios digitales y así poderlas llevar a cabo dentro de sus negocios como tendencia de crecimiento en el sector comercial.

LISTA DE REFERENCIA

- Gates, B., & Bravo, J. A. (1999). *Los negocios en la era digital*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Herradón, A. (2009). *Marketing electrónico para pymes*. México: Alfaomega.
- Kotler, P. Et al. (2015). Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, Recuperado de http://www.ciando.com/img/books/extract/111934106X_lp.pdf
- Arredondo, J. C. (2017). *El marketing digital: una solución estratégica para las microempresas*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/16196>.
- Arias, F., & Betancur, O. (2020). Guía para el autor de estudios de caso : cómo investigar , escribir , enseñar y evaluar Case study author ' s guide : how to research , write , teach and evaluate. *Revista Educación y Sociedad*, 1(2), 35–48.
- Castro Gomez, L. T. (2017). *Estudio sobre el impacto comercial del marketing digital y comercio electrónico en el mercado global y en Colombia en los últimos 10 años*.
- Castro Guiza, O. E. (2017). La indecencia del trabajo informal en Colombia. *Justicia*, 23(33), 200–223. <https://doi.org/10.17081/just.23.33.2889>
- Codina, Ll. (2018). Sistemas de búsqueda y obtención de información: componentes y evolución. *Anuario ThinkEPI*, 12, 77. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.06>
- Coppock, A., & McClellan, O. A. (2019). Validating the demographic, political, psychological, and experimental results obtained from a new source of online survey respondents. *Research & Politics*, 6(1), 205316801882217. <https://doi.org/10.1177/2053168018822174>
- DNP. (2019). Aproximación al impacto de las TIC en la desigualdad de in-

- gresos en Colombia. *In DNP* (Vol. 7, Issue 1). Departamento Nacional de Planeación.
- Escuder, S. (2019). Regionalization of the digital gap. Development of ICT infrastructure in Latin America and Uruguay. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 9(17). <https://doi.org/10.32870/Pk.a9n17.356>
- Garzón-Duque, M. O., Cardona-Arango, M. D., Rodríguez-Ospina, F. L., & Egura-Cardona, A. M. (2017). Informality and employment vulnerability: application in sellers with subsistence work. *Revista de Salud Pública*, 51, 89. <https://doi.org/10.11606/S1518-8787.2017051006864>
- Golberg, J. (2021). Brick And Mortar Sales Grew Faster Than E-Commerce In 2021. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jasongolberg/2022/02/16/brick-and-mortar-sales-grew-faster-than-e-commerce-in-2021/?sh=2b111755dde5>
- Hallikainen, H., Savimäki, E., & Laukkanen, T. (2020). Fostering B2B sales with customer big data analytics. *Industrial Marketing Management*, 86, 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.12.005>
- Hernández Sampieri, E. (2014). *Metodología de la investigación*. Mac Graw Hill.
- Martinez, R., Palma, A., & Velasquez, A. (2020). *Revolución tecnológica e inclusión social*. CEPAL.
- Minnaar, L., & Heystek, J. (2016). Online Surveys as Data Collection Instruments in Education Research: A Feasible Option? *South African Journal of Higher Education*, 27(1). <https://doi.org/10.20853/27-1-233>
- Murcia, J. A. (2018). La construcción del sistema categorial en la investigación: pistas metodológicas a partir del estudio de una política pública. *Estudios de Derecho*, 74(163), 75–106. <https://doi.org/10.17533/udea.esde.v74n163a04>

Olarte, M., Bermudez, Y., García, G., Delgado, P., Montealegre, F., & Rojas, H. (2020). *Comercio informal callejero: un insumo para políticas públicas*. Universidad Cooperativa de Colombia.

Redón Londoño, L.M., Ospina Londoño, Y., Palacio Pareja, M., Arcila Acosta, C.A, y Bermeo Giraldo, M.G. (2022). Factores perceptuales del uso del marketing digital en pequeñas y medianas empresas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 18(35).

Salazar, C. (2022, January 14). *Más de 5,65 millones de colombianos trabajaron en la informalidad a noviembre de 2021*. <https://www.larepublica.co/economia/mas-de-5-65-millones-de-colombianos-trabajaron-de-forma-a-noviembre-de-2021-3286635>

Torres, A. (2017). *Brecha digital, un obstáculo al bienestar en los países emergentes*. <https://www.bbva.com/es/brecha-digital-obstaculo-al-bienestar-los-paises-emergentes/>

Trejos-Gil, C. A. (2020). Pertinencia del marketing digital en las empresas de Aburrá Sur. *Revista EAN*, (88), 81-101.

Implementación de un plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos de una institución de educación superior en Montería⁶

Merjoury Ballesteros Herrera *
Anyela María Acosta Gómez **
Jhennys Paola Becerra Ossa ***

RESUMEN

Todas las organizaciones son influenciadas positiva o negativamente a través del entorno, es por esto la importancia de identificar los riesgos que pueden influir en el comportamiento de las empresas. Este capítulo de libro es resultado de una investigación rigurosa desarrollada en una institución de educación superior de la ciudad de Montería. Cuyo objetivo principal fue implementar un plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos en la empresa objeto de estudio, para esto se utilizó una investigación descriptiva - aplicada con enfoque cualitativo, donde se indagó sobre los fundamentos teóricos de la gestión del riesgo, así como las herramientas implementadas para la identificación de estos riesgos y los mecanismos usados para tratarlos.

Lo anterior permitió la formación de un equipo de trabajo por proceso obteniendo como resultado la caracterización de cada proceso e identificación de los riesgos y las respectivas acciones para mitigar o evitar que dichos riesgos se materialicen, las cuales se registran en el plan de mejoramiento.

PALABRAS CLAVE

Controles, Gestión del riesgo, Plan de mejoramiento, Riesgos residuales.

⁶ Capítulo de libro resultado de investigación. Producto Colaborativo de los grupos de investigación Gestión e Innovación * Administradora de empresas, Ingeniera agroindustrial, Especialista en gerencia de proyectos en inteligencia de negocios, MSc dirección estratégica especialidad gerencia. Corporación Universitaria Americana. Correo electrónico e-mail: mherrera@americana.edu.co

** Ingeniera de alimentos, MBA, especialista en administración total de la calidad, Universidad de Córdoba, anyeacosta@hotmail.com

*** Ingeniera de alimentos, MSc. En pedagogía en el aula, Corporación Universitaria Americana. Correo electrónico e-mail: jbecerra@coruniamericana.edu.co

ABSTRACT

All organization are influenced positively or negatively through the environment, for that reason, it is important to identify the risk that can influence the behavior of the companies. This book chapter is the result of a rigorous research carried out in a higher education institute in the city of Monteria. The main objective was to implement an improvement plan for the risk management project in the company under study, that is why a descriptive research was used – applied with a qualitative approach, where the theoretical backgrounds of risk management were investigated, as well as the tools implemented to identify these risks and the mechanism used to deal with them.

This collected information allowed the formation of a team work by process, obtaining as a result the characterization of each process and the identification of risks and the appropriate actions to mitigate or prevent risks from materializing, which are recorded in the improvement plan.

KEYWORDS

Controls, Risk management, Improvement plan, Residual risks.

INTRODUCCIÓN

La Institución donde se centra la presente investigación, es una institución de Educación Superior regida por el Ministerio de Educación Nacional y perteneciente al nivel superior de formación profesional en Colombia. Desde su creación ha estado sometida a eventos que han generado pérdidas desde económicas hasta de infraestructura física por motivo que dichos eventos no han sido tratados. “Las organizaciones de todo tipo y tamaño enfrentan factores e influencias, internas y externas, que crean incertidumbre sobre si ellas lograrán o no sus objetivos. El efecto que esta incertidumbre tiene en los objetivos de una organización es el riesgo” (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación [ICONTEC], 2011).

En la actualidad la institución objeto de estudio está implementando el proyecto de gestión de riesgos, sin embargo, no ha implementado un plan de mejoramiento que ayude a mitigar los riesgos residuales de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo. No obstante, la entidad sabe lo importante que es identificar y mitigar los riesgos y que al tratar de hacerlo se presentan dificultades en el análisis, seguimiento, control y mejoramiento de los mismos, lo que dentro del Sistema de gestión de calidad es muy importante.

La Institución desde su enfoque estratégico precisa reconocer, que de no llevar a cabo investigaciones, estrategias y metodologías que contribuyan al desarrollo del mejoramiento de las acciones para mitigar los riesgos, tendrá un efecto negativo en el desarrollo de la calidad de su servicio educativo y por ende en la continuidad de la prestación, el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la misión y visión institucional.

Todas las instituciones de educación superior están sujetas al impacto de los riesgos que afectan su rumbo institucional, dado el alto dinamismo, la incertidumbre y complejidad del entorno y las propias condiciones internas. Por tanto, implementar un plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos es una herramienta que puede apoyar y mejorar la calidad de la gestión universitaria, a través de la implementación de acciones preventivas y de mejora para enfrentar los efectos que puedan afectar la continuidad del servicio educativo (Almuñás y Galarza, 2016).

En el caso particular de la Corporación que se está estudiando, también

es vulnerable al impacto de un conjunto de riesgos que afectan su misión institucional, lo anterior por consecuencia del entorno dinámico, la incertidumbre y complejidad de este, además conlleva a que se vea afectada por no contar con métodos preventivos y de mejora que ayuden al control, análisis e identificación de los riesgos (Rodríguez et al.,2013).

Actualmente no existe un plan de mejoramiento específico para aplicar en el proyecto de gestión del riesgo, además se presentan dificultades en el análisis, seguimiento, control y mejora de la gestión de calidad, debido a que las disposiciones oficiales sobre estos temas son muy recientes y en la práctica las instituciones educativas del país se encuentran en una fase incipiente, en la adopción, aplicación e integración de estas políticas a su estructura organizativa.

Buscando conocer el panorama real de riesgos de la Corporación, ante la materialización de eventos no deseados, generación de riesgos residuales, y prepararse ante ellos se formula el siguiente problema: ¿Cómo mejorar la generación de riesgos residuales en una Institución Universitaria ubicada en la ciudad de Montería?

Para dar respuesta al interrogante anterior, se estableció un marco de referencia enfocado en los antecedentes conceptuales y teóricos dentro de los que se destaca la gestión de riesgos, plan de gestión de riesgos, plan de mejoramiento, Normas ISO 9000, ciclo PHVA, gestión por procesos, herramientas de análisis de causas para el plan de mejoramiento de procesos, entre otros.

Ahora bien, para darle fundamento a la investigación se procedió a la indagación de los antecedentes entre los que se encuentra Cisneros y Ruiz (2012), la cual tuvo como objetivo proponer un modelo de mejora continua de los procesos en el laboratorio PROTAL – ESPOL, basado en la integración de un sistema ISO/IEC 17025:2005 con un sistema ISO 9001:2008 que minimice los procesos que no agreguen valor. Para alcanzar dicho objetivo, los autores realizaron una etapa diagnóstica a través de la utilización de una lista de verificación integrada con la Norma ISO 9001 y la ISO 17025, esto permitió identificar las falencias del sistema de gestión, dando como resultado la propuesta de mejora; la cual consistió en la composición del comité de calidad, elección del líder de calidad, realización de reuniones para identificar los problemas y las posibles ideas de mejora, a través de un registro de generación de ideas de mejora. Se concluyó en la impor-

tancia de la conformación de un equipo de trabajo y de la generación de lluvia de ideas para fortalecer el sistema integrado de calidad.

Por otro lado, Álzate – Ibáñez (2017) realizó una investigación que se enfocó en determinar los principales cambios de la nueva versión de la norma ISO 9001:2015, planteando una metodología de tipo descriptiva de análisis documental. Dicha investigación arrojó primeramente que la ISO 9001: 2015 obliga a las organizaciones a establecer acciones para identificar los riesgos que pueden afectar los objetivos organizacionales. Los cuales se deben identificar a través de un análisis de causas y consecuencias que pueden traer la materialización de un riesgo inherente; luego se prioriza el riesgo mediante una valorización, según el nivel de riesgo o criticidad. Los autores expresan que dentro de las metodologías para abordar la probabilidad de ocurrencia y el impacto se tomaron en cuenta: la PMI (Proyect Management Institute), herramienta análisis modal de fallos y efectos (AMEF), metodología Enterprise Risk Management (ERM) y para el análisis de riesgos estratégicos, se tuvo en cuenta la matriz DOFA. Por tanto, los autores concluyeron que es primordial identificar los riesgos, luego priorizarlos y tratarlos, aplicando las metodologías descritas como herramientas de gestión, y que deben ajustarse a cada organización.

Así mismo, Garlindez (2019) cuyo objetivo principal fue implementar el modelo integrado de planeación y gestión “MIPG”, para la dimensión de talento humano en la oficina de gestión social y asuntos poblaciones de la gobernación del Departamento del Cauca; para lo cual se implementó una investigación de tipo cualitativo bajo el método inductivo y deductivo. Lo anterior arrojó como resultado la integridad en la administración de los recursos públicos; en la etapa de implementación del MIPG se realizó la adecuación de la institucionalidad, se ejecutó el listado maestro de documentos de calidad estableciendo los macroprocesos y documentos necesarios para la realización del proyecto. Todo lo anterior, mostró inexactitud del ciclo PHVA, los macroprocesos no estaban caracterizados e insuficiencia de personal, por lo tanto, los autores llegaron a la conclusión que es necesario caracterizar los macroprocesos, teniendo claridad de cuáles son las entradas y las salidas, así como determinar la documentación pertinente para el sistema integrado de aseguramiento de la calidad.

Por otro lado, Álvarez y Arango (2020) realizaron una investigación cuyo objetivo general es proponer un programa para definir los controles con el fin de minimizar el riesgo de corrupción en el proceso de compras de una empresa de sector servicios en la ciudad de Buenaventura para el año 2020,

utilizando para ello una investigación de tipo descriptivo partiendo de una revisión de literatura y documentación, así como el uso de fuentes secundarias de revisión documental del departamento objeto de estudio. Esto dio como resultado la identificación de los actores que intervienen en el proceso de compras, la determinación de los riesgos de corrupción en cuyo proceso usando para esto la matriz DOFA, se realizó un análisis del riesgo determinando la probabilidad de ocurrencia y el impacto generado al proceso, eso permitió valorar el riesgo inherente determinando su tratamiento. Luego, los autores realizaron los controles para identificar los riesgos de corrupción en el proceso objeto de estudio, los cuales se dividieron en preventivo, detectivo, correctivo. Así mismo, se definieron los tratamientos para los riesgos residuales en: evitar, transferir o asumir. Lo que conlleva a concluir que el proceso tenía muchas informalidades y los actores que intervienen eran reducidos, debido a no contar con lineamientos claros para realizar una buena gestión en el proceso.

Teniendo en cuenta lo anterior se estableció como objetivo general: implementar un plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos de una Institución de Educación Superior en Montería; utilizando para ello una metodología enfocada en una investigación aplicada, tomando como población los procesos de la institución objeto de estudio, y como unidad muestral, los procesos misionales: educación y formación, extensión y proyección e investigación.

Lo cual permitió abordar diferentes conceptos y teorías que sustentaron la investigación, como menciona Piattini y Del Peso (2001) que definieron, “la gestión de riesgos se trata de identificar los riesgos, cuantificar su probabilidad e impacto, y analizar medidas que los eliminen, lo que por naturaleza no es posible, a no ser que se deje de ejecutar la actividad que lo origina, o que disminuyan la probabilidad de que ocurran los hechos o mitiguen el impacto” (p.132). Dando a entender que para que se realice una gestión del riesgo es necesario identificar, cuantificar y analizar qué medidas se deben implementar para disminuir su materialización o en su defecto, eliminarlo. Que va de la mano con lo establecido en las Normas ISO 9000, las cuales constituyen un modelo para la implementación de la gestión de calidad en los procesos académicos y administrativos en las Instituciones de Educación Superior (Farro, 2012). Además, las normas ISO son un compendio de normas que ayudan a las organizaciones a tener un sistema de aseguramiento de calidad que garantice una correcta prestación de un servicio. En ese sentido, se tiene que la ISO 9000 se refiere a los fundamentos, principios y concep-

tos; ISO 9001 son los requisitos del sistema de aseguramiento de la calidad; ISO 9004 hace referencia a los planes de mejora, y la ISO 19011 indica todo lo referente a la auditoría de la calidad. Quiere decir que la implementación de este tipo de normas permite en las empresas tener un sistema de aseguramiento de la calidad acorde con los estándares establecidos.

DESARROLLO

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolló en esta monografía fue la investigación aplicada que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. Esta investigación tiene el propósito de resolver o mejorar la problemática evidenciada en la institución objeto de estudio, a fin de comprobar un método o modelo mediante la aplicación innovadora y creativa de una propuesta de intervención, en este caso de índole Orientadora.

Población

La población hace referencia al universo de elementos que conforman de manera directa o indirecta la problemática evidenciada (Hernández et. al, 2014), en ese sentido todos los procesos de la Corporación objeto de estudio.

Procesos misionales

Inclusión y retención, Educación y formación, investigación y extensión y proyección social.

Procesos de apoyo

Gestión admisiones y registro, Gestión bienestar institucional, Gestión talento humano, Gestión de las TIC, Gestión administrativa y financiera, Gestión mercadeo y comunicaciones.

Procesos estratégicos

Direccionamiento estratégico y calidad e internacionalización.

Muestra

El tipo de muestreo es no estadístico (juicio de expertos), el cual tiene como característica principal que es el investigador quien decide, no únicamente qué procesos formarán parte de la muestra, sino también cuál será el tamaño de esta (Palacios y Pedro, 2007). Para el caso del presente proyecto se tomará como muestra los procesos misionales educación y formación, extensión y proyección social e investigación.

Cronograma de trabajo

El cronograma de trabajo para el desarrollo de esta investigación se dividido por semanas, desde el mes de enero del 2022 hasta el mes de junio 2022, se describe todas las fases que desarrolla la investigación como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1

Cronograma de actividades para el desarrollo del trabajo dirigido

Actividades a Desarrollar	semana	Tiempo del Proyecto en Meses (enero-junio) 2022					
		1-ene	2-feb	3-mar	4-abr	5-may	6-jun
Fase1: Seguimiento del proyecto de gestión de riesgo en los procesos de la institución.	4	X					
Fase2: Identificación y tratamiento de los riesgos residuales.	4		X				
Fase3: Estructuración del plan de mejoramiento plan de mejoramiento sobre los riesgos en los cuales los controles no fueron efectivos	4			X			
Fase 4: Realizar una propuesta de implementación de plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos de la institución para mitigar los efectos de los mismos.	16				X	X	X

Fuente. Elaboración propia.

Procedimiento

Fase 1: Seguimiento del proyecto de gestión de riesgo en los procesos de la institución. Para el desarrollo de esta fase 1 seguimiento del proyecto de

gestión de riesgo se tendrá en cuenta los procesos descritos en el alcance como lo son el proceso de educación y formación, extensión y proyección social e investigación. Los métodos de recolección de datos que se utilizaron en esta investigación fueron:

Para el seguimiento del proyecto de gestión de riesgo en los procesos de la institución se enfatizó según el alcance de esta investigación en los procesos de educación y formación, extensión y proyección social e investigación, el método de diagnóstico utilizado para la recolección de información fue la entrevista, la cual es una técnica cualitativa de recogida de datos en la que el investigador toma el rol de entrevistador, y entrevista a un sujeto a fin de obtener la información pertinente que dé respuesta a la problemática estudiada. Esta entrevista, se puede llevar de manera formal, con preguntas previamente establecidas, donde el entrevistado es el protagonista.

En esta investigación se realizan entrevistas no estructuradas o libres tienen como finalidad obtener datos en un área desconocida que puede ser de gran interés para el público o por la investigación. Dan un margen de libertad muy amplio al entrevistado, dado que esta se construye a medida que el sujeto responde.

Fase 2: Identificación y tratamiento de los riesgos residuales. Para la identificación y tratamiento de los riesgos residuales se realizará teniendo en cuenta el procedimiento descrito por la Corporación estudiada, el cual se describe a continuación:

- Identificación de los riesgos

Para la identificación del riesgo se determinaron las causas de las fuentes de riesgos y los eventos con sus posibles consecuencias, teniendo en cuenta los factores internos y/o externos que pudieron afectar el logro de los objetivos de los procesos y a la *Institución objeto de estudio*. Las preguntas que ayudaron a realizar la tormenta de ideas en la identificación del riesgo estarán orientadas a determinar: ¿qué puede suceder?; ¿Cómo puede suceder?; ¿Cuándo puede suceder?; ¿Qué consecuencias tendría su materialización (DAFP, 2020)?

El formato que se utilizó para registrar las partes interesadas es el que se muestra en la tabla 2

Tabla 2*Formato de Identificación de los riesgos*

Proceso	Evento	Año	Tipología del Riesgo (DAFP)	Riesgo Inherente	Efecto o Pérdida
---------	--------	-----	-----------------------------	------------------	------------------

Fuente. Elaboración propia

En el formato identificación de los riesgos mencionado anteriormente se diligencio para todos los procesos dentro del alcance de esta investigación y se registró los eventos, el posible riesgo, la parte interesada a quien afecta el riesgo, la fuente quien lo origina y los efectos que causa.

- Análisis y evaluación del riesgo: probabilidad, impacto y zona de riesgo.

Cuantificación y Valoración de riesgos

Para la valoración del riesgo en la Corporación se estableció la probabilidad de ocurrencia del riesgo y el nivel de consecuencia o impacto, con el fin de estimar la zona de riesgo inicial (Riesgo Inherente), las acciones que se implementaron y la evaluación de los riesgos enfrentaron los resultados del análisis de riesgo inicial frente a los controles establecidos, con el fin de determinar la zona de riesgo final (DAFP, 2020). Para evaluar la probabilidad, el impacto y la zona de calor se utilizarán los criterios descritos en las tablas 3, 4 y 5 respectivamente.

Para la cuantificación de riesgos se realizó el análisis cualitativo de riesgos el cual evalúo el impacto y la probabilidad de ocurrencia de los riesgos utilizando métodos cualitativos y análisis cuantitativo de riesgos que se refiere a la multiplicación matemática de la probabilidad de ocurrencia de cada riesgo por su impacto, finalmente se tomaron como prioritarios los valorados en zona de riesgo inaceptable. (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, 2008).

Tabla 3
Probabilidad del riesgo

Categoría	Probabilidad
Muy Alta 4	Muy Factible que el hecho se presente, no existen controles en el proceso, se han reportado casos. Más de 10 casos en 8 días
Alta 3	Factible que el hecho se presente, no existen controles en el proceso, se han reportado casos. Entre 1 y 10 casos en 15 días
Media 2	Es factible que el hecho se presente, existen parcialmente controles. Un caso entre 1 y 6 meses
Baja 1	Es poco factible que el hecho se presente, existen controles efectivos, no ha ocurrido ningún caso hasta la actualidad, Un caso entre 6 y 12 meses

Fuente. Elaboración propia a partir de Mejía. (2004) con modificaciones.

Tabla 4
Impacto del riesgo

Categoría	Impacto/Severidad
Catastrófica 50	<p>Alto Impacto sobre la institución</p> <p>Parte interesada: incidencia crítica que afecta directamente el cliente o parte interesada (podría ocasionar pérdida del vínculo, reclamación, queja, denuncia, reputación de marca, perdida de la relación).</p> <p>Servicio/Producto: Una incidencia interna que podría ocasionar un servicio no conforme con seguridad de perder al cliente.</p> <p>Proceso/Organización: Es un riesgo que afecta directamente el objetivo del proceso o la continuidad del negocio de la organización.</p>
Grave 20	<p>Alto Impacto sobre la institución</p> <p>Parte interesada: incidencia que afecta directamente el cliente o parte interesada.</p> <p>Servicio/Producto: Una incidencia interna que podría ocasionar un servicio no conforme con posibilidad de llegar al cliente.</p> <p>Proceso/Organización: Es un riesgo que afecta significativamente el objetivo del proceso o la continuidad del negocio de la organización.</p>
Moderado 10	<p>Medio impacto o efecto sobre la Institución</p> <p>Parte interesada: el cliente o parte interesada puede percibir el fallo o potencial incidencia con los controles actuales y originar insatisfacción leve.</p> <p>Servicio/Producto: Una incidencia interna que afecta parcialmente el cumplimiento de los requisitos del producto o servicio.</p> <p>Proceso/Organización: Es un riesgo que afecta levemente el objetivo del proceso o la continuidad del negocio de la organización.</p>
Leve 5	<p>Leve impacto o efecto sobre la Institución.</p> <p>Parte interesada: el cliente o parte interesada no percibe el fallo o potencial incidencia por los controles actuales.</p> <p>Servicio/Producto: Una incidencia interna que no afecta directamente el cumplimiento de los requisitos del producto o servicio.</p> <p>Proceso/Organización: Es un riesgo que no afecta significativamente el objetivo del proceso o la continuidad del negocio de la organización.</p>

Tabla 5*Mapa de calor de zona de riesgos*

Probabilidad Leve 5		Impacto			
		Moderado	Grave	Catastrófico	
		10	20	40	
4	Muy Alta	Tolerable 20 Reducir Proteger	Grave 40 Reducir Proteger Compartir	Inaceptable 80 Evitar, Proteger Compartir	Inaceptable 160 Evitar Proteger Compartir
3	Alta	Tolerable 15 Reducir	Grave 30 Reducir Proteger Compartir	Grave 60 Reducir Proteger Compartir	Inaceptable 120 Evi- tar, Proteger Com- partir
2	Media	Tolerable 10 Aceptar Reducir	Tolerable 20 Reducir Pro- teger	Grave 40 Reducir Proteger Compartir	Inaceptable 80 Evitar Proteger Compartir
1	Baja	Tolerable 5 Aceptar	Tolerable 10 Aceptar Reducir	Tolerable 20 Reducir Proteger Compartir	Graves 50 Redu- cir Proteger Com- partir

Fuente. Elaboración propia a partir de Mejía (2004) con modificaciones.

- Analizar resultados y priorizar el campo de acción para la gestión del riesgo

Luego de la cuantificación y valoración de los riesgos se analizaron los resultados que quedaron en la zona de inaceptable del mapa de calor de zonas de riesgo. El formato para registrar la cuantificación y valoración de los riesgos identificados se observa en la tabla 6.

Tabla 6*Formato para la cuantificación y valoración de los riesgos identificados*

Probabi- dad	Impacto	Cuantificación del Riesgo (Probabilidad x Impacto)	Zona de Riesgo

Fuente. Elaboración propia a partir de (Mejía., 2004) con modificaciones.

El anterior formato se diligencio para todos los procesos con sus riesgos ya identificados, se estableció los controles preventivos, se registró la probabilidad y el impacto, además se cuantificó el riesgo y se obtuvo del resultado de multiplicar el valor numérico correspondiente descrito en la tabla 5 mapa de calor de zona de riesgo de la probabilidad y el impacto, seguidamente con base en este resultado se determinó la zona de riesgo en la que está ubicado el riesgo.

- Tratamiento: Acciones, responsables, recursos, fecha de inicio y final.

Control y Monitoreo de los Riesgos Priorizados (Tratamiento del riesgo)

A la hora de evaluar las opciones existentes en materia de tratamiento del riesgo, los líderes de los procesos tuvieron en cuenta la importancia del riesgo, lo cual incluye el efecto que puede tener sobre la Corporación, la probabilidad e impacto de las medidas de tratamiento, además para este paso se tuvo en cuenta sólo los riesgos en las zonas inaceptables. Dentro de las opciones de tratamiento del riesgo, que se utilizan en el desarrollo del trabajo según DAFF (2020) son:

- Evitar el riesgo, pues es la primera alternativa que se debe considerar, y esto solo se logra cuando la organización al interior de sus procesos realiza cambios que son necesarios y sustanciales para el mejoramiento. Por ejemplo: el control de calidad, manejo de los insumos, mantenimiento preventivo de los equipos, desarrollo tecnológico, etc.
- Mitigar el riesgo, para esto es necesario que la organización ejecute medidas encaminadas a disminuir tanto la probabilidad (medidas de prevención), como el impacto (medidas de protección). Por ejemplo: a través de la optimización de los procedimientos y la implementación de controles.
- Compartir o transferir el riesgo, esta estrategia reduce su efecto a través del traspaso de las pérdidas a otras organizaciones, ya que el riesgo no recae sobre una sola organización, sino que es compartido entre dos o más. Por ejemplo, la información de gran importancia se puede duplicar y almacenar en un lugar distante y de ubicación segura, en vez de dejarla concentrada en un solo lugar, la tercerización.
- Asumir o aceptar un riesgo, luego de que el riesgo ha sido reducido o transferido puede quedar un riesgo residual que se mantiene, en este caso, el gerente del proceso simplemente acepta la pérdida residual probable y elabora planes de contingencia para su manejo.

Fase 3: Estructuración del plan de mejoramiento plan de mejoramiento sobre los riesgos en los cuales los controles no fueron efectivos.

La estructura propuesta para hacer el plan de mejoramiento para los riesgos

residuales es:

- *Fecha:* Es el tiempo en el cual se detecta, radica y documenta la acción de mejora o acción correctiva.
- *Descripción del riesgo residual:* Redactar con claridad el riesgo residual.
- *Análisis de las posibles causas:* Para los riesgos residuales realizar un análisis de causas con el fin de llegar a la causa raíz que está originando la materialización del mismo. Para el análisis de causas se utilizará la técnica de los por qué.
- *Acciones para eliminar las causas:* Se documentan las estrategias (acciones) necesarias para eliminar la causa raíz de las acciones correctivas o las estrategias requeridas para cumplir los objetivos definidos para la implementación de las propuestas de mejora.
- *Nuevos controles:* Asignación de nuevos controles para evitar la materialización de los riesgos.
- *Asignación de responsables:* Se asignan los responsables de ejecutar o gestionar cada uno de los controles definidos.
- *Seguimiento de las acciones:* Cada vez que se lleven a cabo los controles para mitigar los riesgos y evitar que se vuelvan a materializar se documentaran y se verificarán las evidencias que den cuenta de ello.

Fase 4: El plan de mejoramiento propuesto se llevará a cabo en los siguientes procesos misionales: educación y formación, extensión y proyección social e investigación. Se utilizará el siguiente formato de plan de mejoramiento:

Tabla 7

Formato estructura plan de mejoramiento

Proceso	Descripción del riesgo residual	Probabilidad	Impacto	Zona de riesgo	Análisis de las posibles causas	Acciones para eliminar las causas	Nuevos controles	Asignación de responsables	Seguimiento de las acciones
---------	---------------------------------	--------------	---------	----------------	---------------------------------	-----------------------------------	------------------	----------------------------	-----------------------------

Fuente. Elaboración propia

DISCUSIÓN

Para realizar el análisis de los resultados de la investigación se realizó un análisis de causas, donde se tuvo en cuenta la estructura de la técnica de los 5 ¿por qué? En primer lugar, se formó un equipo con las personas de los diferentes procesos misionales y se asignó a un líder por cada uno, lo anterior ayudó a recopilar suficiente información para tomar una decisión informada. Entre los miembros del grupo de cada proceso se define el problema el cual está relacionado directamente con el riesgo residual en cuestión, seguidamente se procedió a aplicar la técnica de los por que para hallar la causa raíz que genera la materialización del riesgo residual.

Este líder del equipo hizo las preguntas para poder enfocar las respuestas. Las respuestas estuvieron basadas en hechos y datos reales. El líder preguntó “Por qué” tantas veces como fue necesario hasta identificar la causa raíz del problema inicial relacionado directamente con el riesgo residual. Finalmente, luego de que el equipo detectó la causa raíz, se procedió a documentarlas en la matriz de plan de mejoramiento y se documentaron las medidas correctivas. Todos los miembros del equipo se involucraron en la discusión con el fin de encontrar y aplicar la mejor solución que protegerá el proceso de riesgos residuales. A continuación, se relaciona la trazabilidad de los riesgos inherentes que se volvieron riesgos residuales respectivamente:

Tabla 8

Trazabilidad riesgos inherentes de la Corporación

Proceso	Riesgo inherente	Probabilidad	Impacto	severidad	Causa asignada sin utilizar herramientas de análisis de causas	Controles actuales del riesgo inherente	Situación acontecida
Educación y formación	1.Desempeño docente deficiente por debajo de puntuación 4.0	Alta	Grave	Grave	Los procesos de selección y vinculación fueron deficientes.	Seguimiento de la Evaluación docente	Se evidencio no cumplimiento de la meta mínima de docentes con puntuación por debajo de 4.0 en el 2021
Educación y formación	2.No cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales y de programas del ministerio de educación	Alta	Grave	Grave	No se tuvo una planeación para el cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales deficiente.	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio negación de las condiciones institucionales por parte del ministerio de educación en el 2021

Proceso	Riesgo inherente	Probabilidad	Impacto	severidad	Causa asignada sin utilizar herramientas de análisis de causas	Controles actuales del riesgo inherente	Situación acontecida
Educación y formación	3.No incremento del material bibliográfico	Medio	Grave	Grave	No se ha destinado recursos para compra de material bibliográfico.	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no incremento del material bibliográfico desde el 2019 hasta 2021.
Extensión y proyección social	4.No realización del seguimiento de egresados	Alta	Grave	Grave	No hubo una buena planeación para el seguimiento de los egresados.	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no realización del seguimiento de egresados en el 2021 M1 y M5
Extensión y proyección social	5.No realización de seguimientos de prácticas	Alta	Grave	Grave	No hubo una buena planeación para el seguimiento de prácticas.	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no realización de seguimientos de prácticas en el 2021
Extensión y proyección social	6.No participación por parte de externos para realizar la educación continuada	Medio	Grave	Grave	Hubo falta de interés por parte de las partes interesadas externas.	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no apertura de cursos de extensión con costo en el 2021 con participación de externos
Extensión y proyección social	7. No realización de proyectos de extensión y proyección social con el entorno.	Alta	Grave	Grave	No se cuenta con convenios firmados con el sector externo	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no realización de proyectos de extensión y proyección social con el entorno del programa de licenciatura.
Investigación	3. No realización de proyectos de investigación	Alta	Grave	Grave	No hay docentes investigadores	Seguimiento al cronograma de trabajo	Se evidencio no realización de proyectos de investigación del programa de licenciatura.
Investigación	9.No publicación de productos de investigación	Alta	Grave	Grave	No hay docentes investigadores	Seguimiento al cronograma de trabajo	No publicación de productos de investigación del programa de licenciatura.

Fuente. Elaboración propia, 2022

Tabla 9

Riesgo 1

Análisis 1: Desempeño docente deficiente por debajo de puntuación 4.0	
Pregunta 1: ¿Por qué el desempeño docente fue deficiente por debajo de la puntuación 4?0?	Respuesta 1: Porque los procesos de selección y vinculación fueron deficientes.
Pregunta 2: ¿Por qué los procesos de selección y vinculación fueron deficientes?	Respuesta 2: Porque no se contaba con procedimientos fortalecidos ni articulados con el área académica.
Pregunta 3: ¿Por qué no se contaba con procedimientos fortalecidos ni articulados con el área académica?	Respuesta 3: Porque, no existía un Sistema de Gestión de la calidad que organice la información documentada.
Pregunta 4: ¿Porque, no existía un Sistema de Gestión de la calidad que organice la información?	Respuesta 4 y causa raíz: Porque no había una persona que lideraría el sistema que ayudará a organizar los procesos de talento humano y lidere el Sistema de Gestión de la calidad.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 10

Riesgo 2

Análisis 2: No cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales y de programas del ministerio de educación:	
Pregunta 1: ¿Por qué no se dio cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales y de programas del ministerio de educación?	Respuesta 1: Porque no se tuvo una planeación para el cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales deficientes.
Pregunta 2: ¿Por qué no se tuvo una planeación para el cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales deficientes?	Respuesta 2: Desconocimiento de las nuevas normas que decretó el ministerio de educación para condiciones de calidad institucionales.
Pregunta 3: ¿Porque hubo desconocimiento de las nuevas normas que decretó el ministerio de educación para condiciones de calidad institucionales?	Respuesta 3 y causa raíz: Porque no se programó capacitaciones y asesorías con expertos en el tema que hayan tenido la experiencia.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 11

Riesgo 3

Análisis 3: No incremento del material bibliográfico desde el 2019 hasta 2022.	
Pregunta 1: ¿Por qué ha habido incremento del material bibliográfico desde el 2019 hasta 2022?	Respuesta 1: Porque no se ha destinado recursos para compra de material bibliográfico.
Pregunta 2: ¿Porque no se ha destinado recursos para compra de material bibliográfico?	Respuesta 2: Porque no hay recursos suficientes en la institución
Pregunta 3: ¿Porque no hay recursos suficientes en la institución?	Respuesta 3 y causa raíz: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 12,
Riesgo 4

Análisis 4: No realización del seguimiento de egresados (encuestas)	
Pregunta 1: ¿Por qué no se realizó el seguimiento de egresados (encuestas)?	Respuesta 1: Porque no hubo una buena planeación para el seguimiento de los egresados.
Pregunta 2: ¿Por qué no hubo una buena planeación para el seguimiento de los egresados?	Respuesta 2: Por falta de conocimiento para realizar el seguimiento del egresado.
Pregunta 3: ¿Porque hubo falta de conocimiento para realizar el seguimiento del egresado?	Respuesta 3: Porque no se realizó una buena inducción
Pregunta 4: ¿Por qué no se realizó una buena inducción?	Respuesta 4 y causa raíz: Porque puesto que la persona anterior quien ocupaba el puesto de coordinador de egresados no puedo entregar las funciones y no se tienen procedimientos documentados.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 13
Riesgo 5

Análisis 5: No realización de seguimientos de prácticas	
Pregunta 1: ¿Por qué no se realizó el seguimiento de prácticas?	Respuesta 1: Porque no hubo una buena planeación para el seguimiento de prácticas.
Pregunta 2: ¿Por qué no hubo una buena planeación para el seguimiento de prácticas?	Respuesta 2: Por falta de conocimiento para realizar el seguimiento de prácticas.
Pregunta 3: ¿Porque hubo falta de conocimiento para realizar el seguimiento de prácticas?	Respuesta 3: Porque no se realizó una buena inducción
Pregunta 4: ¿Por qué no se realizó una buena inducción?	Respuesta 4 y causa raíz: Porque puesto que la persona anterior quien ocupaba el puesto de coordinador de prácticas no puedo entregar las funciones y no se tienen procedimientos documentados.

Tabla 14
Riesgo 6

Análisis 6: No participación por parte de externos para realizar la educación continuada	
Pregunta 1: ¿Por qué no hubo participación por parte de externos para realizar la educación continuada?	Respuesta 1: Porque hubo falta de interés por parte de las partes interesadas externas.
Pregunta 2: ¿Porque hubo falta de interés por parte de las partes interesadas externas?	Respuesta 2: Por modalidad escogida presencial y precios elevados.
Pregunta 3: Porque se ofreció la modalidad presencial?	Respuesta 3: Porque la plataforma virtual no está actualizada.
Pregunta 4: ¿Por que la plataforma virtual no está actualizada?	Respuesta 4 y causa raíz: Por incumplimiento de la planeación para la actualización de la plataforma virtual.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 15

Riesgo 7

Análisis 7: No realización de proyectos de extensión y proyección social con el entorno	
Pregunta 1: ¿Por qué no se realizaron proyectos de extensión y proyección social con el entorno?	Respuesta 1: Porque no se cuenta con convenios firmados con el sector externo
Pregunta 2: ¿Por qué no se cuenta con convenios firmados con el sector externo?	Respuesta 2: Porque los convenios no son atractivos para el sector externo.
Pregunta 3: ¿Por qué los convenios no son atractivos para el sector externo?	Respuesta 3 y causa raíz: Porque en la propuesta de convenios solo se beneficia la universidad y no hay ninguna cláusula donde la otra entidad también obtenga beneficio

Fuente. Elaboración propia

Tabla 16

Riesgo 8

Análisis 8: No realización de proyectos de investigación.	
Pregunta 1: ¿Por qué no se realizaron proyectos de investigación?	Respuesta 1: Por qué no hay docentes investigadores
Pregunta 2: ¿Por qué no hay docentes investigadores?	Respuesta 2: Porque no se contrató docentes con funciones de investigación.
Pregunta 3: ¿Por qué no se contrató docentes con funciones de investigación?	Respuesta 3: Porque no hay recursos suficientes en la institución.
Pregunta 4: ¿Porque no hay recursos suficientes en la institución?	Respuesta 4 y causa raíz: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.
Fuente. Elaboración propia	

Tabla 17,

Riesgo 9

Análisis 9: No publicación de productos de investigación	
Pregunta 1: ¿Por qué no hubo publicación de productos de investigación?	Respuesta 1: Por qué no hay docentes investigadores
Pregunta 2: ¿Por qué no hay docentes investigadores?	Respuesta 2: Porque no se contrató docentes con funciones de investigación.
Pregunta 3: ¿Por qué no se contrató docentes con funciones de investigación?	Respuesta 3: Porque no hay recursos suficientes en la institución.
Pregunta 4: ¿Porque no hay recursos suficientes en la institución?	Respuesta 4 y causa raíz: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 18

Plan de mejoramiento para el tratamiento de riesgos residuales en la Corporación

Proceso	Descripción del riesgo residual	Probabilidad	Impacto	severidad	Causa raíz	Acciones para atacar la causa raíz	Nuevos controles	Asignación de responsables	Seguimiento de las acciones
Educación y formación	1.Desempeño docente deficiente por debajo de puntuación 4.0	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 1: No había una persona que liderará el sistema de gestión de calidad que ayudará a organizar los procesos de talento humano.	Solicitar a la alta dirección recursos para la contracción de un líder del SGC.	Seguimiento al control de la información documentada y la coherencia en la aplicación de los mismos.	Vice-rector académico y docentes	Trimestral
Educación y formación	2.No cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales y de programas del ministerio de educación	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 2: Porque no se programó capacitaciones y asesorías con expertos en el tema que hayan tenido la experiencia.	Programar capacitaciones y asesorías con expertos en el tema que hayan tenido la experiencia.	Seguimiento al cumplimiento del plan de capacitaciones y asesorías.	Directores de aseguramiento de la calidad	Trimestral
Educación y formación	3.No incremento del material bibliográfico desde el 2019 hasta 2021.	Baja	Grave	Grave	Resultado análisis 3: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.	Mejorar y aumentar las estrategias de mercadeo y publicidad para vinculación de nuevos estudiantes y aumento de la permanencia.	Seguimiento al cumplimiento del plan estratégico de mercadeo y publicidad.	Coordinador de gestión de las tic	Trimestral
Extensión y proyección social	4.No realización del seguimiento de egresados (encuestistas)	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 4: Porque puesto que la persona anterior quien ocupaba el puesto de coordinador de egresados no puedo entregar las funciones y no se tienen procedimientos documentados.	Solicitar a la alta dirección recursos para la contracción de un líder del SGC.	Seguimiento a la ejecución presupuestal de los proyectos de inversión de la institución.	Coordinador de egresados	Trimestral

Ex-tensión y proyección social	5.No realización de seguimientos de prácticas	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 5: Porque puesto que la persona anterior quien ocupaba el puesto de coordinador de prácticas no puedo entregar las funciones y no se tienen procedimientos documentados.	Solicitar a la alta dirección recursos para la contracción de un líder del SGC.	Seguimiento al control de gestión del conocimiento y la información documentada.	Coordinador de prácticas	Trimestral
Ex-tensión y proyección social	6.No participación por parte de externos para realizar la educación continua	Baja	Grave	Grave	Resultado análisis 6: Por incumplimiento de la planeación para la actualización de la plataforma virtual.	Seguimiento de la planeación para la actualización de las plataformas virtuales.	Seguimiento al cumplimiento del plan de actualización de medios educativos.	Coordinador de extensión	Trimestral
Ex-tensión y proyección social	7.No realización de proyectos de extensión y proyección social con el entorno.	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 7: Porque en la propuesta de convenios solo se beneficia la universidad y no hay ninguna cláusula donde la otra entidad también obtenga beneficio	Realizar convenios que sean de doble vía en cuanto a los beneficios	Seguimiento a la elaboración, consolidación y puesta en marcha de los convenios.	Coordinador de proyección social	Trimestral
Investigación	8.No realización de proyectos de investigación.	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 8: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.	Mejorar y aumentar las estrategias de mercadeo y publicidad para vinculación de nuevos estudiantes y aumento de la permanencia.	Seguimiento al cumplimiento del plan estratégico de mercadeo y publicidad.	Director de investigación	Trimestral
Investigación	9.No publicación de productos de investigación	Media	Grave	Grave	Resultado análisis 9: Porque la cantidad de estudiantes necesarios para el punto de equilibrio no se está matriculando y ha aumentado la deserción.	Mejorar y aumentar las estrategias de mercadeo y publicidad para vinculación de nuevos estudiantes y aumento de la permanencia.	Seguimiento al cumplimiento del plan estratégico de mercadeo y publicidad.	Director de investigación	Trimestral

Fuente. Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Se realizó seguimiento a los procesos y su estado vigente frente a su gestión de riesgos, lo cual fue la base de identificación de las oportunidades de mejora establecidas como parte de esta solución de valor.
- Se establecieron los riesgos residuales, los cuales dan una visión a la universidad sobre si cada uno de estos se enmarcan en el apetito de riesgos de la institución.
- Se logró diseñar un plan de mejoramiento sobre los riesgos en los cuales los controles no fueron efectivos.
- Se realizó una propuesta de implementación de plan de mejoramiento para el proyecto de gestión de riesgos de la institución para mitigar los efectos de los mismos, se resume que las soluciones a las causas son principalmente: solicitar a la alta dirección recursos para la contracción de un líder del SGC, programar capacitaciones y asesorías con expertos en el tema que hayan tenido la experiencia, mejorar y aumentar las estrategias de mercadeo y publicidad para vinculación de nuevos estudiantes y aumento de la permanencia, seguimiento de la planeación para la actualización de las plataformas virtuales y realizar convenios que sean de doble vía en cuanto a los beneficios.
- Es recomendable que los ejercicios de identificación de causa raíz sean llevados a cabo en equipo, ya que permiten tener una visión integral del proceso. Sobre cada causa raíz establecida deben ser definidas acciones que permitan mitigar su ocurrencia.
- Parte del éxito de este proceso dependerá de la proactividad en la implementación de los planes de acción, por lo tanto, se recomienda que un periodo que no supere los 6 meses se haga una verificación del grado de implementación de cada plan de acción o plan de mejoramiento.

LISTA DE REFERENCIA

- Almuíñas, J. y Galarza, J. (2016). La gestión de riesgos: una alternativa para apoyar la gestión universitaria con enfoque estratégico. *Congreso Universidad*, 5 (6), 1-19.
- Álvarez, G. y Arango, R. (2020). *Propuesta de un programa para definir los controles con el fin de minimizar el riesgo de corrupción en el proceso de compras en una empresa del sector servicios en la ciudad de Buenaventura para el año 2020* [Tesis de especialista, Universidad Santiago de Cali] Repositorio USC. <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/3323/PROPUESTA%20DE%20UN%20PROGRAMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álzate – Ibáñez, A. (2017). ISO 9001:2015 base para la sostenibilidad de las organizaciones en países emergentes. *Revista Venezolana de Gerencia* 22(80). 576-592. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967003/html/>
- Cisneros, B. y Ruiz, W. (2012). *Los Gráficos son instrumentos utilizados para visualizar datos numéricos. Se usan para analizar las tendencias, las secuencias de datos y las comparaciones entre dos variables. Existen gráficos de barras, de línea, gráfico de pastel* [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil] Dspace. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1903/13/UPS-GT000260.pdf>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2020). Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas. <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418548/34150781/Gu%C3%A3a+para+la+administraci%C3%B3n+del+riesgo+y+el+dise%C3%ADo+de+controles+en+entidades+p%C3%BAblicas+-+Versi%C3%B3n+5+-+Diciembre+de+2020.pdf/68d324dd-55c5-11e0-9f37-2e5516b48a87?t=1611247032238&download=true>
- Farro, F. (2012). *Planeamiento y gestión estratégica para Universidades peruanas competitivas: Modelos, estratégicas y buenas prácticas*. Editorial UGRAPH S.A.C.

Garlindez, D. (2019). *Implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión “MIPG”, Basado en la Dimensión de Talento Humano en la Oficina de Gestión Social y Asuntos Poblacionales de la Gobernación del Departamento del Cauca* [Tesis de grado, Corporación Universitaria Autónoma del Cauca] Repositorio Uniautónoma. <https://repositorio.uniautonoma.edu.co/bitstream/handle/123456789/160/T%20A-P%2020150%20202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2011). Sistema de gestión de la calidad – requisitos (ISO 9001)

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. (2008). Guía avanzada de gestión de riesgos. https://www.academia.edu/4075256/guia_avanzada_de_gestion_de_riesgos

Mejía, R. (2004). La Administración de Riesgos Empresariales. *AD-MINISTER*, (5). 74-85. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/679/605>

Palacios, I. y Pedro, S. (2007). *Introducción al muestreo*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Piattini, M. y Del Peso, E. (2001). *Auditoría Informática un enfoque práctico* (2da ed.). Alfa Omega - RAMA. <http://cotana.informatica.edu.bo/downloads/ld-Auditoria-informatica-un-enfoque-practico-Mario-Piattini-pdf.pdf>

Rodríguez, M., Piñero, C., y De Llano, P. (2013). Mapa de riesgos: identificación y gestión de riesgos. *Atlantic Tview of Economics*, 2(1). 2-29. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4744304>

Aproximación a los procesos de innovación en el sector turismo de Colombia⁷

Margarita Miranda Villera *

Jaime Rangel Bolaños **

Merjoury Ballesteros Herrera ***

Carlos Causil Lengua ****

Rodrigo Quiceno Marín *****

RESUMEN

El sector turismo en Colombia es uno de los que más desarrollo ha presentado en los últimos años, debido a los avances en los procesos, lo cual le ha permitido posicionarse dentro de la actividad económica del país. Esto ha hecho que el país sea un referente turístico a nivel de Latinoamérica, debido a que ofrece variedad de actividades gracias a la diversidad climática, paisajística, cultural, gastronómica.

Por lo tanto, se realiza un análisis del sector turístico en Colombia con datos tomados del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), de igual forma se analiza el grado de innovación en el sector turístico colombiano a través de la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica Sectores de Servicios y Comercio (EDIT). Donde se puede observar que en la actualidad existe poca innovación a nivel turístico, las empresas de este sector se enfocan es en mejorar su actividad económica, pero tiene poca inclusión de nuevos procesos.

PALABRAS CLAVES

Turismo, Innovación, PIB

⁷ Capítulo de libro resultado de investigación.

* Economista. Instituto Tecnológico San Agustín. margarita.miranda@sanagustin.edu.co

**MSc en Economía. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería; jaime.rangelb@upb.edu.co

*** Administradora de empresas; Ingeniera agroindustrial; Especialista en gerencia de proyectos en inteligencia de negocios; Magíster en dirección estratégica; Corporación Universitaria Americana; mherrera@americana.edu.co

**** Contador Público, Especialista en Finanzas. Corporación Universitaria Americana sede Montería, Colombia. Email: ccausil@americana.edu.co

*****Estudiante de Administración de Empresas. Corporación Universitaria Americana.

ABSTRACT

The tourism sector in Colombia is one of the most developed in recent years, due to progress in the processes, which has allowed it to position itself within the country's economic activity. This has made the country a tourist reference in Latin America, because it offers a variety of activities thanks to the climatic, landscape, cultural, and gastronomic diversity.

Therefore, an analysis of the tourism sector in Colombia is carried out with data taken from the National Administrative Department of Statistics (DANE), in the same way the degree of innovation in the Colombian tourism sector is analyzed through the Technological Development and Innovation Survey Services and Commerce Sectors (EDIT). Where currently there is little innovation at the tourism level, companies in this sector focus on improving their economic activity but have little inclusion of new processes.

KEYWORDS

Tourism, Innovation, GDP

INTRODUCCIÓN

Gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y la diversificación de las economías la globalización ha tomado mayor fuerza en los diferentes mercados y sectores de la economía, y el sector turismo no es ajeno a estos cambios, debido a que en los últimos años ha presentado un crecimiento exponencial, esto se debe a que con mayor frecuencia las personas viven compartiendo imágenes de sus experiencias de viajes en redes sociales, las agencias de turismos ofrecen cada vez planes atractivos que incluyen diferentes experiencias y diferentes tipo de públicos, existe una diversificación de actividades por realizar dependiendo el territorio que se deseé visitar, existe una mayor interconexión gracias a las Tics , hay un aumento en materia de transporte con nuevas y mejoradas rutas tanto aéreas, terrestres, férreas y fluviales, entre otros factores.

El turismo a nivel mundial representa cerca del 9.8% del PIB mundial, convirtiéndose en una gran fuente generadora de empleo, debido a que existen territorios que tienen al turismo como una de sus principales fuentes de ingreso, esto ha permitido que para el mundo entero se consolide como uno de los motores de crecimiento y desarrollo económico, cultural y social (Santoro, 2019).

Por su parte, Colombia no es ajena a esta realidad global, dado que el turismo en el territorio nacional para algunos analistas es considerado el nuevo petróleo, debido a que se ha convertido en el segundo generador de divisas para el país, después del sector minero-energético, dada la diversidad de destinos turísticos ofrecidos en el territorio nacional, siendo uno de los llamados a jalonar la economía y a despertar el interés de empresarios e inversionistas del mundo entero (Santoro, 2019).

El caribe colombiano, es una región turística por tradición, debido a que cuenta con variedad de playas, festividades, gastronomía, música, calor humano, arquitectura, naturaleza, etc., convirtiéndola en uno de los destinos del territorio más apetecidos para visitar por nacionales y extranjeros. Es por esto por lo que el departamento de Córdoba no se queda atrás debido a que ofrece variedad de actividades turísticas, tanto en la parte recreativa, ecoturística y cultural.

Literatura

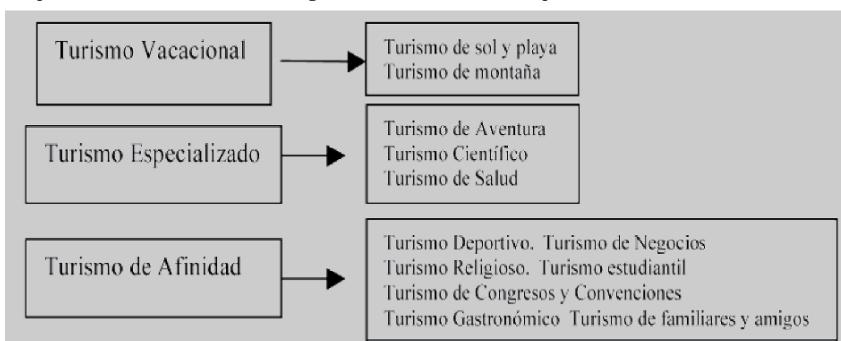
La Organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo como:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (s.f.).

Por lo tanto, el turismo es concebido como ese movimiento de personas a otros lugares que van a realizar alguna actividad sin recibir una remuneración por un periodo de tiempo determinado es por esto por lo que existen diferentes clasificaciones de turismo según Morillo Moreno (2011, p. 145) quien clasifica al turismo en tres grandes grupos que son: turismo vacacional, turismo especializado y turismo de afinidad como se evidencia en la figura 1.

Figura 1

Clasificación del turismo según el motivo de viaje



Fuente. Tomado de Morillo Moreno (2011, p. 145).

A partir de lo anterior el turismo vacacional se define como aquel donde las personas que lo realizan se dedican a actividades de descanso, placer y ocio, sin realizar ninguna actividad de tipo laboral y entra en contacto con la naturaleza (playa, selva, montaña, campo, entre otros) (Morillo Moreno, 2011, p. 145), de allí se derivan algunas actividades como turismo rural, el ecoturismo, el agro-ecoturismo, el agroturismo, el cinegético, el ornitológico, el ictioturismo, el astroturismo, entre otros (Coll Morales, 2020).

Por su parte, el turismo especializado incluye el turismo aventura el cual consiste en el desplazamiento a lugares poco explorados y que requiere en la mayoría de las ocasiones de equipos especializados para desarrollar

las actividades, al igual, que el turismo científico que consiste en desplazamientos con fines investigativos e intelectuales incluye claustros universitarios, bibliotecas, centros de investigaciones, archivos, entre otros. Finalmente, hace parte del turismo especializado el turismo en salud el cual pretende mejorar las condiciones de vida social y humanas dado a que las personas que lo practican buscan mejorar, mantener, fomentar o restaurar su salud y es uno de los que más ha crecido en los últimos años debido a la variedad de especialidades que se encuentran en los diferentes territorios (Morillo Moreno, 2011, p. 149).

Dentro del turismo por afinidad encontramos el turismo deportivo, el cual requiere en la mayoría de los casos grandes inversiones en infraestructura y organización de eventos deportivos realizados por instituciones deportivas y asociaciones, caracterizándose por desplazamientos realizados dependiendo el lugar donde se lleve a cabo la actividad deportiva. Otro tipo es el turismo de negocios, el cual es realizado por ejecutivos, comerciantes, representantes o personas de los gobiernos, que no requieren de una temporada específica y que se dirigen a algunas zonas de acuerdo con intereses de crecimiento de algún negocio, en este tipo de turismo se suelen desarrollar actividades como convenciones, congresos, reuniones, intercambios, acuerdos, entre otros (Morillo Moreno, 2011, p. 147).

Dentro del turismo por afinidad también encontramos el turismo religioso que se basa en peregrinaciones a monumentos, templos, sitios o eventos que simbolizan una creencia, por su parte el turismo cultural consiste en satisfacer la necesidad de aumentar el conocimiento sobre tradiciones, historias, emociones artísticas, monumentos, museos, zonas arqueológicas, entre otros; mientras que el turismo estudiantil trata de ampliar conocimientos a partir de la visita a ciertos lugares de interés que realizan grupos de estudiantes en compañía de sus docentes (Morillo Moreno, 2011, p. 149).

Por otro lado, Ramírez (2018, p. 165) se destaca la importancia del sector turismo para la actividad económica de Colombia, debido a la creciente afluencia de visitantes extranjeros y a la diversidad que ofrece el territorio nacional, sumado a los esfuerzo a través de planes y programas que ha realizado el gobierno nacional de la mano con entidades públicas y privadas que han hecho que Colombia sea cada vez más atractiva los visitantes, puesto que ofrece gran variedad de climas, paisajes, gastronomía, culturas. Para lo cual la autora realiza un análisis de la participación del sector turis-

mo en el PIB colombiano al igual que un comparativo entre los aportes del sector turismo en los PIB sudamericanos.

En el estudio de Ramírez (2018, p. 165) se concluye que para el 2017 en país alcanzó una cifra de visitantes de 6.5 millones, convirtiéndose en una de las principales fuentes generadoras de divisas por parte de los servicios y al realizar el comparativo de Colombia frente a los países sudamericanos en cuanto a turismo se evidencia una mayor afluencia para el país debido al aprovechamiento de la diversificación en la oferta de productos turísticos dado la riqueza natural y cultural con la que cuenta.

Por su parte, Pulido y Cabello (2020) realizan un análisis sobre el impacto que ha tenido el COVID- 19 en el sector turismo, destacando que este ha sido uno de los más golpeados efectos de la pandemia y de las medidas implantadas por los diferentes gobernantes que tratan de mitigar los niveles de contagio, lo cual ha generado contradicciones y retrocesos en el sector que finalmente se ven reflejados en la generación de empleo, crecimiento económico y PIB.

Para el país el sector turismo es uno de los grandes motores de la economía debido a que en el año 2019 generó cerca de 1.2 millones de empleos, equivalentes al 7.4% del total nacional de la tasa de empleabilidad, lo que representa una participación del 3,8% del PIB. Sin embargo, con la pandemia para el año 2020 y lo corrido del año 2021 el gobierno nacional y los gobiernos locales tuvieron obligatoriamente que implementar medidas de tipo sanitaria, económica y social con el propósito de minimizar al máximo los efectos producidos por la pandemia; estas medidas han afectado en gran medida al sector turismo dada las restricciones de movilidad, cierre temporal de lugares turísticos, cierre de aeropuertos, terminales y fronteras, baja ocupación hotelera, cierre de lugares de diversión y entretenimiento, generando la quiebra de muchos lugares, despidos masivos de personal y contracción en general del sector (Pulido & Cabello, 2020).

Por su parte, Jiménez *et al.* (2018, p. 162), realizan un estudio sobre la innovación y desarrollo del sector hotelero de la región caribe, enfocándose específicamente en los hoteles ubicados en Cartagena, donde se evidencia que el tamaño de los hoteles no es un factor fundamental a la hora de implementar cambios o innovaciones, lo que realmente tiene relevancia es la capacitación que reciben las personas vinculadas que les permitan mejorar los servicios ofrecidos, procesos y productos, donde el proceso de

innovación del sector hotelero se puede fortalecer en la medida que las acciones que se tomen sean integradoras y multipropósitos que propendan a impulsar el servicio al cliente, manejo de idiomas y promoción comercial.

La innovación según OECD/Eurostat en el Manual de Oslo la definen como:

Una innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de estos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso), (2018, p. 20).

Aplicando la anterior definición al concepto de turismo se puede decir que existen procesos innovadores en el sector turismo cuando hay mejoras en los procesos productivos, que le permitan a las personas atraer más personas que desean realizar actividades relacionadas con el turismo, ofreciéndoles diversas alternativas de acuerdo a sus necesidades, sin tener en cuenta que tan grande o pequeña sea la empresa, lo importante es que los clientes cuando adquieran los servicios obtengan un sello diferenciador.

El Manual de Oslo define cuatro tipos fundamentales de innovación que son: innovación en productos, innovación en procesos, innovación en mercadotecnia e innovación en organizaciones (OECD/Eurostat, 2005, p. 58)

Por lo tanto, la innovación en productos se define como:

Introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales (OECD/Eurostat, 2005, p. 58).

Desde este punto de vista las empresas dedicadas a actividades relacionadas con el turismo se encuentran en la necesidad de buscar alternativas de reinventarse en cuanto a los servicios que ofrecen ya sean nuevos o que vengan implementando con la finalidad de ser más competitivos ante el mundo globalizado.

La innovación de procesos se define como: “Introducción de un nuevo, o

significativamente mejorado, proceso de producción o distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos” (OECD/Eurostat, 2005, p. 59). Aplicando este concepto para el sector turismo las empresas pueden hacer mejoras en cuanto a la logística que les permitan ampliar y mejorar el servicio prestado.

Por su parte la innovación de mercadotecnia se entiende como “la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o envasado de productos, su posicionamiento, su promoción o su tarificación” (OECD/Eurostat, 2005, p. 60), esto se ve reflejado cuando las empresas turísticas realizan alianzas estratégicas que les permitan atraer a nuevos clientes y consolidar a los antiguos, ofreciéndoles mayores beneficios, disminuyendo los costos y obteniendo un mayor posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

Finalmente, la innovación de organización se entiende como “la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa” (OECD/Eurostat, 2005, p. 62), esto se vería reflejado en toda la cadena logística de atención y servicio al cliente de las empresas que hacen parte del sector turismo ofreciéndoles una experiencia en servicio inolvidable.

METODOLOGÍA

La metodología empleada en esta investigación es de tipo cualitativa bajo un método descriptivo- documental debido a que se tomarán datos emitidos por diferentes entidades gubernamentales y organizaciones relacionadas con el sector turístico colombiano, sin embargo, no se realizará ningún tratamiento de datos.

La información sobre innovación es tomada de las estadísticas oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE – en temas relacionados con el sector turismo.

Para el caso de la innovación, se toma en cuenta información publicada de la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica Sectores de Servicios y Comercio 2018-2019 - EDIT-, de la cual se extrae las actividades económicas como lo es: transporte terrestre público automotor, transporte aéreo, alojamiento y servicios de comida como referentes de las empresas del sector turismo que cuentan con 2170 empresas encuestadas, corres-

pondientes a un 23,3% de participación del total de la muestra. La tabla 1. muestra la distribución de la encuesta para los años 2018 y 2019.

Tabla 1

Número de empresas investigadas y parámetros de inclusión según actividad económica 2018-2019

CIU Revisión 4 A.C.	Actividad económica	Número de Empresas	Parámetros de inclusión	Participación porcentual
Total, empresas		9.304		
División 35	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	90	20 personas o más	1,0
División 36	Captación, tratamiento y distribución de agua	162	20 personas o más	1,7
Divisiones 37 y 38	Tratamiento de aguas residuales y disposición de desechos	162	20 personas o más	1,7
División 45	Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos	341	100 personas o más Ingresos superiores a 15.000	3,7
División 46	Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos	1.869	100 personas o más Ingresos superiores a 15.000	20,1
División 47	Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos	2.048	50 personas o más Ingresos superiores a 5.000	22,0
Grupo 492	Transporte terrestre público automotor	1.353	20 personas o más	14,5
División 51	Transporte aéreo	54	20 personas o más	0,6
División 53	Correos y servicios de mensajería	69	40 personas o más Ingresos superiores a 3.000	0,7
División 55 y Grupos 561 y 562	Alojamiento y servicios de comida	763	40 personas o más Ingresos superiores a 3.000	8,2
División 58	Actividades de edición	121	10 personas o más Ingresos superiores a 500	1,3
División 59, excepto clase 5912	Cinematografía, grabación de sonido y edición de música	39	40 personas o más Ingresos superiores a 2.000	0,4
División 60	Actividades de programación, transmisión y/o difusión	37	40 personas o más Ingresos superiores a 3.000	0,4
División 61	Telecomunicaciones	192	40 personas o más Ingresos superiores a 3.000	2,1
Grupos 620 y 631	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	354	75 personas o más Ingresos superiores a 3.000	3,8
Grupo 641	Actividades bancarias	26	Censo	0,3
División 72	Centros de investigación y desarrollo	41	Censo	0,4
Grupo 854	Educación superior	260	20 personas o más Ingresos superiores a 1.000	2,8
División 86	Salud humana	1.323	40 personas o más Ingresos superiores a 3.000	14,2

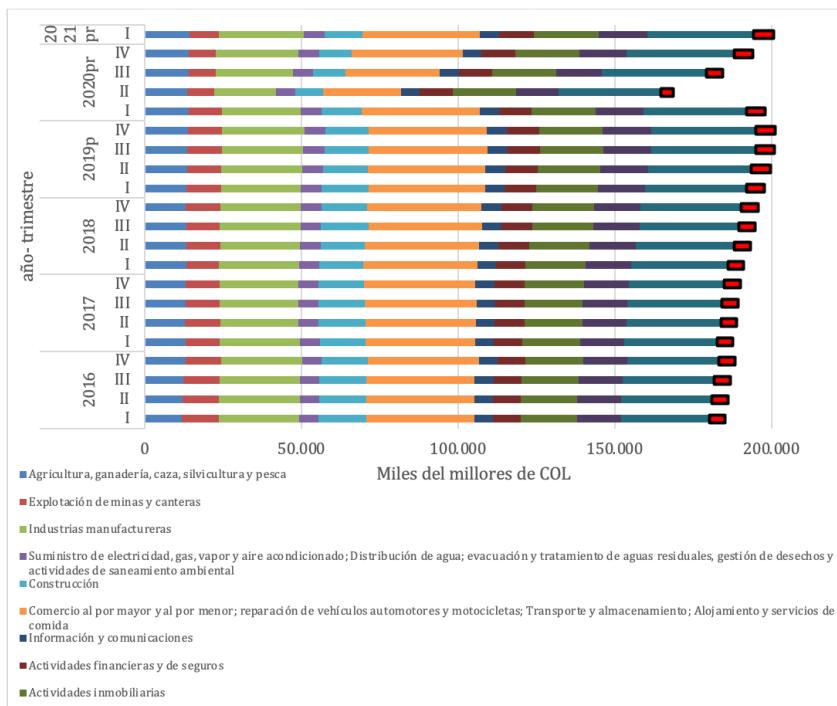
Fuente: DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020)

RESULTADOS

Panorama General del Turismo en Colombia

Figura 2

Producto Interno Bruto desestacionalizado. Colombia. Trimestral 2016I-2021II por Miles de millones de pesos. Precios de 2015



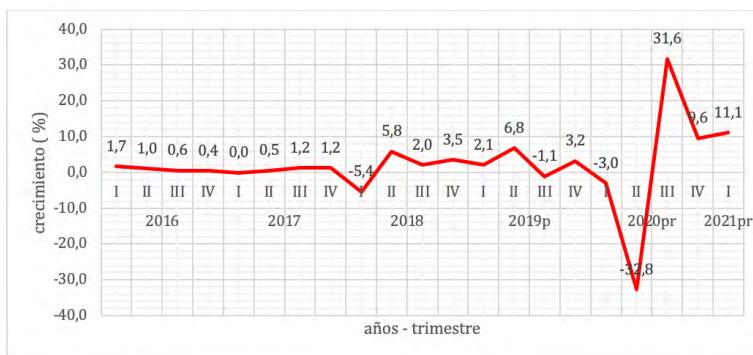
Fuente. Elaboración propia con datos tomados del DANE- Cuentas nacionales (2021).

Las actividades del sector relacionadas con el sector turismo en Colombia, incluidas dentro del cuenta: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales, han representado un promedio de 5351 mil millones de pesos (precios de 2015) del total del PIB, siendo un renglón importante dentro de la economía, lo cual se ha visto reflejado en el crecimiento de la actividad en los últimos años, pasando de tasas de crecimiento bajas entre en los trimestres de 2016 – 2017, a tasas de crecimiento de 6.6% y una recuperación importante del 31.6 % a partir del segundo trimestre de 2020,

período crítico por la pandemia de Covid – 19 a nivel global.

Figura 3

Tasa de crecimiento actividades relacionadas con turismo. Colombia. Trimestral 2016 -I 2021pr



Fuente. Elaboración propia con datos tomados del DANE- Cuentas nacionales (2021).

La información consignada en la figura 3. en forma trimestral solo refleja el cambio en la dinámica de un trimestre a otro, por lo cual, es importante revisar la participación del de valor agregado del sector turístico dentro del PIB y el crecimiento de éste de forma anualizado. Esta información se muestra en la tabla 2. En ella se observa que efectivamente entre los años 2016-2019 la dinámica de crecimiento tuvo un buen comportamiento en términos de participación en el PIB.

Tabla 2

Participación en el valor agregado nacional del sector turismo 2015- 2020

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Participación en el valor agregado nacional del sector turismo	1.9	2.1	2.1	2.6	2.8	1.0

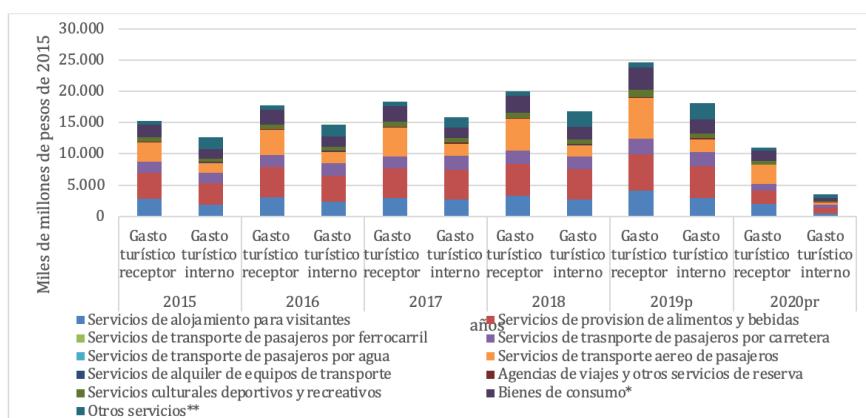
Fuente. DANE- Cuentas satélites de turismo (2021)

El valor agregado del turismo se detalla en la figura 4, donde se puede evidenciar que el turismo ha venido experimentando un aumento progresivo en su participación de la actividad económica del país, en la que además se muestra la tasa de crecimiento anual con un valor de 32,5% en año 2018, contrastando, con el desempeño de 2020 que ha sido de los más deficientes producto de la Covid -19.

Figura 4*Valor agregado del turismo 2015-2019*

Fuente. Elaboración propia con datos tomado DANE- Cuentas satélites de turismo (2021).

Mirado por el lado del gasto en turismo interior, existe una proporción importante de éste generada por el gasto que hacen los extranjeros en el país – representada por gasto turístico receptor, rubro que entre 2015- 2020 no pudo ser superado el gasto interno de turista. Esta información se puede observar de manera detallada en la figura 5, cuyo principal elemento, propio del sector turístico, está representado por el gasto de provisión de servicio de alimentos y bebidas.

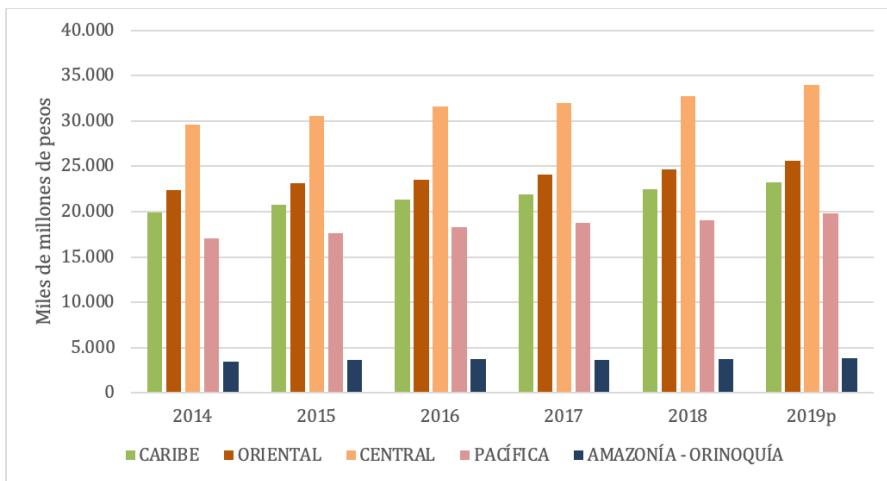
Figura 5*Gasto turístico interior valorado a precios corrientes 2015-2020*

Fuente. Elaboración propia con datos tomado DANE- Cuentas satélites de turismo (2021).

Así mismo, por regiones, es la región central, que incluye al eje cafetero, es la que lidera el rubro de valor agregado de la cuenta de Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida, seguida de la región oriental y la región caribe con una participación importante en tercer lugar, esta información se ve reflejada en la figura 6.

Figura 6

Valor agregado del PIB cuentas referentes al turismo regional 2014-2019

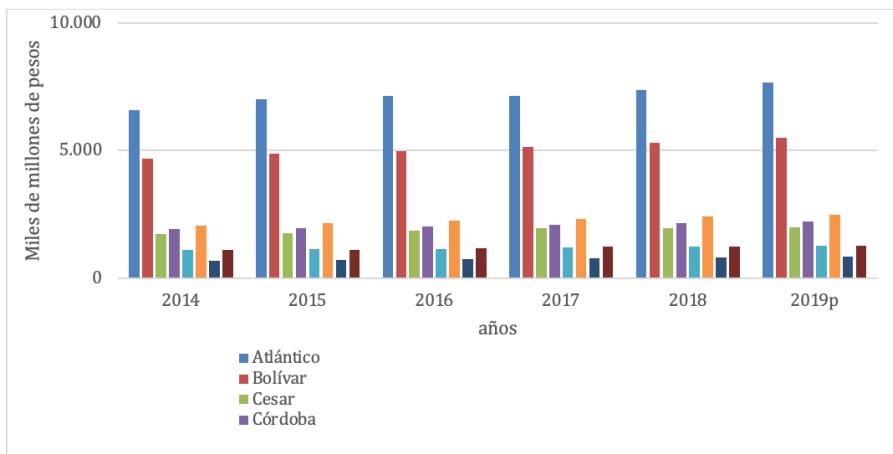


Fuente. Elaboración propia con datos tomados del DANE- Cuentas nacionales (2021)

Al analizar en detalle la región Caribe, se observa en la figura 7 que el departamento del Atlántico y el departamento de Bolívar encabezar la lista en el valor agregado del rubro Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida, referente para el sector turístico, Barranquilla y Cartagena ciudades capitales y destinos turísticos por tradición, seguidas del departamento de Magdalena, a través de la ciudad de Santa Marta y en el cuarto lugar, del departamento de Córdoba, son los que tienen mayor participación en lo que se refiere la región.

Figura 7

Valor agregado del PIB cuentas referentes al turismo departamental 2014-2019



Fuente. Elaboración propia con datos tomados del DANE- Cuentas nacionales (2021).

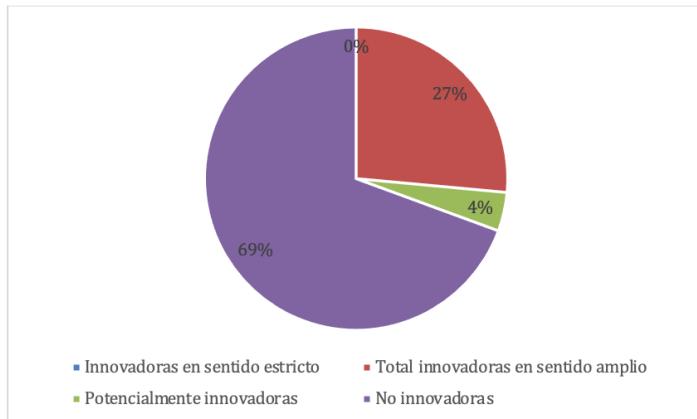
Innovación Sector Turístico en Colombia

Un análisis de la aproximación a los procesos de innovación en el sector turístico, se toman como referentes, Transporte terrestre público automotor, Transporte aéreo, Alojamiento y servicios de comida de la encuesta EDIT.

Para el caso de las empresas Transporte terrestre público automotor, que corresponde a 1353, se encuentra un 69% no innovadores y un 27% innovadores en el sentido amplio, que, según la metodología de la encuesta, son las entendidas como aquellas empresas que en el período de referencia introdujeron al menos un servicio o bien nuevo o mejorado en el mercado nacional, o un servicio o bien nuevo o mejorado para la empresa, o que implementaron un proceso nuevo o mejorado en su empresa, en tanto que ninguna tuvo la clasificación de innovadora en el sentido estricto, es que en el período de referencia de la encuesta ninguna tuvo al menos un servicio o bien nuevo o mejorado en el mercado internacional (DANE, 2020).

Figura 8

Número de empresas por tipología (grado de la innovación), Transporte terrestre público automotor 2018-2019

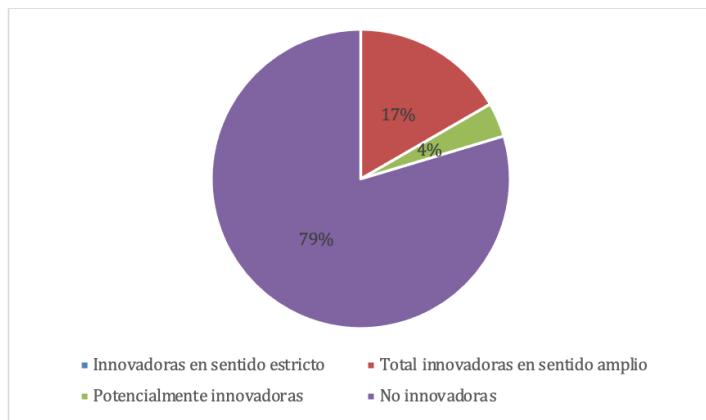


Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

Para el caso del transporte aéreo, el 79% de las empresas resultaron no innovadoras y el 17% lo fue en el sentido amplio, como se puede observar en la figura 9.

Figura 9

Número de empresas por tipología (grado de la innovación), Transporte aéreo, 2018 – 2019

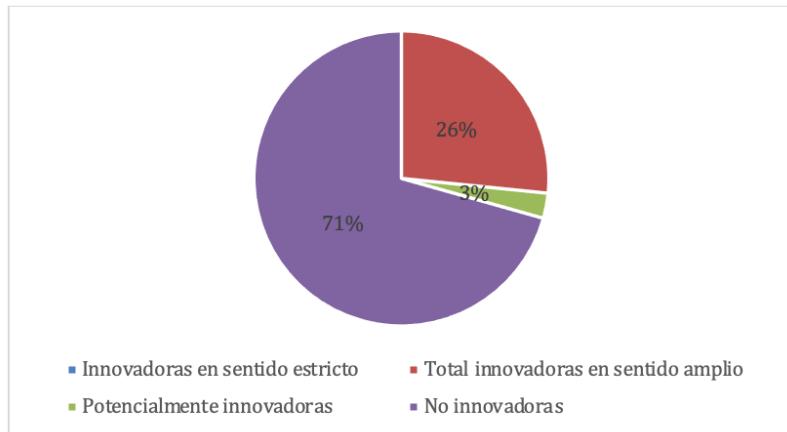


Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

Finalmente, para servicios de alojamiento y comida, el 71% de las empresas de la encuesta resultaron no ser innovadoras, mientras que un 26% lo es en el sentido amplio, como se puede observar en la figura 10.

Figura 10

Número de empresas por tipología (grado de la innovación), Alojamiento y servicios de comida, 2019

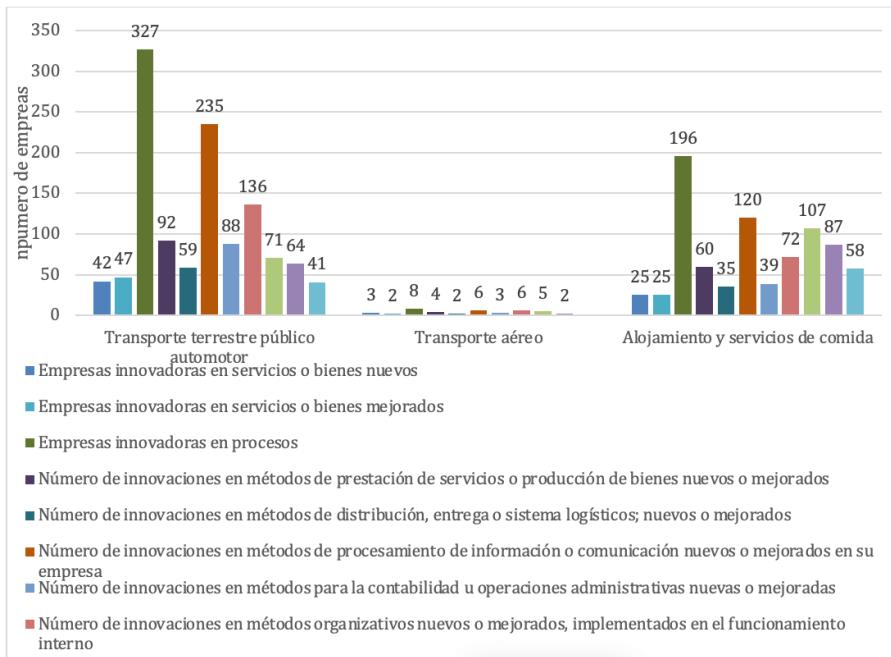


Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

Por tipo de innovación, de acuerdo con los tres criterios estudiados, las empresas de transporte terrestre público y alojamiento y servicios de comida cuentan con un número significativo de empresas innovadoras en procesos, seguida de la innovación en procesamiento de la información o comunicación nueva o mejorada. Para las empresas del segmento de alojamiento y comida, el tercer puesto lo ocupan aquella empresa que mejoraron los procesos de técnicas de comercialización, como se observa en la figura 11.

Figura 11

Número de innovaciones llevadas a cabo por las empresas investigadas, por tipo de innovación, según 2018-2019

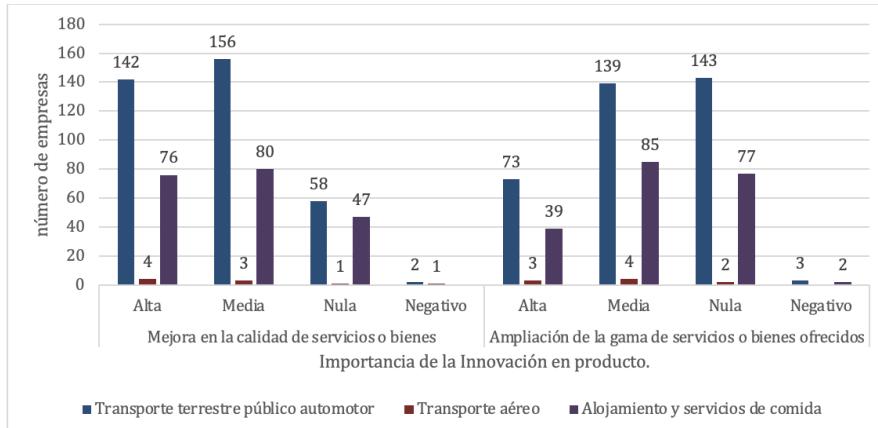


Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

De acuerdo con el grado de importancia de la innovación por producto, respecto a la calidad hay un número de empresas que tiene una valoración de grado medio para los tres segmentos analizados, en cuanto a la ampliación de la gama de servicios o bienes recibidos un número importante de empresas en el segmento de alojamiento y servicios de comida tiene una valoración nula, así como también en el sector transporte terrestre automotor, como se puede observar en la figura 12.

Figura 12

Importancia de las innovaciones llevadas a cabo por las empresas innovadoras, por tipo de impacto de la innovación, por productos 2018-2019

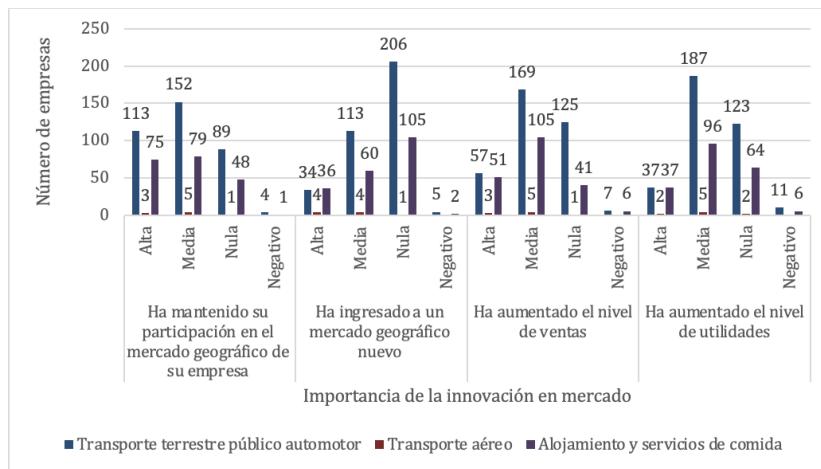


Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

Siguiendo este mismo análisis en la figura 13 se muestra la importancia de las innovaciones llevadas a cabo por las empresas innovadoras, por tipo de impacto de la innovación, según actividad económica, ahora tomando como referencias el mercado, existen 152 empresas que valoran como medio el impacto de la innovación en el mercado según el ámbito geográfico en el segmento de transporte terrestre público automotor y 79 segmento de alojamiento y servicios de comida con igual valoración. En el caso de un nuevo mercado, 206 empresas del segmento de transporte terrestre público automotor y 105 de segmento alojamiento y servicios de comida valor nulo el impacto de la innovación.

Figura 13

Importancia de las innovaciones llevadas a cabo por las empresas innovadoras, por tipo de impacto de la innovación, por mercado 2018-2019



Fuente. Elaboración propia con datos tomados de DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (2020).

CONCLUSIONES

Dada la información encontrada para el sector turístico en Colombia se puede decir lo siguiente:

El sector turismo en Colombia ha tenido importantes cambios en los últimos años debido a la implementación de políticas y planes con miras a fortalecerlo. El turismo de playa, turismo cultural y turismo vacacional han obtenido gran impacto en el desarrollo de esta actividad a nivel general. Así mismo, factores como la tasa de cambio han favorecido la llegada de turista extranjero, propiciando también una preferencia por público interno, sumado a los temas como la Covid-19 que sin duda tuvo un impacto en este sector, no solo a nivel nacional sino internacional.

Por regiones, las estadísticas muestran, excluyendo Santa Fe de Bogotá, que los destinos turísticos más apetecidos se encuentran en la zona o región centro que entre sus atractivos cuenta con la zona cafetera. En la región Caribe, los destinos preferidos son los tradicionales, Barranquilla, Cartagena y Santa Marta con turismo de sol y playa, seguida de Córdoba como destino cultural.

En cuanto al innovación, tomando como información base la de Transporte terrestre público automotor, Transporte aéreo, Alojamiento y servicios de comida, referentes del turismo, se puede decir, que en ninguno de estos segmentos clasifican empresas con innovación en el sentido estricto, pero sí en el sentido amplio, aunque con un porcentaje menor en comparación con las empresas no innovadoras. Esta innovación se da en un sentido más tradicional relacionado directamente con su actividad económica con el objetivo de supervivencia de actualización más que de incursionar en otros aspectos del negocio.

Se tiene una valoración media respecto al impacto de innovación por productos y respecto al impacto de la innovación en el mercado, en los tres segmentos prima una valoración negativa según la encuesta realizada por el DANE.

En términos técnicos, la información desagregada por segmentos específicos del sector turismo es escaza o nula, por lo cual se deben hacer estudios al respecto para conocer el grado de innovación real de este sector.

LISTA DE REFERENCIAS

- Coll Morales, F. (2020, 21 de marzo). *Tipos de turismo*. Economipedia.com
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-turismo.html>
- DANE (2021, 14 de mayo). *Cuentas nacionales*. Consultado el 29 de mayo de 2021. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>
- DANE (2021, 14 de mayo). *Cuentas satélites de turismo*. Consultado el 29 de mayo de 2021. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuentas-economicas-cuenta-satelite-de-turismo-cst>
- DANE (2020, 27 de noviembre). *Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica*. Consultado el 28 de mayo de 2021. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/encuesta-de-desarrollo-e-innovacion-tecnologica-edit>
- Jiménez, J., Mojica, J., Hernández, H., & Cardona, D. (2018). Diagnosis of Innovation and Technological Development in the Hotel Industry of the Colombian Caribbean Region. *Información tecnológica*, 29(5), 157-164. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000500157>
- Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1),135-158. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- OECD/Eurostat (2005), Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (Grupo Tragsa, trad.). Organización de Cooperación y Desarrollos Económicos y Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas. Tercera edición. <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

Organización Mundial del Turismo (s.f.). *Glosario de términos del turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Pulido, L. & Cabello, E. (2020). *Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia*. Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/bits-tream/10983/24709/1/An%C3%A1lisis%20del%20impacto%20econ%C3%B3mico%20del%20coronavirus%20en%20el%20sector%20turismo%20en%20Colombia.pdf>

Ramírez, J. (2018). Balance del sector turismo en Colombia. *Revista de Estudios Económicos*. 3(1). 165-174. <https://www.mincit.gov.co/ge-tattachement/estudios-economicos/revista-oee/2018/revista-3/revista-3.pdf.aspx>

Santoro, F. (2019, 31 de enero). La hora del turismo para Colombia. *La República*. <https://www.larepublica.co/analisis/flavia-santoro-2807402/la-hora-del-turismo-para-colombia-2822338>

El medio ambiente en Colombia: un análisis desde el régimen legal y la valoración económica⁸

Carlos Andrés Causil Lengua*
Tania Marina Baquero Suárez **
Margarita Miranda Villera***
Merjoury Ballesteros Herrera****
Juan Andrés Arteaga*****

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental comparar el régimen legal en materia ambiental que ha adoptado Colombia frente a otros países de Latinoamérica, así como también identificar las normas legales y los métodos establecidos para la valoración económica del impacto ambiental. La metodología de investigación se encuentra soportada por diversos autores, tales como, Ortiz (2015), Lerma (2018) y Hernández (2010), entre otros, los cuales manifiestan que el tipo de investigación es de tipo descriptivo con análisis documental y de contenido, propio de las investigaciones cualitativas. Entre las conclusiones se destacan la biodiversidad de Colombia tanto en fauna como en flora, que permiten una buena calidad del ambiente, pero se ha divisado una afectación por las actividades de las personas y las empresas, que perjudican el medio ambiente, no existiendo unos métodos o técnicas claras que permitan su valoración económica. También se pudo observar que, a pesar de existir una serie de acuerdos internacionales en este ámbito, no existe obligatoriedad de su implementación, sino que el país es autónomo en hacerlo y finalmente lo ratifica por medio de la divulgación de normas o leyes de carácter nacional, ahí la importancia de esta investigación.

PALABRAS CLAVES

Contabilidad ambiental, desarrollo sostenible, medio ambiente, responsabilidad social empresarial, valoración económica.

⁸ Capítulo de libro resultado del proyecto titulado "Análisis de la importancia de la aplicación de la contabilidad ambiental en las empresas del sector turístico en el departamento de Córdoba". Producto Colaborativo de los grupos de investigación Gisela y PROCONT.

* Contador Público, Especialista en Finanzas. Corporación Universitaria Americana sede Montería, Colombia.

** Doctora. tamabasu@yahoo.com

*** Economista. Instituto Tecnológico San Agustín. margarita.miranda@sanagustin.edu.co

**** Administradora de empresas; Ingeniera agroindustrial; Especialista en gerencia de proyectos en inteligencia de negocios; Magíster en dirección estratégica; Corporación Universitaria Americana; mherrera@americana.edu.co

*****Estudiante de Contaduría Pública. Corporación Universitaria Americana; arteagajuan63@americana.edu.co

ABSTRACT

The purpose of this research work is to compare the legal regime in environmental matters that Colombia has adopted compared to other Latin American countries, as well as to identify the legal norms and the established methods for the economic valuation of the environmental impact. The research methodology is supported by various authors, such as Ortiz (2015), Lerma (2018) and Hernández (2010), among others, who show that the type of research is descriptive with documentary and content analysis, typical of qualitative research. Among the conclusions are the biodiversity of Colombia in both fauna and flora, which allow a good quality of the environment, but there has been an impact on the activities of individuals and companies, which harm the environment, there are no clear methods or techniques for economic valuation. It was also noted that, despite the existence of a number of international agreements in this area, there is no obligation to implement them, but that the country is autonomous in doing so and finally ratifies them through the dissemination of national norms or laws, hence the importance of this research.

Keywords

Environmental Accounting, Sustainable Development, Environment, Corporate Social Responsibility, Economic Valuation.

INTRODUCCIÓN

Colombia es uno de los países más ricos en el mundo cuando de biodiversidad y riqueza cultural se trata, lo cual ha hecho que muchas organizaciones, autoridades ambientales y organismos internacionales lo cataloguen como un país biodiverso y multicultural, siendo un referente a nivel mundial. Este reconocimiento ha permitido que exista un crecimiento económico en los últimos años, principalmente de las actividades relacionadas con el sector turístico, lo cual ha ayudado a mejorar algunos indicadores como la pobreza a través de la generación de nuevos empleos.

El crecimiento de la actividad empresarial (principalmente del sector turismo) es un indicador de la visión y perspectiva positiva que se tiene a nivel nacional e internacional del país, pero también está alineado a los objetivos que se han propuesto desde el gobierno nacional a mediano y largo plazo de atraer y canalizar inversiones en este y otros sectores de la economía (Baquero y Liñán, 2020). Sin embargo, todo este movimiento humano y el desarrollo de las operaciones económicas de las empresas dejan su huella en el medio ambiente (quien muchas veces es producto de sobreexplotación) y ocasionan la existencia de una degradación y/o agotamiento de los recursos naturales, sin que exista una política legal y ambiental clara que obligue a las empresas a establecer unas políticas organizacionales de protección y cuidado del medio ambiente que puedan ser valoradas económicamente.

Teniendo en cuenta esto, el gobierno nacional ha adoptado diversas medidas, políticas y regulaciones, observando los pactos y recomendaciones de organizaciones tales como Pacto Global Red Colombia, la Organización de Naciones Unidas (ONU), el Acuerdo Climático de París, la Declaración de Estocolmo, la Carta Mundial de la Naturaleza, la Declaración de Río, el Pacto Mundial para el Medio Ambiente y otras herramientas e instrumentos, que le permitan desarrollar la Agenda 2030 y así cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, y que fueron adoptados por 193 Estados en el año 2015 “como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2021, párr. 1). A través de ello se busca mejorar las condiciones de vida en el mundo a través de un enfoque social, económico y ambiental y que a su vez permite solidificar el régimen legal ambiental.

Por ello, en la búsqueda de la solidificación del régimen legal ambiental es necesario que los países y gobiernos garanticen la protección de los derechos ambientales, propendiendo por el desarrollo sostenible a través de la expedición de normas que regulen las actividades económicas que realizan las empresas y la valoración de su impacto ambiental en términos económicos, que posteriormente sea incluido en su contabilidad, principalmente por aquellas empresas que hacen uso directo de los recursos y/o áreas naturales.

En este sentido, es necesario e indispensable que las empresas en Colombia puedan reconocer la normatividad o régimen legal vigente en materia ambiental y la metodología brindada que permita la valoración económica del impacto ambiental que tiene el desarrollo de su objeto social o actividad económica y que pueda verse reflejado directamente a través de la contabilidad.

LITERATURA

El medio ambiente

El medio ambiente es concebido como el conjunto de recursos y organismos que habitan en un espacio que presenta ciertas características físicas y químicas particulares (Valverde et al., 2005); además, puede considerarse el mismo como un espacio donde ocurre el intercambio de materia y energía (Echarri, 1998; Tyler Miller, 2007). Se puede decir entonces, que el medio ambiente comprende el conjunto de organismos que poseen un espacio y una serie de características que les permiten interactuar entre sí, lo que da origen a la existencia de macros y microambientes.

Son todas esas características las que permiten que se pueda establecer una relación e interacción continua entre los diferentes organismos, siendo una de las más notables la relación hombre-medio ambiente. Desde la perspectiva del hombre, la interacción se da bajo la búsqueda del desarrollo económico, político, social y tecnológico, mientras que desde la perspectiva del medio ambiente se establece una mirada de sostenibilidad. En otras palabras, se da una interrelación entre desarrollo y medio ambiente, dando origen a lo que se puede denominar como desarrollo sostenible, el cual es definido en el artículo 3 de la Ley 99 de 1993 como:

El que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de

la vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades (p.2).

Esto muestra, que el desarrollo y el medio ambiente no son factores aislados, sino que se complementan, sin embargo, todo el movimiento social ha hecho que esta relación se debilita debido al uso inadecuado de los recursos, ya que el hombre lo utiliza como medio de desarrollo, pero no retribuye a los mismos los costos de su uso; incluso, en muchas ocasiones lo sobreexplota, originando una serie de factores negativos para otras especies y organismos, lo cual para algunos ha sido el resultado de la economía de mercado y el capitalismo, ya que el ser humano ha enfocado su atención de desarrollo principalmente desde la perspectiva económica, sin embargo, para Bifani (1999) “no es posible interpretar el fenómeno del desarrollo prescindiendo de la dimensión ambiental y, consecuentemente, que no es posible alcanzar objetivos y metas del desarrollo sin explicar la dimensión ambiental” (p. 34). Esto significa que el concepto de desarrollo debe ser incluyente y debe analizar todos los aspectos de la vida humana y social, sin limitarse estrechamente a la interpretación del concepto de desarrollo como crecimiento económico.

Régimen legal ambiental

Hace décadas, el tema ambiental solo se veía como un tema de interés académico, abordado sólo desde las áreas de quienes estaban directamente relacionados con el tema, no considerándolo algo trascendental dentro del campo social y estatal; sin embargo, desde hace años debido al actuar del hombre, el medio ambiente ha sufrido una degradación a un ritmo muy acelerado; esto ha hecho que muchos gobiernos, sectores de la sociedad, empresas, organismos y organizaciones internacionales volteen su mirada hacia este fenómeno que ha ido cada día generando un desequilibrio ecológico, que pone en riesgo la preservación de las especies y que a un nivel mayor afecta el desarrollo económico y social de los países (Bardej, 1991; Martínez Alier y Schläpman, 1992; Schmidheinf, 1992; Tamames, 1980, 1993). Debido a esto, a nivel internacional, regional y nacional se han desarrollado diversos acuerdos y se han expedido algunas normas que buscan soluciones para mitigar el impacto del ser humano sobre la naturaleza y con ello garantizar un medio ambiente de calidad.

Internacional

Uno de los momentos que marcó la historia y ha sido el punto de inicio sobre el cual se ha basado la discusión académica, gubernamental y social acerca del medio ambiente fue la Declaración de Estocolmo de 1972, llamada “La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano” mediante la cual se buscó el establecimiento de una serie de principios y criterios con el fin guiar a la sociedad y a los estados en el mejoramiento del medio humano. Particularmente, se hace mención directa sobre el tema del medio ambiente mediante el principio 2 de las Naciones Unidas (1973), al expresar que “los recursos naturales de la Tierra, ..., deben preservarse en beneficio de las generaciones presentes y futuras mediante una cuidadosa planificación u ordenación, según convenga” (p.4). Aunque para la época no se tenía mayor información sobre los cambios que años más tarde se darían en el tema de impacto ambiental, se ve reflejado que la intención siempre será tratar de controlar el impacto del ser humano sobre el medio ambiente, existiendo un equilibrio entre desarrollo y naturaleza.

Otro de los tratados que se ha tomado como referente en materia ambiental fue la Convención sobre los Humedales o Convenio Ramsar se dio en Irán en el año 1971, cuyo texto es un tratado intergubernamental a través del cual se busca la protección y conservación de los humedales así como también su uso racional, partiendo de políticas y acciones desde el ámbito local, regional y nacional, contando para ello con el apoyo y la cooperación internacional, logrando así contribuir al logro del desarrollo sostenible a nivel mundial.

Por otro lado, en el año 1987 se firmó en Viena el Protocolo de Montreal cuyo objetivo principal es la protección de la capa de ozono y eliminación del uso de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO). De acuerdo, con el informe presentado por el PNUD (2021) “Desde su adopción en 1987 y a partir de finales de 2014, se ha eliminado con éxito más del 98% de las SAO controladas, lo que ha ayudado a revertir los daños a la capa de ozono” (párr. 1). Además, se tiene que “Un beneficio colateral muy importante es que, durante el período 1989-2013, se han reducido las emisiones acumuladas de CO₂ en 135.000 millones de toneladas” (PNUD, 2021, párr. 1). Lo anterior significa que existe una conciencia y un compromiso muy serio por parte de los países miembros con el cumplimiento del objetivo principal.

Otro momento clave, sin duda, fue la celebración de la Conferencia de las

Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, también llamada “La cumbre de la Tierra”, en el año 1992 en Río de Janeiro (Brasil), a la cual asistieron representantes de 179 estados y personas de diferentes organizaciones y sectores sociales, académicos y científicos. Este evento “supuso un punto de inflexión en cuanto a la sensibilización sobre la problemática ambiental, al establecer las bases para el avance global hacia el desarrollo sostenible” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2012, p. 13). En este ámbito, uno de los apartados más importantes fue la promulgación de 27 principios, que abordan directamente la relación de cada Estado con el desarrollo sostenible. Diez años más tarde, este pacto dio origen a la celebración de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002) donde se revisaron los avances y cumplimiento de los objetivos trazados en Río de Janeiro y donde se determinó y reafirmó la importancia del desarrollo sostenible como un cuerpo formado por tres ejes principales: ambiental, social y económico.

A partir de este momento y durante el transcurso de los años se han dado otros acuerdos, resultado de encuentros y eventos tales como la Convención Marco De Las Naciones Unidas Sobre el Cambio Climático en el año 1994 (originada a partir de la Convención de Río de Janeiro de 1992) mediante la cual se busca estabilizar las concentraciones de gases de efecto invernadero; asimismo, se da el Protocolo de Kyoto (producto de la Convención Marco sobre el Cambio Climático), el cual fue aprobado en el año 1997, pero no fue sino hasta el año 2005 donde entró en vigor; este protocolo solo vincula a los países desarrollados o industrializados, catalogándolos como los mayores responsables en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y busca que estos países contribuyan a la reducción de GEI a través de la implementación de la tecnología.

Otros eventos destacados en la última década y que se relacionan directamente con el tema ambiental han sido el Protocolo de Nagoya – Kuala Lumpur sobre Responsabilidad y Compensación (2010); el Acuerdo de París (Resultado de la Convención Marco sobre el Cambio Climático) (2015) y el Pacto Mundial por el Medio Ambiente, que aunque hoy día no se ha establecido como tal, tiene sus bases en cada una de las convenciones y pactos regionales y locales que se han dado tales como el establecimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el Simposio internacional “Pacto Mundial para el Medio Ambiente” llevado a cabo en Bogotá (Colombia) en el año 2018.

Latinoamérica y el Caribe

Desde el ámbito regional, en el caso latinoamericano se han dado varios acuerdos y convenciones que han logrado reunir los principales ejes y temáticas concernientes a la búsqueda del desarrollo sostenible. Dentro de los principales encontramos el Protocolo de Cartagena sobre Seguridad de la Biotecnología que entró en vigor en el año 2003 (como un acuerdo complementario al Convenio sobre la Diversidad Biológica de 1993), mediante el cual se busca proteger la diversidad biológica y regular la importación de organismos vivos de un territorio a otro.

Del mismo modo, se reconoce el Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe o también denominado Acuerdo de Escazú, llevado a cabo en Costa Rica en el año 2018. Mediante este acuerdo, los países eran conscientes que debían seguir avanzando en el cumplimiento de la protección al medio ambiente, por lo cual, se comprometieron a garantizar la efectividad en la implementación de los derechos que componen la democracia ambiental. *Colombia*

A nivel nacional se observa que la Constitución Política (CP) de Colombia de 1991 como el máximo órgano rector de las normas en el país y cuya observancia es indispensable al momento de crear cualquier otra norma, ley o la celebración de cualquier acuerdo en el ámbito local, regional o mundial contempla el derecho a un ambiente sano. La CP En su Artículo 79, consagra que:

Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La Ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines (Corte Constitucional, 2015, p. 25).

De acuerdo con este artículo se puede argumentar que disfrutar de una buena calidad de vida se ve reflejado en gozar de un ambiente sano, representando de esta manera un derecho inmaterial del cual deben disponer todas las personas sin distinción alguna. Sin embargo, a través de este también se realiza un llamado a cada uno de los actores de la sociedad a proteger este derecho; si bien, se pone como primer garante al gobierno nacional, igualmente, esto resulta siendo un deber de cada una de las per-

sonas, entidades, organizaciones, entre otros., que llevan a cabo cualquier actividad dentro del territorio nacional ya sea de índole económica, social, ambiental y/o política.

De la misma manera, en la Constitución Política se aborda el tema del medio ambiente como patrimonio común (Arts. 8, 55, 63, 95), catalogando como un bien público que tiene a su disposición y del cual puede disfrutar toda la ciudadanía, pero también sobre ella recae una responsabilidad en su uso adecuado, mediante la toma de medidas y la implementación de estrategias y acciones que ayuden a mitigar su impacto sobre este. Asimismo, en el artículo 80 se reafirma al Estado como ente garante de la preservación y conservación del medio ambiente y sus elementos, de tal manera que exista un equilibrio entre el accionar del hombre y el cuidado de la naturaleza, generando con ello un desarrollo sostenible.

De manera más explícita, el paso más revelador del Estado colombiano en la aplicación de los acuerdos establecidos en el ámbito ambiental se da con la expedición de la Ley 99 de 1993 como uno de los compromisos planteados en la Convención de Río de Janeiro de 1992, mediante la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, al cual se le asigna la función de máxima autoridad en materia ambiental y sostenibilidad, quien años más tarde mediante un proceso de reestructuración (establecido en la Ley 1444 de 2011) pasa a denominarse Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. En esta misma ley (Art. 13) se estableció el Sistema Nacional Ambiental, SINNA, definido como “el conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones que permiten la puesta en marcha de los principios generales ambientales contenidos en la Constitución Política de Colombia de 1991 y la ley 99 de 1993” (Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá [CORPOURABA], 2021, párr. 1). Esto significa, que la CP y la Ley 99/93 son la base fundamental sobre la cual se desarrollan las demás normas de carácter ambiental.

Además de estas dos normas principales, Colombia ha intentado ratificar su compromiso con el tema ambiental, a través de la firma de diversos tratados y acuerdos a nivel mundial y regional. Dentro de los principales acuerdos firmados se tienen: Convenio de Diversidad Biológica, Convención de las Naciones Unidas de Lucha Contra la Desertificación y la Sequía UNCCD, Foro de las Naciones Unidas Sobre Bosques UNFF, Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales-UPOV, Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono, Protocolo de Mon-

treal, Marco Cambio Climático, Protocolo de Kyoto, Convenio de Basilea Sobre el Movimiento Transfronterizo de Desechos Peligrosos, Convenio de Estocolmo Sobre los Contaminantes Orgánicos Persistentes – POPs, Tratado de Cooperación Amazónica – TCA, Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Río +20), el Acuerdo de Escazú, entre otros., tal como se muestra en la figura 1.

Figura 1

América Latina y el Caribe: Ratificación de Acuerdos Ambientales Multilaterales

Nota. La figura muestra los Acuerdos Multilaterales de los países latinoamericanos y del Caribe entre los años 1992 y 2021. Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2021).

En la figura 1 se puede observar que Colombia comparado con los demás países se encuentra dentro de los primeros lugares de los países latinoamericanos que más acuerdos han firmado y ratificado, siendo el último firmado el Acuerdo de Escazú en el año 2019, sin embargo, todavía este acuerdo no se encuentra ratificado.

Para dar cumplimiento a cada uno de estos acuerdos y compromisos se han designado entidades responsables y coadyuvantes de la política ambiental tales como el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el Ministerio de Relaciones Exteriores (funciona como el enlace a nivel político de los acuerdos multilaterales sobre medio ambiente - AMUMAS), la Dirección de Asuntos Económicos, Sociales y Ambientales, del Viceministerio de Asuntos Multilaterales, entre otros. Así mismo, se han desarrollado proyectos de Cooperación con organismos multilaterales tales como el Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Cities Alliances, Comisión Europea (CE), La Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Fondo Multilateral del Protocolo de Montreal, Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez, Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), UN-HÁBITAT, La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Fondo Mundial para el Medio Ambiente (WWF), entre otros., que son pieza clave en el desarrollo de los objetivos y planes de sostenibilidad que ha formulado el Estado desde hace varios años.

Responsabilidad Social Empresarial

Al hablar del impacto ambiental es necesario abordar la responsabilidad que tiene el Estado, las empresas y las personas con este, y los planes que se han adoptado para su medición. El Estado como garante principal de la conservación y protección medioambiental debe observar y tener en cuenta lo expresado en el principio 13 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992):

Los Estados deberán desarrollar la legislación nacional relativa a la responsabilidad y la indemnización respecto de las víctimas de la contaminación y otros daños ambientales. Los Estados deberán cooperar asimismo de manera expedita y más decidida en la elaboración de nuevas leyes internacionales sobre responsabilidad e indemnización por los efectos adversos de los daños ambientales causados por las actividades realizadas dentro de su jurisdicción, o bajo su control, en zonas situadas fuera de su jurisdicción (CEPAL, 2012, p.17).

Bajo este concepto, los países son autónomos y directamente responsables en la expedición y aplicación de las normas de carácter ambiental, los cuales no se deben desarrollar bajo el marco de los acuerdos y compromisos asumidos. En relación con esto, Colombia ha expedido una serie de normas que obligan a las empresas a comprometerse con el cuidado del medio ambiente tales como la Ley 491 de 1999 (Seguro ecológico), la ley 1333 de 2009 (procedimiento sancionatorio ambiental) y otras normas específicas de acuerdo con el sector y las actividades que desarrollen las empresas.

El intento más reciente en la búsqueda del mejoramiento de la calidad ambiental por parte del Gobierno Nacional se dio con la expedición de la Ley 1901 de 2018 y reglamentada por el Decreto 2046 de 2019, mediante la cual se crean las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), caracterizadas por ser empresas “que voluntariamente se proponen combinar las ventajas de su actividad comercial y económica con acciones concretas para propender por el bienestar de sus trabajadores, aportar a la equidad social del país y contribuir a la protección del medio ambiente” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Confecámaras, 2020, p.5). Es decir, a través de este tipo societario se busca principalmente que las empresas que hoy existen y aquellas que se formen en el futuro incorporen un propósito social y ambiental por encima del económico.

Por su parte, las empresas como uno de los actores principales de la sociedad, entendiendo que cada una de sus acciones pueden afectar positiva o negativamente el contexto donde desarrollan sus actividades, están llamadas a observar y dar cumplimiento a cada una de estas normas, ya que finalmente, la degradación o desequilibrio ecológico ocasiona el agotamiento de los recursos naturales, los cuales son esenciales en la ejecución de todas las actividades empresariales sin importar el campo de operación. Además de esto, la inobservancia o incumplimiento de las normas establecidas las expone a sanciones de tipo económico y social. Sin embargo, las empresas en el cumplimiento de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) concernientes al tema ambiental, pueden optar por la aplicación de diversas normas de carácter general a nivel internacional tales como la ISO 14001, que le ayuda a las organizaciones en la formulación de planes y acciones concretas que ayuden a la mitigación del impacto ambiental, además de conseguir beneficios de tipo económico, pero también social. En lo económico pueden obtener financiamiento y crear acuerdos con otras organizaciones a nivel nacional, regional e internacional, de tal manera que pueden diseñar un sistema de expansionismo y crecimiento comercial; en

el ámbito social, se dice que “las empresas poseen una responsabilidad hacia la sociedad, pues como agentes sociales deben asumir la consideración moral de responder de sus decisiones” (Sánchez Jiménez, 2015, p.135). Esto significa, que las empresas a pesar de tener en su mayoría un carácter y funcionamiento basado en lo económico, su actuar debe estar alineado al cumplimiento de la responsabilidad hacia la sociedad, quien finalmente aprueba o rechaza las decisiones o actividades que esta realiza y cuyo apoyo será fundamental para seguir operando y creciendo.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos que se han realizado durante los últimos años por establecer un marco normativo que obligue a las empresas a cumplir y adoptar políticas medioambientales, todavía Colombia está distante de ser un país referente ante el mundo, esto debido a las dinámicas empresariales que se manejan en el mundo, donde las empresas esperan que el Estado a cambio de la implementación de dichas políticas les ofrezca una serie de beneficios de tipo económico, impositivo y/o legal; y es que sin lugar a dudas, las dinámicas empresariales han acuñado el tema de la competitividad y han hecho que las empresas opten por la búsqueda de una mayor eficiencia productiva, creando con ello planes y estrategias para la protección medioambiental, sin embargo, lo que no se ha tenido en cuenta es que muchas de estas empresas solo lo hacen con la finalidad de crear estrategias publicitarias que le ayuden a su crecimiento económico, quedando en la realidad el tema del medio ambiente solamente manifestado en el papel, y es que si no existe una vigilancia estatal seria y comprometida con el tema siempre se obtendrán los mismos resultados.

Valorización económica del medio ambiente

La valoración del medio ambiente no es una tarea fácil, ya que al ser un bien inmaterial, es difícil calcular los costos del impacto que generan las personas y las empresas sobre el medio ambiente. Es importante entender, que “un incremento en la actividad económica está correlacionado con un empeoramiento de la calidad ambiental en aquellos países de ingresos medios y bajos” (Cerda U, 2003, p. 2). Esto ha conllevado que muchas prácticas empresariales de estas economías emergentes se hayan modificado en la actualidad, de tal manera que exista una relación entre los tipos de desarrollo económico, social y ambiental, aunado a esfuerzos y acuerdos de cooperación; buscando también que el impacto pueda ser medido y cuantificado.

Se entiende que realizar una medición monetaria o económica del impacto ambiental implica analizar los costos que deberán asumir los entes económicos y que deben estar regulados por cada país. Estos costos se traducen en la implementación de políticas enfocadas a la introducción de nuevas tecnologías, inversión en capital y fortalecimiento del recurso humano. Esto en el corto plazo, para las empresas puede significar la salida de gran cantidad de recursos monetarios, lo cual afecta principalmente a las MiPyMes, ya que son empresas que no poseen un alto nivel financiero; en el mediano y largo plazo, la realidad cambia de sentido, ya que la valoración económica de este impacto se verá reflejado en la confianza y el bienestar social, así como también en las finanzas. Para que esta valuación económica o medición cuantitativa pueda darse es necesario dar paso a la implementación de la llamada contabilidad ambiental, la cual surge de la contabilidad nacional, la gerencial o administrativa y la financiera (Von Bischoffhausen, 1996; Ablan y Méndez, 2004). Es decir, la contabilidad ambiental abarca diversos aspectos incluidos dentro de la contabilidad como ciencia tales como el análisis de los costos, gastos, pasivos, activos, información financiera, entre otros., pero divulgados desde la perspectiva ambiental. También es importante reconocer que “La valoración de los beneficios dados por la naturaleza están apartados de cualquier método existente, por ello se deben ajustar procesos y técnicas que aproximen su valor” (Mantilla et al, 2015, p.141). Entonces, se podría indicar que más que un modelo contable o estructuración de información ambiental en términos cuantitativos, la contabilidad valora o mide el impacto al medio ambiente mediante ciertos indicadores de gestión ambiental, los cuales deben ser formulados e implementados por los directivos con ayuda de las demás áreas de la empresa (producción, contabilidad, recursos humanos, etc.) dando origen a los llamados costos ambientales.

En el caso de Colombia, uno de los intentos por medio de los cuales se busca adoptar la política de valoración económica ambiental en las empresas se da por medio de la expedición del Decreto Ley 870 de 2017, por el cual se establece el pago por servicios ambientales y otros incentivos a la conservación. Básicamente lo que se busca por medio de esta ley es generar una responsabilidad dentro de las empresas bajo la perspectiva de crear una cultura empresarial de prevención y no solo de reparación, donde el Estado les brinda reconocimientos económicos a todas aquellas personas (naturales y jurídicas) que construyan acciones en beneficio de la conservación y restauración de zonas de interés ecológico. También se debe tener en cuenta la Ley 491 de 1999, por medio de la cual las empresas están obli-

gadas a adquirir un seguro ecológico con el fin de cubrir los daños que se le puedan llegar a causar a terceros por la actividad que se ejerce en una determinada zona. Sin duda es un paso valioso y una buena oportunidad para responder por gran parte del daño que se causa, sin embargo, esta norma tiene sus limitaciones ya que solo la aplican aquellas empresas obligadas a solicitar licencias ambientales para desarrollar sus actividades.

METODOLOGÍA

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, la metodología que se implementó en el desarrollo del proyecto, se implementó una metodología enmarcada en el tipo de investigación descriptiva (Ortiz; 2015, p. 34) y (Lerma; 2018, p. 43), teniendo en cuenta que “los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso comunidad, contexto o situación” (Hernández et al, 2010, p.80). Analizando así la información existente relacionada con el objeto de estudio. Por ello, se llevó a cabo un análisis documental (Ortiz; 2015, p. 64) y de contenido (Krippendorff, 1990; Pérez Serrano, 1994; Bardin, 2002; Mayring, 2019) a través del cual se realizó el ejercicio de consulta y búsqueda de información en los sistemas de información y bases de datos de diferentes organizaciones, comunidades científicas, revistas indexadas, sitios web gubernamentales, diarios oficiales, entre otros.

Inicialmente, se realizó la búsqueda de la literatura haciendo uso de las palabras claves del proyecto. Posteriormente, se seleccionaron aquellos documentos que guardaban mayor relación con los criterios de búsqueda definidos. En este caso, se utilizó el metabuscador de la biblioteca virtual de la Corporación Universitaria Americana que agrupa a las siguientes bases de datos: EBSCO, E-Libro, Ebook Academic Collection, OAPEN, eumed.net, Redalyc, REDIB, Scielo, Google Scholar, entre otros., fijándose como criterio de búsqueda principalmente: Medio ambiente, régimen y contabilidad ambientales. Finalmente, se emiten una serie de juicios finales o conclusiones sobre la temática abordada.

CONCLUSIONES

Colombia es uno de los países más ricos a nivel mundial en biodiversidad, albergando en su territorio millones de especies, tanto de fauna como de flora, que ayudan a la conservación del hábitat y permiten una buena calidad del ambiente. Sin embargo, en los últimos años este equilibrio natural

se ha visto afectado por las actividades de las personas y las empresas, a quienes muchas veces se les sanciona en términos monetarios y en algunos casos se llegan a suspender los permisos y licencias otorgadas para realizar una actividad. También es preciso decir que en muchas ocasiones por no existir una política clara de acciones frente a la conservación del medio ambiente no se toman medidas congruentes y proporcionales al daño causado, toda vez que no existen unos parámetros para medir de forma cuantitativa el daño causado al medio ambiente.

A pesar de existir diversos acuerdos a nivel mundial enfocados en la protección ambiental, existe cierta flexibilidad con su implementación, ya que estos organismos no actúan como órganos rectores sino como vigilantes del proceso, es decir, los países finalmente son quienes deben expedir las normatividades aplicables, ajustadas a su Constitución o Carta Magna. Sin dudas al hacerlo se demuestra confianza ante organizaciones y empresas mundiales, pero a veces prevalecen los intereses económicos y los favores comerciales.

No cabe duda, que el siguiente paso de la gran mayoría de los países en vía de desarrollo (dentro de los cuales se encuentra Colombia) es el de establecer unas medidas y lineamientos específicos que brinde un acercamiento a la medición en términos económicos o cuantitativos del impacto ambiental, aunque es claro que esto no se podrá llevar a cabo completamente al ser el medio ambiente un bien inmaterial, pero por medio de la información contable y financiera que arrojan y comunican las empresas se pueden ir adoptando medidas que reflejen verdaderas estrategias de mitigación y conservación del impacto ambiental y que no se vean reflejadas solo en el papel.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ablan Bortone, N. y Méndez Vergara, E. (2004). Contabilidad y ambiente. Una disciplina y un campo para el conocimiento y la acción. *Actualidad Contable FACES*, 7(8), 7-22. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700802.pdf>
- Baquero Suárez, T. M., y Liñán Solorzano, A. (2020). Incidencia de la pandemia covid-19 en la economía del Estado colombiano / Incidence of covid-19 pandemic in the Colombian state economy. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 25(1), 292-302. <https://produccioncientificala.org/index.php/utopia/article/view/34181>
- Bardej, J. (1991). *Economie et politique de l'environnement* [Economía y política del medio ambiente]. Editorial Presses Universitaire de France.
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal
- Bifani, P. (1999). *Medio ambiente y desarrollo sostenible*. Editorial IEPALA
- Cerda U., Arcadio. (2003). Empresa, competitividad y medio ambiente. *Panorama Socioeconómico*, (26), 1-11. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39902604>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2012). *La sostenibilidad del desarrollo a 20 años de la cumbre para la tierra: avances, brechas y lineamientos estratégicos para América Latina y el Caribe*. Editorial CEPAL
- Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá [CORPOURABA] (2021, 25 de mayo). ¿Qué es el Sistema Nacional Ambiental SINA? <http://corpouraba.gov.co/atencion-al-ciudadano/consultar-estado-del-tramite-pqrds/que-es-el-sistema-nacional-ambiental-sina/>
- Corte Constitucional. (2015). *Constitución Política de Colombia Actualizada con los Actos Legislativos a 2015*. Imprenta Nacional.
- Echarri, Luis (1998). *Ciencias de la tierra y del medio ambiente*. Editorial

Teide.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Ediciones Paidós.

Lerma González, H.D. (2018). *Metodología de la Investigación. Propuesta, Anteproyecto y Proyecto* (5.^a ed.). Ecoe Ediciones.

Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 41.146 http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html

Lezama, J.L. (2008). *La construcción social y política del medio ambiente*. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano.

Mantilla Pinilla, E., Cabeza Rozo, M. T., y Vargas Barajas, J. A. (2015). La realidad del desarrollo y la contabilidad ambiental. *Saber, Ciencia y Libertad*, 10(2), 133–146. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2015v10n2.790>

Martínez Alier, J. y Schupman, K. (1992). *La Ecología y la Economía*. Editorial Fondo de Cultura Económica.

Mayring, P. (2019). Qualitative Content Analysis: Demarcation, Varieties, Developments. *Forum: Qualitative Social Research: Qualitative Content Analysis I*, 20 (3). 1-14. <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3343>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo., y la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio [Confecámaras] (2020). *Sociedades BIC. Empresas con propósito. MINCIT*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/sociedades-bic/ebook-sociedades-bic-02dic.aspx>

Naciones Unidas. (1973). *Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano*. <https://www.dipublico.org/conferencias/mediohumano/A-CONF.48-14-REV.1.pdf>

Ortiz Ocaña, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias*.

cias sociales y humanas. Ediciones de la U.

Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Tomo II. Técnicas de análisis de datos*. La Muralla S.A.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2021, 20 de febrero). ¿Qué son los objetivos de desarrollo sostenible? <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable-development-goals.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2021, 25 de mayo). *Protocolo de Montreal* <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development/environment-and-natural-capital/montreal-protocol.html>

Sánchez Jiménez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, (20), 129 -145. <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322142550008.pdf>

Schmidheinf, S. (1992). *Cambiando el rumbo. Una perspectiva global del empresario para el desarrollo y el medio ambiente*. Editorial Fondo de Cultura Económica.

Tamames, R. (1980). *Ecología y desarrollo, la polémica sobre los límites de crecimiento*. Editorial Alianza Universidad.

Tamames, R. (1993). *Un nuevo orden mundial* (2.^a ed.). Editorial España-Calpe.

Tyler Miller, G. (2007). *Ciencia ambiental. Desarrollo sostenible. Un enfoque integral* (8.^a ed.). Thomson Editores.

Valverde Valdés, T., Meave del Castillo, J., Carabias Lilo, J. y Cano-Santana, Z. (2005). *Ecología y medio ambiente*. Pearson Educación.

Von Bischhoffshausen, W. (1996). Una visión general de la contabilidad ambiental. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (29), 139-170. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/25519/21078>

Influencia del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado transición a en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería⁹

Daniella Rodríguez Molina *

Ana Josefina García Guzmán**

María Angélica Clemente Molina***

RESUMEN

La comunicación asertiva, el aprovechamiento del tiempo libre y de calidad con los hijos, el funcionamiento de los estilos de crianza y el desarrollo de competencias socioemocionales influyen en el aprendizaje de los niños en la etapa escolar jugando un papel preponderante en la sociedad. El vínculo y el apego se fortalece a través del goce del juego, de actividades lúdicas y recreativas que permitan afianzar habilidades blandas como el trabajo en equipo, el liderazgo y la comunicación, por lo que se considera de suma relevancia analizar la influencia que tiene el vínculo parental en el aprendizaje de los niños y niñas del grado de Transición A de la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería. La metodología utilizada fue de tipo cualitativa con diseño de investigación acción participante con 12 padres de familia. Los resultados más significativos tienen relación con la importancia del aprovechamiento del tiempo en familia, el cuidado hacia el niño con relación a la escucha activa de las necesidades físicas y emocionales que expresan, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tienen como familia y el mejoramiento de las relaciones parentofiliales.

PALABRAS CLAVES:

Vínculo parental, aprendizaje, estrategias lúdicas

⁹ Capítulo de libro resultado de investigación.

*Psicóloga, Magíster en Psicología. Corporación Universitaria Americana, sede Montería. drodriguez@americana.edu.co

** Licenciada en Educación Infantil. Corporación Universitaria Americana, sede Montería. garciaina19@americana.edu.co

***Licenciada en Educación Infantil. Corporación Universitaria Americana, sede Montería. clementemaria41@americana.edu.co

ABSTRACT

Assertive communication, the use of free and quality time with children, the functioning of parenting styles and the development of socio-emotional skills influence the learning of children in the school stage, playing a preponderant role in society. The bond and attachment are strengthened through the enjoyment of the game, playful and recreational activities that allow strengthening soft skills such as teamwork, leadership and communication, for which it is considered extremely important to analyze the influence that the Parental bond in the learning of children of the Transition A grade of the Antonia Santos Educational Institution in the city of Monteria. The methodology used was qualitative with a participatory action research design with 12 parents. The most significant results are related to the importance of taking advantage of family time, caring for the child in relation to active listening to the physical and emotional needs they express, the strengths, weaknesses, opportunities and threats they have as a family and the improvement of parent-child relationships.

KEYWORDS:

Parental bond, learning, playful strategies

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como foco central a la familia como fuente de aprendizaje en los niños y niñas de la primera infancia ya que, la familia es la base de todo ser humano y de ahí es donde inician los patrones de conductas que van de generación en generación ya sean adecuadas o inadecuadas, la crianza y la dedicación juegan un papel fundamental en el desarrollo integral de los niños, es por ello que este proyecto tiene como objetivo analizar la influencia del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.

Hoy en día el ser humano ha tenido una gran evolución, las formas de pensar son diferentes a la de los tiempos pasados y la influencia de la tecnología ha impactado en nuestra sociedad de muchas maneras, así mismo se han hecho estudios de las condiciones que un niño puede presentar en las diferentes etapas, es por ello que es necesario fortalecer vínculos afectivos y crear espacios de reflexión que puedan generar en el padre de familia sensibilidad para ver más allá de las fortalezas que se pueden evidenciar cuando se hace un buen acompañamiento en los niños y la influencia de las acciones que los adultos presentan hacia ellos donde se ven reflejadas en la escuela.

La familia constituye la célula básica de la sociedad y es un elemento angular del desarrollo social que aporta beneficios a nivel afectivo y cognitivo en los niños, ya que se busca una mejor construcción de la sociedad, así como también al fortalecimiento del proceso de autonomía, al brindar apoyo cuando más se necesita, al promover valores, al cuidado y protección a sus seres queridos, generando cambios en las emociones, creando ambientes saludables para el bien de cada uno de sus miembros y de la primera infancia. Es en ella donde cada persona aprende a dar sentido a su existencia, al tiempo que va aprendiendo y llevando a la práctica las virtudes morales; es decir donde el ser humano está sometido a los primeros modelos de conducta y por tanto se desarrolla su personalidad, convirtiéndose en el seno propicio y eje fundamental del desarrollo integral del ser humano.

Autores como Iglesias y Flaquer (Citados por Musitu y Cava, 2001), coinciden en que la familia reviste gran importancia en la crianza y educación de las hijas e hijos, ya que se establece una red no visible de apoyo mate-

rial y sobre todo afectivo de los adultos hacia los menores. La familia es el primer contexto socializador (no siendo el único) por medio del cual, sobre todo en la primera infancia, se alimenta el ser humano de elementos propios de la cultura que incluye valores, creencias, representaciones, modelos, productos de la socialización e interacción con el ambiente natural.

De acuerdo con lo anterior, es importante hacer un énfasis en el actuar fundamental de una manera más puntual y destacar el papel de los padres en la familia ya que son los directos responsables de crear un contexto adecuado de crianza y socialización propicio para sus hijos, el cual estimule su desarrollo integral, mediante las necesidades básicas de la infancia.

De acuerdo con López (1995, citado por Olalla, s.f) las necesidades infantiles son de naturaleza biológica y social y podrían agruparse en las necesidades de carácter físico-biológico, las necesidades cognitivas y las necesidades emocionales- sociales. Por tanto, se evidencia que el niño necesita de la atención en diferentes aspectos de su vida para lograr un desarrollo armónico y feliz y que los vínculos se fortalecen a través de la responsabilidad, el amor y el afecto entre padres e hijos para una armonía y bienestar familiar completo.

En este orden de ideas y valiendo la experiencia de la práctica docente, se evidencia de una manera clara y vivencial en el contexto, la falta de apoyo y responsabilidad de algunos padres de familia de los niños del grado transición A de la Institución Educativa Antonia Santos, ya que a través de comportamientos y actitudes que los niños muestran que no existe un interés de sus progenitores por su bienestar interfiriendo en el desarrollo de su aprendizaje. Llegan desmotivados, sin actividades realizadas, falta de reconocimiento de números y letras, etc. Al igual lo manifiesta la docente titular que no existe comunicación asertiva entre ella y los padres de familia, que no responden a las obligaciones como acudientes encargados de los niños, haciendo caso omiso a los llamados de atención por parte de ella al evidenciar esta situación.

Teniendo en cuenta lo anterior, es de gran importancia para los investigadores este proyecto, ya que se interactúa con el objeto de estudio, quien brinda información para relacionar con actitudes que contribuyan a la construcción de vínculos y al fortalecimiento de los lazos. Una de las preocupaciones es cómo los padres de familia manejan las situaciones con sus hijos y es por ello que se abren espacios de reflexiones por medio de

escuelas de padres y actividades lúdico-recreativas en donde se pueden escuchar experiencias, enseñanzas y darle significado a los nuevos modelos de crianza que sirven para mejorar de forma personal, social, familiar y académica.

Así mismo, se quiere dejar un producto en la institución educativa, donde los padres puedan comprender el papel fundamental que juegan hacia el aprendizaje de los niños, al mejoramiento en el rendimiento académico en la escuela gracias al acompañamiento que les hagan a sus hijos, además concientizarlos sobre la importancia de formar vínculos y no sólo depender del aprendizaje en la escuela sino de manera holística, para así formar ciudadanos del bien común.

Por lo antes expuesto nace el cuestionamiento ¿Cuál es la influencia del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería?

ANTECEDENTES

Dentro de la literatura asociada a las categorías de estudio, se encuentran teorías y autores que sustentan los vínculos parentales, el apego, el aprendizaje significativo y las competencias parentales, vinculares, formativas, protectoras y reflexivas descritos a continuación:

Los vínculos parentales o afectivos son la expresión de la unión entre padres e hijos, aspecto que va más allá de la relación de parentesco donde está presente en todas las tareas educativas, facilitando la comunicación familiar, la seguridad en los momentos difíciles, el establecimiento de normas y su cumplimiento, por tanto, las funciones van más allá de la mera socialización o educación, también implica la satisfacción de sus necesidades materiales, afectivas y espirituales (Pérez y Támara, 2013).

De ahí la importancia de la familia como agente activo de la sociedad, un ente complejo, ya que si bien se ha venido estudiando desde la década de los 50 con postulados de autores tales como: Don Jackson, Gregory Bateson, Jay Holey, John Weakland, Virginia Satir, Paul Watzlawick, Nathan Ackerman y Salvador Minuchin; considerándola como un todo orgánico, es decir, como un sistema relacional, definida como un conjunto constituido por una o más unidades vinculadas entre sí, donde hay límites que pueden ser difusos, rígidos o claros. Así como también, se pone de manifiesto,

según Vigotsky citado por (Valladares, 2008) que el ambiente familiar es de considerable importancia, porque en él se sitúan muchos episodios de interacción, de educación interactiva a través de los cuales la familia va proporcionando andamiajes al desarrollo infantil y dando contenido a su evolución.

Es importante también determinar el grado de influencia de las relaciones internas de la familia en el desarrollo de la personalidad de sus miembros, de la forma de comunicación en las que perciben las situaciones que constituyen eventos estresantes. En la familia se encuentra protección e intimidad, pero para que ésta provea al individuo de estas vivencias, debe ser flexible y tener habilidades para afrontar los cambios, permitiendo la libre expresión de sentimientos de sus miembros, características que no son innatas al grupo y que debe ir aprendiendo a lograr (Valladares, 2008).

Así como lo establece la ley 1098 de 2006 sobre el código de infancia y adolescencia de Colombia, se debe prevalecer el desarrollo y el crecimiento en el seno de la familia y la comunidad en un ambiente de felicidad, amor, comprensión, igualdad y dignidad humana, ya que la familia, la sociedad y el estado son corresponsables en su atención, cuidado y protección.

Es por ello que el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar crea la cartilla de Parentalidad Positiva en el año 2021 donde hace énfasis en las competencias parentales vinculares, formativas, protectoras y reflexivas, en las cuales se permite la conexión emocional con los niños regulando el estrés y la salud mental promoviendo el apego seguro y adecuado desarrollo socioemocional, así como el fomento a su autonomía, autoimagen y autovvaloración mediante el juego, el aprendizaje de vivencias/experiencias y la socialización, garantizando el cuidado y la protección de sus derechos e integridad física.

Por lo tanto, la conexión psicológica duradera que se da de forma natural en los seres humanos, va a establecer los estilos de apego de cada persona, ya que esto depende de la forma en que un niño se relacione con su cuidador en etapas tempranas; así lo manifiesta Bowlby (citado por Moneta, 2014) en su teoría del apego, donde se destacan características tales como: mantenimiento de proximidad, refugio seguro en el buscar consuelo y seguridad ante el peligro de una amenaza, la base segura desde la cual explorar el mundo y angustia por separación, de tal manera que se evidencia la importancia del vínculo parental entre padres e hijos, lo que permite

construir identidad, equilibrio emocional, seguridad en sí mismo, afecto y tranquilidad proporcionando un aprendizaje significativo, ya que prima el aspecto motivacional y emocional que brinda la escuela y la familia al proporcionar ambientes y un clima de convivencia sano (Ausbel, citado por Molina, s.f).

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la influencia del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.

Objetivos específicos

- Identificar las características del vínculo parental en el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.
- Identificar las competencias parentales, vinculares, formativas, protectoras y reflexivas que influyen en el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.
- Proponer estrategias lúdico-pedagógicas que influyen en el vínculo parental y el aprendizaje de niños y niñas del grado Transición A en la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.

DESARROLLO

En este apartado se encontrará la metodología utilizada para llevar a cabo el proyecto, así como la muestra participante, las fuentes de recolección de datos, el procedimiento de ejecución y los datos relevantes encontrados, tal como se describe a continuación:

METODOLOGÍA

El enfoque de investigación utilizado es de tipo Cualitativo, ya que hace referencia a caracteres, atributos, esencia, totalidad o propiedades no

cuantificables, que describen, comprenden y explican mejor los fenómenos, acontecimientos y acciones del grupo social o del ser humano (Cerda, 1997; citado por Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2013).

En cuanto al diseño de investigación, se utilizó la Investigación Acción Participativa, ya que se busca la interpretación y transformación de la concepción del mundo, del propio ser humano y de la realidad (Murcia, 1999; citado por Bernal, 2010) a través de la fase de contacto con la comunidad, la elaboración de un plan de acción y la ejecución de este.

En cuanto al muestreo fue no probabilístico, la muestra por participantes voluntarios, donde 12 padres de familia fueron quienes firmaron el consentimiento informado del grado de Transición A de la Institución Educativa Antonia Santos de la ciudad de Montería.

Las fuentes de recolección de información utilizadas fueron la observación participante; la entrevista no estructurada realizada a la docente del aula, la interpretación y comprensión de la realidad subjetiva de los padres de familia; teniendo como criterio de verdad, la práctica social.

Procedimiento

Para llevar a cabo el proyecto, éste se realizó en cuatro fases que se describen a continuación:

Fase 1

Se realizó una reunión de comité de investigaciones del programa de Licenciatura en Educación Infantil, donde se expuso la idea de investigación, con sus objetivos y metodologías a utilizar. Los integrantes consideraron viable la propuesta y dieron el visto bueno para su ejecución. Se firmó el acta de inicio, el presupuesto y se envió la carta de presentación del proyecto a la dirección de investigaciones.

Posteriormente, se unieron al proyecto dos semilleristas del programa, siendo partícipes de la construcción del cronograma de actividades para ejecutar.

Fase 2

Una vez realizado el cronograma, la investigadora principal realiza la pri-

mera inmersión en la institución educativa para dar a conocer el proyecto a la docente-coordinadora del preescolar, donde se establecen los días y horarios en los que se llevará a cabo las escuelas de padres y la pertinencia de las actividades a ejecutar.

Así mismo, se dan las pautas a las semilleristas para iniciar el proceso de redacción del documento del proyecto.

Fase 3

Se inician las actividades con las escuelas de padres, se establecieron tres, con temas relacionados a los vínculos, los apegos, la comunicación y los estilos de crianza entre padres e hijos. Para ello, en la primera sesión se dio a conocer el proyecto a los padres de familia y se dieron respuesta ante las inquietudes. Posteriormente se indicó que los padres que deseaban participar de las actividades debían firmar el consentimiento informado.

De los padres que firmaron dicho documento, realizaron una encuesta inicial para conocer datos sociodemográficos, así como la frecuencia en que se mantiene el diálogo, el tiempo, la confianza entre padres e hijos y las normas de convivencia en casa. Seguidamente, se inició con la escuela de padres con las pautas de crianza, el manejo de las rabietas y la comunicación.

En la segunda escuela de padres, se trató el tema del proyecto de vida familiar, la realización de la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como familia, así como dinámicas formativas y reflexivas. Todo ello bajo una metodología participativa de los padres de familia, el trabajo en equipo, el liderazgo, la comunicación asertiva y la búsqueda de soluciones. Acto seguido, se comparten emociones que produjo la actividad, así como experiencias del buen trato con sus hijos. Finalmente, se termina la sesión con un compartir.

En la tercera escuela de padres, se realizó una sesión lúdica denominada “la expresión corporal y las emociones”. En ella participaron padres e hijos dentro de un circuito de actividades relacionadas con las emociones, los vínculos parentales, algunas habilidades blandas como el trabajo en equipo, el liderazgo, la comunicación y resolución de problemas. Al finalizar el circuito, se les obsequió un detalle representativo de los encuentros, así como también, la realización de una encuesta de satisfacción, se escucha-

ron comentarios reflexivos y de formación ante el proyecto por parte de los padres de familia, docente e investigadoras.

Fase 4

En esta última fase, se describen los resultados de las actividades, las encuestas y la entrevista llevadas a cabo a los padres de familia y a la docente del aula; así mismo, se precisan datos relevantes para la culminación de los apartados teóricos, de justificación y descripción del problema.

Finalmente, se construye este capítulo de libro resultado de investigación, donde los hallazgos representativos son expuestos mediante un póster en el Congreso Internacional de Interdisciplinariedad y Desarrollo (CIID 2022) y un artículo científico.

RESULTADOS

En la primera sesión del proyecto, se tuvo la escuela de padres con la temática pautas de crianza, comunicación asertiva y manejo de rabietas en los niños, en la que se realizó una encuesta para recopilar información sociodemográfica, la frecuencia en que se mantiene el diálogo, el tiempo, la confianza entre padres e hijos y las normas de convivencia en casa. Por último, se realizó una actividad lúdico-recreativa denominada “el juego de los cubiertos” invitando a los padres a reflexionar sobre el papel que desempeña en la familia, sus características y cómo reconoce al otro a partir de los cubiertos de tal manera que pueda expresar sus emociones a través de la experiencia como padres de familia.

Dentro de la escuela de padres, se mostraron receptivos ante la información que se brindó, así como su participación activa con relatos de su experiencia como padres de familia en cuanto a las normas de convivencia, de comunicación, horarios de estudio y ocio en casa. Con respecto al manejo de las rabietas, algunos padres manifestaron que usualmente los hijos las hacen en lugares públicos o cuando hay presencia de una persona externa de la familia y la manera de que no se siga presentado es ignorar el comportamiento del niño hasta que se calme; otros padres manifestaron que hablan con los niños para que no se siga presentando este comportamiento. No obstante, los padres manifestaron que cuentan con poco tiempo para dedicarle a sus hijos por el trabajo, sin embargo, ese poco tiempo lo utilizan para compartir como familia, hablan sobre sus necesidades y el tiempo libre.

Con respecto a la encuesta aplicada se obtuvieron los siguientes resultados:

En los datos sociodemográficos, se evidencia que de los 12 padres de familia que realizaron la encuesta, 10 corresponden a las madres y 2 a padres, lo que corresponde al 83% y 17% respectivamente. El 42% de los padres encuestados oscilan en edades entre 26-37 años. El 58% se encuentra en unión libre, el 25% está soltero y el 17% se encuentra casado. En cuanto al nivel educativo, el 55% pertenece al nivel Técnico, el 18% al nivel Tecnológico y Primaria y el 9% corresponde al nivel de pregrado.

Con relación a mantener el diálogo con sus hijos respecto a sus problemas escolares o personales, sus necesidades emocionales y académicas, el 92% afirma que siempre mantiene el diálogo y el 75% refiere que su hijo suele hablar de los aspectos que le preocupan; sin embargo, el 58% de los padres manifiesta que algunas veces hace lectura de cuentos con sus hijos. El 75% de los padres manifiestan que su hijo tiene un horario fijo de estudio en casa y este mismo porcentaje para responder siempre a las preguntas de su hijo. El 58% refiere que promueve las actividades extracurriculares y el 92% dice que sí existen las normas de convivencia en casa.

En la segunda escuela de padres se trabajó el proyecto de vida familiar, realizando una matriz para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la familia. Al realizar esta primera actividad, se evidenció a través de la observación, que algunos padres tuvieron claridad en el desarrollo de lo requerido; sin embargo, otros padres, tuvieron dificultades en manifestar las fortalezas como familia, quedando en un estado de pensativos, pero no pudiendo conseguir alguna fortaleza a pesar de los ejemplos expuestos. Al momento de socializar los resultados, se mostraron tímidos y algunos avergonzados por lo poco que pudieron identificar de su familia, otros manifestaron que tienen poco tiempo para pasar con la familia por los arduos horarios de trabajo.

En la segunda actividad, se formaron dos grupos de cinco personas para que representaran a una familia y así poder construir el proyecto de vida familiar a partir de una guía de preguntas orientadoras. En la observación, se pudo evidenciar los diferentes tipos de liderazgo, uno más autoritario y el otro más democrático, pero siempre respetando el uso de la palabra y escucha activa de los demás, así como el óptimo desarrollo de la actividad en el trabajo en equipo. Al socializar la actividad por grupos, se obtuvieron

los siguientes resultados: “queremos ser una familia temerosa de Dios, ya que a partir de esto podemos obtener buenos valores como el amor, respeto, responsabilidad, unión y disciplina, para que en un futuro seamos un buen ejemplo para la sociedad y esto nos hará únicos y nos identificamos como buena familia. Las actividades que queremos compartir en familia son religiosas, recreativas, educativas las cuales nos ayudan a compartir el tiempo en familia. Queremos una alimentación saludable y nutritiva para tener una mejor calidad de vida. Sabemos que el dinero es importante para nuestra vida, pero no es nuestra felicidad. Nos distribuiremos el trabajo en nuestro hogar dando las propias responsabilidades a cada uno. Los amigos que queremos en nuestra vida son aquellos que nos aportan cosas positivas. La familia es Dios, unión, amor, comprensión, responsabilidad y autoridad”.

Seguido a ello, se leyó un poema denominado “De padre a un hijo” Autora: Angela Marulanda, con el fin de concientizar a los padres sobre la importancia de compartir con sus hijos momentos significativos y el tiempo de calidad que le puede brindar a lo largo de su vida.

En el tercer y último encuentro, se realizaron actividades lúdico-recreativas para afianzar los lazos y vínculos entre padres e hijos enfocadas en los valores, el reconocimiento de las emociones, la comunicación, las pautas de crianza y el trabajo en equipo a través de un circuito de competencias. Al finalizar los juegos, cada familia recibió un obsequio representativo de todos los encuentros. Así mismo, los padres realizaron una encuesta de satisfacción de las estrategias utilizadas manifestando que fueron muy buenas porque les permitió reconocer algunas falencias que venían presentando como la manera de corregir efectivamente a los niños, el asertividad en la comunicación, el aprovechamiento del tiempo libre y de calidad, la importancia del tiempo que le dedican a los hijos. Reconocer que tienen debilidades, pero son más las fortalezas y oportunidades que las amenazas, pero con la unión, el respeto, el trabajo en equipo y siempre de la mano de Dios, todo se puede lograr.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la familia es el ente fundamental para la consolidación del aprendizaje en los seres humanos pero no solo ella sino que debe trabajar con la escuela desde una perspectiva interdisciplinaria, teniendo en cuenta que se están formando para las generaciones futuras y a través de

espacios como escuelas de formación a padres se emplean estrategias que fortalezcan los vínculos parentales, las competencias afectivas, formativas, reflexivas y protectoras que van en búsqueda de la reestructuración de las diferentes maneras de concebir a la familia y al aprovechamiento del tiempo libre de calidad, al mejoramiento del aprendizaje de los niños desde un enfoque afectivo.

LISTA DE REFERENCIAS

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Prentice Hall.

Código de la Infancia y la Adolescencia. (2006). *Ley 1098 de 2006*, Por medio de la cual se definen las garantías a los niños, a las niñas y a los adolescentes el crecimiento en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. Bogotá.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2021). Parentalidad Positiva. Recuperado de: https://www.icbf.gov.co/system/files/procesos/pu9.p_cartilla_parentalidad_positiva_v1.pdf

Molina, L. (s.f). Teoría del Aprendizaje Significativo. Recuperado de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36648472/Aprendizaje_significativo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1666876949&Signature=VTCFtwHsAKeudT7ebszvQGaVdILO8bOW4x1Vd-YN8p7p0JDut63YQ9wFhORbp6iyaP-yp0K6sqi8iVI72O-3TxXFBBibIoTy-wrBnPDFEtgOhvp92tRy8JK0clcHxvr-0sU47RNG8IGSZ8FqhsPoEwmTS-cfrzGDa5DaZP7o4F-vBSpMCMYWANQBfH1-CcPzGw6LrfEud~4fgvCaaSYu-3673xnBxyDF7ix9tfNyeORL4lGwE3wXF0Rlh6kQbN-6VLUn-vKLNXLIk17GI9T5ZAn3UMTLyMUISBan7LF5v-30vb4VueOQi50Xoz78nbYcSZRX1g2pE7V1MXiOjWxAb0c1gmle6A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Musitu, G., y Cava, M. (2001). La familia y la educación. Barcelona: Octaedro.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2013). Metodología de la Investigación 5ed. Bogotá: Ediciones de la U.

Olalla, G. (s.f). La familia como contexto educativo. Recuperado de:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8954/capitulo01.pdf?sequence=120.txt>

Pérez, B. y Támara, E. (2013). Vínculo afectivo en la relación parento-filial como factor de calidad de vida. *Tend. Ret.* 18(1) 17-32

Valladares, A. (2008). La familia. Una mirada desde la Psicología. En *Meditación sur* 6(1). Cuba. Universidad de las Ciencias Médicas de Cienfuegos.