UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
TUNJA
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1732

La Investigación y la Innovación en la Administración de empresas

Retos empresariales en tiempos de incertidumbre global

Compiladores
Angelica Yulieth Cruz Yomayuza
Ernesto Sandoval Ortega
Jevis Yamyd Caro Pedreros
Luri Suarez Pineda

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
ISSN: 2539-3081

ediciones USTA
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

2021

Autores

Alba Matilde Chávez Otálora

Ángela Viviana Cárdenas Galvis

Angie Leonela Salazar Soto

Anyinsam Daniel Barrera Montañez

Daniel Alberto Hernández Pelayo

Edison Andrés Preciado Trujillo

Ernesto Sandoval Ortega

Flor Marlén Ávila Guerrero

Franci Yolima Zárate Solano

Hilda Lucía Jiménez Orozco

Hugoberto Sanchez Sanchez

Jairo Alberto Higuera Sandoval

Jairo Omar Delgado Mora

Jeniffer Alejandra Lizarazo Sánchez

Jéssica Nataly Castillo González

Jhon Alexander Gaona Cristancho

José Alejandro Sosa Vásquez

Juan Guillermo Saldarriaga

Karen Yuliza Castellanos Acero

Lady Carolina Herrera Parra

Laura Valentina Becerra Córdoba

Leonardo Guzmán Sanabria

Luri Suárez Pineda

Luz Mery Hernández Hernández

María Inés Alvarez Burgos

Martha Isabel Salinas Medina

Oscar Bernardo Reyes Leal

Omar Alejandro Pérez Cruz

Sandra Milena Vásquez Castillo

Sandra Patricia Hernández Ávila

Verenice Zambrano Castrejon

Yésica Alejandra González Moreno

Yury Alexandra Bonilla Hernández

Compiladores

Angelica Yulieth Cruz Yomayuza

Ernesto Sandoval Ortega

Jevis Yamyd Caro Pedreros

Luri Suarez Pineda

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA

DIRECTIVOS

Fray Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.
Rector Seccional

Fray Omar Orlando SÁNCHEZ SUÁREZ, O.P.
Vicerrector académico

Fray Héctor Mauricio VARGAS RODRÍGUEZ, O.P.
Vicerrector Administrativo y Financiero

Anthony NUMA MARÍN
Secretario General

DECANOS DE DIVISIÓN

Fr. Fernando CAJICÁ GAMBOA, O.P.
Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Fr. José Gregorio HERNÁNDEZ TARAZONA O.P.
Ingenierías y Arquitectura

Fr. José Fernando MANCIPE GIRALDO, O.P.
Ciencias Jurídicas y Políticas

DECANOS ACADÉMICOS Y COORDINADORES DEPARTAMENTOS ACADÉMICOS

Humberto Alejandro ROSALES VALBUENA
Facultad de Administración de Empresas

Gloria Edilma BALLESTEROS RODRIGUEZ
Facultad de Negocios Internacionales

Gladis Leonor ARIAS RODRÍGUEZ
Licenciatura en español y lenguas extranjeras: Inglés Francés

Mónica Helena RODRÍGUEZ MESA
Facultad de Ingeniería Civil

Luz Helena GUTIÉRREZ LÓPEZ
Facultad de Ingeniería de Sistemas

William Fernando LÓPEZ CANDELA
Facultad de Ingeniería Mecánica

Carlos Alirio BELTRAN RODRÍGUEZ
Facultad de Ingeniería Industrial

Victor Felipe PRADA HERNÁNDEZ
Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo, O.P.

Elvia Pilar RODRÍGUEZ CELY
Facultad de Contaduría Pública

Nubia Lorena DAZA LÓPEZ
Facultad de Derecho

Oscar Eduardo MUÑOZ PULIDO
Comunidad Académica Cultura Física, Deporte y Recreación

Luz Angela CUELLAR RODRÍGUEZ
Facultad de Ingeniería Ambiental

William Fabián CHAPARRO BECERRA
Facultad de Ingeniería Electrónica

William H. ALFONSO PIÑA
Facultad Arquitectura

Shirley Andrea OVALLE
Facultad Diseño de Interacción

Brigid Hiomara PACHECO GARCÍA
Departamento de ciencias Básicas

Diego Edgardo ROJAS ESCOBAR
Departamento de Humanidades y Formación Integral

COMITÉ EDITORIAL

Fr. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.
Rector

Fr. Omar Orlando SANCHEZ SUÁREZ, O.P.
Vicerrector Académico

Fr. Héctor Mauricio VARGAS RODRÍGUEZ, O.P.
Vicerrector administrativo y Financiero

María Ximena ARIZA GARCÍA
Directora Ediciones Usta Tunja

Sandra Consuelo DÍAZ BELLO
Directora Investigación e Innovación

Juan Carlos CANOLES VÁSQUEZ
Director Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación

Primera versión, 2021

Todos los derechos reservados conforme a la ley.

Se permite la reproducción citando fuente.

El pensamiento que se expresa en esta obra, es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad Santo Tomás.

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier proceso reprográfico o fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, offset o mimeógrafo.

Ley 23 de 1982.

Ediciones Usta

Universidad Santo Tomás

2021

Comité arbitral

Los trabajos del presente libro han sido sometidos a un proceso de revisión ciega, que garantiza la total transparencia en la gestión del proceso evaluativo de los paper presentados y compilados en esta publicación, por investigadores y académicos de trayectoria de Instituciones de Educación superior.

Albenis Rafael Mora Tamayo

Contador Público, de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Especialista en Gerencia Financiera, de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Candidato a Magister en Ciencias con especialización en Finanzas de la Universidad Atlantic International Universiy.

Andrea Carolina Jiménez Medina

Profesional en Marketing y Negocios Internacionales - Universidad Sergio Arboleda (Colombia). Énfasis en Marketing, Atracción y Retención de Clientes, Mercadeo y Publicidad Incluyente, Comunicación Comercial. Magíster en Dirección de Marketing - Universidad Viña del Mar (Chile).

Ángela María Rodríguez Orduz

Licenciada en Química y Biología; Economista; Especialista en Finanzas; Especialista en Administración de la Informática Educativa; Magister en Gestión de Empresas "Pymes y Economía Social"; Magister en Gestión de la Tecnología Educativa.

Clara Patricia Guzmán Silva

Economista, Especialista en Administración de la Informática Educativa, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magíster en Economía, Doctorado (c) en Economía

Claudia Isabel Cárdenas Flórez

Psicóloga - Universidad Santo Tomás (Colombia). Especialista en Comunicación - Educación - Universidad Central (Colombia). Magíster en E-Learning - Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia). Candidata a Magíster en Desarrollo Sustentable - Universidad Nacional de Lanus (Argentina).

Edison Andrés Preciado Trujillo

Economista, especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Territorial, Magíster en Planeación para el Desarrollo.

Edna Carolina Cañón Ortega

Internacionalista – Universidad del Rosario (Colombia). Magíster en Estudios Políticos e Internacionales – Universidad del Rosario (Colombia). Máster en Comunicación y Cultura - Universidad de Sevilla (España). Doctoranda en Comunicación – Universidad de Sevilla (España).

Esperanza Díaz Casallas

Administradora de Empresas - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia). MBA en Dirección de Empresas con énfasis en Comunicación Institucional, Publicidad y Marketing - Universidad de Palermo (Argentina).

Gloria Edilma Ballesteros Rodríguez

Profesional en Relaciones Económicas Internacionales - Universidad Autónoma de Colombia (Colombia). Especialista en Métodos Alternativos de Solución de Conflictos y Estrategias de Negociación – Universidad del Rosario (Colombia). Magíster en Gobierno y Políticas Públicas – Universidad Externado de Colombia (Colombia). Candidata a Doctora en Administración - Universidad de Celaya (México).

Hugoberto Sánchez Sanchez

Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Magister en Dirección Estratégica.

John Jairo Martínez Álvarez

Economista - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia). Especialista en Finanzas - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia). Magíster en Economía - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia).

Lady Carolina Herrera Parra

Contadora Pública, Especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Territorial, Mg. En Derecho del Estado con Énfasis en Derecho Tributario de la Universidad Externado de Colombia, actualmente cursa estudios de Especialización en Auditoria Forense.

Leonardo Guzmán Sanabria

Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales - Universidad Externado de Colombia (Colombia). Especialista en Comunicación y Periodismo Digital - Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia). Magíster en Sociología - Universidad Nacional de Colombia (Colombia).

Lizeth Viviana Lesmes Ortiz

Profesional en Administración de Empresas egresada de la Universidad Santo Tomás seccional Tunja, Especialista en Finanzas y Magister en Administración de Empresas con Especialidad en Gerencia de Proyectos.

Marcela Liseth Fernández Pedreros

Administración de Empresas. Universidad de Boyacá. Maestría en Dirección y Gestión de Empresas. Universidad Santa Teresa de Jesús de Ávila.

María Inés Álvarez Burgos

Administradora de empresas, Esp. en docencia universitaria, Esp. en derechos humanos, Magister en educación, Doctora en gerencia y política educativa.

Martha Isabel Salinas Medina

Contadora Pública- Universidad Nacional, Especialista en Gerencia Financiera – Universidad de Boyacá, Candidato a Magister Auditoria y Gestión de Control- Universidad UNINI de México.

Mauricio Alejandro Jarro Sisa

Administrador de empresas- Universidad Santo Tomás, Magister en Administración y Planificación educativa,

Mauricio Arturo Rodríguez Yanquen

Contador Público, Tecnólogo en Sistematización de Datos, con estudios en Control Gerencial Corporativo, Magister en Dirección y Administración de Empresas, actualmente cursando doctorado en Administración Gerencial.

Nancy Patricia García Pacheco

Profesional en Publicidad y Mercadeo, Especialista en gerencia de Proyectos, Especialista Coach en cambio de hábitos, Magister en Educación, PhD. en Administración de Empresas y Doctora (c) en Psicología.

Paola Andrea Cruz Yomayusa

Ingeniero de Sistemas Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Especialista en Bases de datos - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Magister en Seguridad Informática – Universidad de la Rioja España.

Rubén Darío Monroy Becerra

Contador Público - Especialista en Ciencias Tributarias, Maestría en Administración.

Samuel Armando Sánchez Abril

Administrador de Empresas - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Magíster en Administración de las Organizaciones - Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Colombia). Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo - Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Colombia).

Sandy Tatiana Mendoza Gómez

Contador Público Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga con Maestría en administración de empresas, mención en Gerencia de Proyectos de la Universidad Arturo Prat del Estado de Chile.

William David Chavarro Polo

Negociador Internacional – Universidad Santo Tomás (Colombia). MSc Global Financial Trading - Coventry University London Campus (Reino Unido). Candidato a Magíster en Economía Aplicada al Desarrollo - Universidad Central (Colombia).

Contenido

Introducción 10

HACIENDA PÚBLICA Y TRIBUTACIÓN 14

Análisis de prácticas de evasión de impuestos en el ejercicio contable colombiano años 2019-2020 15

Análisis de tarifas de impuesto predial en el municipio de Soracá años 2018-2021 31

Estrategias de atención de servicios del NAF en la USTA Tunja 1 48

Estrategias para la formulación de políticas públicas, Ley 1988: vendedores informales - Caso Tunja 55

ECONOMÍA, EMPRESA Y REGIÓN 66

La reeducación y las tecnologías: factores de éxito en el mejoramiento de la competitividad de las pymes de la provincia del Tundama 67

Análisis reflexivo de la gestión del conocimiento y el relevo generacional en las empresas del sector artesanal de los municipios de el Carmen de Viboral y la Ceja (oriente antioqueño) y la provincia de Sugamuxi en Boyacá 78

Apuestas compartidas de los productores lecheros boyacenses, una correlación con la gestión del conocimiento 102

Cadena logística de productores de café de la provincia de Lengupá, Boyacá 112

Calidad en el servicio y mercadotecnia digital: análisis de facebook de pequeñas empresas de ropa para dama en México 126

Cuarta revolución industrial: apuestas para pymes en el Departamento de Boyacá 140

El profesional en la sociedad: con competencias acordes con los resultados de aprendizaje, (RA). 149

La zona franca en Tunja: análisis de contexto para dinamizar el desarrollo territorial y empresarial de la ciudad. 165

Lineamientos para el desarrollo de una investigación de mercados pertinente 190

EMPRENDERISMO 204

Cómo crear un observatorio de emprendimiento en Boyacá 205

Formalización y emprendimiento: ¿alternativas pertinentes para vendedores ambulantes del centro histórico de Tunja? 216

El SG SST - Herramienta de formalización de microempresas turísticas, caso Hotel Olimpia Duitama 227

MOOC en Propiedad intelectual como medio de actualización acerca del mundo de las creaciones 247

NEGOCIOS INTERNACIONALES 266

Marco legal de la logística internacional entre México y Colombia 267

CULTURA DE INNOVACIÓN 285

Innovación turística del municipio de Villa de Leyva desde un enfoque prospectivo. Una aproximación teórica. 286

ECONOMÍA Y FINANZAS 312

Problemáticas financieras en pequeñas y medianas empresas comerciales del corredor central de Boyacá 313

Introducción

En tiempos de incertidumbre global, a las organizaciones les corresponde librar ejercicios con un sentido más humanístico, por la vía de salvar el planeta, lo que demanda el fortalecimiento de estrategias de investigación con impacto social, prácticas de colaboración y valor agregado compartido, que engrandezcan la importancia de los stakeholders.

Es no discrecional, ajustar la oferta para responder a un nuevo consumidor, transformado por los efectos de factores externos que lo han evolucionado. Esta demanda será transmitida a quienes les asiste el deber de responder a nuevas necesidades, exigentes de bienes y servicios que comulguen con organizaciones verdaderamente sostenibles, inmersas en procesos que garanticen equilibrio con la perspectiva social, medioambiental, y económica.

Comprometidos con este reto, y en fortalecimiento del ejercicio de cohesión y colaboración, la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, de la Universidad Santo Tomás- Seccional Tunja, conformada por las Facultades de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Negocios Internacionales, presenta libro que compila como resultado de ejercicios investigativos, logrados a partir de la integración con instituciones a nivel nacional e internacional, mediante el intercambio de experiencias e investigaciones por parte de semilleros, estudiantes de pregrado y posgrado, docentes y grupos de investigación a nivel regional, nacional e internacional.

El documento está dispuesto por temas, que dan cuenta de áreas del conocimiento que oxigenan las diferentes líneas de investigación del grupo de investigación en Ciencias Administrativas y Contables, al que pertenece la División que compila el documento.

Los manuscritos que se presentan a continuación, surtieron el proceso de evaluación por parte de jurados, y sus autores atendieron los ajustes sugeridos, como requisito para su publicación.

Hacienda Pública y Tributación. Resultado de investigaciones para la formación y apropiación social del conocimiento, a partir del estudio y análisis de las finanzas públicas en Colombia; los principales tributos nacionales y territoriales desde la perspectiva de la descentralización, así como estrategias para la formulación de la política pública. Compila las temáticas:

- Análisis de prácticas de evasión de impuestos en el ejercicio contable colombiano años 2019-2020.
- Análisis de tarifas de impuesto predial en el municipio de Soracá años 2018-2021.
- Estrategias de atención de servicios del NAF en la USTA Tunja.
- Estrategias para la formulación de políticas públicas, Ley 1988: vendedores informales - Caso Tunja.

Economía Empresa y Región. Resultado de ejercicios investigativos, propiciados a partir de la formulación y ejecución de proyectos de investigación, por la vía de adquirir nuevo conocimiento sobre la actividad económica regional, que facilite la generación y desarrollo de ideas de negocios exitosas y soluciones a problemáticas territoriales concretas por parte de la comunidad académica. Expone las siguientes temáticas:

- La reeducación y las tecnologías: factores de éxito en el mejoramiento de la competitividad de las pymes de la provincia del Tundama.
- Análisis reflexivo de la gestión del conocimiento y el relevo generacional en las empresas del sector artesanal de los municipios de el Carmen de Viboral y la Ceja (oriente antioqueño) y la provincia de Sugamuxi en Boyacá.
- Apuestas compartidas de los productores lecheros boyacenses, una correlación con la gestión del conocimiento.

- Cadena logística de productores de café de la provincia de Lengupá, Boyacá.
- Calidad en el servicio y mercadotecnia digital: análisis de facebook de pequeñas empresas de ropa para dama en México.
- Cuarta revolución industrial: apuestas para pymes en el Departamento de Boyacá.
- El profesional en la sociedad: con competencias acordes con los resultados de aprendizaje, (RA).
- La zona franca en Tunja: análisis de contexto para dinamizar el desarrollo territorial y empresarial de la ciudad.
- Lineamientos para el desarrollo de una investigación de mercados pertinente.

Emprenderismo. Resultado de la formulación y ejecución de proyectos de investigación, que contribuyen a la generación de nuevo conocimiento relacionado con la creación de empresas y su sostenibilidad en el tiempo, brindando herramientas para los emprendedores y colaborando en la consolidación del sector empresarial en la región. Se dispone como sigue:

- Cómo crear un observatorio de emprendimiento en Boyacá.
- Formalización y emprendimiento: ¿alternativas pertinentes para vendedores ambulantes del centro histórico de Tunja?.
- El SG SST - Herramienta de formalización de microempresas turísticas, caso Hotel Olimpia Duitama.
- MOOC en Propiedad intelectual como medio de actualización acerca del mundo de las creaciones.

Negocios Internacionales. Contempla investigación con una propuesta alrededor de la forma como está organizada la relación comercial en México y Colombia.

- Marco legal de la logística internacional entre México y Colombia.

Cultura de Innovación. Contempla resultado de procesos investigativos, orientados a la generación de nuevo conocimiento en materia de calidad organizacional. El primer estudio que se presenta, tiene como propósito identificar el valor que tiene el Design Thinking al implementarlo en las prácticas innovadoras a nivel empresarial. El segundo ejercicio investigativo, busca diseñar escenarios a partir de la gestión estratégica de la innovación en turismo como aporte a la actividad turística del municipio de Villa de Leyva.

- Innovación turística del municipio de Villa de Leyva desde un enfoque prospectivo. Una aproximación teórica.

Economía y Finanzas. Dedicado a la problemática de tipo financiero que se puede presentar en el desarrollo normal de la actividad económica.

- Problemáticas financieras en pequeñas y medianas empresas comerciales del corredor central de Boyacá.

Mg. Luri Suárez Pineda

1

HACIENDA PÚBLICA Y TRIBUTACIÓN

Análisis de prácticas de evasión de impuestos en el ejercicio contable colombiano años 2019-2020 [1]

Analysis of tax evasion practices in the Colombian accounting year 2019-2020

Jeniffer Alejandra Lizarazo Sánchez [2], José Alejandro Sosa Vásquez [3].

Resumen

Esta investigación está basada en el análisis de las prácticas más usadas en la evasión de impuestos en el ejercicio de la profesión contable en Colombia tomando como referencia los años comprendidos entre 2019 – 2020, el objetivo es realizar un análisis de prácticas de evasión de impuestos en el ejercicio de la contaduría pública en Colombia en los años comprendidos entre el 2019-2020 mediante una metodología encaminada en realizar una búsqueda de los profesionales en contaduría pública que hayan incurrido en la evasión de impuestos, identificar las principales practicas usadas y así mismo estudiar las causas por las cuales los contribuyentes incurren en estas faltas, esta investigación es de tipo cuantitativa, histórico, documental y explicativa ya que se recopila y se hace el análisis de la información que se obtiene a través de las diferentes fuentes, además busca compilar hechos del pasado de una manera objetiva y exacta evaluando, verificando y sintetizando resultados que permitan obtener hipótesis validas, basada en seleccionar información a través de revistas, libros, artículos y documentos que ratifican lo expuesto durante la investigación, indagando a mayor profundidad el entendimiento sobre el problema planteado; Por lo tanto entre los

[1] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[2] Estudiante. Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. Semillero de investigación para el Desarrollo de la Contabilidad Ambiental – INDERCA. jeniffer.lizarazo@santoto.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do.

[3] Estudiante. Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. Semillero de investigación para el Desarrollo de la Contabilidad Ambiental – INDERCA. jose.sosa@santoto.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do.

principales resultados obtenidos durante la ejecución de esta investigación se evidencian que las practicas más comunes usadas en la evasión de impuestos por parte de los contribuyentes tiene que ver con la falta de cultura tributaria y el desconocimiento de la norma, adicional a esto los contribuyentes deciden evadir impuestos porque no ven reflejado el recaudo de sus impuestos en inversiones pues no tienen el conocimiento de la redistribución del ingreso, sumado a esto por parte de los Contadores las actuaciones indebidas que van en contra del código de ética del contador en donde se utilizan modelos de facturas falsas que buscan beneficiar al contribuyente.

Palabras Claves

Causa, gasto público, impuestos, obligación, profesional.

Abstract

This research is based on the analysis of the most used practices in tax evasion in the practice of the accounting profession in Colombia taking as reference the years between 2019 - 2020, the objective is to perform an analysis of tax evasion practices in the practice of public accounting in Colombia in the years between 2019-2020 through a methodology aimed at conducting a search of professionals in public accounting who have incurred in tax evasion, identify the main practices used and also study the causes for which taxpayers incur in these faults, This research is quantitative, historical, documentary and explanatory since the information obtained through different sources is compiled and analyzed, it also seeks to compile facts of the past in an objective and exact way, evaluating, verifying and synthesizing results that allow obtaining valid hypotheses, based on selecting information through magazines, books, articles and documents that ratify what was exposed during the research, investigating in greater depth the understanding of the problem posed; Therefore, among the main results obtained during the execution of this research, it is evident that the most common practices used in tax evasion by taxpayers have to do with the lack of tax culture and

ignorance of the law, In addition to this, taxpayers decide to evade taxes because they do not see the collection of their taxes reflected in investments since they do not have the knowledge of the redistribution of income, added to this on the part of the accountants the undue actions that go against the code of ethics of the accountant where false models of invoices are used that seek to benefit the taxpayer.

Keywords

Cause, public expenditure, taxes, obligation, professional.

Introducción

A través de la historia la economía de los países se ha visto afectada a raíz de la evasión de impuestos, lo cual es un fenómeno que ha estado presente en todos los estratos sociales, afectando de forma directa el gasto público de la sociedad. Se puede decir que "En términos generales la evasión de impuestos puede definirse como el acto de no declarar y no pagar un impuesto en contradicción con el espíritu de la ley, que tenía por objeto de gravar una determinada actividad" (Toro & Trujillo, 1996). Para realizar esta evasión los contribuyentes adoptan conductas que van en contra de principios morales. Este fenómeno se puede observar a grandes rasgos en el desarrollo de las diferentes actividades económicas, independientemente del departamento donde estén situados, cuando se deben trasferir los recursos a la administración tributaria según las responsabilidades impositivas.

En la actualidad los estados para reducir las prácticas de evasión de impuestos, han generado políticas enfocadas a modificar las tarifas, la creación de normas, la realización reformas tributarias y como solución eficaz han implementado la facturación electrónica como ayuda para mejorar el sistema de fiscalización.

Según José Andrés Romero, director de la Dian, la factura electrónica ayudará a controlar este fenómeno, porque ha mostrado en países de la región que, cuando se implementa, aumenta el recaudo entre uno y dos puntos del PIB. Con la tributaria que

se tramita en el Congreso, también se espera obtener un dinero extra con la ampliación del impuesto de normalización (Lopez Bejarano, 2019).

Pero el problema central está enfocado en baja cultura tributaria y en los principios éticos de cada contribuyente.

Del mismo modo en el ejercicio de la contaduría pública debido a que se han adoptado malas prácticas esto ha acarreado que muchas empresas no paguen sus obligaciones de acuerdo a la norma tributaria por desconocimiento u omisión lo que genera que paguen grandes multas, y en el peor de los casos asumir el cierre total del establecimiento comercial, de igual manera los contadores se ven afectados tanto en sanciones penales, multas y hasta pérdida de la tarjeta profesional.

Por lo anterior, el trabajo de investigación se enfoca en determinar los principales factores que generan la evasión en el ejercicio de la contaduría pública en Colombia en el periodo comprendido entre el 2019-2020, del cual se extrae que a través del tiempo la profesión contable se ha visto inmersa en actos de corrupción los cuales afectan su ética profesional provocando una mala imagen y poca credibilidad por parte de los usuarios y entes regulatorios; así mismo prestando su nombre para prácticas de evasión de impuestos dentro de las compañía las cuales generan impacto en la toma de decisiones financieras.

Metodología.

Para abordar la presente investigación se inicia realizando una búsqueda de los profesionales en Contaduría Pública que hayan incurrido en evasión de impuestos en los años comprendidos entre el 2019 y 2020, seguido de esto se identifican las principales prácticas usadas en la evasión de impuestos en Colombia en los años comprendidos entre el 2019-2020 y posteriormente se estudian las causas por las cuales los contribuyentes evaden impuestos en Colombia, lo que permite cumplir con el objetivo general de analizar las prácticas de evasión de impuestos en el ejercicio de la contaduría pública en Colombia en los años comprendidos entre el 2019-2020.

La población se define como “un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados” (Gomez, Villasís, & Miranda, 2016). Para la presente investigación la población objeto de estudio está enfocada en los profesionales de la contaduría pública en Colombia de acuerdo a la información obtenida en la JCC.

Según Sabino (1995) “Establece que la muestra constituye una parte del conjunto total de la población y es poseedora de sus propias características. Por tanto, una población es homogénea en la medida que sus integrantes se parecen entre sí en cuanto a sus características” (pág. 80). De la población, la muestra a estudiar son los contadores que fueron sancionados en el periodo comprendido entre el 2019-2020 por causa de evasión fiscal en territorio colombiano, de acuerdo a lo encontrado en la Junta Central de Contadores se determinó que 39 contadores fueron sancionados en este periodo.

Esta investigación está apoyada en fuentes primarias, como la normativa referente al tema, el análisis documental a los diferentes informes publicados por parte de entidades de control que abordan la temática de estudio y fuentes secundarias como trabajos y artículos académicos que sean coherentes, apoyen y soporten el tema de investigación. Según Sampieri (2014)“La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (pág. 4).

De ahí que la presente investigación se elabora bajo una metodología cuantitativa porque recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado, El enfoque cuantitativo tiene una innegable potencia para el tratamiento de los datos más concretos (Behar Rivero, 2008), de acuerdo a lo anterior el presente estudio pretende analizar las prácticas y causas por las cuales los profesionales en el área contable evaden impuestos infringiendo la ley que los regula, para de esta manera dar a conocer al

público interesado de forma claro y entendible el número de contadores sancionados por evasión fiscal.

Esta investigación también es de tipo histórico, ya que “nos permite estudiar los hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones causales a las manifestaciones propias de las sociedades actuales” (Universidad Autonoma del estado de Hidalgo, 2010). De esta forma se analizan eventos pasados y busca relacionarlos con otros del presente, de tal manera que se abracan el número de contadores sancionados por evasión de impuestos en los periodos 2019-2020.

Adicionalmente esta investigación es de tipo documental ya que se analiza la información ya escrita sobre el tema objeto de estudio, “Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie” (Behar Rivero, 2008).

Por último, se emplea el tipo de investigación explicativa, debido a que en la presente investigación busca analizar las causas por las cuales los Profesionales en Contaduría Pública realizan prácticas como la evasión de impuestos. Esto se constata ya que el método explicativo “Busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste (Behar Rivero, 2008).

RESULTADOS (OBTENIDOS Y PARCIALES) Y RECOMENDACIONES

La presente investigación se encuentra en curso finalizando la fase tres, las principales limitaciones que se encontraron en el desarrollo de esta investigación son que los organismos no detallan específicamente las causas de las sanciones impuestas a los profesionales de la contaduría pública, por tal motivo se consulta uno a uno el listado de los contadores sancionados verificando el tipo de conducta para establecer quienes fueron los que evadieron impuestos encaminados al objetivo de esta investigación.

De las búsquedas efectuadas del tema propuesto de investigación, se demuestra que la evasión según el artículo titulado evasión de impuestos indica que la idea básica de la tributación es que el contribuyente declare de forma legal la totalidad de sus impuestos y así evitar la evasión tributaria, pero cada vez que una persona elige no asumir la carga tributaria se enfrenta a dos caminos los cuales son, la omisión de información verídica lo cual implica que tenga más flujo de efectivo y de igual manera se enfrenta a sanciones y multas disciplinarias y penales por la omisión de esta. No existe una política fiscal que evite a primera vista detectar a los evasores, pero si estos son identificados serán castigados severamente (Tavares, 2015, pág. 4). Además de esto y como se indica en el artículo titulado elusión o evasión fiscal, revela de manera clara y precisa la destinación del recaudo de los impuestos, donde el propósito es disminuir la evasión fiscal y aumentar los ingresos del gasto público para así tener una mayor capacidad contributiva, esto con el fin de poder cubrir todas necesidad que el país demanda, inspirado en tener un sistema tributario basado en los principios de justicia, igualdad, generalidad, progresividad y que se tenga una distribución equitativa en la imposición de tributos (Ochoa León, 2013, pág. 2). Por otro lado según la investigación titulada los índices de evasión fiscal y perfiles, la evasión de impuesto es el acto deshonesto del contribuyente de omitir información, esta ocurre cuando un contribuyente falsifica u oculta sus verdaderos ingresos ante las autoridades competentes para de esta manera reducir su obligación con el estado, el contribuyente puede evadir declarando impuestos más bajos o aumentando las deducciones y aumentando crédito fiscal (Rizzo, 2017, pág. 3). Así mismo el artículo titulado la evasión tributaria: Marco conceptual de sus causas y medición, nos indica que la evasión se divide en cuatro causales evidentes que se han destacado, la primera de ellas es la falta de inscripción en registro fiscal, esto se debe a la falta de educación tributaria por parte de los contribuyentes, la segunda es la falta de presentación de declaraciones, lo que nos indica que los contribuyentes al no tener conocimiento de la norma hacen caso omiso de su responsabilidad con el estado, pero cabe resaltar que el no conocimiento de la norma no la exime de su responsabilidad, la

tercera es la falta de impuesto declarado, en esta causal muchos contribuyentes omiten el pago y son morosos con el mismo, la cuarta es la declaración incorrecta, los contribuyentes suelen ocultar la información de sus ingresos, patrimonio y demás factores que los hacen responsables de cargas impositivas (Torres Cuzcano, 2012). Adicionalmente el artículo el incrementalismo fiscal, una realidad evidente desde el Derecho económico, nos habla sobre la normatividad que Colombia está implementando para impulsar y fomentar la no evasión de impuestos, Se hace evidente que la serie de "medidas adoptadas por la administración y avaladas por el Congreso buscaban dar un renovado impulso a la economía en todos los niveles, fortaleciendo el régimen de ingresos tributarios regionales, estableciendo estímulos a las sociedades y reduciendo cargas impositivas provenientes de la doble tributación" (Rojas Arias, 2018).

De acuerdo al artículo el concepto de evasión y elusión en términos de la Corte Constitucional, el Concejo de Estado y la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales:

En Colombia según (Corte Constitucional, 1993) La evasión desde el punto de vista del derecho tributario es una acción u omisión consciente por medio del cual, el administrado viola el sistema tributario y reduce o evita el impuesto, por otra parte la elusión, que puede ser legal o ilegal si se evita el nacimiento de la obligación establecida en la normatividad, pero si se abusa de las formas jurídicas se estaría hablando de una elusión ilícita (Bedoya Martinez, 2016).

En nuestro país actualmente la legislación colombiana ha estudiado la posibilidad de implantar leyes que ayuden a combatir la evasión de impuestos en el territorio, ya que, los contribuyentes que no declaran de manera verdadera sus ingresos es una ocurrencia frecuente, afectando de manera directa el gasto público, esto ha hecho que no exista "la figura de elusión ya que carece de consagración legal expresa. El legislador no ha contemplado hasta el momento la consagración legal de una cláusula general anti

elusión" (Speyer Wells, 2009). En otros países si opera un sistema jurídico que controla la elusión y evasión.

Por su parte en el artículo titulado evasión de impuestos nacionales en Colombia: años 2001-2009, se puede deducir que existen alternativas de medición de la evasión, este tema es un poco álgido dentro de las decisión que toma el estado para planificar una política fiscal, pues se afectan temas tales como el gasto público, los ingresos que percibe el estado y otros temas económicos netamente de la nación, para manejar esta evasión muchos expertos han propuesto tres métodos para medir la evasión los cuales son, a) mejorar la distribución de los recursos, b) medir resultados de planes de fiscalización y ajustes pertinentes, c) usarla como medida eficaz de la tributación (Parra & Patiño, 2010, pág. 184).

Existen diversas causas por las cuales los contribuyentes evaden sus obligaciones tributarias "En cuanto a Colombia tenemos como causas diversas que; "El sistema tributario colombiano se caracteriza por su complejidad, diversificación de tributos, mecanismos de recaudo agresivos, ausencia de cultura y orientación tributaria clara, altas tarifas e inestabilidad jurídica" (Macías , Agudelo , & López, 2007, pág. 10).

Todos los países en sus economías presentan un problema de evasión, solo que no en todas se presenta de la misma manera ya que esto depende del entorno de una de las economías por eso es importante realizar en cada economía estudios que determinen las causas por las cuales se genera este fenómeno, los impactos y alternativas de medición, en Colombia es bastante complicado determinar las causales por las cuales la población colombiana decide evadir impuestos, entre las más nombradas están es la poca cultura que tiene el ciudadano para contribuir al estado, los diferentes cambios en las reformas tributarias que hace que muchos contribuyentes opten por no declarar de manera precisa y consiente, por esto y muchos factores más es de suma importancia buscar soluciones para este fenómeno, social y económico (Parra & Patiño, 2010).

De acuerdo a lo anterior se hace una revisión a la (Junta Central de Contadores, 2021) y según las cifras emitidas por este ente regulador se determinó que 39 profesionales en el ejercicio de la contaduría pública fueron sancionados, para el año 2019, 19 contadores sancionados distribuidos de la siguiente manera: 3 con cancelación de la inscripción profesional y 16 con la suspensión de la inscripción profesional.

Tabla 1. ***Total, de sancionados***

No	TIPO DE SANCIÓN	CONTADORES PÚBLICOS
1	AMONESTACIÓN	
2	CANCELACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN PROFESIONAL	3
3	MULTA	
4	SUSPENSIÓN DE LA INSCRIPCIÓN PROFESIONAL	16
	TOTAL SANCIONES IMPUESTAS	19

Fuente: Adaptado de JCC (2021)

Según la revisión documental de la página de la (Junta Central de Contadores, 2021) se evidencia, que, de los 19 profesionales en contaduría pública sancionados en el año 2019, 13 de estos tenían como cargo Contador Público y 6 ejercían como Revisores Fiscales.

Tabla 2. ***Sancionados Discriminados Según el cargo***

No	TIPO DE SANCIÓN	CONTADORES PÚBLICOS
1	CONTADORES	13
2	REVISORES FISCALES	6
3	OTROS	
4	TOTAL	19

Fuente: Adaptado de JCC (2021)

Según la revisión documental de la página de la (Junta Central de Contadores, 2021) se evidencia, que, de los 20 profesionales en contaduría pública sancionados en el año 2020, solamente 2 de ellos fueron sancionados por evasión o elusión de impuestos.

Como se expone en la página de la (Junta Central de Contadores, 2021), de los 20 profesionales en contaduría pública sancionados en el año 2020 a 19 de ellos se les aplico el artículo 25 de la ley 43 de 1990 "suspensión de la inscripción profesional" y a uno de ellos se aplicó el artículo 23 de esta misma ley por concepto de amonestación.

Tabla 3. ***Total de sancionados***

No	TIPO DE SANCIÓN	CONTADORES PÚBLICOS
1	AMONESTACIÓN	1
2	CANCELACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN PROFESIONAL	
3	MULTA	
4	SUSPENSIÓN DE LA INSCRIPCIÓN PROFESIONAL	19
	TOTAL SANCIONES IMPUESTAS	20

Fuente: Adaptado de JCC (2021)

Al igual, en la página de la (Junta Central de Contadores, 2021) se evidencia, que, de los 20 profesionales en contaduría pública sancionados en el año 2020, 7 de estos tenían como cargo Contador Público y 13 ejercían como Revisores Fiscales.

Tabla 4. ***Sancionados Discriminados Según el cargo***

No	TIPO DE SANCIÓN	CONTADORES PÚBLICOS
1	CONTADORES	7
2	REVISORES FISCALES	13
3	OTROS	
4	TOTAL	20

Fuente: Adaptado de JCC (2021)

Se sabe que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN también emite sanciones mediante resoluciones, pero estas no son públicas lo que impide la consulta de los Contadores sancionados por esta entidad. Sin embargo, en el Estatuto Tributario se encuentran los artículos 659 y 660 en los cuales se mencionan las sanciones que pueden acarrear los profesionales por incumplir con las normas que rigen la profesión contable.

Según el estatuto tributario en su artículo 659 en el cual se mencionan las sanciones por violar las normas que rigen la profesión contable:

Los Contadores Públicos, Auditores o Revisores Fiscales que lleven o aconsejen llevar contabilidades, elaboren estados financieros o expidan certificaciones que no reflejen la realidad económica de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, que no coincidan con los asientos registrados en los libros, o emitan dictámenes u opiniones sin sujeción a las normas de auditoría generalmente aceptadas, que sirvan de base para la elaboración de declaraciones tributarias, o para soportar actuaciones ante la Administración Tributaria, incurrirán en los términos de la Ley 43 de 1990, en las sanciones de multa, suspensión o cancelación de su inscripción profesional de acuerdo con la gravedad de la falta (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019).

En iguales sanciones incurrirán si no suministran a la Administración Tributaria oportunamente las informaciones o pruebas que les sean solicitadas. Las sanciones previstas en este artículo, serán impuestas por la JCC. El Director de Impuestos Nacionales o su delegado - quien deberá ser contador público - hará parte de la misma en adición a los actuales miembros (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019).

Como lo menciona el artículo anterior los profesionales en Contaduría Pública que incurran en faltas que vayan en contra del código de ética del contador serán sometidos según lo disponga órgano Rector (JCC) a sanciones, multas o cancelación de la inscripción profesional dependiendo de la gravedad.

Según el estatuto tributario en su artículo 660 en el cual se mencionan la suspensión de la facultad de firmar declaraciones tributarias y certificar pruebas con destino a la administración tributaria parte de la siguiente premisa:

Cuando en la providencia que agote la vía gubernativa, se determine un mayor valor a pagar por impuesto o un menor saldo a favor, en una cuantía superior a (590 Uvt) originado en la inexactitud de datos contables consignados en la declaración tributaria, se suspenderá la facultad al contador, auditor o revisor fiscal, que haya firmado la declaración, certificados o pruebas, según el caso, para firmar declaraciones tributarias y certificar los estados financieros y demás pruebas con destino a la Administración Tributaria, hasta por un año la primera vez; hasta por dos años la segunda vez y definitivamente en la tercera oportunidad (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019).

En virtud de lo mencionado en el artículo 660 del E.T los Profesionales en contaduría Pública en sus diferentes roles que certifiquen o firmen declaraciones que no reflejen la realidad económica del contribuyente se verá inmerso en suspensión y no podrá firmar declaraciones tributarias ni certificar estados financieros.

Conclusiones

La evasión de impuestos es un fenómeno muy común en la actualidad en el cual afecta el bajo recaudo de ingresos por el no pago de obligaciones tributarias a cargo de los contribuyentes, de esta investigación se tienen las siguientes conclusiones:

Partiendo del artículo de investigación Evasión tributaria, una revisión de (Patiño Jacinto, Mendoza Gómez, Quintanilla Ortiz, & Díaz Montenegro, 2019) se indica que "Puede afirmarse que los actuares injustos socialmente, como altas cargas tributarias a pequeños contribuyentes, ocasionan fuertes desigualdades que debilitan el sistema tributario y motivan a los contribuyentes a no cumplir con sus obligaciones" (pág. 189).

De esta forma el contribuyente no tiene la voluntad de cumplir con sus obligaciones tributarias debido al alto índice de corrupción e inseguridad en el destino de los recursos pagados por ellos, puesto que no se refleja la inversión en el gasto público.

En Colombia los contribuyentes bien sean personas naturales o jurídicas no poseen una cultura frente a temas tributarios, pues se evidencia que desconocen su responsabilidad con el Estado, por tal motivo el país deja de recaudar grandes sumas de dinero que van destinadas a la inversión y el desarrollo del país.

El desconocimiento de la norma y el constante cambio en las normas o políticas tributarias hacen que el contribuyente no tenga de forma clara y precisa sus obligaciones para con el Estado, debido al robusto sistema tributario y su compleja interpretación.

Los profesionales en contaduría pública que faltando a su código de Ética infringen la norma valiéndose de acciones para disminuir el valor a pagar por parte de los contribuyentes hasta incluso generar saldo a favor utilizando la figura de facturas falsas que no reflejan la realidad económica del contribuyente.

Referencias Bibliográficas

Bedoya Martinez, O. H. (2016). El concepto de evasión y elusión en términos de la Corte Constitucional, el Concejo de Estado y la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales. *Revista contaduria universidad de antioquia.*, 75.

Behar Rivero, D. (2008). *Metodología de la Investigación.* Shalom.

Corte Constitucional. (1993). *Corte Constitucional.*

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2019). DIAN. Colombia.

Gomez, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III. *Alergia Mexico*, 7.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* Mexico : Mcgraw-Hill Interamericana Editores.

Junta Central de Contadores. (2021). *Junta Central de Contadores*. Obtenido de Junta Central de Contadores: https://www.jcc.gov.co/

Lopez Bejarano, J. (19 de Diciembre de 2019). La evasion equivale al 30% de lo que se recauda de impuestos al año. *La República*.

Macías , H., Agudelo , L., & López, M. (2007). Los Métodos Para Medir La Evasión De Impuestos. *Semestre economico-Universidad de medellin*, 10.

Ochoa León, M. (2013). Elusion o evasión fiscal. *Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración.*, 2.

Parra, O., & Patiño, R. (2010). Evasión De Impuestos Nacionales En Colombia: Años 2001 - 2009. *rev.fac.cienc.econ.*, 22.

Patiño Jacinto, R. A., Mendoza Gómez, S. T., Quintanilla Ortiz, D. A., & Díaz Montenegro, J. (2019). Evasión tributaria, una revisión. *Revista Activos*, 28.

Rizzo, D. (2017). Índices de evasíon fiscal y perfiles. *SAGE*, 3.

Rojas Arias, J. C. (2018). El incrementalismo fiscal, una realidad evidente desde el Derecho económico. *Derecho y Economia* , 11.

Sabino, C. (1995). *El proceso de investigacion.* Bogotá: Panamericana.

Speyer Wells, P. C. (Diciembre de 2009). La Elusión Fiscal En Colombia. *Revista de derecho privado*.

Tavares, A. I. (2015). Evasión Fiscal. *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society*, 4.

Toro, & Trujillo. (1996). Estimación de la evasión en el IVA en Chile. *Serie Política fiscal*, 19.

Torres Cuzcano, V. (2012). La evasión tributaria: Marco conceptual de sus causas y medición. *Alternativa Financiera*, 1.

Universidad Autonoma del estado de Hidalgo. (2010). *uaeh.* Obtenido de uaeh.

Análisis de tarifas de impuesto predial en el municipio de Soracá años 2018-2021[4]

Analysis of property tax rates in the municipality of Soracá years 2018-2021

Luz Mery Hernández Hernández [5].

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar las tarifas de impuesto predial 2018-2021 en el municipio de Soracá como alternativa para aumentar el recaudo e incentivar el pago por parte de los contribuyentes, aplicando una metodología que se desarrolla en tres fases iniciando con el análisis de información catastral mediante bases de datos del municipio para detectar predios que se encuentran desactualizados y que no han realizado el respectivo pago de impuesto predial, posteriormente se proponen estrategias para incentivar a que el contribuyente cancele sus obligaciones y actualice el catastro, por último, se abordan recomendaciones para que la entidad pública del municipio las aplique para obtener un mejor control en el impuesto catastral. Según el análisis realizado mediante bases de datos sobre información catastral del municipio de Soracá, se evidencia que la secretaria de hacienda del municipio cuenta con un registro total hasta el año 2021 de 7,767 predios .La cual se divide por 11 veredas rurales donde se encuentran registrados una totalidad de 6.853 predios y centro urbano con un registro de 914 predios, de igual manera se evidencia y da a conocer el porcentaje total de predios que se encuentran en deuda con el municipio. El 37% con 2,864 predios que se encuentran en deuda hasta el año vigente 2021. El 63% con 4.903 equivale a los

[4] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[5] Estudiante. Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. Luz.hernandezh@santoto.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do

predios que se encuentran al día hasta el año vigente 2021, para una totalidad 7.617 que equivale al 100%.total de predios pertenecientes al municipio de Soracá.

Palabras Claves

Estrategias, impuesto, intereses, predio, recaudo.

Abstract

The main objective of this study is to analyze the 2018-2021 property tax rates in the municipality of Soracá as an alternative to increase collection and encourage payment by taxpayers, applying a methodology that is developed in three phases starting with the analysis of cadastral information through databases of the municipality to detect properties that are outdated and that have not made the respective payment of property tax, later strategies are proposed to encourage the taxpayer to cancel their obligations and update the cadastre, finally they are addressed Recommendations so that the public entity of the municipality applies them to obtain a better control in the cadastral tax. According to the analysis carried out through databases on cadastral information of the municipality of Soracá, it is evident that the secretary of finance of the municipality has a total registry until 2021 of 7,767 properties, which is divided by 11 rural villages where they are registered a total of 6,853 properties and urban center with a registry of 914 properties, in the same way it is evidenced and disclosed the total percentage of properties that are in debt to the municipality. 37% with 2,864 properties that are in debt until the current year 2021. 63% with 4,903 is equivalent to the properties that are up to date until the current year 2021, for a total of 7,617 that is equivalent to 100% of total properties. Belonging to the municipality of Soracá.

Keywords

Strategies, tax, interest, property, collection

Introducción

El presente proyecto de investigación consiste en analizar cuáles son los factores que proporcionan el bajo recaudo de impuesto predial y qué estrategias son más viables para tomar medidas y de esta manera solucionar dicho problema que invade al Municipio de Soracá. Sin dejar de lado que el impuesto predial unificado es uno de las fuentes de ingresos más importantes que recauda el municipio ya que, mediante él se generan obras públicas y de esta manera brinda una mejor calidad de vida a la población. De acuerdo a las consultas realizadas con relación al tema de análisis de tarifas de impuesto predial, como alternativa para aumentar el control de las tasas catastrales e incentivar al pago por parte de los contribuyentes, se trae a colocación el artículo de investigación titulado Impuesto predial en Colombia: Evolución reciente y comportamiento de las tarifas y potencial de recaudo trata sobre:

Es relevante tener en cuenta que "El impuesto predial es un tributo municipal que grava la propiedad raíz con base en los avalúos catastrales establecidos por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi y por las oficinas de catastro" (Iregui B, Melo B, & Ramos F, 2004).

Los impuestos municipales son aquellos montos de dinero que el contribuyente debe cancelar de manera obligatoria a la entidad municipal según estatuto de rentas que se rige, con el objetivo de coadyuvar los gastos públicos para una mejor justicia y equidad. Según a lo antes mencionado existe dos tipos de impuesto el Impuesto Real y el Impuesto personal, el Impuesto personal es el que se aplica de acuerdo a la situación económica y tributaria de cada persona. Y el Impuesto Real es el que se aplica a aquellos predios que grava un bien raíz sin ninguna consideración de la situación económica de cada propietario (Municipal, 2015).

De igual forma para (Guerrero Diaz & Noriega Quintana, 2015), en el artículo titulado Impuesto predial factores que afectan su recaudo, indica que: Los factores que más incide en "Estratos realmente bajos frente al recaudo de Impuesto predial son los bajos

recursos y la corrupción, de no ver restituido en obras sociales para el bienestar de la comunidad sobre el dinero que recibe la entidad pública" (pág. 135).

(Rodriguez, 2010) En su investigación denominada "Propuesta gerencial para mejorar la recaudación del impuesto inmobiliario urbano concluye que: "El Impuesto Inmobiliario sustenta que la posesión de la tierra es primordial de riqueza, objeto de imposición, ofrece base estable y segura el cobro del tributo por parte de los gobiernos locales o municipales de un gran número de países"

De igual manera el artículo de investigación "Caracterización en la recaudación del impuesto predial y su incidencia financiera en las municipalidades provinciales" puede concluir lo siguiente:

En los últimos decenios los gobernantes se han caracterizado por haber estado involucrados en casos de corrupción e ineficiencia administrativa, vacancia, destituciones (Dr. Melchor Cárdenas, Dr. Jaime Uribe Ochoa, Dr. Víctor Bazán Briceño); si a estos factores sumamos la falta de obras públicas básicas en todos estos años el malestar y descontento dentro de la población es generalizada y se constituye en uno de las factores principales que influyen para que la gente no cumpla con su obligación tributaria (Chupica & Percy, 2015)

Así mismo, el artículo de investigación Diseño de estrategias para incrementar el Impuesto predial en sus conclusiones expone que:

> El impuesto predial es uno de los impuestos más importantes para las entidades territoriales, ya que su mayor recaudo depende de acciones y políticas que estos emprenden. Ya que es un recurso propio e importante para la seguridad y bienestar de la sociedad. Por medio de estrategias es posible incrementar de manera eficiente el impuesto predial en las entidades públicas (Garcia, 2015).

En la investigación denominada: "Factores que influyen en la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad", el autor da a conocer lo siguiente:" El ingreso económico

de los contribuyentes; número de miembros por familia y la ubicación del predio, información al contribuyente; influyen de manera significativa sobre la variable explicada recaudación del impuesto predial" (Huanacuni Mamani, 2017).

En el presente artículo denominado "Recaudación del Impuesto Predial en las Municipalidades de centros Poblados y su alcance en la normatividad", se concluye que:

Resulta legítimo y razonable que los propietarios de los Predios ubicados dentro de la Jurisdicción de la Municipalidad de un Centro Poblado contribuyan directamente con su municipalidad, no solo por encontrarse este municipio cerca del vecino contribuyente, sino porque conoce de las necesidades apremiantes de sus ciudadanos; y estamos seguros que con este ingreso económico se generaría una contraprestación directa en los servicios a favor de los pobladores, como son: carreteras, servicio de agua, energía eléctrica, entre otros (Feliciano, 2016).

(Rondan, 2018) La autora en su presente artículo titulado: "La recaudación de los tributos en las municipalidades" Nos recalca la importancia de: "Definir estrategias que permitan mejor la recaudación tributaria. Por tanto urge la necesidad de replantear las estrategias en el ámbito de la comunicación, cultura tributaria, consciencia tributaria, concertación e incentivos" (Rondan, 2018).

(Vergara, 2011) En su tesis denominada: "Elevar el criterio tributario para disminuir la morosidad del Impuesto predial", dice que: "La aplicación de estrategias tributarias si ayuda a concientizar a la población a implementar un sistema informático ayuda al fortalecimiento de procesos para la recaudación del impuesto predial (Vergara, 2011).

(Gastulo Morante & Portal Huertas, 2011) los autores en su tesis "Propuesta de un plan Estratégico para Mejorar la Recaudación de la Municipalidad Distrital" concluyeron lo siguiente:

Es importante que toda municipalidad cuente con un plan estratégico para la recaudación de sus impuestos debido a que de ello depende el presupuesto que se le

asigne anualmente; los gobiernos centrales, regionales o locales deben tomar las medidas adecuadas para contar con personal eficiente que pueda realizar o estructurar algún plan estratégico para año a año tener índices de mejoría en la recaudación (Gastulo Morante & Portal Huertas, 2011).

(Huamanchumo & Denis, 2016) El autor en su tesis "Factores que influyen en la Morosidad de Impuesto Predial, y su Repercución en el Desarrollo del Distrito de Santa Rosa 2015" concluyo de la siguiente manera.

El autor mediante su investigación y la aplicación de encuestas afirma la importancia de la recaudación de los impuestos en la Municipalidad Distrital de Santa Rosa, y que inclusive los contribuyentes tienen conocimiento de adonde es que van lo que se recauda, y que por la baja recaudación es que el distrito posee obras inconclusas, generando malestar entre la comunidad ya que no poseen la calidad de vida que quisieran tener, pero que aun así no tienen la voluntad de cumplir con el pago de sus impuesto ya que creen que las autoridades que representan la Municipalidad no harán una buena gestión con los recursos que ingresan (Huanacuni Mamani, 2017).

(Flores Porras & Sanchez Ripalda, 2016) Los autores en su tesis llamada "Análisis de los instrumentos legales utilizados por el Departamento de rentas y su relación con la Recaudación Tributaria" concluyen la siguiente manera

Se determinó que la tendencia de la morosidad de los contribuyentes se ha incrementado significativamente como consecuencia de un sistema de recaudación poco eficiente, y debido al otorgamiento de amnistías y beneficios tributarios anuales, los que se perciben como un premio al contribuyente moroso, lo cual alimenta el círculo vicioso que incrementa la morosidad tributaria municipal (Flores Porras & Sanchez Ripalda, 2016).

(Morones Hernández, 2010) el autor en su revista científica titulada " Acciones-propuestas para incrementar la recaudación del Impuesto predial" sostiene lo siguiente:

El impuesto predial que se observa a nivel nacional es aproximadamente de 25,000 millones de pesos, cifra que representa el 0.24% del PBI; sin embargo, la cantidad que representa el importe real anual del impuesto llega a alcanzar hasta un cien por ciento más del dicho impuesto recaudados correspondiente a un determinado ejercicio fiscal; lo que significa que cada año se arrastra un adeudo fiscal sumamente considerables del cual cada Municipalidad en el año siguiente recupera entre el 5 y 10% del acumulado existente en la cartera (Morones Hernández, 2010).

(Espinosa Torres & Tamez Martinez, 2011) En su tesis denominada "Desafíos en la recaudación del impuesto predial" dice que:

> El factor que afecta la debida recaudación del Impuesto Predial, se ve reflejado en la pobreza que presentan la mayoría de sus municipios, todo por la falta de inversión para aumentar la industria y generar empleos dentro de las localidades; la mayoría se dedica a explotar los recursos naturales, pero no a conservarlos (Espinosa Torres & Tamez Martinez, 2011).

El estudio respecto al tema de impuesto predial en Colombia es uno de los temas mas investigados en el area financiero publico por su gran importancia ya que es la fuente de financiación a nivel local de gran inpacto de los diferentes agentes econmicos. El tema se centra principalmente y en medida de los determinantes de la base y tarifa de este impuesto, que recae pricipalmente en las personas dueñas de predios o edificaciones (Acosta, 2015).

Metodología.

El presente proyecto se encuentra en curso y abarca tres fases que permiten cumplir con el objetivo general partiendo de analizar información catastral mediante bases de datos del municipio de Soracá para detectar predios que no se encuentren actualizados y que no han realizado el respectivo pago de impuesto predial, seguidamente se realiza la propuesta de estrategias para incentivar a que el contribuyente cancele sus obligaciones actualizando el catastro finalizando con las recomendaciones para que la

alcaldía municipal del municipio de Soracá, las apliquen para obtener un mejor control en el tema catastral. Esta investigación es de tipo mixta, documental y descriptiva ya que según (Hernandez Sampieri, 2014), la investigación mixta es un proceso que aplica análisis cuantitativo como cualitativo de tal manera que se cuenta con una información detallada y así ayuda a obtener mejores resultados en la información que se quiere estudiar; es así que el presente estudio abarca un análisis; de cifras de municipio que permiten detallar el comportamiento de pago de los contribuyentes para formular las estrategias y las recomendaciones, las cuales requieren del rastreo documental con información del municipio y aplicación de encuestas a los contribuyentes que serán aplicadas, de igual manera se realizó una entrevista a la persona encargada de secretaria de hacienda del municipio de Soracá; de esta forma también es una investigación descriptiva ya que de acuerdo a (Hernandez, Fernández, Baptista, 2010), "Este tipo de estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas grupos, comunidades o cualquier otro que se someta a un análisis. Permite medir información recolectada para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las características del tema de estudio".

De acuerdo a lo anterior la población objeto de estudio son aquellos contribuyentes que tienen atrasos con los pagos de impuesto predial en los últimos 3 años en el municipio de Soracá. La cual, se le aplicará una encuesta que identifique de manera detallada los factores del por qué las personas no cumplen con sus obligaciones tributarias y poder determinar en la cual no hay predios actualizados. Se define como muestra "Un subgrupo de la población o universo, se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir la unidad de muestreo y de análisis requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros" (Hernandez Sampieri, 2014).El municipio de Soracá Boyacá cuenta con diversos predios los cuales están con incumplimiento de pago por parte de los contribuyentes, se toma como población este municipio y como muestra se tomaron los predios que presenten mora.

Para lograr el desarrollo de esta investigación se aplican fuentes primarias tales como; la información tomada de las bases de datos de la alcaldía de Soracá, bajo la aplicación del análisis documental; como fuentes secundarias se ha tomado información a través de la técnica de análisis documental de artículos académicos que se articulan con el tema de estudio.

RESULTADOS (OBTENIDOS Y PARCIALES) Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a los objetivos propuestos en el proyecto sobre estudiar información de catastro e identificar predios que se encuentran en mora en el municipio de Soracá y así mismo proponer estrategias para incentivar a los contribuyentes al pago de sus obligaciones catastrales y así garantizar un mejor control de recaudo se obtuvieron los siguientes análisis.

En la siguiente tabla se demuestra al detalle el número de predios totales por cada vereda del municipio, como se puede observar en la parte rural el Rosal, cuenta con el número más alto de predios que equivale a 1.204, esto debido a que en la vereda se encuentran habitando un nivel alto de población así mismo la vereda Q. vieja con 1.194 predios, se ve reflejado un mayor número de predios en estas 2 veredas ya que son las veredas más grandes con las que cuenta el municipio de Soracá.

Tabla 1

Número de predios por vereda.

VEREDA	N° PREDIOS
ALTO NEGRO	569
CENTRO	914
CHAINE	669
CRUZ BLANCA	438
FAITOQUE	513
OTRO LADO	363
PUENTE HAMACA	754
Q, GRANDE	342
Q, VIEJA	1.194
ROMINGUIRA	807
ROSAL	1.204
TOTAL	**7.767**

Fuente:

Una vez realizado este análisis se clasifican los predios en mora con el municipio según el año, número de contribuyentes que adeudan el pago de impuesto predial y valor total de deuda por cada año. En la siguiente tabla se evidencia que de los 7.767 predios, los que más adeudan en impuesto predial pertenecen a 94 contribuyentes de hace 5 años con un valor total de $ 206.690.872 (millones de pesos), seguido 151 contribuyentes hace 9 años con una valor de $ 202.471.563(millones de pesos).

Número y valor total de contribuyentes que adeudan impuesto.

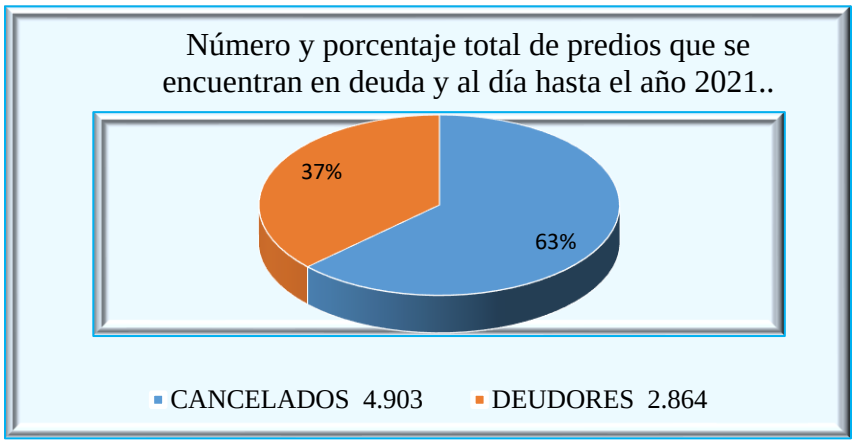
AÑOS	NÚMERO DE CONTRIBUYENTES QUE ADEUDAN EL PAGO DEL IMPUESTO.		VALOR TOTAL DE DEDUDA POR CADA AÑO
1	1117	$	180.293.398
2	336	$	87.820.436
3	179	$	64.439.244
4	178	$	76.287.802
5	94	$	206.690.872
6	113	$	103.764.012
7	82	$	119.328.291
8	48	$	105.115.040
9	151	$	202.471.563
10	60	$	102.165.468
11	46	$	66.891.690
12	56	$	95.549.895
13	42	$	91.175.830
14	47	$	72.977.587
15	38	$	119.189.273
16	44	$	59.140.074
17	19	$	40.724.697
18	15	$	60.748.558
19	17	$	34.664.215
20	5	$	14.021.275
21	14	$	55.103.042
22	11	$	16.097.535
23	6	$	39.392.602
24	15	$	28.503.044
25	9	$	43.245.313
26	9	$	18.616.599
27	11	$	11.774.632
28	3	$	11.542.155
29	7	$	29.814.223
30	13	$	28.984.817
31	24	$	40.422.879
32	7	$	7.631.130
33	2	$	3.886.881
34	5	$	12.981.950
35	1	$	1.917.735
36	2	$	1.340.777
38	10	$	19.963.275
39	8	$	9.118.115
40	10	$	30.894.724
41	10	$	9.473.050
TOTAL		**2.864**	**$ 2.324.163.698**

Nota: Base de datos Municipio Soracá

En la siguiente grafica se evidencia y da a conocer el porcentaje total de predios que se encuentran en deuda con el municipio. El 37% con 2,864 predios que se encuentran en deuda hasta el año vigente 2021. El 63% con 4.903 equivale a los predios que se encuentran al día hasta el año vigente 2021, para una totalidad 7.617 que equivale al 100%.total de predios pertenecientes al municipio Soracá.

Figura 1

Porcentaje total de predios que se encuentran en deuda y al día hasta el año 2021.

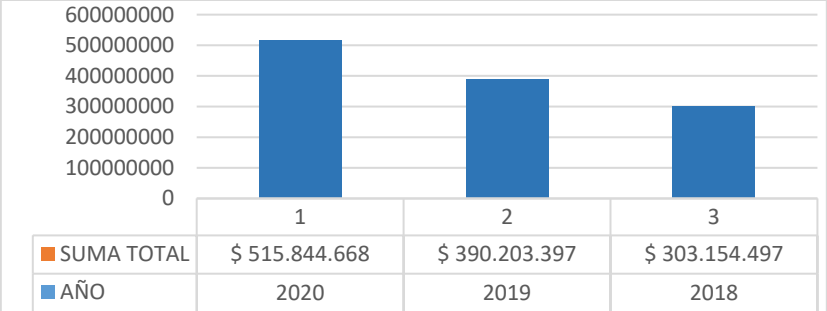


Nota: Fuente: Base de datos Municipio Soracá

En la siguiente grafica se da a conocer los valores totales que se recaudó en el municipio para el año 2018 un monto de recaudación de $303.154.497, para el año 2019 un monto de $390.203.397 y para el año 2020 un monto de $515.844.668. Según este análisis en el año 2020 se recaudó un valor significante la cual fue uno de los más importantes en el municipio debido a que a inicios de 2020 inicio la crisis sanitaria por covid 19 a causa de esta pandemia existió el decreto 678 de 2020 en su artículo 7 hablaba de recuperación de cartera morosa el privilegio era que autorizaba a las entidades territoriales para que el descuento que se le brindara a los contribuyentes fuera el 100% de intereses (público, 2020).

Figura2.

Montos de Recaudación del Impuesto Predial de los Años 2018, 2019,2020



Nota: Fuente: Base de datos Municipio Soracá

De acuerdo a la problemática que se está viviendo en el municipio uno de los inconvenientes que existen en el sector es la informalidad de los predios rurales y esto conlleva al bajo recaudo de impuesto predial así como también la dificultad económica que genera en los contribuyentes el pago de trámite de estos impuestos. Para incentivar a los contribuyentes al pago de este impuesto y actualización de catastro la estudiante planteo estrategias con el objetivo de disminuir el alto índice moratorio por pago de este impuesto en el municipio de Soracá.

- Capacitar a funcionarios de las áreas encargadas como lo es secretaria de hacienda y tesorería en la cual manejan la cobranza de impuesto predial dentro de la entidad pública para el desarrollo eficiente en los procesos de cobranza del tributo.
- Por parte de los funcionarios del área secretaria de hacienda se recomienda aplicar la normatividad vigente para el cobro de impuesto predial con el objetivo de que el proceso de cobranza sea más oportunos, confiables, y que las infracciones por mora sean aplicadas con sanciones de acuerdo a lo estipulado en la ley.
- Mediante capacitaciones charlas concientizar a los contribuyentes sobre la importancia del pago oportuno de este impuesto, elaborar un plan estratégico de concientización tributaria encaminado a la población.

- Es de gran importancia la implementación de una herramienta tecnológica que le permita al contribuyente encontrar información, realizar el registro como contribuyente, verificar datos y así mismo realizar la actualización.
- Mediante la emisora del municipio difundir los plazos establecidos para el recaudo de este impuesto, con el objetivo que los contribuyentes estén informados sobre las fechas de vencimiento del tributo.
- Mediante una base de datos seleccionar a aquellos contribuyentes que se encuentran en mora con el municipio, mediante comunicaciones telefónicas, citaciones, acciones de cobranza, y un adecuado monitoreo o control con el objetivo de informar sobre la deuda que se encuentra vencida y consecuencias que conllevaría en caso de hacer omiso a la sugerencia.

Conclusiones

- El Municipio de Soracá, carece formulación y ejecución de estrategias para mejorar la recaudación del impuesto predial.
- El Sistema de Rentas, que es el sistema que se utiliza en el Municipio de Soracá, para la recaudación del impuesto predial, no cuenta con las competencias necesarias para mejorar la recaudación del impuesto predial, es un software que se encuentra desactualizado.
- La función de recaudación del Municipio de Soracá, es receptiva por lo que solo se recaudan impuestos cuando el contribuyente se acerca a hacer efectivo su pago aún cuando estos ya son exigibles, es decir, no se están utilizando las leyes establecidas suficientes para optimizar la recaudación.
- Es importante que los contribuyentes analicen la oportunidad contemplada en el acuerdo de ordenanza 019 del mes de agosto de año 2020 aprobado por la asamblea departamental de Boyacá el cual permite la titulación de propiedad rural en falsa tradición esto con el objetivo de que los contribuyentes que tienen

predios englobados adquieran la titulación gratuita y de esta manera puedan ponerse al día con impuesto predial con el municipio (Rojas, 2020)

- En el municipio uno de los factores que influye es la falta de interés por parte de la administración municipal de hacer su respectiva difusión, en no llegar a un acuerdo con los contribuyentes para que cancelen el tributo mediante acuerdos de pago, o solicitud de preinscripción y que esta manera que los contribuyentes se pongan al día con el municipio.

Referencias

Acosta, L. D. (2015). El régimen del impuesto predial en las finanzas públicas. En L. D. Acosta, *El régimen del impuesto predial en las finanzas públicas.*

Chupica, L., & Percy, U. (2015). *Caracterización en la recaudación del impuesto predial y su incidencia financiera en las municipalidades provinciales del Perú*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1048

Espinosa Torres, B., & Tamez Martinez, X. (2011). *Desafios en la recaudación del Impuesto predial en el Estado de San Luis* .

Feliciano, W. D. (2016). *Recaudación del Impuesto predial en las Municipalidades de centros poblados y su alcance en la Normatividad.* Obtenido de http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/561/44748212.pdf?sequence=3

Flores Porras, L., & Sanchez Ripalda, G. A. (2016). *Analisis de los instrumentos legales utilizados por el departamento de rentas y su relación con la recaudación tributaria* . Obtenido de http://purl.org/pe-repo/renati/type#tesis

Garcia, F. (2015). *Diseño de estrategias para incrementar el impuesto predial en el municipio de Tepetlixpa Edo. de México*. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/30805

Gastulo Morante, R., & Portal Huertas, I. (2011). *Propuesta de un plan estrategico para mejorar la recaudación de la municipalidad Distrital de Cayalti*. Obtenido de

https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3144/TESIS%20R_I.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guerrero Diaz, R. J., & Noriega Quintana, H. F. (24 de Junio de 2015). *Impuesto Predial Factores que Afectan su Reacaudo*. Obtenido de https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2372/Impuesto%20predial.%20Factores%20que%20afectan%20su%20recaudo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* Mexico : Mcgraw-Hill Interamericana Editores.

Huamanchumo, I., & Denis, A. (2016). *Factores que influyen en la morosidad del impuesto predial, y su repercusión en el desarrollo del distrito de Santa Rosa 2015*. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3137

Huanacuni Mamani, J. F. (2017). *UNIVERSIDADPRIVADADE TACNAFACULTAD DE CIENCIASEMPRESARIALESESCUELAPROFESIONALDE CIENCIASCONTABLESYFINANCIERASTESISLA GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA MUNICIPAL Y SU RELACIONEN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL*. Obtenido de https://docplayer.es/111230899-Universidad-privada-de-tacna-facultad-de-ciencias-empresariales-escuela-profesional-de-ciencias-contables-y-financieras-tesis.html

Iregui B, A. M., Melo B, L., & Ramos F, J. (Octubre de 2004). *El impuesto predial en Colombia: Factores explicativos del recaudo.* Obtenido de Banco de la republica: https://www.banrep.gov.co/docum/ftp/borra319.pdf

Morones Hernández, H. (2010). *Acciones Propuestas para Incrementar la Recaudación del Impuesto Predial*. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5973/Piscoya%20Sernaque%2c%20Yenny%20Aracelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Municipal, C. (2015). *Acuerdo N° 024 dE 2015.* Soracá Boyacá.

público, M. d. (mayo de 2020). *Decreto Legislativo*. Obtenido de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20678%20DEL%2020%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf

Rodriguez, A. (2010). *Propuesta gerencial para mejorar la recaudación del impuesto inmobiliario urbano en el casco Central*. Obtenido de http://bdigital.ula.ve/storage/pdf/33270.pdf

Rojas, L. G. (Agosto de 2020). *Soy Campesino*. Obtenido de Soy Campesino: https://soycampesino.org/2020/08/22/boyaca-exonera-de-impuestos-a-campesinos-para-titulacion-de-la-propiedad-rural/

Rondan, M. E. (2018). *La recaudación de los tributos en las municipalidad provincial de Recuay 2016*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3026/TRIBUTOS_GESTION_CACHA_RONDAN_MIRIAM_ERIKA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Torres Fernández, Y. (2015). *Estrategias de conranza para mejorar la eficiencia de la recaudación de tributos en la municipalidad distrital de pimente 2015*. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3012/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vergara, M. A. (2011). *Elevar el criterio tributario para disminuir la morosidad del Impuesto Predila*. Obtenido de https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3773/ruiz_v.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Estrategias de atención de servicios del NAF en la USTA Tunja 1

NAF service attention strategies in the USTA Tunja

Laura Valentina Becerra Córdoba 2, Karen Yuliza Castellanos Acero3

Resumen

Esta investigación hace parte del proyecto "Constitución e implementación del consultorio tributario y financiero de la USTA – Tunja como estrategia de atención a comunidades del Departamento de Boyacá" cuyo objetivo busca fortalecer a los pequeños empresarios y emprendedores mediante el acompañamiento y asesoría en direccionamiento empresarial, que contribuya a mejorar sus procesos en el negocio y conocer las responsabilidades que tienen con los diferentes entes gubernamentales.

Para el desarrollo de esta estrategia, la facultad de Contaduría Pública, cuenta adicionalmente, con un convenio firmado con la Dian, donde estudiantes y docentes, previamente capacitados, brindan sin ningún costo, orientación básica y permanente a personas naturales y jurídicas en materia tributaria, aduanera, cambiaria y de los servicios en línea administrados por la DIAN, que se denomina "NAF" Núcleo de Apoyo Fiscal.

Este trabajo es pertinente ya que está encaminado por la línea de Responsabilidad social, buscando estrategias para contrarrestar el efecto del confinamiento a causa del Coronavirus, donde se cambia la atención presencial por atención virtual en la prestación de los servicios.

Desde el consultorio NAF, se maneja la base de datos a partir de los resultados obtenidos del año 2020, donde el corte metodológico fue de tipo cuantitativo, con un diseño muestral no probabilístico. Con esta metodología se generó estrategias con impacto

local, con actividades como: jueves tributario- conferencias a contribuyentes sobre el cumplimiento en sus obligaciones fiscales, entre otras, llegando a tener atenciones en el año 2020 de 650 contribuyentes.

Dado lo anterior, para el año 2021, el NAF pretende implementar estrategias para aquellos contribuyentes en los cuales no se ha tenido mayor acercamiento, (agricultores, micro tiendas, micro mercados, adultos mayores, recicladores) para ello propone un plan de acción para motivar a los actores involucrados a participar y beneficiarse de los servicios ofrecidos por el consultorio en la comunidad Boyacense.

Palabras Claves:

Atención - Consultorio - Estrategias – Servicio - Solución.

Abstract

This research is part of the project "Constitution and implementation of the tax and financial office of the USTA - Tunja as a strategy of attention to communities in the Department of Boyacá" whose objective seeks to strengthen small businessmen and entrepreneurs through support and advice on business management, that contributes to improving their business processes and knowing the responsibilities they have with the different government entities.

For the development of this strategy, the Faculty of Public Accounting also has an agreement signed with Dian, where students and teachers, previously trained, provide at no cost, basic and permanent guidance to natural and legal persons in tax matters, customs, exchange and online services administered by DIAN, which is called "NAF" Nucleus of Fiscal Support.

This work is pertinent since it is directed by the line of Social Responsibility, seeking strategies to counteract the effect of confinement due to the Coronavirus, where face-to-face care is changed for virtual care in the provision of services.

From the NAF clinic, the database is managed based on the results obtained from the

year 2020, where the methodological cut was quantitative, with a non-probabilistic sample design. With this methodology, strategies with local impact were generated, with activities such as: Tax Thursdays - conferences to taxpayers about compliance with their tax obligations, among others, reaching 650 taxpayers in 2020.

Given the above, for the year 2021, the NAF intends to implement strategies for those taxpayers in which there has not been a greater approach, (farmers, micro-stores, micro-markets, older adults, recyclers) for this, it proposes an action plan to motivate the actors involved to participate and benefit from the services offered by the clinic in the Boyacense community.

Keywords

Attention - Office - Strategies - Service - Solution.

Introducción

Desde el año 2019, se creó el consultorio “NAF” Núcleo de apoyo fiscal de la facultad de Contaduría Pública; pretendiendo optimizar las actividades de proyección social, investigación y docencia, donde estudiantes y expertos en diferentes áreas de las ciencias administrativas, económicas y contables desarrollan sus conocimientos para diagnosticar y solucionar problemas específicos de personas naturales, organizaciones y comunidad en general, relacionadas con aspectos contables, tributarios, de control, financieros y de gestión administrativa.

En el consultorio tributario y financiero, se pretende optimizar las actividades de proyección social, investigación y docencia, donde estudiantes y expertos en diferentes áreas de las ciencias administrativas, económicas y contables desarrollan sus conocimientos para diagnosticar y solucionar problemas específicos de personas naturales, organizaciones y comunidad en general, relacionadas con aspectos contables, tributarios, de control, financieros y de gestión administrativa.

Metodología

La metodología empleada para este proyecto es de corte cuantitativo; según Galeano citado por Eumed.net

> Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (2019).

Esto es a partir de los resultados obtenidos del año anterior, el diseño muestral es no probabilístico "Si se utiliza este método no se puede establecer de una manera exacta la probabilidad de que un elemento de la población participe en la muestra. Sin embargo, tiene su aplicación en los estudios exploratorios" (Tamayo).

Este se realizó por muestreo por conveniencia es "Aquel con el cual se seleccionan las unidades muéstrales de acuerdo a la conveniencia o accesibilidad del investigador, este muestreo se puede utilizar en los casos en que se desea obtener información de la población, de manera rápida y económica" (pág. 13).

Para la fase de Exploración se identificó con la base de datos actualizada; para el año 2020 fueron atendidos 650 contribuyentes (fase de Resultados).

Población o universo: El proyecto es elaborado en base a un universo que lo constituye microempresarios de la ciudad de Tunja y estudiantes de pregrado de Facultad de contaduría Pública.

Resultados

Para esta investigación se implementaron algunas estrategias las cuales se dieron como resultado las siguientes:

Capacitación Dian:

a) Para el 11 de marzo de 2021 en el día del Contador Público en la Usta Tunja se

brindó una capacitación a dichos estudiantes respecto a la Facturación electrónica.

b) El 26 de marzo se realizó una capacitación a los contribuyentes del municipio de Boyacá sobre el Régimen simple de Tributación.

Conversatorio:

a) El núcleo de apoyo fiscal – NAF de la Fundación Juan de Castellanos y de la Universidad Santo Tomas Tunja participaran el 20 de mayo en un conversatorio sobre las "implicaciones electrónicas y fiscales del empresario en la nueva era"

Visita con protocolos de Bioseguridad:

a) Para el día 25 de febrero se realizó una visita al municipio de Nuevo Colón para dar a conocer los servicios que presta el consultorio NAF a la Alcaldía, Microempresarios, agricultores y tenderos.

b) El día 15 de abril se atendió a los docentes del Colegio John Dewey Duitama para aclarar algunas necesidades de la orientación respecto a temas respectivos al RUT

c) Se tiene proyectada una visita a la comunidad de Arcabuco especialmente a los tenderos.

Conclusiones

- Con la participación de los contribuyentes se resalta la responsabilidad frente a los funcionarios del consultorio con sus diferentes valores centrales.
- Las alianzas con los semilleros de investigación de la facultad de Contaduría Pública donde se pueden integrar los conocimientos recibidos en el aula de clase y las experiencias vividas con los contribuyentes en la prestación del servicio como insumo básico para la divulgación de nuestros servicios a través de estos eventos de investigación.

- Gracias a las modalidades de atención como han sido las capacitaciones virtuales, la atención por WhatsApp – plataformas virtuales (Meet - Zoom) se le ha facilitado al contribuyente una mayor claridad para los trámites requeridos.
- Las buenas prácticas de cultura tributaria y educación en ciudadanía fiscal; esta convocatoria de cultura tributaria se ha venido realizando en municipios vecinos al municipio de Tunja llegando a tener buenos resultados donde se ha atendido a las solicitudes de los diferentes grupos de contribuyentes.
- La articulación con las administraciones municipales donde se ha proyectado solucionar necesidades referentes al cumplimiento de las obligaciones fiscales por contribuyentes del sector comercial (tenderos).

Referencias

eumed.net. (2019). Obtenido de enciclopedia virtual: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html

Tamayo, g. (s.f.). Diseños muestrales en la investigación. Semestre económico vol 4, no. 7, 2-14.

Universidad santo tomàs. (s.f.). Modelo pedagògico institucional.

Bernal, c. A. (2010). Metodología de la investigación (tercera edición ed.). (o. F. Palma, ed.) Bogotà: pearson educación

Universidad de buenos aires. (s.f.). Creswell, john w. (1994). Diseño de investigación. Aproximaciones. Creswell, john w. (1994). Diseño de investigación. Aproximaciones. (m. J. Pozzi, trad.) Recuperado el 29 de 06 de 2020.

Kubr, m. (1997). La consultoría de empresas: guía para la profesión. Ginebra: oficina internacional del trabajo (oit). Obtenido de https://www.pilgroupconsulting.com/wp-content/uploads/2016/09/laconsultoriadempresas.pdf

Facultad contaduría usta Tunja. (2011). Reglamento de la facultad de contaduría pública.

Gobernació0n de Boyacá. (2016). Plan de desarrollo "creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad"2016-2019.

Lizcano, j. L. (2004). ¿qué es responsabilidad social corporativa. . España: aeca.

López, g. A. (2007). La responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy.

Departamento administrativo de ciencia y tecnología e innovación Colciencias. (s.f.). Plan estratégico departamental de ciencia, tecnología e innovación - pedcti *boyacà 2012-2022.* Bogotà, distrito capital, colombia: ediciones antropos ltdac.

DNP. (2018). Plan nacional de desarrollo 2018-2022. Bogotá

El PNUD en Colombia. (2020). ¿qué son los objetivos de desarrollo sostenible? Obtenido de https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable- ministerio de ciencias, tecnología e innovación . (2019). Informe de la misión internacional de sabios 2019 por la educación, la ciencia, la tecnología y la innovación. Bogotá: Minciencias.

Development-goals/goal-8-decent-work-and-economic-growth.html

Ministerio de ciencias, tecnología e innovación . (2019). Informe de la misión internacional de sabios 2019 por la educación, la ciencia, la tecnología y la innovación. Bogotá: Minciencias.

kubr, m. (1997). La consultoria de empresas: guia para la profesiòn. Ginebra: oficina internacional del trabajo (oit). Obtenido de https://www.pilgroupconsulting.com/wp-content/uploads/2016/09/laconsultoriadempresas.pdf

Quezada, r. G. (2011). La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la educación superior: el caso de España. Revista de educación, 355, 109-133

Estrategias para la formulación de políticas públicas, Ley 1988: vendedores informales - Caso Tunja[6]

Strategies for Public Policy Formulation, Law 1988: Informal Vendors - Tunja Case [1]

Sandra Milena Vásquez[7] Martha Isabel Salinas Medina[8]

Resumen

El presente artículo está encaminado por la línea de responsabilidad social, pretende analizar los lineamientos propuestos en la Ley 1988 de 2019, buscando proponer estrategias para el manejo de políticas públicas en un sector altamente sensible como es el de los vendedores ambulantes del centro histórico de Tunja. Constituyéndose en una oportunidad para el desarrollo y crecimiento económico tanto del Municipio como de los vendedores ambulantes, además de procurar por derechos al trabajo y a la convivencia en el espacio público.

La importancia en la implementación para esta norma, lleva, analizar estudios realizados sobre los vendedores informales, planes de desarrollo del Municipio, entre otros, adicionalmente al diseño y aplicación de encuestas para los actores involucrados, considerando que la información y el diálogo son elementos esenciales que implican la posibilidad de una relación de comunicación y retroalimentación, constituyéndose en la

[6] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[7] Estudiante Contaduría Pública. Universidad Santo Tomàs Tunja/ Semillero ICONUS
correo electrónico: sandra.vasquez@usantot.edu.co. Link de Cvlac: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001805311

[8] Docente Investigadora Universidad Santo Tomàs Tunja/ Semillero ICONUS
correo electrónico: martha.salinasm@usantot.edu.co. Link de Cvlac: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000078852

base de la respuesta que deben dar los actores (gobierno-comunidad), existiendo la posibilidad de interacción, pregunta – respuesta y aclaraciones sobre las expectativas mutuas de la relación (Consejo Nacional de Politica Ecónomica y Social, 2019, pág. 15).
El método a utilizar es descriptivo transversal ((Pàramo, 2013) cuyo enfoque fue de tipo exploratorio deductivo de naturaleza cualitativa a partir de la indagación de todos los actores involucrados,
De acuerdo a la actividad desarrollada por el grupo de investigación se contactó al Presidente de la Cooperativa COVENAME, lo que permitió diagnosticar las necesidades de los asociados con los que cuenta en este momento la Cooperativa, donde expresan la inestabilidad y la constante movilización que sufren los vendedores para poder comercializar sus productos, manifestando la falta de apoyo por las instituciones locales. Adicionalmente, se validó el formato de encuestas y entrevistas a 3 grupos, así: vendedores ambulantes, comercios formalizados, y los entes de gobierno municipal.

Palabras Claves

Enfoque social, Participación ciudadana, políticas públicas, Transparencia, Vendedores ambulantes.

Abstract

This article is directed by the line of social responsibility, aims to analyze the guidelines proposed in the Law 1988 of 2019, looking to propose strategies for the management of public policies in a highly sensitive sector such as the street vendors of the historic center of Tunja. Being an opportunity for the development and economic growth of both the Municipality and street vendors, in addition to seeking for rights to work and coexistence in the public space.

The importance in the implementation for this norm, leads, to analyze studies carried

out on the informal vendors, development plans of the Municipality, etc, in addition to the design and application of surveys for the stakeholders involved, whereas information and dialogue are essential elements implying the possibility of a relationship of communication and feedback, constituting the basis for the response to be given by the actors (government-community), with the possibility of interaction, question - answer and clarification on the mutual expectations of the relationship (National Council for Economic and Social Policy, 2019, p. 15).

The method to be used is participatory research aimed at the target population with alternatives aimed at reassessing the role of sectoral policies to ensure the performance of good practices for street vendors

According to the activity carried out by the research group, the President of the COVENAME Cooperative was contacted, which made it possible to diagnose the needs of the 163 associates with whom the Cooperative currently has where they express the instability and constant mobilisation of vendors to market their products, demonstrating the lack of support from local institutions. In addition, the format of surveys and interviews with 3 groups was validated, as well: street vendors, formalized shops, and municipal government entities.

Keywords

Social focus, Citizen participation, public policies, Transparency, Street vendors.

Introducción

Las políticas sociales tienen sus orígenes en el estado, quien tiene la función de diseñarlas e implementarlas, teniendo en cuenta los agentes sociales y la vinculación de las políticas de desarrollo a las políticas sociales.

En la búsqueda de soluciones para cambiar los resultados que durante años se han presentado con el sector de los vendedores ambulantes, el gobierno nacional expide la Ley 1988 de 2019, que establece los lineamientos generales para la formulación de la

política pública de los vendedores informales, con el fin de garantizar los derechos a la dignidad humana, al mínimo vital, al trabajo y a la convivencia en el espacio público. (CONGRESO DE COLOMBIA, 2019)

El objetivo principal es proponer estrategias para que el diseño y ejecución de estas políticas públicas estén basadas en la realidad, dinámica y evolución de los vendedores ambulantes, tratando de entender el rol tan importante de ellos y sus implicaciones en la economía del municipio.

En un primer acercamiento entre las partes relacionadas: Vendedores ambulantes del centro histórico – alcaldía Municipal, se encontró:

- Demanda de 2.004 : Aceptada por Gobernación de Boyacá, sobre recuperación de espacio público en el centro histórico de Tunja.
- Pactos y proyectos desde el 2012-2019: propuestas para reubicación entre vendedores ambulantes incumplidas.
- Adquisición por parte de la Administración municipal de un edificio para vendedores ambulantes afiliados a cooperativa Covename.
- Plan bicentenario 2019: se encontró el Proyecto de 40 módulos alrededor de Centro histórico, Módulos fijos, Móviles, carretas, sillas para lustradores.
- En el año 2020, al secretaria de educación de Tunja, programa un curso De Inglés para vendedores afiliados a cooperativa COVENAME

Metodología

Se llevó a cabo un estudio descriptivo transversal ((Pàramo, 2013) cuyo enfoque fue de tipo exploratorio deductivo de naturaleza cualitativa a partir de la indagación de todos los actores involucrados, donde se observaron los efectos que genera la formalización de vendedores ambulantes y la recuperación del espacio público ene l centro histórico de Tunja. El instrumento utilizado para la recolección de la información fue la encuesta,

donde se busca involucrar los hallazgos del estudio para responder a las preguntas de investigación y obtener resultados fiables para mejorar situaciones de los vendedores .
Población objeto de estudio: Se encuestaron 47 vendedores de Cooperativa COVENAME y (30) vendedores informales no asociados, Administración Municipal (8), Comercio formalizado(5).

Se realizó entrevista a funcionarios de la administración Municipal.

El instrumento dirigido a los vendedores se construyó a partir de cuatro dimensiones: A. Social, indaga sobre constitución e núcleo familiar, procedencia e información sociodemográfica. B. Económica: ingresos, tipo de vivienda, financiación de mercancía.

C. Técnica: Nivel académico, capacitaciones.

D. Administrativa: Seguridad social, labores realizadas.

Procedimiento. La Recolección de la información se hizo a través de una entrevista y encuestas en las que se logró evidenciar los antecedentes y la situación del momento, La entrevista se realizó al Secretario de Gobierno Municipal y las encuestas a los vendedores ambulantes . Una vez aplicadas las encuestas se procedió a tabular la información recopilada.

Revisión documental.

Existen varios trabajos referentes al tema del análisis de vendedores ambulantes en Latinoamérica por ejemplo en Venezuela Lacabana (1989) Martínez (2013) analiza la exploración de las relaciones sociales y espaciales humanas, En Perú se realizó una caracterización de esta problemática en Lima (Castellanos , 2014), en Argentina hacen un análisis etnográfico sobre los vendedores ambulantes en Buenos aires (Perelman, 2013), en Chile se realiza un estudio de esta problemática en el transporte público (Canales, 2017), en Brasil se analizan las prácticas socioeconómicas de diferentes regiones del país (Reginensi, 2004) (Dos Santos, 2016) .

De igual forma en Colombia hay varios trabajos que abordan esta problemática, como es el caso del análisis de las decisiones judiciales sobre los derechos de esta población

(Mayoral, 2019) (Gomez, 2013), de igual forma hay varios trabajos que analizan diferentes sectores del país, en su gran mayoría en Bogotá desde diferentes enfoques, por ejemplo el impacto de la guerra del espacio público, de igual forma hay una caracterización en toda la ciudad de todo este grupo social (Donovan, 2004) (Castiblanco, 2018) (Torres, 2017)

(Camacho, 2005), en Bogotá también se han realizados análisis económicos sobre la formación de capital y la relación de políticas públicas (Pavas & Torres, 2016) , análisis de la forma de bancarización de este sector (Buitrago, 2017) (Franco & Molano, 2016) y otros que analizan alternativas de gestión, políticas sociales y públicas que sufren estas personas vulnerables (Llanes & Lopez, 2004) (Daza, 2019) (Nieto, 2005).

Resultados parciales

Los resultados obtenidos en esta investigación en curso,(se inició en febrero del año 2021), han sido:

- Entrevista no estructurada con el secretario de Gobierno Municipal, en esta describió los aspectos históricos y antecedentes del manejo de políticas públicas para la recuperación del espacio público y reubicación a vendedores ambulantes del centro histórico, aspectos como:
    a. La cámara de Comercio de Tunja instaura demanda en el año 2.004 por la vulneración al Derecho Colectivo del Uso y Goce del Espacio público, ante lo cual el Municipio se comprometió a presentar un plan de acción para el manejo del espacio público
    b. En el año 2016- 2019, la Alcaldía Municipal presenta un nuevo cronograma, donde contempló acciones que debían ser ejecutadas por las diferentes secretarias de despacho de la Alcaldía de Tunja, en el término de dos años, Oficina Asesora de Planeación, el Instituto para la Recreación, el Tiempo libre y la Recreación IRDET, la Empresa Constructora de Vivienda del municipio ECOVIVIENDA, entre otras. Acciones que se han cumplido satisfactoriamente

a excepción de las relacionadas con la reubicación final y definitiva de los -184- vendedores informales Integrantes de la Cooperativa Coovename, quien es la única cooperativa RECONOCIDA por la acción Popular que hoy quienes ejercen sus actividades en el Centro Histórico de la ciudad de Tunja, amparados por el principio de la confianza legítima.

c. La administración municipal adquirió un inmueble por el municipio de Tunja, mediante acuerdo No 039 de 2018. con el propósito de reubicar allí, inicialmente a un número de 40 vendedores informales.
d. Formalización con amoblamiento fijo; y como observaciones: se instalaran módulos comerciales en algunos espacios públicos intervenidos, para la formalización de actividades comerciales.
e. Llevar a cabo proyectos de emprendimiento por medio de la oficina de Activa-T para la población objetivo; y como observaciones apoyo y gestión de Activa T en el proceso de formalización.
f. La Secretaria de Educación ofrece Curso de inglés a cooperativa COVENAME.
g. A través de la Resolución 0271 de 12 de febrero de 2019, aprobó el proyecto de "Infraestructura del Plan Bicentenario Fases III, el cual incluye la actuación transversal de la reubicación de los vendedores ambulantes,

- **Encuestas a vendedores ambulantes:** De acuerdo a las variables sociodemográficas, la mayor cantidad de vendedores se encuentran en edades entre los 28 y 60 años, corresponden mayoritariamente al género femenino. El 90% de los vendedores son oriundos del departamento de Boyacá, el 50% no supera la educación básica secundaria, tan sólo el 20% tiene casa propia, mientras que un 30% están en vivienda familiar y un 50% viven en arriendo.
- La mayoría de los vendedores están afiliados al régimen subsidiado de salud, nadie está afiliado a pensión. Más del 40% reconoce haber recibido capacitaciones del SENA, Cámara de comercio, alcaldía.

- Para el 95% de los vendedores, sus ingresos dependen de las ventas ambulantes y la financiación de estas es con recursos propios. El 100% no tiene acceso al crédito bancario. El 65% está dispuesto a pagar una cuota mensual de 50.000 por el mobiliario.
- Todos los encuestados esperan la real diligencia por parte de la alcaldía para mejorar sus condiciones de vendedores ambulantes y ayudar a solucionar el problema del espacio público en el centro histórico de Tunja.

Conclusiones

1- Se ha logrado identificar el impacto de las variables de interés objeto de la investigación alrededor de aspectos desconocidos en las actividades de recuperación del espacio público y oportunidades para vendedores ambulantes.
2- Es evidente la inconformidad que tienen los vendedores ambulantes respecto al incumplimiento que se ha venido dando a los cronogramas y pactos con las diferentes administraciones municipales.
3- Se evidencia que a pesar de que se ha llevado a cabo programas de capacitación y emprendimiento para los vendedores ambulantes, estos no están interesados en desarrollar actividades diferentes a las de vendedores ambulantes ni en sitios diferentes al Centro histórico de Tunja.
4- Dentro de las recomendaciones que se proponen, mediante alianzas estratégicas implementar un programa de competitividad donde intervenga estado, academia y el sector productivo para fomentar la capacitación y desarrollo de emprendimientos de los vendedores ambulantes.
5- Se espera al concluir esta investigación contrastar la información obtenida por las partes y poder llevar a cabo mesas de trabajo para realizar un diagnóstico y entregar recomendaciones.

Referencias

Boyacá 95.6 radio. (30 de agosto de 2019). En Tunja organizan y formalizan a los ambulantes. Tunja, Boyacà, Colombia. Obtenido de https://956fm.boyaca.gov.co/en-tunja-organizan-y-formalizan-a-los-ambulantes/

Buitrago, P. (2017). Estrategias para el fortalecimiento y transformación social de recicladores y vendedores ambulantes: caso de la Cooperativa Coopfuturo Alamos-Bogotá. *Revista Perfiles gerenciales, 6*(2), 98-109.

Camacho, I. (2005). *Caracterización económica y social de los vendedores ambulantes y semiestacionarios del centro de Bogotá.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Canales, D. (2017). *Comercio informal urbano en Chile neoliberal: el caso de los vendedores ambulantes en el transporte público (Santiago, 1990-2017).* Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Castellanos , T. (2014). *Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana.* Manchester: Women in International Employment: Globalizing and Organizing .

Castiblanco, S. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *sociedad y economía, 34*, 211-228.

CONGRESO DE COLOMBIA. (02 de AGOSTO de 2019). LEY 1988 DE 2019. *por la cual se establecen los lineamientos para la formulación, implementación y evaluación de una política pública de los vendedores informales y se dictan otras disposiciones*. Bogota, Bogota DC, Colombia.

Consejo Nacional de Politica Ecónomica y Social. (28 de Mayo de 2019). *https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3651_documento.pdf.* Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3651_documento.pdf: https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3651_documento.pdf

Daza, J. (2019). *Análisis de las políticas públicas para el manejo de la informalidad laboral en Bogotá, caso: vendedores ambulantes en el período 2008-2015.* Bogotá: Fundación Universidad de América.

Donovan, M. (2004). La Guerra por el espacio en Bogotá: La" recuperacion" del espacio público y su impacto sobre los vendedores ambulantes. *Territorios, 12*(1), 109-146.

Dos Santos, R. (2016). *Formas De Organização Da Atividade Comercial Turística Dos Vendedores Ambulantes De Pontal Do Paraná–Paraná–Brasil.* Pontal de Paraná Brasil: X Fórum Internacional De Turismo Do Iguassu.

Franco, F., & Molano, F. (2016). *La bancarización de los vendedores ambulantes del sector de la Candelaria en la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad La Gran Colombia.

Gomez, A. (2013). *Estudio sobre los vendedores ambulantes en la jurisprudencia de la Corte Constitucional colombiana entre 1993 y 2003.* Bogotá: Universidad de la Sabana.

Lacabana, M. (1989). *La organización de los trabajadores del sector informal: el caso de los vendedores ambulantes en Venezuela.* Miami: XV Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos.

Llanes, M., & Lopez, Y. (2004). *Desarrollo de una alternativa de gestión para una unidad organizacional de vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad Javeriana.

Martínez, M. (2013). Vendedores ambulantes: Viejos y nuevos actores en ciudad de fronteras: Caso San Cristóbal-Venezuela. *Aldea Mundo*(18), 59-72.

Mayoral, D. (2019). *Impacto de las decisiones judiciales de las altas cortes sobre los derechos de los vendedores ambulantes en Colombia.* Bogotá: Universidad Santo Tomás .

Naciones Unidas PNUD. (2014). *Linea de base socioeconòmica de los vendedores informales de Tunja.* Tunja: Jotamar Ltda.

Nieto, M. (2005). *Política social y exclusión laboral Descripción y análisis del caso de los vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá.* Bogotá. : Universidad Central.

Organización de las Naciones Unidas ONU. (Noviembre de 2004). *https://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Convention/04-56163_S.pdf.* Obtenido de https://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Convention/04-56163_S.pdf: https://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Convention/04-56163_S.pdf

Pàramo, P. (2013). *La investigación en ciencias sociales: estrategias de investigación.*

Pavas, J., & Torres, D. (2016). *Vendedores ambulantes en Bogotá: análisis económico de la estructura institucional para la formación de capital social en términos de las políticas públicas y el desarrollo humano.* Bogotá: Universidad de la salle.

Perelman, M. (2013). Trabajar, pedir, vender. El caso de los vendedores ambulantes en trenes de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 231-250.

Reginensi, C. (2004). *O espaço público dos vendedores ambulantes (Guiana francesa, Belém do Pará e Recife, Brasil): entre negociação e conflito, a procura de sustentabilidade.* Guiana Frances Brasil: VIII Congresso Luso-Afro Brasileiro de Ciências Sociais.

Torres, R. (2017). Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá. *Trabajo y sociedad, 29*(1), 327-351.

Universidad Santo Tomàs. (s.f.). *Modelo Pedagògico Institucional.*

2

ECONOMÍA, EMPRESA Y REGIÓN

La reeducación y las tecnologías: factores de éxito en el mejoramiento de la competitividad de las pymes de la provincia del Tundama[9]

Re-Education And Technologies: Success Factors In Improving The Competitiveness Of Pymes In The Province Of Tundama

Hilda Lucia Jiménez Orozco [1], Jessica Nataly Castillo González [2].

Resumen

La presente ponencia hace parte de los resultados parciales del proyecto de investigación titulado "La competitividad de las PYMES y los procesos Re - Educacionales en la vinculación de nuevas Tecnologías", institucionalizado en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC mediante código SGI 2985. En el presente trabajo se busca destacar elementos que tienen incidencia en la gestión de las pymes de la provincia del Tundama como son la competitividad y la transformación digital. De esta manera la presente investigación busca analizar el

[1] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[2] Administradora Industrial, Magister en Administración Económica y Financiera. Directora del Grupo de Investigación en Innovación y Desarrollo Productivo – Grindep, programa Administración Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: hilda.jimenez@uptc.edu.co
Link de CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001242342

[3] Administradora Industrial, Estudiante Maestría Gestión estratégica de Proyectos. Integrante del Grupo de Investigación en Innovación y Desarrollo Productivo – Grindep, programa Administración Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: jessica.castillo02@uptc.edu.co
Link de CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000061304

impacto que ha generado la adopción de tecnologías emergentes (Industria 4.0) en la competitividad de las pymes en la Provincia del Tundama y diseño de una estrategia basada en procesos de educación y reeducación. Esta investigación es de tipo descriptivo y de corte transversal, con enfoque cualitativo. Dentro de los hallazgos preliminares se destaca la importancia de identificar cuáles son las tecnologías 4.0 que actualmente se utilizan dentro de las organizaciones y que pueden mejorar su nivel de competitividad, al igual que el desarrollo de competencias en el capital humano a través de procesos de reeducación y adopción de infraestructura tecnológica que permita incrementar la productividad.

Palabras Claves: Competitividad, Innovación tecnológica, Tecnología, Organización empresarial, Industria 4.0.

Abstract

This presentation is part of the partial results of the research project entitled "The competitiveness of SMEs and Re - Educational processes in linking new Technologies", institutionalized at the Pedagogical and Technological University of Colombia - UPTC by SGI code 2985. This paper seeks to highlight elements that have an impact on the management of PYMES in the province of Tundama, such as competitiveness and digital transformation. In this way, this research seeks to analyze the impact that the adoption of emerging technologies (Industry 4.0) has generated on the competitiveness of PYMES in the Province of Tundama and design a strategy based on education and re-education processes. This research is descriptive and cross-sectional, with a qualitative approach. Among the preliminary findings, the importance of identifying which are the 4.0 technologies that are currently used within organizations and that can improve their level of competitiveness, as well as the development of skills in human capital through

re-education processes and adoption of technological infrastructure that allows increasing productivity.

Keywords: Competitiveness, Technological innovation, Technology, Business organization, Industry 4.0.

Introducción

Uno de los mayores desafíos de las pymes en Colombia es la competitividad a través de la adopción de tecnologías que propendan por el desarrollo de estas, ya que una pequeña o mediana empresa que no genera procesos o estrategias para estar a la altura de los mercados, tiene pocas posibilidades de crecimiento o supervivencia en el país. La adopción de tecnologías digitales se ha convertido en un punto de partida que conduce a un cambio radical denominado Industria 4.0 y que se basa en la adopción de nuevas tecnologías para la progresiva automatización del proceso productivo, de esta manera es necesario y de vital importancia conocer que tanto las MiPymes y Pymes del municipio de Duitama están incursionando y manejando la Industria 4.0, ya que estas tecnologías se constituyen en factores de competitividad e innovación. De esta manera las empresas deben prepararse para el cambio y entender por qué se debe adoptar herramientas de la Industria 4.0 como el Internet de las cosas, la Big Data, la Inteligencia artificial, la Realidad aumentada e inclusive la computación en la nube, entre otras.

Partiendo de que la Industria 4.0, es aquella que se "caracteriza con la integración de las tecnologías digitales de la información y comunicaciones con la industria permitiendo que las operaciones, procesos y dispositivos industriales sean inteligentes, interconectados y digitalmente ubicuos con el fin de obtener resultados empresariales" (Cabuya, 2018). Este tema se constituye en un objetivo de las entidades gubernamentales, los empresarios y la academia, aspecto que se contempla en el plan

de acción del Comité Universidad – Empresa – Estado (CUEE) de la Provincia del Tundama, y que cuenta con la colaboración del Grupo de Investigación GRINDEP de la UPTC, como representante de la Academia. Teniendo en cuenta, que la adopción de las tecnologías de la Industria 4.0 potencializaran el desarrollo de las Pymes este objetivo se constituye en un reto para fomentar su desarrollo. Y es que según cifras de la Cámara de Comercio de Duitama las pequeñas y medianas empresas en Boyacá representan el 80 % del empleo del país y el 90 % del sector productivo nacional. (CCD,2020)

De acuerdo a lo anterior, el reconocimiento y la implementación de las Industrias 4.0, conducirá a las Pymes en la inserción de la era digital, así como en una nueva etapa industrial, que lleva consigo la aplicación de nuevas tecnologías y que van de la mano de la digitalización. De esta manera el sector empresarial que desee incursionar en la industria moderna podrá desarrollar nuevas modalidades de negocio, que le permitirán mejorar su nivel de conectividad y comunicación con el mundo global y por ende mejorar su nivel de competitividad.

No está de más resaltar, que las empresas son conscientes de que en el momento actual se atraviesa por un periodo disruptivo, y que no hay otra alternativa que desarrollar nuevos modelos de negocio, es decir, o se adaptan al nuevo escenario, o dejarán de ser sostenibles. Es por ello que se hace necesario diseñar una estrategia basada en procesos de reeducación, para que los colaboradores de las organizaciones que están incursionando en esta nueva era, se unan y comprometan con los objetivos de las unidades empresariales.

Metodología.

Este proyecto está enmarcado dentro del Plan de Acción del CUEE (Comité Universidad – Empresa - Estado) que opera en la provincia del Tundama y que entra a suplir una

necesidad, la cual es diseñar o implementar estrategias que conduzcan a la supervivencia, sostenibilidad y desarrollo de las Pymes objeto de estudio.

De acuerdo a lo anterior, este proyecto de investigación tendrá las siguientes características:

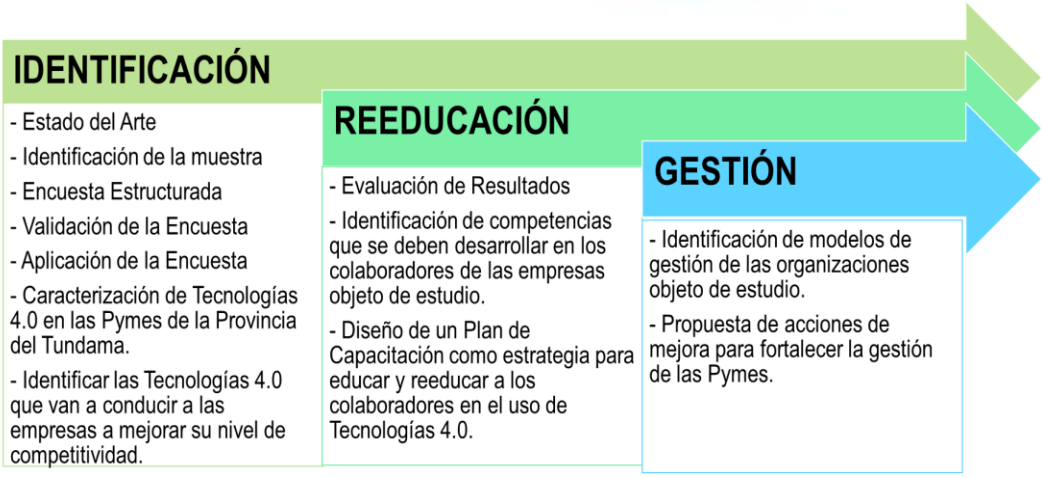
- El Tipo de Investigación será descriptiva, ya que, se evaluarán fenómenos presentes relacionados a las Tecnologías 4.0 en las Pymes de la Provincia del Tundama, detallando las características y procesos sometidos a análisis para el desarrollo de los diferentes planes de capacitación y planes de buenas prácticas de gestión; pretendiendo medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos y los efectos del uso de Tecnologías 4.0 en las organizaciones.

- La Investigación adoptará un Método Cualitativo, ya que, se orienta a profundizar casos específicos y a no generalizar. Lo anterior debido a que no se busca medir, sino describir el fenómeno social a partir de elementos que están dentro de la situación estudiada.

- La Investigación se basará en un Estudio Transversal y con la recolección y evaluación de la información se ejecutará en un único periodo de tiempo.

La investigación se desarrolla mediante la aplicación de tres fases denominadas Identificación, Reeducación y Gestión, como se puede observar en el Grafico 1.

Estas fases apoyan el cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la Investigación en Curso, de los cuales se obtendrán los siguientes entregables.



Grafica 1. Fases de desarrollo de la investigación

Fuente: Los autores, 2021

Resultados (obtenidos y parciales)

En este apartado nos referiremos a resultados parciales relacionados con la Fase 1 de Identificación y que se refiere a la Caracterización de las Tecnologías 4.0 en las Pymes de la Provincia del Tundama.

Para llevar a cabo el desarrollo de esta Fase se efectuó una clasificación de empresas para determinar la muestra, de las cuales, de un total de 9349 empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Duitama, correspondiente a empresas de varias Provincias, se logró establecer que 153 corresponden a Pymes de la Provincia del Tundama. Así las cosas, y teniendo en cuenta que es una población finita y aplicando la fórmula para este tipo de población, el tamaño de la muestra se redujo a 59 empresas.

Una vez analizada la información, se pudo determinar aspectos como Sectores a la que estas pertenecen, número de trabajadores, herramientas 4.0 que actualmente están utilizando, apropiación del conocimiento sobre este tipo de herramientas y factores de

competitividad, entre otros. De esta manera los resultados de análisis se resumen así:

- Sector al que pertenece: El 30% de las empresas encuestadas pertenecen al sector alimentos, el 18% a manufactura textil, un 6% al sector metalmecánico, un 4% al sector tecnología, un 4% al sector transporte, un 4% al sector construcción, y un 34% restante que recoge otros sectores como el financiero, el comercio, y salud, entre otros.

- Número de Trabajadores: Se pudo evidenciar de acuerdo a los resultados del instrumento aplicado, que un número significativo de empresas que se clasificaban como Pymes en el año 2020, redujeron su número de trabajadores clasificándose ahora en Mipymes, teniendo en cuenta el criterio establecido en la Ley 590 del 2000 que determina que a esta categoría pertenece las unidades empresariales que cuenten con un numero de 1 a 10 trabajadores.

- Uso de herramientas de la Industria 4.0: Se identificaron cuáles de las Herramientas 4.0 se están utilizando hasta el momento en las empresas objeto estudio, destacándose el uso de Páginas Web, Redes Sociales, WhatsApp y el Internet de las cosas.

- Apropiación o Conocimiento sobre las Herramientas: Se determinó que cerca del 50% no tiene conocimiento de las herramientas que caracterizan la Industria 4.0, lo que conduce al no uso de las mismas. Mediante los resultados obtenidos en el instrumento de recolección, en cuanto a este aspecto, se logró confirmar la necesidad de diseñar una estrategia de reeducación que permita desarrollar competencias en los colaboradores de estas empresas, como

fórmula para mejorar su nivel de competitividad.

- Factores de competitividad: Las empresas objeto de estudio determinaron que dentro de los factores claves de competitividad en el marco de la Industria 4.0 se encuentran: el capital humano, el marketing digital, la infraestructura tecnológica, ciencia tecnología e innovación, y la inteligencia de mercados.

Conclusiones

- Los Resultados del instrumento indican que el principal factor para que no se implementen las Tecnologías 4.0 al interior de las empresas Pymes obedece al bajo o poco conocimiento de las mismas.
- La industria 4.0 implica la necesidad de disponer de sistemas que operen y gestionen la información a cualquier tipo de red con elevada capacidad y las infraestructuras para las tecnologías de la información. La Industria 4.0 representa un salto muy importante para la mayoría de las empresas.
- La coyuntura actual, ha hecho que todas las empresas se reinventen y tengan que acudir a la re-educación en materia tecnología a través de la industria 4.0.
- Aunque el uso de tecnologías cada vez más sofisticadas aporta en gran medida a la diferenciación y competitividad de las empresas, la mayoría de estas se ha mantenido en pie y ha confrontado la competencia, al priorizar dos factores importantes: **** recurso humano*** y **** Compromiso en el servicio***. Estos factores son de mucha importancia para las empresas micro y medianas que no cuentan con los recursos suficientes para invertir en tecnologías 4.0.
- Se hace necesario que las autoridades locales, en compañía del sector privado trabajen en una mayor inversión en ciencia y tecnología, tema en el que se observaron los menores resultados.

- Finalmente, es indispensable que el avance en los indicadores de competitividad impulse un mejor desempeño económico a la vez que reduzca los porcentajes de pobreza.

- Para esto, uno de los temas claves a mejorar son las condiciones de empleabilidad, esto permitirá que ese capital humano que actualmente obtiene resultados destacados en el contexto nacional, se quede a trabajar por su Departamento, y no migre en busca de mejores oportunidades.

Referencias Bibliográficas

Bai, C., Dallasega, P., Orzes, G., & Sarkis, J. (2020). International Journal of Production Economics Industry 4 . 0 technologies assessment : A sustainability perspective. International Journal of Production Economics, 229, 107776. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107776

Cheng, Y., Awan, U., Ahmad, S., & Tan, Z. (2021). Technological Forecasting & Social Change How do technological innovation and fiscal decentralization affect the environment ? A story of the fourth industrial revolution and sustainable growth. Technological Forecasting & Social Change, 162(October 2020), 120398. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120398

Duque, A. F., Engineering, E., Enrique, D., Borja, S., & Electronic, S. (n.d.). Development of skills for the fourth revolution industrialization through learning methodologies based on problems and projects Desarrollo de habilidades para la cuarta revolución industrial mediante metodologías de aprendizaje basado en problemas y proyectos. July 2018, 19–21.

Juliana, E., Ortiz, M., José, F., Correa, P., Juliana, E., Ortiz, M., José, F., & Correa, P. (n.d.). Curricular reflection in the Faculty of Electronics and Telecommunications Engineering of the Universidad del Cauca : an opportunity for innovation

Reflexión curricular en la Facultad de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones de la Universidad del Cauca : una oportunidad de innovación. July 2019, 24–26.

Kang, J., Kim, J., & Seol, S. (2019). The prioritization of technologies and public R & D roles between the manufacturing and service industries in the fourth industrial revolution. 21(6), 680–694. https://doi.org/10.1108/FS-03-2019-0021

Le, T., Joel, E., Abakah, A., & Kumar, A. (2021). Technological Forecasting & Social Change Time and frequency domain connectedness and spill-over among fintech , green bonds and cryptocurrencies in the age of the fourth industrial revolution. Technological Forecasting & Social Change, 162(October 2020), 120382. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120382

Li, Y., Carabelli, S., Fadda, E., Manerba, D., Tadei, R., & Terzo, O. (2020). Machine learning and optimization for production rescheduling in Industry 4 . 0. 2445–2463.

Mahmood, T., & Shujaat, M. (2020). Technological Forecasting & Social Change Balancing innovation and exploitation in the fourth industrial revolution : Role of intellectual capital and technology absorptive capacity. Technological Forecasting & Social Change, 160(June), 120248. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120248

Pereira, A. C., Romero, F., Pereira, A. C., & Romero, F. (2017). ScienceDirect A review of the meanings and the implications of the Industry 4 . 0 review of the meanings and the implications of the Industry concept Costing models for capacity optimization in Industry 4 . 0 : Trade-off between used capacity operational efficiency. Procedia Manufacturing, 13, 1206–1214. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.032

Series, I. O. P. C., & Science, M. (2020). Agriculture 4 . 0 the advance in models and new knowledge to improve production Agriculture 4 . 0 the advance in models and new knowledge to improve production . 0–8. https://doi.org/10.1088/1757-899X/844/1/012028

Shao, X., Liu, W., Li, Y., Rauf, H., & Yue, X. (2021). Technological Forecasting & Social Change Multistage implementation framework for smart supply chain management. 162(September 2020). https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120354

Zhong, R. Y., Xu, X., Klotz, E., & Newman, S. T. (2017). Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4 . 0 : A Review. Engineering, 3(5), 616–630. https://doi.org/10.1016/J.ENG.2017.05.015

Cabuya, D. (2018). Relación de la Industria 4.0 con la competitividad Industrial. Derrotero la Revista de la Ciencia y la Investigación. Vol. 12.

Alvarado, C. Lina, M. (2021). Adaptación de la Industria 4.0 en Países Desarrollados y Subdesarrollados.

Val, R. Jose, L. (2020). Industria 4.0: la transformación digital de la industria.

Blanco, Raul. Fontrodona, Jordi. Poveda, Carmen. (2019). LA INDUSTRIA 4.0: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN. Cámara de Comercio de Barcelona.

Ynzunza, C. Carmen, B. et al. (2017). El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectiva. Conciencia Tecnológica. Núm. 54.

Cabuya, P. Diego, E. (2018). RELACIÓN DE LA INDUSTRIA 4.0 CON LA COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL. Revista de la Ciencia y la Investigación. Volumen 12, (143-174).

BBC Noticias. (12 de Octubre de 2016). Qué es la cuarta revolución industrial (y por qué debería preocuparnos). Recuperado el 1 de Junio de 2017, de http://www.bbc .com/mundo/noticias-37631834

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO). (2016). Informe sobre el Desarrollo Industrial: El rol de la tecnología y la innovación en el desarrollo industrial inclusivo y sostenible (Resumen). Viena: UNIDO.

Análisis reflexivo de la gestión del conocimiento y el relevo generacional en las empresas del sector artesanal de los municipios de el Carmen de Viboral y la Ceja (oriente antioqueño) y la provincia de Sugamuxi en Boyacá [10]

Reflective analysis of knowledge management and generational change in artisan sector companies in the municipalities of El Carmen de Viboral and La Ceja (eastern Antioquia) and the province of Sugamuxi in Boyacá

Leonardo Guzmán Sanabria [11], Juan Guillermo Saldarriaga [12],

Resumen

El presente artículo reflexivo realiza un acercamiento a los procesos de gestión del conocimiento y de relevo generacional en las empresas del sector artesanal ubicados en dos Departamentos de Colombia: Antioquia y Boyacá. Este artículo describe y analiza el proceso metodológico y de recolección de información, proponiendo una investigación de tipo cualitativo, cuyos instrumentos para la recolección de la información fueron el análisis documental, las entrevistas semi estructuradas y la observación. Los resultados preliminares sugieren que las empresas del sector artesanal son en su mayoría pequeñas y familiares, que no poseen procesos de gestión del conocimiento formalizados y

10 Artículo reflexivo producto del proyecto realizado en el marco de FODEIN de la Universidad Santo Tomás Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

11 Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales. Mg en Sociología. Docente de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. Leonardo.guzman@usantoto.edu.co https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001662069

12 Sociólogo y Psicólogo.Mg en Psicología. Docente de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, Sede Medellín, juan.saldarriaga@ustamed.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000148342

estructurados, sino que se dan mediante la transmisión oral e instrucción técnica en las labores y que el relevo generacional se da de manera espontánea, sin planeación y con base en la transmisión de la propiedad y la administración entre familiares y empleados de confianza.

Palabras Claves

Empresa familiar, empresa artesanal, estilos de aprendizaje, gestión del conocimiento, relevo generacional.

Abstract

This reflective article makes an approach to the processes of knowledge management and generational renewal in the companies of the artisanal sector located in two Departments of Colombia: Antioquia and Boyacá. This article describes and analyzes the methodological and information gathering process, proposing a qualitative research, whose instruments for collecting information were documentary analysis, semi-structured interviews and observation. Preliminary results suggest that companies in the artisanal sector are mostly small and family-owned, that they do not have formalized and structured knowledge management processes, but that they are given through oral transmission and technical instruction in the work and that generational change is It gives spontaneously, without planning and based on the transfer of ownership and administration between family members and trusted employees.

Keywords

Family business, craft business, learning styles, knowledge management, generational change.

Introducción

La gestión del conocimiento y el relevo generacional son dos características de vital importancia en las empresas de hoy, especialmente en aquellas que son pequeñas,

familiares, con recursos limitados para la producción y con estrategias administrativas poco especializadas, como son, en la mayoría de los casos, las empresas que elaboran o comercializan artesanías. Una de las razones principales de esto, es que por las particularidades organizacionales y culturales de estas, pareciera costarles un mayor esfuerzo para generar procesos de aprendizaje interno, que respondan a un entorno que las presiona constantemente hacia la modernización de su estructura. Es por ello que abordar estos elementos es de vital importancia para contribuir con el estudio y la generación de conocimiento acerca de este tipo de empresas y contribuir con su desarrollo, consolidación y crecimiento.

Hoy el conocimiento es uno de los principales activos de cualquier organización. Para las disciplinas económicas, de la administración o los negocios, la gestión del conocimiento en las organizaciones es una fuente de producción de riqueza y de poder (Drucker, 1999), así como de innovación Nagles (2007) y de generación de valor (Valhondo, 2004), razón por la cual se considera de vital importancia que todo tipo de organizaciones implementen procesos que les permitan obtener, almacenar, sistematizar y producir conocimiento. Este conocimiento se encuentra relacionado también con la posibilidad de preparar a los empleados para asumir cargos superiores dentro de la organización, realizar dentro de ella un plan de carrera y garantizar que se dé el relevo generacional con base en el aprendizaje que se ha obtenido a lo largo de los años de permanencia en la empresa. Es por ello que estos dos elementos juegan un papel vital para la supervivencia de las empresas, especialmente aquellas que se dedican a la producción y comercialización de productos artesanales que pretenden perpetuar la tradición y la cultura en épocas de globalización, en donde la migración urbana y las expectativas que esto genera sobre los proyectos de vida, sobre todo en los más jóvenes, deja de ubicarse en los entornos rurales o populares en donde se han solido gestar este tipo de organizaciones históricamente.

Según Valdés (2002) las empresas contemporáneas se enfrentan al incremento de la velocidad de la producción y consumo de información digital, lo que ha incrementado también la velocidad en que se desarrollan las organizaciones en el ecosistema de los negocios, forzándolas progresivamente a centrarse en las cuestiones del hacer y no del ser, de tal manera que aquella que no sean capaces de adaptarse a estas dinámicas, terminan desapareciendo. Por esta razón, la implementación de acciones en cuanto a la creación y gestión del conocimiento, son características que distinguen a las organizaciones que aprenden, por lo que son llamadas discentes o inteligentes. Derivado de lo anterior, se puede afirmar que la gestión del conocimiento está cambiando por completo la estructura de la sociedad y por consiguiente de las mismas organizaciones.

Según Choo (1999), el aprendizaje de una organización se da cuando sus integrantes reaccionan a los cambios que se producen en el entorno, permitiéndoles detectar errores y corregirlos, modificando con esto sus estrategias para sobrevivir. Pero, cuando las organizaciones no son capaces de reaccionar ante los cambios y exigencias de este entorno desperdician las oportunidades que las capacidades de aprendizaje les pueden ofrecer, aún más si se limitan a enfocarse en la obtención de ingresos, en el retorno de la inversión o en las utilidades de la empresa.

Una empresa que logre usar estratégicamente su gestión del conocimiento tendrá más posibilidades de triunfar en una sociedad posmoderna altamente incierta llamada sociedad de la información y del conocimiento. De lo anterior se desprende que el aprendizaje se ha convertido en la actualidad en la clave para que las organizaciones sobrevivan y se conviertan en organizaciones que aprenden, y como afirman Yeung, Ulrich, Nason y Von Glinow (2000), esto no puede solucionar todas las debilidades de la organización se subsanen, pero sí garantiza que la organización dé una mejor respuesta a su entorno.

Estos principios se pueden aplicar para el general de las organizaciones; no obstante, con respecto al sector artesanal, se puede decir que este tiene particularidades que lo hacen distinto a otros sectores empresariales. Este sector en Colombia se caracteriza por ser una actividad cuyo origen se encuentra en saberes ancestrales de origen indígena y campesino, por lo que la elaboración de sus objetos involucra un gran grado de manualidad, así interfieran en el proceso el uso de algunas máquinas eléctricas, aprovechando en su proceso materias primas e insumos, en su mayoría de origen vegetal o mineral. Pero más allá del objeto, el sector artesanal se encarga por medio de su actividad de reproducir identidades y tradiciones propias de las regiones que al mismo tiempo han enraizado su tejido social a los territorios. En este sentido, Los artesanos se caracterizan por participar en toda o en la mayor parte de la cadena de elaboración de las artesanías. Es una actividad que se relaciona con otras actividades u oficios y cuyos diseños atraviesan desde lo utilitario e instrumental hasta la decoración y el diseño.

Dentro de este marco de referencia, son dos los grandes retos a los que se enfrentan los artesanos. El primero de estos está relacionado con la capacidad de generar unas condiciones dignas de sostenibilidad económica lo suficientemente amplia como para no depender de otros ingresos e incluso que les permitiera la capacidad de ahorro. En este caso, mientras en Boyacá un 54% de los trabajadores artesanales recibe sus ingresos principales de esta actividad, el 76% de estos recibe menos de un salario mínimo. De igual forma en Antioquia, donde según Márquez y Serrano (2017), el ingreso de los artesanos es levemente superior a un salario mínimo, ubicando este Departamento como uno de los que más altos ingresos representa para los artesanos. Esto evidencia que cerca de las tres cuartas partes de los artesanos del país que tienen esa actividad productiva como su principal fuente de ingresos, no alcanzan a percibir ni siquiera un salario mínimo al mes.

De igual manera, cuando se revisa la frecuencia con la que son obtenidos estos ingresos se encuentra que, en el caso de Boyacá, mientras una mitad de los artesanos reporta una frecuencia en los ingresos que van desde el diario hasta el mensual, el resto reporta que estos ingresos son ocasionales o por temporada (Amézquita y Serrano, 2018). Por su parte en el caso de Antioquía, según Amézquita y Serrano (2018), se encuentra que el 4.3% de los artesanos se considera empleado formal (con contrato y prestaciones), esto indica un alto índice de prevalencia de informalidad en el sector artesanal de ambos departamentos y del país.

El segundo de los retos para el sector artesanal está en el envejecimiento de la población artesanal y en la escasez de jóvenes que puedan relevar generacionalmente, considerando que el grupo etario que más se ocupa en las labores artesanales, pues en el caso de Boyacá son actualmente los mayores de 61 años, siendo la edad de 30 años en la que más se vinculan laboralmente a este sector (Amézquita & Serrano, 2018). Sin embargo, es de resaltar que actualmente hay tendencias dentro de los jóvenes quienes encuentran en el aprendizaje de los oficios un escenario para a innovación acompañada de una re significación del trabajo y de las expectativas sobre la ocupación laboral, inspirándose en valores como la satisfacción personal y el desarrollo personal por medio de esta actividad, apartándose, pero sin desprenderse, de valores como la productividad y la eficiencia propias de los trabajos de oficina (Navarro, 2015).

Esta situación se explica a partir de distintos fenómenos, siendo uno de los principales el proceso gradual y progresivo de la mayor oferta de educación de tipo técnico o profesional en el país, la cual ha aumentado la oferta de centros educativos, universidades e instituciones que ofrecen alguna formación educativa. Estas organizaciones se encuentran generalmente ubicadas en las cabeceras municipales, centros urbanos o en las ciudades principales, lo que presiona a los jóvenes a migrar y a plantearse expectativas que se encuentran más inspiradas por la vida asalariada, y al

acceso a bienes y servicios que se encuentran más fácilmente en la ciudad. Lo anterior se combina con las bajas expectativas que pueden tener los jóvenes frente a reproducir sus conocimientos de la artesanía como proyecto de vida, considerando que la educación formal demerita el valor del oficio artesanal al no ser este certificado como profesional o técnico, desconociendo la importancia de la transmisión del saber por medio del ejercicio y la práctica. No obstante, se debe considerar que del total del grupo poblacional que migra, hay un reducido porcentaje de jóvenes en el país quienes realmente logran acceder a la educación superior, por lo que la condición de muchos de ellos que llegan a los centros urbanos en condición de vulnerabilidad, lo que los obliga a emplearse en trabajos precarizados y de poca cualificación e ingreso.

Por todo lo anterior, se considera que el problema de investigación puede abordarse desde el marco de la gestión del conocimiento, al analizar los retos y problemas a los que se enfrentan las empresas del sector artesanal, las cuales por las características particulares de sus modos de producción relacionados con el arte, la identidad y el oficio del artesano, entran en tensión con las dinámicas economicistas propias de la gestión empresarial, que proponen a las organizaciones implementar estrategias para mejorar su productividad, en un sentido que puedan alcanzar mayores niveles de competitividad y de ingreso. Esto ocurre en la medida en que los valores de la competitividad, la eficiencia y la productividad son tipos ideales dentro de la lógica empresarial, pero los cuales no tienen la misma cabida en las empresas de este sector como sí ocurre en otro tipo de organizaciones. En este sentido, los procesos de modernización e innovación implementados por instituciones dedicadas a la generación de capacidades en emprendimiento, gestión, innovación o comercialización como cámaras de Comercio Municipales o la misma Artesanías de Colombia, sin un proceso de introspección reflexivo y crítico de las organizaciones, pueden llegar a ser contraproducentes y contradictorios en las empresas artesanales al transformar sus modos de producción, por lo cual se hace pertinente estudiar cómo, partiendo de sus propios recursos, estas empresas pueden generar capacidades y flujos de conocimiento propios que les

permitan mejorar su competitividad, pero permitiéndoles mantener las particularidades del oficio artesanal, motivando y promoviendo de esta manera procesos de relevo generacional acordes a las condiciones de cada organización.

Con este marco de referencia, esta investigación pretende responder a la pregunta ¿Cuáles son los retos y problemas a los que se enfrentan las empresas del sector artesanal de los municipios de la Subregión del Oriente Antioqueño y de la Provincia de Sugamuxi en Boyacá y cuáles son las estrategias de gestión del conocimiento y de relevo generacional que implementan para incrementar sus niveles de productividad y competitividad?

Metodología.

Este proyecto surge en el marco de la unión de docentes de la Universidad Santo Tomás de la Seccional de Tunja (Boyacá) y la sede de Medellín (Antioquia), quienes se presentaron en el 2019 a una convocatoria interna a nivel nacional desarrollada por esta institución, la cual, por motivos de la pandemia del COVID 19, no se pudo desarrollar inicialmente y ha tenido que ser complementada con un nuevo proyecto en ejecución al año 2021 en el marco de los proyectos de la misma institución dentro de la primera edición de proyectos de Fomento de la Investigación, Creación e Innovación Tomasina, Fodein Multicampus - 2021. Según este contexto, este artículo reflexivo presenta el planteamiento problémico, metodológico y teórico de la investigación, la cual debe desarrollarse en su trabajo de campo, levantamiento, sistematización y análisis de la información en un segundo artículo que se publicará una vez que haya ejecutado esta fase investigativa.

Una vez realizada esta aclaración, el diseño investigativo para el desarrollo de este proyecto parte de un método cualitativo, la cual se ubica, en este caso, bajo un paradigma interpretativo y constructivista (Creswell, 2013), pues lo que se quiere indagar y analizar es la comprensión de experiencias negociadas, construidas a partir de

hechos pasados y presentes de un grupo social, junto con el contexto social, económico y político en el que estás se dieron. De esta forma, la investigación busca deducir (Newman, 2006) información a partir de ciertas categorías preestablecidas (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008), con las cuales pueda confrontarse una hipótesis construida a partir del de método de revisión documental la cual se desarrolló en la primera de tres fases descritas por Galeano (2006): preparatoria, trabajo de campo y análisis.

Para la segunda fase del trabajo de campo, se debió también hacer uso de la revisión documental de fuentes secundarias para mapear el micro universo de empresas artesanales en cada uno de los territorios priorizados, para esto fue necesario la revisión de documentos institucionales, planes de desarrollo municipal, investigaciones académicas, entre otros, para localizar e identificar los posibles sujetos de intervención. En el caso de la provincia de Sugamuxi, se realizó este procedimiento para los 13 municipios que la componen, mientras que en el caso de los dos municipios de Antioquía se hizo con énfasis en ellos.

Sumado a lo anterior se planeó un acercamiento directo a las empresas artesanas bajo el método de la observación participante realizado a través de distintas visitas en territorio. Aunque, es de mencionar que por motivos de la pandemia del Covid 19, se complementa esta actividad con comunicación telefónica y virtual. De esta manera, se busca, a partir de las particularidades de la experiencia, el intercambio directo con estas fuentes primarias para comprender, sintetizar y analizar el funcionamiento organizacional de las empresas artesanales (Morse, 2003), a un nivel micro sociológico con bases etnográficas (Guber, 2001).

Sumado a la observación, otro de los métodos que se eligieron para la investigación y la recolección de la información fue por medio de la realización de entrevistas, para esto se diseñó un instrumento de recolección de información el cual fue dividido en dos. El primero de carácter cerrado con opción múltiple busca caracterizar a la empresa, mientras el segundo, de tipo semiestructurado, busca comprender y entender a

profundidad la experiencia de las organizaciones por medio de preguntas previamente diseñadas, pero aplicadas de forma abierta, buscando así indagar bajo un enfoque biográfico, evitando a toda costa direccionar o inducir en sus respuestas (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013). De esta forma, las categorías propuestas tanto para el instrumento de caracterización como el semiestructurado, se encuentran divididas en cuatro: 1) la empresa familiar; 2) el entorno de la empresa; 3) el relevo generacional, 4) la gestión del conocimiento e incapacidades de aprendizaje.

En cuanto a la primera categoría, se estableció que, a partir de distintas investigaciones realizadas en ambos departamentos de Boyacá y Antioquia, las organizaciones artesanales han solido constituirse por medio de relaciones y vínculos de familiaridad (Amézquita& Serrano, 2014; Cárdenas & Daza, 2019). No obstante, esta no es una regla general, sumado a que los integrantes de estas empresas no son necesariamente familiares, por lo que en el desarrollo de estas suelen existir otras series de relaciones de vecindad o cercanía dadas por el entorno territorial. En este sentido, se busca indagar en esta categoría acerca de qué vínculos existen con las personas que trabajan allí actualmente o en el pasado; pues esto se vincula directamente con el hecho de indagar acerca del futuro de la organización en cuanto a preguntarse sobre qué persona consideran que seguirá con el oficio más adelante.

Esta categoría incluye otros aspectos importantes, como la historia misma de la empresa, así como el proceso de aprendizaje inicial del fundador y su apropiación del oficio. De igual manera, considera elementos importantes como la gestión misma de la organización como la administración, las relaciones de gobernanza que allí se producen, la división del trabajo, la motivación, la emoción y los sentimientos que producen ejerce la actividad. Por último, indaga acerca de la gestión de los conflictos y la forma para gestionarlos.

Seguido a la anterior se encuentra la segunda categoría que está estructurada dentro del marco del entorno de la empresa. Analizar esta categoría parte de indagar por la percepción misma que tienen los empresarios artesanales sobre panorama social y económico de su oficio, lo que incluye los factores que consideran que afectan más el progreso del sector; así mismo, indaga por la percepción y las experiencias que existen alrededor del apoyo institucional que han recibido por parte de instituciones oficiales o privadas a lo largo del tiempo de existencia de la empresa.

La tercera categoría corresponde al relevo generacional el cual busca, desde el instrumento de caracterización, identificar si la empresa ha tenido previamente algún proceso de relevo generacional, pues en caso contrario puede llegar a ser un criterio excluyente, ya que, al no haber tenido ningún proceso de relevo, su incorporación dentro de la investigación tendrá que ser muy minuciosa según esta ofrezca las condiciones y la intención de hacerlo en el futuro. En el caso, en que se haya dado una experiencia de relevo, se indaga entonces en cómo fue este proceso, incluyendo si hubo algún tipo de preparación, plan o resistencia por alguna de las partes. Otro elemento que se considera aquí es el tiempo que pasó de entre el momento en que se decidió el relevo hasta que este se ejecutó, por último, indaga alrededor del proceso de enseñanza y de traspaso del conocimiento y del poder entre las partes.

Por otro lado, en el caso en que no se haya dado un relevo generacional, pero se tengan las condiciones y el ánimo para hacerlo, se indaga alrededor de la relación que las personas más experimentadas dentro de la organización tienen con sus aprendices. En este sentido, se busca analizar la planificación que se proyecta para el relevo, así como las expectativas o percepciones que tiene la persona quien será encargada de seguir con el legado de la organización. En de destacar, que puede presentarse el caso en el que haya una organización que además de haber ejecutado un proceso de relevo

generacional en el pasado, presente las condiciones necesarias para una nueva experiencia de traspaso de funciones.

La última categoría del instrumento es la de la gestión del conocimiento, que se materializa a partir de unos estilos, así como unas incapacidades de aprendizaje, pues según Gómez, Villarreal y Villarreal (2015) estos se presentan en todas las organizaciones. Los primeros se entienden como las formas o maneras que utilizan las empresas para aprender y son: la experimentación, la adquisición de competencias, las marcas de referencia o benchmarking y las mejoras continuas. Por su parte, las incapacidades de aprendizaje son entendidas como barreras que le imposibilitan a las organizaciones lograr el aprendizaje, éstas son: ceguera, candidez, homogeneidad, acoplamiento estrecho, parálisis, aprendizaje de supersticiones y difusión deficiente.

Es así que, en cuanto a esta categoría, Yeung, Ulrich, Nason y Von Glinow, M. (2000) sostienen que estas incapacidades hacen referencia a: 1) Ceguera: Impide evaluar correctamente las amenazas y oportunidades del entorno, dejando pasar un sinfín de oportunidades. 2) Candidez: Se presenta cuando hay deficiencias en el análisis de las situaciones y generación de soluciones. Ante situaciones complejas se aplican las reglas conocidas sin hacer un análisis cuidadoso. 3) Homogeneidad: Solo toma en cuenta el punto de vista del dueño o gerente, quien es omnisciente y experto en todo. 4) Acoplamiento estrecho: La inflexibilidad y no adaptabilidad es la tónica, que se deriva del análisis cándido e incompleto de la realidad. 5) Parálisis: Impide tomar medidas o implantar procedimientos nuevos, no porque se desconozca la manera de realizarlos, sino porque se dedica demasiado tiempo al análisis. 6) Aprendizaje de supersticiones: Impide interpretar correctamente el significado de la experiencia, además de que culpa a terceras personas de todo lo malo que ocurre en el negocio, difundiendo ideas equivocadas de la situación y 7) Difusión deficiente: Se presenta cuando las personas aprenden cosas nuevas, pero no las difunden a otras personas y/o áreas del negocio y, en consecuencia, no surge el aprendizaje en grupo.

De esta forma, el instrumento cualitativo se enfoca en preguntar e indagar acerca de los niveles de formación presentes en la empresa tanto del gerente como de las personas que allí trabajan. De igual manera, se analiza el uso, presencia y adaptación de la empresa a la tecnología, tanto la maquinaria o herramientas usadas para la elaboración de las artesanías, así como para otros procesos de manejo de la información digital y la comunicación. Además, se indaga por las formas en que las personas inician su proceso de aprendizaje, considerando además que tanto se combinan estos saberes artesanales con otras formaciones académicas. Por último, se indaga en cuanto al producto y cómo este ha cambiado en el tiempo según el contexto o la misma tecnología disponible.

Para terminar, en cuanto a la muestra de organizaciones con las que se busca realizar la investigación, se partió de un muestreo dirigido y teórico dado por los límites cronológicos y presupuestales del proyecto, siendo así que se plantearon un total de veinte experiencias divertidas en dos mitades según los dos territorios a intervenir en Boyacá y Antioquia.

Seguido a la segunda fase, el proyecto termina con una etapa de análisis de la información en donde el tratamiento de la información se realiza con base en el procesamiento con un software de investigación cualitativa (Atlas.Ti) y una categorización que posteriormente permitió realizar una interpretación con base en los enfoques fenomenológico y de la Teoría de las Representaciones Sociales. Es así que, el primero permite que un investigador social trate de interpretar las interpretaciones cotidianas de la gente. Según Valles (1999; 61) estas pueden ser interpretaciones de primera instancia (Emic, hechas por el autor a partir de su experiencia en el sentido cotidiano), frente a interpretaciones de segunda instancia (etic, hechas por el investigador, desde fuera). Aquí se trabajará con ambos sentidos para la interpretación de la información recogida.

RESULTADOS (OBTENIDOS Y PARCIALES) Y RECOMENDACIONES

Estadísticas a nivel mundial indican que el 70% de las empresas de familia desaparece en la transición de la primera a la segunda generación, porque se acaban o porque pasan a manos de terceros (Rengifo, 2018). Al 20 por ciento le sucede lo mismo cuando llega a la tercera generación y al 7 por ciento que logra arribar a la cuarta. Por esta razón, la conexión entre la composición de la empresa, el análisis del entorno y las formas como la organización gestiona su conocimiento son determinantes para el favorecimiento de los procesos de relevo generacional en estas.

Por esta razón, los resultados de esta investigación se consolidarán a partir del trabajo de campo proyectado. No obstante, se pueden destacar de forma analítica a partir de la revisión de fuentes secundarias algunos planteamientos así como retos epistemológicos que tendrán que ser tenidos en cuenta en el momento de la aplicación del instrumento de recolección de información. Estos resultados preliminares también pueden agruparse e interrelacionarse a partir de las categorías analíticas de la entrevista semiestructurada de la siguiente forma: 1) la empresa familiar; 2) el entorno de la empresa; 3) el relevo generacional, 4) la gestión del conocimiento e incapacidades de aprendizaje.

En el sentido, frente a los vínculos familiares, la investigación parte de los contextos socio históricos que produjeron la diversidad de oficios artesanales en el país, los cuales, por lo general, parten de las tradiciones familiares, cuyo conocimiento se comparte dentro de los hogares fuertemente marcados por relaciones comunitarias y territoriales, marcadas también por tradiciones de origen campesino y rural. De esta forma, la idea de analizar el contexto familiar de los artesanos, si bien pasa por identificar los vínculos consanguíneos que allí habitan, también involucra re pensar la idea de familia por fuera de los relatos canónicos con los que suele abordarse, pues ocurre que actualmente no son únicamente familiares consanguíneos quienes integran los talleres artesanos, sino

que se dan otra serie de relaciones que podrían favorecer a un relevo generacional no familiar.

Entender este aspecto de las organizaciones es relevante pues las organizaciones no familiares, tienden a centrar su operación principalmente en cuestiones operativas para asegurar dividendos a los accionistas en el corto, mediano y largo plazo. Por su parte, en las empresas familiares el poder decisorio puede pasar por motivaciones poco técnicas basadas en el ego haciendo que estas sean más de tipo pasional, pues llega a ocurrir que la intransigencia jerárquica en las decisiones de quien administra el negocio al, genere disputas y diferencias entre sus miembros. Esto se relaciona directamente con la imagen que los propietarios quieren proyectar para no perder el poder en la familia y la organización o ser cuestionados por sus acciones, esto refuerza también la concepción de que los administradores, gerentes o propietarios son infalibles, tienen mayor conocimiento que los demás y por ser mayores o por tener el poder en el escenario familiar, deben tenerlo también en la empresa.

Lo anterior permite entrever, que los vínculos familiares, en cuanto a la gestión del conocimiento, pueden influenciar de manera negativa o positiva en los estilos e incapacidades de aprendizaje, pues estos también podrían favorecer a otros aspectos en cuanto a la búsqueda de éxito en la organización y su continuidad en el tiempo, a partir de valores como el honor, el respeto, la memoria del fundador o la identidad. Este anhelo se encuentra directamente relacionado con la forma en cómo las organizaciones gestionan su conocimiento con el fin de generar procesos de relevo generacional, los cuales en el contexto familiar artesanal, se dan generalmente de manera espontánea y lógica, sin ningún protocolo de familia que refleje los acuerdos construidos con la idea de tener un plan de acción que asegure una larga vida para la empresa y el mantenimiento de del negocio a través de las generaciones futuras (Rios, 2018), siendo

así que se descuide también el nivel de competencias necesarias para suceder, más allá del derecho a heredar de la lógica de las relaciones familiares.

La gestión del conocimiento en este contexto requiere que se analice y cuestione a profundidad lo que estas organizaciones entienden por conocimiento. Pues este, desde la academia, puede entenderse como el conjunto de procesos y sistemas conducentes a incrementar el capital intelectual en una organización" (López, Cabrales y Schmal (2005, p.2), por ello, no es sólo una práctica administrativa, sino un proceso integrador de todos los aspectos de la organización en procura de volverla más eficiente y competitiva. Nagles (2007) la conceptualiza como "un proceso lógico, organizado y sistemático para producir, transferir y aplicar en situaciones concretas una combinación armónica de saberes" (p. 77). En este sentido, el conocimiento para las organizaciones atraviesa procesos relacionados con su relación con la innovación y tecnificación, la cualificación profesional, la comunicación interna, la gobernanza, entre otros.

Sin embargo, existen unas limitaciones tanto internas como externas que afectan la gestión de las múltiples formas de conocimiento. Desde la perspectiva interna, se puede encontrar entonces que, en la medida en que la gran mayoría de ellas son unidades familiares o se encuentran compuestas por pocos empleados, los espacios en donde se desarrollan los procesos productivos y de transformación de la materia prima en artesanía, son talleres poco tecnificados en donde la formación técnica o profesional con relación al oficio puede ser poca o nula. Esta cuestión de la tecnificación y la cualificación, se proyectan como variables problemáticas las cuales, de darse, no favorecen necesariamente a la organización. Estas variables, deben relacionarse entonces con el contexto externo, el cual determina la sobrevivencia y éxito de cualquier tipo de empresa en el mercado a partir de los retos y las necesidades del entorno, así como la forma en la que da respuesta a estas presiones (Osotio & Romero, 2018), En ese sentido, la reconstrucción del entorno parte de reconocer el rezago estructural de los sectores artesanales, enraizados con la construcción de las bases del

Estado moderno colombiano, pues la presión que genera la sobrevaloración de la profesionalización de la educación técnica y superior sobre la percepción de lo que se entiende como progreso y desarrollo, sumado a sumado a la formación de clases sociales y sus brechas según su condición rural y urbana en el país (Rico y Hoyos, 2019).

El abordaje histórico sobre el sector artesanal lleva también a reconocer la mirada del progreso independista, la cual se inclinó hacia la modernización, la industrialización y la urbanización progresiva de la sociedad (Hoyos & Rico, 2012), condenando al sector artesanal a ser relacionada con una condición desfavorable del ser humano, asociada a la tradición y a un atraso poco funcional para el crecimiento económico de la sociedad.

El pasado y todavía presente rural del sector artesanal está afectado por la misma particularidad de Colombia, en cuanto a la complejidad de su territorio como lo son los accesos y vías, pues esto ha mantenido dispersas a distintas regiones de los centros, haciendo que su población mantuviera los hábitos y costumbres tradicionales, incluyendo entre ellas las de los oficios artesanales. A lo anterior se le debe sumar un pasado histórico de violencias y abandono por parte de las élites del país, lo que ha dado como resultado un panorama complejo para las poblaciones rurales.

Lo anterior, termina afectando en últimas las opciones para la supervivencia de estas organizaciones en un mediano y largo plazo, pues no hay criterios técnicos acordes ni motivaciones en muchos jóvenes para la planificación de transiciones que permitan los relevos generacionales, lo cual afecta invariablemente el futuro de las empresas.

Conclusiones

Con esta investigación se plantea entonces analizar a las empresas del sector artesanal de los territorios geográficos propuestos en Antioquia y Boyacá para encontrar las relaciones que existen entre las experiencias de unos y otros, para así corroborar los planteamientos hipotéticos, en cuanto a la gestión del conocimiento, el entorno y el relevo generacional.

En general, se puede plantear que las organizaciones artesanales no presentan sistemas consolidados de gestión del conocimiento, sumado a que la administración se realiza de manera empírica, por lo que en muchas de ellas tampoco planifican en cuanto a los procesos de innovación en tecnología o procesos internos. Es así, que la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional no se realiza de forma consciente, a pesar de que existe una oferta institucional para la cualificación productiva y de gestión, haciendo que su implementación sea un reto general para estas.

Uno de los retos de la investigación será también identificar si las organizaciones artesanales se encuentran ancladas a estilos administrativos y formas arcaicas de gestionar el conocimiento, lo cual puede depender directamente del tipo de relaciones familiares y laborales que se establecen, pues son las organizaciones más abiertas, con menores límites y estructuras de autoridad más participativos son las que implementan mejores prácticas y técnicas de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional. En relación con lo anterior, el relevo generacional está anclado a las expectativas de los fundadores de las empresas o miembros más antiguos de ella y se da por sentado que los miembros más jóvenes de la familia asumirán las riendas de la organización en el momento indicado, aunque la realidad indique lo contrario.

El aprendizaje organizacional o la gestión del conocimiento en estas empresas se realiza mediante la enseñanza de la técnica y la labor y la transmisión de la información de manera informal de generación en generación. En este sentido, estas empresas no suelen sistematizar su conocimiento, sino que este se encuentra en las personas que se han desempeñado en empresas del sector durante años, normalmente sus sistemas de archivo son rudimentarios y no le conceden gran importancia a realizar un proceso de almacenamiento, interpretación y difusión de la información que va más allá de lo

financiero, pues existe el presupuesto de que lo técnico es una habilidad que se desarrolla con el ejercicio de la labor.

La mayoría de estas empresas son de carácter familiar, por lo que suele heredarse tanto la propiedad y administración de las empresas como los conocimientos para el oficio y la administración de ellas. Dado lo anterior, el relevo generacional se da de manera espontánea, no es planeado, sino asumido como parte normal de la evolución de la empresa y la familia. Los miembros más jóvenes aprenden el oficio desde pequeños y siempre asumen que posteriormente serán quienes se hagan cargo del negocio familiar.

No existen en estas empresas planes de carrera y sucesión por dos motivos: uno es su tamaño y el otro su característica familiar, pues los propietarios asumen que dadas estas dos características no son necesarios. Por esto, la capacitación no suele tener una gran representatividad en estas empresas, ya que se considera necesaria sólo para lo técnico, por lo que se hace de manera informal en el transcurso de las jornadas laborales.

Es así que el relevo generacional en estas empresas está corriendo peligro, ya no se encuentra asegurado. Ello porque los miembros más jóvenes ya no asumen estas empresas como su proyecto de vida y tienden a querer formarse académica y profesionalmente en áreas diferentes al negocio tradicional y familiar.

Por lo investigado dentro del marco del proyecto se propone entonces que las organizaciones empresariales, sean de tipo artesanal o no, no pueden ser comprendidas como entidades autónomas e impersonales, sino que el análisis se debe centrar el análisis en las personas, pues no se debe concebir está bajo un enfoque mecanicista sino como un organismo vivo que interacciona con el entorno. En este contexto, la gestión del conocimiento debería entenderse más como un proceso psicológico, relacionándolo con la experiencia (Pérez, 2016)

Referencias Bibliográficas

Amézquita Morales, A & Serrano, D (2017). Diagnóstico Departamental del Sector Artesanal. Artesanías de Colombia.

Amézquita, A, & Serrano, D. (2018), Diagnóstico departamental del sector artesanal en Boyacá. Artesanías de Colombia.

Argyris, Ch. (1999). Sobre el aprendizaje organizacional, Editorial Oxford Press, México D.F

Barroso, F. (2011). Gestión del conocimiento en empresas y organizaciones sociales productivas exitosas en el estado de Yucatán. XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. FCA UNAM.

Barroso, F y Córdova, Mi. (2013). Gestión del conocimiento y desempeño organizacional en micro y pequeñas empresas de poblaciones del interior del estado de Yucatán. XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México: 17p.

Cárdenas Rico, D. C., & Daza Hoyos, L. P. (2019). El oficio artesanal en Boyacá bajo la mirada del desarrollo territorial endógeno. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_gestion_desarrollo/156

Cervera, X., Montoya, I. & Montoya, L. (2013). Factores de éxito en el relevo generacional en empresas de familia: estudio de caso. Punto de vista. Vol. IV. N° 6 pp. 39-65

Choi, B. y Lee, H. (2002). Knowledge management strategy and its link to knowledge creation process. Expert Systems with Applications, 23, pp. 173-187.

Choo Ch. (1998). La organización inteligente, Editorial Oxford Press, México D.F.

Choo W. (1999). La organización inteligente: El empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y tomar decisiones. México: Ed. Oxford University Press

Creswell, J. W. (2013). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Research design Qualitative quantitative and mixed methods approach. http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación En Educación Médica, Universidad Nacional Autónoma de México, 2(7), 162–167. http://doi.org/10.1109/IAEAC.2017.8054186

Drucker, P. (1999). The age of social transformation. Atlanta Monthly, 53–80.

Galeano, M. (2006). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Fondo Editorial Universidad EAFIT. 82p.

Geranmayeh, A. (1992). Organizational learning through interactive planning: Design of learning systems for ideal-seeking organizations (Tesis doctoral inédita, Universidad de Pensilvania, Pensilvania, Estados Unidos).

Gómez-Osorio, M & Gómez-Romero, J. (2018). Las incapacidades y estilos de aprendizaje organizacional: estudio comparativo de las Mipymes en Bogotá - Colombia y Durango – México. Estudios Gerenciales (34), pp. 336-346

Gómez-Romero, J.G.I. (2008). La Generación de Conocimiento Organizacional en la Micro, Pequeña y Mediana Empresas (Mipymes) de Durango. Durango: Editorial UJED.

Gómez-Romero, J.G.I., Villarreal-Solís, F.M. & Villarreal-Solís, M.D. (2014). Las incapacidades de aprendizaje organizacional y su relación con los estilos de aprendizaje organizacional en la MIPYME de la ciudad de Durango. Contaduría y administración. Pp. 686-702

Gómez-Romero, J.G.I., Villarreal-Solís, F.M. & Villarreal-Solís, M.D. (2015). Gestión del conocimiento organizacional: las incapacidades de aprendizaje y su relación con los estilos de aprendizaje en la industria papelera, cartonera y de celulosa de México). Universidad & Empresa. 17(29). Pp 35-62.

Jiménez-Barbosa, W., De la portilla, E., Basante, A., Zúñiga, L., Zambrano, D., Rojas, J. & Delgado, R. (2019). Relevo generacional para la continuidad de producción cafetera familiar. Caso municipio de Albán, Nariño-Colombia. Revista Colombiana de Ciencias Sociales. (10): 1, pp. 67-92

Kauffman, S. (2001). El desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas: un reto para la economía mexicana, Ciencia Administrativa. Recuperado el 1 de noviembre de 2019 de http://www.uv.mx/iiesca/revista2001-1/empresas.htm

López, M., Cabrales, F. & Schmal, R. (2005). Gestión del Conocimiento: Una Revisión Teórica y su Asociación con la Universidad. Panorama Socioeconómico, N°. 30, p. 0

Márquez, L. & Serrano, D. (2017). Diagnóstico del sector artesanal en Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá. 80p.

Mendes, M. (2002). O alinhamento estratégico e o ambiente para Gestao do Conhecimento: um estudo nos orgaos do poder executivo do Estado da Bahía. Trabajo Fin de Master en Administración de Empresas y Comercio Internacional. Salvador de Bahía

Lafuente Ibáñez, C., & Marín Egoscozábal, A. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. Revista Escuela de Administración de Negocios, (64), 5–18. Retrieved from http://www.redalyc.org/pdf/206/20612981002.pdf

Levitt, B., & March, J. (1988). Organizational learning. Annual Review of Sociology, 14, pp. 319-340.

Mora, M. (2002). La Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici. En: Athenea Digital. Nº 2. Universidad de Guadalajara, México. P.7. Recuperado el 15 de mayo de 2017 de http//blues.uab.es/atenea/num2/Mora.pdf

Morse, J. (2003). “Emeger de los datos”: los procesos cognitivos del análisis en la investigación cualitativa. In J. Morse (Ed.), Asuntos criticos en los métodos de investigación cualitativa. Universidad de Antioquía.

Nagles, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista Escuela de Administración de Negocios, N°. 61, pp. 77-87

Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Laurus, 12(Ext), 204. Retrieved from https://www.redalyc.org/html/761/76109911/

Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). The knowledge creating company. New York: Oxford University Press.

Pérez-Montoro, Mario (2016). “Gestión del conocimiento: orígenes y evolución”. El profesional de la información, v. 25, n. 4, pp. 526-534.

Probst, G., & Büchel, B. (1995). La pratique de l’entreprise apprenante. París: Les Éd. d’Organisation

Navarro, S. (2015). La artesanía como industria cultural: desafíos y Oportunidades. Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Bogotá D.C., Colombia, S.A.

Rengifo Natalia (2018). La Gestión del Conocimiento como apuesta al relevo generacional de las empresas familiares. Universitat Oberta de Catalunya.

Ríos Sharon, (2018). La Importancia De Los Protocolos De Familia Para Garantizar La Continuidad De Las Pymes En Colombia. Universidad Militar Nueva Granada.

Rodríguez-Alcaide, J. J., Rodríguez-Zapatero, M. y Rodríguez-Jiménez, M. (2007). El relevo generacional en la empresa familiar. Cuaderno N°5. Universidad de Córdoba. Recuperado de http://biblioferrersalat.com/media/documentos/Prasa_reflexion_5.pdf

Rodríguez, T. (2004). El debate de las representaciones sociales. En: relaciones. (24)93. México

Saldarriaga, J. G. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. Estudios Gerenciales, 29, 110-117.

Senge, P. (1992). La quinta disciplina: el arte y práctica de la organización inteligente. Buenos Aires: Granica.

Timaheff, N (1961). La Teoría Sociológica. Su naturaleza y desarrollo. México. Fondo de Cultura Económica.

Valdés, L. (2002). La re-evolución empresarial del siglo XXI. Conocimiento y capital intelectual: las nuevas ventajas competitivas de la empresa. Colombia: Grupo Editorial Norma

Valhondo, D. (2004). Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad; Ediciones Díaz de Santos; Madrid.

Valles, M. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Síntesis Sociológica. 430p.

Yeung, A., Ulrich, D., Nason, S. y Von Glinow, M. A. (2000). Las capacidades del aprendizaje en la organización: como aprender a generar ideas con impacto. México: Ed. Oxford University Press.

Apuestas compartidas de los productores lecheros boyacenses, una correlación con la gestión del conocimiento [13]

Shared bets of Boyacá dairy producers, a correlation with knowledge management

Luri Suárez Pineda [14]

Resumen

El estudio da cuenta de resultados parciales, dentro de una investigación marco de enfoque cualitativo y cuantitativo, que busca acompañar los agentes del eslabón primario de la cadena láctea del departamento de Boyacá, en el fortalecimiento de capacidades para la toma de decisiones, bajo visión compartida, en torno a un sistema productivo sostenible.

El presente documento presenta como hallazgo preliminar, resultados de analizar de qué manera la gestión del conocimiento, influencia la disposición de los actores del eslabón primario de la cadena láctea para trabajar de manera compartida.

A partir de encuesta como técnica de recolección de la información, y con la participación de un pequeño grupo de productores que procura hacer parte del trabajo en cooperación del sector lechero boyacense, se logró corroborar que la disposición para trabajar de forma cooperada se correlaciona de manera directa y positiva con el conocimiento de los involucrados.

[13] Este proyecto se presentó en el *I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de Mayo 2021, y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.*

[14] Formación profesional. Administradora de Empresas. Formación pos-gradual. Especialista en proyectos de desarrollo. Magister en Administración de Empresas. Docente de la Universidad Santo Tomás. luri.suarez@usantoto.edu.co
Link de Cvlac http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001492323

Palabras Clave

Gestión del conocimiento, trabajo colaborativo, visión compartida

Abstract

The study reports partial results, within a framework research with a qualitative and quantitative approach, which seeks to accompany the agents of the primary link of the dairy chain of the department of Boyacá, in strengthening capacities for decision-making, under a shared vision , around a sustainable production system.

This document presents as a preliminary finding, the results of analyzing how knowledge management influences the willingness of the actors in the primary link of the dairy chain to work in a shared way.

Based on a survey as a technique for collecting information, and with the participation of a small group of producers who seek to do part of the cooperative work of the Boyacá dairy sector, it was possible to corroborate that the willingness to work cooperatively is correlated in a direct and positive with the knowledge of those involved.

Keywords

Knowledge management, collaborative work, shared vision

Introducción

Dentro del marco de las reglas de competitividad, las pequeñas empresas viven un escenario difícil, enfrentando baja productividad amén de su incapacidad para encarar las fuerzas del entorno, siendo el sector agropecuario de Boyacá (Colombia) una de las víctimas.

No obstante, en el compromiso del gobierno colombiano con la competitividad del sector productivo, desde los años noventa se han hecho intentos en el marco del trabajo en cooperación, y particularmente para el departamento de Boyacá se ha venido

trabajando con los actores que representan al gobierno, la academia y al sector de la producción lechera, en procura de jalonar la competitividad regional.

En Colombia, los departamentos con mayor volumen de producción lechera, corresponden a Antioquia, Boyacá, Cundinamarca y Nariño, y representan más del 50% de la producción nacional (FEDEGAN, 2020).

En procura de una cultura permeada por el desarrollo sostenible en las organizaciones, la colaboración entre los actores vinculados, es factor clave para definir el plan de acción de la empresa (Curós, Díaz, Oltra, Rodríguez, Teba y Tejero 2005).

La gestión del conocimiento supone formación de la persona, para crear conocimiento, que converge en la generación de información nueva, con el compromiso de transmitirla a los demás individuos que conforman la organización (Pérez, Contreras y Amador, 2009).

Este escenario, pretende ubicar las empresas en posiciones competitivas fuertes, frente a lo que la construcción de redes, es de gran valor agregado, para ascender en este reto (Jaramillo, 1988).

Las organizaciones requieren adaptarse a las condiciones del entorno, pero esta condición sugiere la conformación de sistemas, a partir de la construcción de sociedades y comunidades, que incluyen organizaciones que se ajustan, gracias a la gestión del conocimiento y especialmente desde sus líderes y que constituyen respuestas que demanda la gama de oportunidades y amenazas del medio, en espera de la definición de estructuras apropiadas (Hannan y Freeman, 1977).

Las mutuas relaciones entre agentes de la organización, fenómeno entendido como reciprocidad (mutuamente influyentes), aprendizaje (feedback entre agentes), desarrollo estratégico, dinamismo, progresión y expansión, que no se logran en las partes interactuantes en forma aislada (Calvante, 2007).

Aunque el conocimiento en principio es individual, gestionarlo puede encontrar barreras que comúnmente se relacionan con procesos disfuncionales de interacción social (Oltra, 2012).

En conocimiento de las bondades del trabajo en asociatividad, Pineda (2013) propone un ecosistema coevolutivo organizacional, en procura de articular la cadena láctea de Boyacá e integrarla con otras formas asociativas, adaptando un modelo de cooperación.

El escenario expuesto, no es ajeno a los desafíos del sector lechero de Boyacá, por lo que el presente documento ofrece resultados preliminares, en el marco de un ejercicio investigativo de tipo mixto, en la pretensión de robustecer el gremio lechero boyacense, frente a la demanda de tomar decisiones de visión compartida, por la vía de garantizar sostenibilidad en su sistema de producción.

El estudio está propuesto bajo un diseño que permite la participación acción, en la medida que procura la intervención del grupo para que se involucre en las discusiones, aportes, y decisiones, de manera empoderada al sentirse como propias.

El trabajo se desarrolla a partir de una muestra piloto con criterios que permiten el desarrollo del ejercicio investigativo, dando participación voluntaria a un pequeño grupo de organizaciones representativas de Boyacá, para hacer rastreo al conocimiento del recurso humano frente a la disposición a un trabajo cooperado.

El ejercicio ofrece resultados que evidencian la correspondencia directa entre las variables disposición al trabajo en cooperación y conocimiento del recurso humano.

Metodología

La investigación tiene enfoque cualitativo y cuantitativo. Hace uso de un diseño metodológico descriptivo y de participación acción.

La información se recopiló a partir de aplicación de encuestas, talleres de equipo y observación directa.

El objeto de estudio está constituido por un grupo de productores del eslabón primario de la cadena láctea del departamento de Boyacá. La muestra piloto está dada por conveniencia, con los siguientes criterios: explotaciones lecheras ubicadas en el cordón lechero del departamento de Boyacá, que tengan hatos con más de 20 vacas y que representen diferentes zonas de producción lechera del departamento. Inicialmente y para efectos de esta prueba piloto, se dio la participación voluntaria de 12 organizaciones.

El trabajo investigativo, involucró el seguimiento a variables relacionadas con estimación del conocimiento del recurso humano, así como la estimación de la disposición al trabajo de manera cooperada, de conformidad como se expone en la tabla 1.

Tabla No.1

Variables objeto de observación en productores de leche en Boyacá

Conocimiento del recurso humano	**Disposición al trabajo de manera cooperada**
Grado de educación: Educación primaria, Educación Secundaria, Educación técnica Educación superior	Participación en talleres de discusión
Participación en escenarios de cualificación dirigida a productores lecheros	Aceptación de tareas para el logro de objetivos acordados
Participación en actividades de asociatividad	Participación en la definición de acciones con visión compartida

Giras técnicas sobre producción lechera	Aportes al diagnóstico sobre las realidades del sector lechero en Boyacá
Innovación en prácticas de producción	

Fuente: Elaboración propia.

Las categorías objeto de análisis en cada variable, recibieron calificación teniendo en cuenta un rango de cero a cinco, en el que cero se asignó a la evaluación más baja y cinco a la calificación más alta.

La calificación se asignó de conformidad con los criterios expuestos en la tabla No.2

Tabla No 2

Criterios para la calificación de categorías por cada variable

Variables	***Categorías***	***Criterios***
Conocimiento del recurso humano	Grado de educación	Ningún grado de educación: 0 Educación primaria no finalizada: 1 Educación primaria: 2 Educación secundaria: 3 Educación técnica : 4 Educación superior: 4.5 Educación posgradual: 5
	Participación en escenarios de cualificación dirigida a productores lecheros	Nunca ha participado: 0 1 participación: 1 2 participaciones: 2 3 participaciones: 3 4 participaciones: 4 Igual o mayor a 5 participaciones: 5
	Participación en actividades de asociatividad	Ha participado: 5 Nunca ha participado: 0
	Giras técnicas sobre producción lechera	Ha participado: 5 Nunca ha participado : 0
	Innovación en prácticas de producción	Con experiencias en innovación : 5 Sin experiencias innovadoras: 0

Disposición al trabajo de manera cooperada	Participación en talleres de discusión	Nunca ha participado: 0 Participación de al menos una vez: 1 Participación hasta dos veces: 2 Participación hasta tres veces: 3 Participación hasta cuatro veces: 4 Participación hasta cinco o más veces: 5
	Aceptación de tareas para el logro de objetivos acordados	Nunca acepta: 0 Rara vez acepta: 1 A veces acepta: 2 A menudo acepta: 3 Muy a menudo acepta: 4 Siempre acepta: 5
	Participación en la definición de acciones con visión compartida	Participa: 5 No participa: 0
	Aportes al diagnóstico sobre las realidades del sector lechero en Boyacá	Hace aportes: 5 No hace aportes: 0

Fuente: Construcción propia

Una vez determinada la calificación de las categorías que corresponden a cada una de las variables, se tabularon las evaluaciones de los productores participantes, generando para cada uno de ellos, el promedio de resultados por cada variable objeto de estudio, como se observa en la tabla No.3.

Tabla No.3

Evaluación de los productores participantes

	Variables para estimar el conocimiento del recurso humano						Variables para estimar la disposición al trabajo de manera cooperada				
Productor	Grado de educación	Participación en escenarios de cualificación dirigida a productores lecheros	Participación en actividades de asociatividad	Giras técnicas sobre producción lechera	Innovación en prácticas de producción	Promedio nivel de conocimento (X)	Participación en talleres de discusión	Aceptación de tareas para el logro de objetivos acordados	Participación en la definición de acciones con visión compartida	Aportes al diagnóstico sobre las realidades del sector lechero en Boyacá	Promedio disposición al trabajo en cooperación (y)
P1	4,5	5	5	5	5	4,9	5	5	5	5	5
P2	4,5	5	5	5	5	4,9	5	5	5	5	5
P3	4,5	4	5	5	5	4,7	4	3	5	5	4,25
P4	4,5	5	5	5	5	4,9	4	4	5	5	4,5
P5	4	4	5	5	5	4,6	4	2	5	5	4
P6	4,5	5	5	5	0	3,9	4	3	5	0	3
P7	4,5	4	5	5	5	4,7	4	2	0	5	2,75
P8	2	3	5	0	0	2	2	2	0	0	1
P9	4,5	3	0	5	0	2,5	1	0	0	0	0,25
P10	2	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0,25
P11	2	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0,25
P12	2	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0,25

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

Se evidencia heterogeneidad en los resultados de calificación para las categorías evaluadas en cada variable y a su vez en los promedios arrojados para cada organización. Los representantes de las organizaciones que han tenido la oportunidad de acceder al conocimiento, se manifestaron participativos, proactivos y positivos, en las actividades llevadas a cabo en las sesiones de trabajo.

El recurso humano con menor calificación en la variable conocimiento, fue el mismo que expresó desconfianza, incomodidad y resistencia frente a los escenarios de discusión de propuestas de cambio.

Los actores con menos grado de información, prefirieron abandonar las jornadas de trabajo en equipo.

Los menos afortunados en la calificación, son los mismos que mostraron timidez para opinar.

Haciendo uso del modelo de Pearson, a través del análisis de correlación, se obtuvo un coeficiente igual a 0,8879. Esto sugiere que en el grupo poblacional objeto de esta experiencia investigativa, la variable conocimiento del recurso humano, tiene un

impacto positivo sobre las voluntades de los individuos por trabajar cooperadamente. Tal fenómeno se muestra en la figura 2.

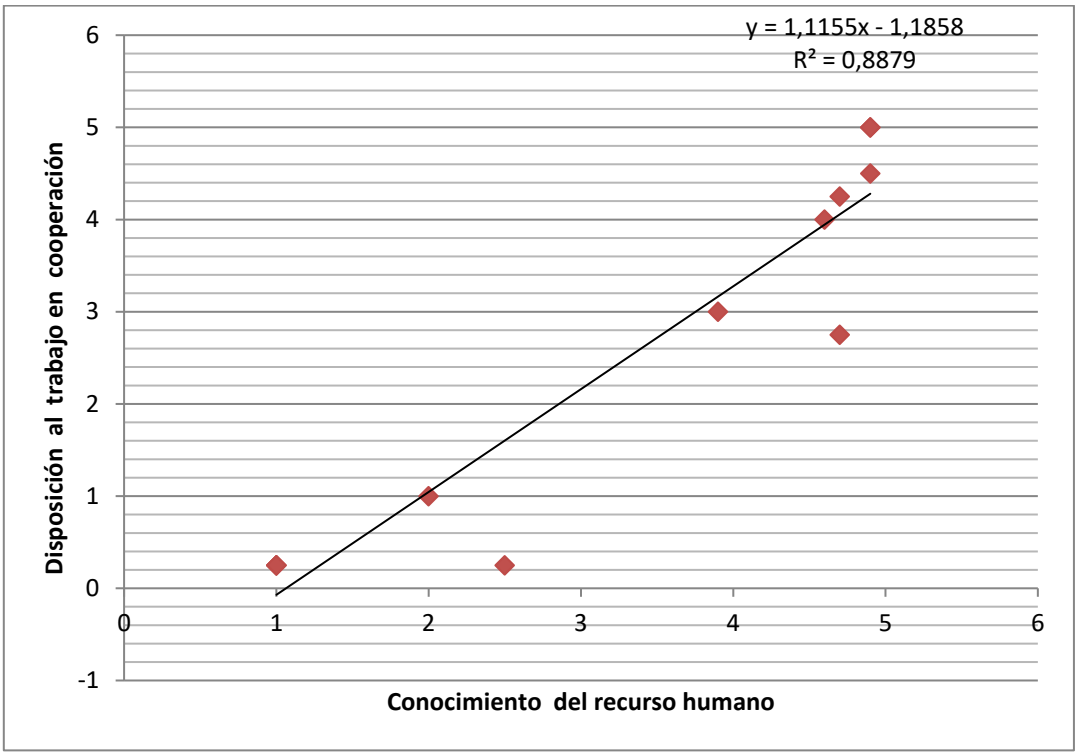


Figura 2: Correspondencia entre el conocimiento del recurso humano y el trabajo cooperado. Fuente: Construcción propia.

Conclusiones

Las organizaciones cuentan con capital de conocimiento que han de transformar en mejor desempeño organizacional, a partir de una gestión adecuada.

Una barrera que se hace evidente en las organizaciones frente a la disposición de trabajo en cooperación está dada por la heterogeneidad de las partes.

En la medida que el recurso humano conoce de su entorno, hay mejor disposición a la opinión que refiere cambios.

El análisis cuantitativo expone un impacto positivo entre la gestión del conocimiento de los productores de leche participantes, y su disposición para trabajar de manera cooperada.

Referencias

Calvante, A. (2007). Coevolución: Un proceso central para la sustentabilidad. Recuperado de: http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar

Curós, M., Díaz. C., Oltra, V., Rodríguez, J., Teba, R., Tejero, J. (2005). Desarrollo del factor humano. Barcelona: Editorial UOC.

Federación de ganaderos de Colombia FEDEGAN. (2020). Cuencas lecheras motores de la producción nacional. Contexto ganadero. Recuperado de http://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/informe-cuencas-lecheras-motores-de-la-produccion-nacional

Hannan, M. y Freeman, J. (1977). The population Ecology of organizations. American Journal of Sociology, 82(5), 929-964.

Jarillo, J. (1988). On Strategic Networks. *Strategic Management Journal 9*(1), 31-41.

Oltra, V. (2012). La complejidad del conocimiento: retos para su eficaz creación y transferencia en la organización innovadora. *Estudios Gerenciales, 28*(edición especial), 57-80.

Pérez, M. D., Contreras, Y. L., & Amador, S. R. (2009). El factor humano como elemento dinamizador del proceso empresarial en la gestión de la información y conocimiento. Acimed, 20(5), 42-55.

Pineda, L.S. (2013). Comportamiento del sector lechero en el departamento de Boyacá: Una aproximación desde la metáfora biológica*. Punto de vista, 4(7), 149-167.*

Cadena logística de productores de café de la provincia de Lengupá, Boyacá

Logistics chain of coffee producers in the province of Lengupá, Boyacá

Universidad Antonio Nariño, Facultad de Ingeniería Industrial.

Sandra Patricia Hernández Ávila

Resumen

Los inconvenientes en la cadena logística, asociados a la intermediación y con esto la baja retribución al productor origino esta investigación, que tiene como objetivo caracterizar la cadena logística de los pequeños productores de café de la provincia de Lengupá. Metodológicamente se basa en una investigación descriptiva, con un enfoque explicativo llevada a cabo en tres momentos; en el primero se realizó una indagación bibliográfica, seguidamente el procesamiento de la información recopilada y por último, el análisis de los datos. Las etapas llevadas a cabo permiten evidenciar que la cadena logística de los productores de café de Lengupá se caracteriza por tener flujo de insumos y materiales inadecuados, además, hay poco seguimiento de las fichas de calidad y en definitiva, los inconvenientes en la cadena representan bajas utilidades para el caficultor.

Palabras Claves

cadena logística, café, caracterización, productor.

Abstract

The inconveniences in the logistics chain, associated with intermediation and with this the low remuneration to the producer originated this research, which aims to characterize the logistics chain of small coffee producers in the province of Lengupá. Methodologically it is based on a descriptive investigation, with an explanatory approach carried out in three moments; In the first, a bibliographic inquiry was carried Keywords out, followed by the processing of the information collected and finally, the analysis of the data. The stages carried out show that the logistics chain of the coffee producers of Lengupá is characterized by having a flow of inadequate supplies and materials, in addition, there is little monitoring of the quality records and in short, the inconveniences in the chain represent losses profits for the coffee grower

key Word — logistics chain, coffee, characterization, producer.

Introducción

Colombia es uno de los principales países productores de café a nivel mundial, contando con pequeños caficultores a lo largo y ancho del territorio, para el 2019 se aumentó la producción a 5,4%, exportando un 9,5% (Minagricultura, 2019); dentro de estos la población de la provincia de Lengupá, conformada por los municipios de Miraflores, Berbeo, Campohermoso, Páez, San Eduardo y Zetaquira, con una población aproximada de 22 mil habitantes (DANE, 2012). Las principales actividades económicas llevadas a cabo en la zona están relacionadas con la producción de café, lo que ha requerido la organización y estructuración de los caficultores para el proceso de producción y exportación del mismo dentro y fuera del territorio nacional.

Los inconvenientes en la cadena logística representan el principal inconveniente en los cafeteros de Boyacá, lo que ha sido generado por la intermediación productor comerciante, siendo este último el que se lleve la mayoría de las ganancias (Iniciativa

Café Boyacá, 2018). Así mismo, se encuentra una cadena con procesos innecesarios, acompañada de la compra de los productos en las fincas, lo que hace que el precio aumente en ciudades como Bogotá (Botero et al.,(2016); Asociación Hortofrutícola de Colombia (2016)). La provincia de Lengupá es el segundo mayor productor de café en Colombia, pese a esto, no hay una caracterización formal de su cadena logística, llevando así a que esta investigación se pregunte: ¿Cuáles son las características y variables de la cadena logística de los pequeños productores de café en la provincia de Lengupá?.

El objetivo de los investigadores para tal fin fue: caracterizar la cadena logística de los pequeños productores de café de la provincia en mención, para su cumplimiento es necesario describir el proceso que se lleva actualmente para luego diseñar su configuración, dando alternativas de solución a la problemática. Para obtenerlo fue necesaria la investigación descriptiva y la aplicación de un enfoque explicativo.

Para lograr lo anterior, en un primer momento se describe la cadena logística para los pequeños productores, haciendo un diagnóstico, identificando rol y describiendo los procesos; en un segundo momento, se diseña la configuración, definiendo los componentes y documentando los procesos. Basados en los hallazgos anteriores se pudieron generar conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Metodología.

La presente investigación está amparada en la línea de investigación de productividad, competitividad e innovación. Bajo una investigación de tipo descriptiva, que nos permite la comprobación de hipótesis o la predicción de resultados (Lerma, 2009). Su enfoque es de tipo explicativo, permitiendo la caracterización de la cadena logística, siguiendo los pasos propuestos por Galeano, (2003): revisión bibliográfica, procesamiento y análisis de los datos. La muestra estuvo distribuida en los distintos municipios: Miraflores, Berbeo y Zetaquira, esto partiendo de los resultados del análisis estadístico

para proporción de muestra, por lo que se trabajó con un tamaño de muestra de 1965 pequeños caficultores el cual es una población conocida en la provincia de Lengupá, sin embargo, en el municipio de Zetaquira no fue posible la recopilación de datos por la emergencia sanitaria de la Covid-19.

Como fuentes de información se tuvieron en cuenta las bases estadísticas del DANE, federación de cafeteros y el comité de cafeteros, sobre todo para la escogencia de la muestra. Así mismo, como instrumentos se utilizaron la encuesta a agricultores, entrevistas no estructuradas y observación de campo; para la configuración de la cadena logística se utilizó un mapeo de las fincas encuestadas, ubicando los productores geográficamente, calculando las distancias hasta la comercialización, medios de transporte, eslabones, actores y articulación de entidades.

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se siguieron dos fases: Fase 1: Describir la cadena logística del café para los pequeños productores en la provincia de Lengupá; Fase 2: Diseñar la configuración de la cadena logística; lo anterior acompañado de subfases o etapas.

RESULTADOS

Descripción del proceso actual de la cadena logística del café de la zona bajo estudio

En Colombia el sector cafetero representa el primer renglón en exportaciones del país, teniendo una cadena de suministros de café constituida por pequeños productores, esto acompañado de la solidez de organizaciones ha permitido la organización de más de 560 familias. Según Viancha, (2012), la cadena de suministros consta de: cafeteros, cooperativas, comercializadores, FNC y exportadores. En Boyacá, se producen unos 8.065.974 kilos, sin embargo, la producción afronta diferentes problemáticas que

obstaculizan la actividad (Portafolio, 2018), haciendo que su potencial sea desaprovechado, dentro de los principales problemas podemos encontrar: factores como los costos de producción, la escasa aplicación de tecnologías, las vías de acceso en mal estado o carencia de asistencia técnica, entre otros. A nivel nacional e internacional se evidencia una clara baja en el consumo del café, debido principalmente a la incorporación de bebidas que lo reemplazan, representando pérdidas para los productores.

Según los hallazgos en la provincia de Lengupá se podría agrupar la producción iniciando con la selección del terreno, acompañado de un proceso de seguimiento que va desde el trasplante de plántulas y preparamiento del terreno hasta el control de plagas; llegando así a la etapa de cosecha, donde se realizan procesos de control de humedad para el empacado; siguiendo con el transporte del producto para ser clasificado en sus subproductos o el café excelso que también es exportado.

La observación e indagación realizada permitió evidenciar que se cultivan plantas del género Coffea, además, dadas las características son cosechadas alrededor de tres meses en el año, la geografía de la zona dificulta la siembra, pero favorece la selección en la recolección; seguidamente aparece la etapa post cosecha, llegando así a la detección de los diferentes eslabones dentro de la cadena logística, cumpliendo de esta manera uno de los objetivos de este estudio (Tabla 1).

Tabla 1. Eslabones de la cadena logística

Eslabones	Proveedores	Productores	Mayoristas	Detallistas	Clientes
Descripción	Constituido por aquellos actores que proveen insumos necesarios para la	Son todos los pequeños productores de café	Estos se encargan de la acumulación del grano del café para posteriormente entregarlos a	Estos se encargan de la acumulación del grano del café para posteriormente entregarlos a operadores	Se encarga de transformar los granos de café en distintos productos

	producción de café		operadores logísticos nacionales		
Actores	Almacenes de agro insumos.	Caficultores	Intermediarios	Intermediarios	Industrias y consumidores de café

Fuente: Camacho, (2020)

Se puede evidenciar entonces que la cadena consta de proveedores, productores, mayoristas, detallistas y clientes, quienes serían el consumidor final ya sea en sus derivados o de forma excelsa. Al momento de caracterizar la cadena logística se presentaron varios inconvenientes relacionados con la falta de información, esto debido a que no se encuentra una estandarización de los procedimientos, sin embargo, se han presentado los que se han considerado relevantes y han sido recopilados mediante los instrumentos aplicados.

Diseñar la configuración de la cadena logística que se maneja actualmente en la provincia de Lengupa.

El estudio de la cadena logística permitió determinar los diferentes actores y eslabones que interviene en la logística y así establecer el alcance de la cadena de suministro de los pequeños productores de café en la provincia de Lengupá, en la que se prueban las condiciones generales del negocio, analizando los flujos de información y materiales a través de los proveedores, (empresa), y los clientes. Podemos identificar actores y empresas encargadas del abastecimiento, intermediarios y distribución:

Abastecimiento

• Proveedores de insumos: quienes comercializan para el consumo y la transformación del producto.

• Productores: agricultores, que llevan a cabo la siembra, cosecha, almacenamiento y control de plagas.

Intermediarios

• Comercialización del grano: cooperativa y federación de cafeteros, centro de acopio; puentes entre el productor y la industria.

• Agroindustria procesadora: procesamiento de productos para la industria del café y derivados.

Distribución

• Comercialización (mayoristas-minoristas): mayoristas que se encargan de la venta de grandes cantidades de producto. Los minoristas comercializan al detal.

Lo anterior permite que se identifiquen entes y empresas que intervienen en la cadena logística, logrando así la estructuración de toda la cadena en investigación. A continuación, se presentan los eslabones encontrados:

Primer eslabón abastecimiento

Aquí se evidencia la relación con los proveedores, la cual se da de manera libre y bajo criterio personal, en este caso la provincia de Miraflores se convierte en el principal proveedor, donde los productores asumen costos de transporte. A este condicionamiento se le suma que el 60% de los caficultores no cuentan con apoyo por parte de entidades gubernamentales haciendo que en la provincia de Lengupá exista la transición a otros cultivos; en la producción se observa que el principal eslabón es el agricultor, quien se encarga de la selección del terreno, cultivo, desgranado, fermentación, lavado, secado, almacenamiento; de esta forma el caficultor es el principal protagonista de estos procesos.

Por lo anterior, los pequeños productores de café en la provincia de Lengupá tienen actualmente un rendimiento de 0,81 hectáreas por cada tonelada de café, el cual constituye una producción anual de 1936,6 toneladas de café pergamino seco.

Segundo eslabón comercialización

Aquí encontramos la etapa de transporte, que es realizada por los pequeños productores principalmente en camperos, los costos de esta operación no se encuentran relacionados con la distancia; luego del transporte se da la negociación, donde entra el comerciante o intermediario a tratar con el caficultor, el primero actúa como agente de calidad revisando la calidad del grano, en la provincia no se hace transformación, pues según las encuestas un 97% de los participantes vende café pergamino seco.

Seguido de este proceso se encuentra la comercialización, cuyos precios se encuentran relacionados al valor internacional, los precios de café pergamino se establecen en 5% a 10% por debajo de los precios internacionales de café, teniendo en cuenta que para realizar la exportación se tiene que continuar el proceso de beneficio, además se tiene que realizar el transporte hasta las trilladoras. Otros participantes son las comercializadoras, en los municipios analizados existen 8 lugares de comercialización de café de los cuales siete particulares y una cooperativa.

También existen clientes minoristas que compran café pergamino, café verde, café molido u otra presentación, acompañado de algunas alianzas que se han trazado. Existen otros protagonistas como las agroindustrias transportadoras que se encargan de los procesos del trillado y la torrefacción.

Tercer eslabón distribución

Sumado al trabajo de las trilladores aparece el proceso de las detallistas; en los principales mercados se hace control de determinación de la calidad y autenticidad del café comercializado como 100% colombiano, y garantizarles a los consumidores que

están recibiendo realmente un auténtico café de Colombia (Cooperativa de Caficultores del Alto Occidente de Caldas, 2020).

Para la exportación del café hay un mercado internacional, que tiene diferentes características (Grafica 1), además, se cuenta con un mercado nacional cuyos cambios vienen afectando el consumo de café, los hábitos de consumo y productos sustitutos en el mercado hacen que los consumidores cambien sus costumbres. En los años 80 el consumo de café en la madrugada era la base de los consumidores hoy con la introducción de bebidas solubles y otros productos derivados de café, este cliente fiel cambio en cuanto al consumo y por ende las empresas tiene que innovar en nuevos productos. Para el 1987 en el país se consumía 84,9% de café tostado y molido y 23,4% de café soluble, si estos datos los comparamos con el 2012 encontraremos que el consumo es del 58% y 46% respectivamente.

Gráfica 1. Mercado internacional

Fuente: Elaboración Propia

En este mismo sentido y para la configuración de la cadena logística, en la provincia de Lengupá existe un rendimiento de 0,81 hectáreas por cada tonelada de café, para una producción anual de 1936,6 toneladas de café pergamino seco, contando con un total de 2390.86 (ha) sembradas, esto según datos del comité de cafeteros, que fueron complementados con la información de los instrumentos aplicados; la distribución se da de la siguiente manera:

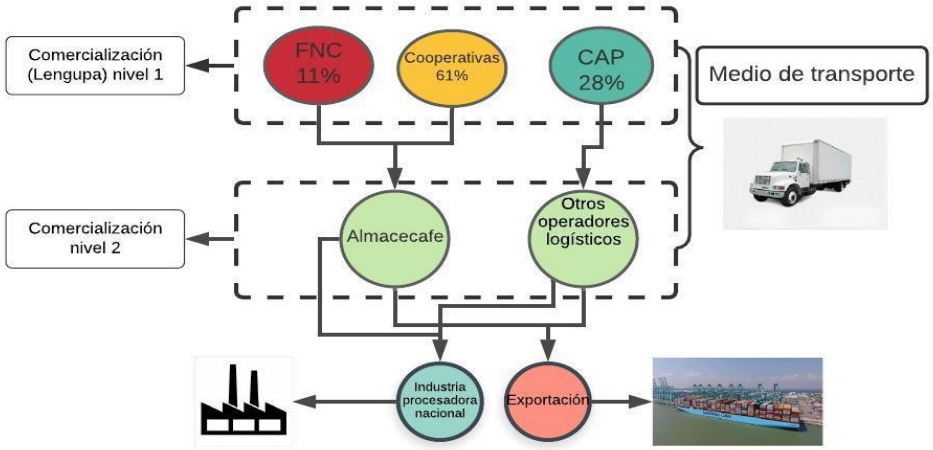
- Berbeo: un rendimiento de 0.81 y una producción de 366.6708 toneladas,

contando con 383 cultivadores.

- Miraflores: 665 cultivadores un rendimiento de 0.81 y una producción de 633.0879 toneladas.
- Zetaquira: rendimiento de 0.81 y una producción de 936.8379, con 911caficultores.

En cuanto a los medios de transporte como se había mencionado el principal es el camión que les permite transportar 3 toneladas y lo adquieren a través del alquiler, otros medios son el furgón y el campero que también son de alquiler, siendo la moto el único medio propio y que les permite transportar solo 50kg. Los centros de acopio se distribuyen en los municipios de Miraflores y Zetaquira en su mayoría. De una manera muy generalizada se podría decir que los niveles de acopio en la provincia están conformados por una comercialización desde fincas cooperativas y centros de acopio; estos pasan a comercializadores de segundo nivel quienes se encargan de procesar y exportar a nivel internacional (Grafica 2).

Gráfica 2. Niveles de acopio de los pequeños caficultores de la comercialización en la provincia de Lengupá.



Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

- Se pudo caracterizar la cadena logística del café en la provincia de Lengupá evidenciando como principal dificultad la equidistancia del centro de comercialización del principal productor que en este caso es Zetaquira. Se evidencio que actualmente la cadena la conforman cafeteros, cooperativas, FNC y consumidores. En el diseño de la configuración de la cadena se evidencia que existen inconvenientes para la estructuración y seguimiento de la ficha técnica, ya que la mayoría de caficultores la realizan de manera intuitiva.
- Al caracterizar la cadena logística del café en la provincia de Lengupá entre proveedores y productores se establece que los flujos de materiales e insumos no son los adecuados, consecuencia de que el principal centro de comercialización es el municipio de Miraflores, pero el municipio con mayor producción es Zetaquira.
- En el diseño de la configuración de la cadena logística se refleja una problemática clave en el control de la calidad del café, es el poco seguimiento de las fichas técnicas para la producción de café y comercialización, ya que este procedimiento se realiza de manera intuitiva con el conocimiento que adquieren los comerciantes.
- Inicialmente el planteamiento del problema trazaba una posible afectación de la cadena logística de los pequeños productores de café en la provincia de Lengupá la intermediación, en el análisis preliminar proyectaba que buena parte de las ganancias no llegaban al productor, si bien el precio de venta del café pergamino seco a las industria de transformación está por el orden del que fue planteado inicialmente que es un 20 a 30% sobre el precio pagado a los productores, pero se tiene que tener en cuenta los gastos asociados en la logística del café, disminuyendo estas utilidades considerablemente sobre el eslabón de comercialización.
- En la descripción de la cadena logística se evidencia poca interacción entre los productores y los demás actores que hacen parte de la cadena logística, afectando de manera negativa principalmente a los caficultores, puesto la información el buen beneficio de café no es el más óptimo.

Referencias Bibliográficas

Asociación Hortifruticola de Colombia (2016). *Campesinos de Boyacá trabajan para eliminar a los intermediarios.* Recuperado el 10 Agosto de 2019 de http://www.asohofrucol.com.co/

Albarracín, K. D., & Roncancion, L. M. (2018). *Caracterización de la cadena de suministro de la asociación ruta* (tesis de pregrado*).* Sogamoso.

Avila, S., & Nizo, G. (2017). *(2017). Descripción de la cadena de suministro del aguacate hass en corabastos* (Tesis de pregrado). Bogotá.

Ballou, R. (2005). *Logística Administración de la cadena de suministro.* Mexico: Pearson.

Barrera, L. M. (2016). *Diseño de la cadena de suministro agroalimentaria de la.* (Tesis de magister). Cartagena de indias.

Botero, S., Liévano, D., & Reyes, S. (2016). Modelo de optimización para la planeación de infraestructura y operaciones en una empresa productora y comercializadora de café. Bogotá.

Boyacá, G. d. (2016). *Plan de Desarrollo 2016-2019.* Obtenido de Desarrollo agropecuario-agroindustrial Recuperado el 4 Agosto de 2019 https://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-02-D-Productivo.pdf

Brintrup, A., Wang, Y., & Tiwari, a. A. (2015). Supply Networks as Complex Systems: A Network-Science-Based Characterization. *IEEE SYSTEMS JOURNAL*, 1-12.

Camacho, C. G., Sanabria, H. S., & Jaimes, W. A. (2014). Coordinación de inventarios en la recolección de leche cruda. Caso región Sugamuxi - Colombia. *DYNA*.

Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro.* Mexico: Pearson.

DANE. (2012). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de Recuperado el 20 Agosto de 2019 de http://www.dane.gov.co

DANE. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda.*

Evaluaciones Agropecuarias por consenso DEPARTAMENTO DE BOYACÁ (2011-2018). (2018). Recuperado el 20 Agosto de 2019 de http://www.boyaca.gov.co/datosabiertos/

Galeano, M. (2003). Registro y sistematización de información cualitativa.

Ganeshan, R., & Harrison, T. P. (1995). *An Introduction to Supply Chain Management.Department of Management Science and Information Systems.*

Grano, A. (2012). *Glosario Cafetero para conocer más sobre el Café de Colombia*. Recuperado el 23 septiembre de 2019 https://www.federaciondecafeteros.org

Lambert, D., & Enz, M. (2017). Issues in Supply Chain Management: Progress and potential. *Industrial Marketing Management*. Recuperado el 21 Agosto de 2019 de http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.12.002

Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

Li, Q., & Liu, A. (2019). Big Data Driven Supply Chain Management. *ScienceDirect*.

López, D. M. (2014). Estudio para el diseño de la cadena de suministros de una red supermercados. En d. M. Lópes, *estudio para el diseño de la cadena de suministros de una red supermercados* (tesis de pregrado. Madrid.

Mundial, B. (2014). *Informe Anual*. Obtenido de Menos pobreza más prosperidad: www.worldbank.org.

Muñiz, R. (2012). *Marketing en el siglo XXI.* Mdrid: Centro de Estudios Financieros (CEF).

Pabón, G. A. (2018). *Caracterización de la red logística de una asociación dedicada a la producción-distribución de café orgánico mediante análisis de competitividad, integración y coordinación de la cadena de suministro* (tesis de pregrado). Cali.

Calidad en el servicio y mercadotecnia digital: análisis de Facebook de pequeñas empresas de ropa para dama en México

Service quality and digital marketing: analysis of the Facebook social network in small women's clothing companies in México

Omar Alejandro Pérez Cruz [15]

Oscar Bernardo Reyes Leal[16]

Resumen

La presente investigación analiza cómo las pequeñas y medianas empresas (PyMES) de ropa para dama, emplean estratégicamente el Facebook para promocionar y comercializar la calidad de sus servicios. En base a los conceptos de calidad, el estudio examina la aplicación de cinco dimensiones interactivas derivadas de la investigación sobre las interacciones entre empresas y clientes relacionadas con el modelo de calidad en el servicio SERVQUAL: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; a partir de la información obtenida de las páginas de Facebook de las PyMES, aprovechando las métricas del modelo SERVQUAL para captar la participación de las clientes. El alcance de la investigación fue de 104 PyMES de ropa para dama, de las ciudades de Colima y Villa de Álvarez, en México. Los resultados indican que las formas en que se implementa la red social de Facebook varían significativamente entre las PyMES de la muestra. Los análisis de regresión logística tipo multinominal sugieren que la calidad del servicio se ve influenciada positivamente por la publicación de contenidos

[15] Doctor en Ciencias Sociales. Universidad de Colima, México. Mail: omar_perez@ucol.mx ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3367-8259

[16] Doctor en ciencias Sociales. Universidad de colima, México. Mail: oscarreal@ucol.mx

visuales (en específico, fotografías) y por la publicación durante los fines de semana. La frecuencia de publicación no tuvo un efecto estadísticamente significativo en la calidad del servicio. El estudio también muestra que la mayoría de las PyMES de este segmento de mercado no utilizan Facebook con una estrategia de redes sociales. Solo el 25% de las PyMES de la muestra utilizaron Facebook con una estrategia de mercadotecnia digital. Por lo tanto, el estudio a largo plazo contribuye a una comprensión más profunda de la profesionalización de la calidad del servicio en las redes sociales. Proporciona evidencia a los empresarios y profesionales de la calidad del servicio de que existen elementos eficaces en Facebook para gestionar las estrategias de mercadotecnia digital y planificar el mantenimiento de las relaciones comerciales sostenibles.

Palabras Claves: Calidad del servicio, Facebook, clientes, marketing digital, redes sociales

Abstract

The present research analyzed how small and medium-sized women's clothing companies (SMEs) strategically employ Facebook to promote and market the quality of their services. Based on the concepts of quality, the study examined the application of five interactive dimensions derived from research on business-customer interactions related to the SERVQUAL service quality model: tangibles, reliability, responsiveness, safety, and empathy. Based on the information obtained from the Facebook pages of the SMEs, taking advantage of the SERQUAL model metrics, to capture customer participation. The scope of the research was 96 SMEs of women's clothing, from the cities of Colima and Villa de Álvarez, in Mexico. The results indicate that the ways in which the Facebook social network is implemented vary significantly among the SMEs in the sample. Multinomial logistic regression analyses suggest that service quality is positively influenced by posting visual content (specifically, photos) and by posting on weekends. Posting frequency had no statistically significant effect on service quality. The

study also showed that the majority of SMEs in this market segment do not use Facebook with a social media strategy. Only 24% of the SMEs in the sample used Facebook with a digital marketing strategy. Therefore, the long-term study contributes to a deeper understanding of the professionalization of service quality on social networks. It provides evidence to entrepreneurs and service quality professionals that there are effective elements on Facebook for managing digital marketing strategies and planning to maintain sustainable business relationships.

Keywords: Quality of service, facebook, customers, digital marketing, social networks

Introducción

En el sector servicio abundan las investigaciones vinculadas con la mercadotecnia digital con respecto a la comunicación y las redes sociales, sin embargo, son menos las investigaciones relacionadas particularmente con la plataforma de Facebook y su relación con la gestión de la calidad del servicio en la actividad de promoción por parte de las empresas pequeñas. Moreno (2020) señala que los estudios sobre la gestión de la calidad en el comercio minorista son considerablemente parciales y limitados. El objetivo de la presente investigación fue aplicar el enfoque de servicios desde la visión de la calidad en la disciplina de las relaciones públicas, en que los conceptos de tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía conllevan mayor sentido. La gestión de la calidad, en la nueva perspectiva de agencia social, conlleva la función relacional, empezando por la tangibilidad y fiabilidad de los medios de comunicación, con la finalidad de garantizar el logro de las metas organizacionales (Geraldo, 2020). Dentro de este nuevo esquema comercial se ha gestado un progresivo interés por la mercadotecnia y la comunicación online (Martinez-Lopez, 2020). Estos flujos de comunicación deben generar confianza en los clientes, por lo que la función de la calidad del servicio se convierte en una de las estrategias de mercadotecnia más importantes

(Sharafi et al., 2019). Aunque el contexto comercial ante la pandemia del COVID 19 ha cambiado, la función de la mercadotecnia digital continúa vigente (Fairlie, 2020). Desde el enfoque de la calidad del servicio, la mercadotecnia digital no busca generar contenidos en internet, sino atraer la atención de los clientes bombardeados por el exceso de información; se trata de establecer relaciones con ellos y cerrar el círculo de la comunicación (Dodson, 2016; Zeng & Wei, 2013).

En su estudio, Reillier & Reillier (2018) destacan el uso de la mercadotecnia digital como estrategia adoptada por diversas empresas como Uber, Airbnb, Amazon y eBay que han conquistado el mundo. En casi todos los sectores estas plataformas han innovado de manera disruptiva para posicionarse eficazmente en las comunidades de consumidores. Por otra parte, la mercadotecnia digital y global que proveen las redes sociales resulta imprescindible si las organizaciones buscan desarrollar relaciones comunicativas y afectivas para promocionar sus productos y/o servicios (Sharafi et al., 2019).

De manera general, las investigaciones sobre la mercadotecnia digital y las redes sociales explican que ésta se caracteriza por darle un rol protagónico al cliente, el cual adopta un papel activo porque puede tomar decisiones (Wang, 2015). Dichas investigaciones reconocen que, en general, las redes sociales se orientan a informar, promocionar y difundir lo que la empresa requiere (Fink et al., 2020).

Además, a los clientes de comercio y servicios se les han multiplicado las opciones para elegir el producto o servicio, y disponen de nuevos esquemas de comparación personalizada, sin costo y de rápido alcance (Craig, 2015). Pero lo cierto es que el hecho de desarrollar contenido en una página de Facebook o en una comunicación de Instagram o de Twitter, no resulta suficiente ni significativo para que sus esfuerzos de mercadotecnia sean efectivos ni alcancen a todos los niveles (Wang & Yang, 2010).

De este modo, el uso y la implementación de mercadotecnia digital mediante las redes sociales en las empresas ha crecido exponencialmente en la última década, pero las investigaciones sobre esta realidad con base en empresas pequeñas y con una adecuada metodología, han sido escasas exceptuando algunas iniciativas globales (Wissman,

2018). Lo anterior debido a la carencia de estudios empíricos y, por tanto, a la escasa transferencia de conocimiento a las empresas pequeñas. Pese a ello, Mata & Quesada (2014) argumentan que es necesario realizar investigaciones más exhaustivas que permitan ampliar estos resultados.

Así, este estudio se centra en las estrategias de mercadotecnia digital de las pequeñas empresas de ropa para dama (boutiques) de la ciudad de Colima, en México. Por lo tanto, el análisis de este estudio se centró en la red social de Facebook, de la página principal (fanpage) de aquellas empresas que disponen de ella, por ser la red social de referencia en la promoción y comunicación de estos pequeños negocios; además de ser una de las plataformas claves que puede ser de interés para otros posibles negocios.

Luego de esta introducción, este capítulo se estructuró de la siguiente forma: en un primer momento se presenta la metodología aplicada en este caso específico, y un segundo lugar se muestra el análisis de los resultados obtenidos y las recomendaciones. Por último, se dedica una sección a las conclusiones del capítulo con los hallazgos más significativos, así como de las limitaciones y líneas de trabajo futuras.

Metodología

Con base en el estado de la investigación, se asume que la calidad en el servicio debe ser la principal estrategia para que las PyMES estructuren y fortalezcan relaciones sostenibles con sus clientes en las redes sociales. Para responder a la pregunta subyacente de ¿cómo las pequeñas y medianas empresas de ropa para dama emplean estratégicamente el Facebook para promocionar y comercializar la calidad de sus servicios? se realizó un análisis de contenido de las páginas oficiales de Facebook de 104 PyMES de ropa para dama, de las ciudades de Colima y la de Villa de Álvarez, en México. Esta red social ha enriquecido las oportunidades de las empresas para acercarse a sus clientes y demás partes interesadas.

De este modo, para medir la implementación de las estrategias se analizaron indicadores de calidad en el servicio basados en el modelo de SERVQUAL, el cual mide cinco dimensiones: Tangibilidad (T), Fiabilidad(F), Capacidad de Respuesta (CR), Seguridad (S) y Empatía(E). Para Park (2018) estos cinco elementos que permiten medir la calidad en el servicio se entienden de la siguiente manera:

- Tangibles: Esta dimensión nos permite evaluar la apariencia física de nuestro objeto de estudio, el cual serán las redes sociales de las boutiques.
- Fiabilidad: Aquí se evaluó si la empresa es fiable, es decir, dónde se ubica, horarios de apertura, entre otros factores.
- Capacidad de respuesta: En esta dimensión se evaluó la prontitud de respuesta, así como la atención que se brinda.
- Seguridad: Permite analizar la credibilidad y la confianza que muestran a sus clientes.
- Empatía: Se refiere al nivel de satisfacción del cliente.

Dicho diseño es consistente con el utilizado en otras investigaciones (Causado-Rodriguez et al., 2019; Muhammad, 2017; Muhammad & Cyril, 2010). De forma tal, que estas dimensiones se ajustaron a los indicadores que provee Facebook y a sus características para que las empresas interactúen con sus públicos. Se recogieron en diferentes niveles de análisis que representaban las características de interactividad de la red social: fotografías, información, ubicación, respuesta inbox, envío a domicilio, me gusta, y los comentarios de las publicaciones, entre otros.

Se codificaron las medidas de forma dicotómica. Por último, se calculó el indicador de calidad percibida para cada empresa con el fin de garantizar la comparabilidad de las variables. La siguiente tabla muestra el diseño metodológico establecido.

Tabla 1. Diseño del instrumento aplicado

1. Elementos tangibles: Fotografías, Fotos de perfil y Fotos de biografía.	**Seguridad:** Opciones de cambio, Muestra los precios, Muestra rango de precios.
2. Fiabilidad o presentación el servicio: ¿Cómo llegar?, domicilio, horarios y teléfono.	**Empatía:** Me gusta, Personas siguiendo, Personas registraron visita, Forwards.
3. Capacidad de respuesta: Señala en inbox, el tiempo de respuesta promedio, ¿Tienen entrega a domicilio? ¿Tiene opciones de pago?	**Calidad del servicio integral:** Opinión de las personas.

Fuente: Elaboración propia con base en Moreno (2020).

De acuerdo con los datos proporcionados del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2019), en la rama (463211) de comercio al por menor de ropa, excepto ropa de bebé y lencería, en las ciudades de Colima y Villa de Álvarez (zona conurbada), se registran 409 boutiques. Al realizar un análisis de las plataformas digitales que utilizan estas empresas, se encontraron 104 de estas boutiques, es decir, solo el 24% de estas empresas utilizan la red social de Facebook como estrategia de marketing digital; solo el 40% utiliza la red social de Instagram y ninguna de las boutiques analizadas registró aplicar la red social de Twitter como estrategia de marketing digital, razón por la cual se limitó el estudio a la red social de Facebook.

Resultados y recomendaciones

A continuación se presentan los resultados de la investigación de la estrategia de las boutiques, comparando el uso de los indicadores señalados en la tabla 2, en todas las empresas examinadas. En cuanto al nivel funcional, en el sentido de las estrategias de interacción con los clientes, se examinó la presencia de los indicadores específicos en las páginas de Facebook.

Con base en Moreno (2000) y Park (2018) la calidad del servicio engloba características específicas que permiten a las empresas intercambiar información directamente con los

clientes, es decir, las publicaciones que se dirigen a los usuarios, las cuales fueron el centro de este análisis.

Tabla 2. Regresión logística multinominal

Variables	*Coeficientes*	*Estadísticos Z*	*P-valor*
(Intercept)	-8.14483	0.8973	-5.248
Cap. de Resp.	-0.9473	0.3694	-1.423
Tangibles	0.65194	0.6417	3.137 **
Empatía	0.98458	0.7374	2.090
Fiabilidad	0.90278	0.4889	1.112
Seguridad	0.10834	0.28355	0.294

*Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1*

Fuente: Elaboración propia, con base en STATA 14.

La tabla anterior muestra que de las 5 dimensiones (capacidad de respuesta, tangibles, empatía, fiabilidad y seguridad) sólo 1 de ellas, la dimensión de tangibles, se relacionan significativamente con la dependiente calidad en el servicio. Debido a estos resultados, se prosiguió a realizar un segundo análisis solo con los indicadores que integran la dimensión de tangibles. De acuerdo al instrumento aplicado, esta dimensión integra 3 indicadores: Fotografías, Fotos de perfil y Fotos de biografía.

Análisis de Varianza (ANOVA)

Una vez obtenidas las significatividades de los resultados anteriores, se procedió a hacer una prueba paramétrica para determinar si existen, o no, diferencias significativas entre las medias de la dimensión tangibles. Para este efecto se aplicó el Análisis de Varianza (ANOVA), donde se comprobó la significatividad del modelo de calidad en el servicio de acuerdo a los establecido por Jeager (2008). Este análisis se realizó con las dimensiones que resultaron significativas.

Tabla 1. Test ANOVA

	LR Chisq	Df	Pr(>Chisq)
Fotografías	19.904	3	0.0001 ***
Fotos de perfil	12.868	3	0.0049 **
Fotos de biografía	14.412	3	0.0023 **

*Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1*

Fuente: Elaboración propia, con base en STATA 14.

En base a los resultados obtenidos, se comprobó la aceptación de la influencia entre los elementos tangibles de la mercadotecnia digital y la calidad del servicio percibida por las clientas. Con ello se explica que la gestión de esta variable impacta de manera significativa a la calidad del servicio percibida por las clientes. Finalmente, se observa que el modelo anterior es consistente, dado los valores significativos de la Prueba ANOVA, donde la dimensión de tangibles resultó significativa al 0.001%. De igual forma, se muestra que el modelo fue correctamente estimado y puede ser empleado para la predicción.

Con base en estos resultados se hace evidente que Facebook es la red social más habitual entre las pequeñas empresas de venta de ropa para mujer analizadas en la ciudad de Colima-Villa de Álvarez. Un 24% de la muestra analizada dispone de esta red social. A pesar de este dato positivo, también se comprobó que un 76% de las empresas de este sector, actualmente no disponen de ninguna red social. En este sentido, en línea con lo que expone Hamouda (2018), se entiende que las boutiques deberían tener en cuenta la nueva estrategia de mercadotecnia digital y planificar el mantenimiento de los nuevos canales de comunicación.

Conclusiones

Las investigaciones existentes sobre el análisis de las redes sociales se han basado principalmente en modelos relacionales y en grandes empresas (Mariani et al., 2018). Con base en principios teóricos y estrategias convencionales, frecuentemente exponen que las empresas no aprovechan el potencial de las redes sociales para construir y mantener relaciones. Estos análisis son cuestionables, ya que no se correlacionan con la interacción que los clientes mantienen con estas redes sociales.

El concepto de calidad en el servicio es una línea de análisis que permite suficiente análisis de los procedimientos de comunicación, predominantemente en los contextos sociales. En lo referente a las implicaciones académicas, esta investigación evidencia que se debe cambiar el enfoque conceptual de la calidad del servicio y las estrategias de mercadotecnia digital.

Una de las realidades observadas, por medio de esta investigación, es que Facebook es una red social que permite el intercambio de contenido a través de diferentes herramientas o formatos, como fotografías, videos, links, etc., y del fomento de la visibilidad de los contenidos.

Este análisis ha permitido observar que, en cuanto al contenido, existen diferencias significativas entre las boutiques, destacando el uso de fotos, fotos de perfil y de la biografía, específicamente todo lo relacionado con la visibilidad de los productos.

Esto conlleva, *a priori*, influir en la visibilidad, aunque no garantiza la interacción con sus clientes. El nivel de interacción con sus clientes, por lo general, es adecuado, lo cual viene a fortalecer la estrategia de mantener las relaciones con sus clientes, porque implica dedicar un tiempo específico a esta actividad. Por otra parte, son pocas las boutiques que cumplen los requisitos de las demás dimensiones de la calidad del servicio. Se puede observar que dan más importancia al número de seguidores que a la

capacidad de respuesta o la empatía con cada uno de ellos. Así, mantener una red social actualizada conlleva dedicarle un tiempo cada día, no solo para publicar las fotografías, también para contestar las preguntas de los usuarios e interactuar con ellos.

Es preciso capacitarse en el uso adecuado de Facebook y otras redes sociales, no como un mero contenido estático de información, sino como herramienta de interacción con la clientela actual y la potencial, de modo que esta se convierta en prosumidora de la boutique, aprovechando la capacidad relacional de esta red social. Se trata de dialogar y establecer relaciones a largo plazo, como afirma Ertugan (2021), y también en consonancia con Seounmi (2019) en la necesidad de tener en cuenta las relaciones públicas como estrategia adoptada por las pequeñas empresas para promover el uso de las redes sociales.

De este modo, a medida que redes sociales como Facebook ofrecen más funciones para que las empresas interactúen con sus clientes, las redes sociales desempeñarán un papel cada vez más importante como estrategias integradas y puntos focales para las relaciones.

Al analizar la gestión de las estrategias de mercadotecnia digital, esta investigación amplía la información sobre la investigación existente y contribuye a uno de los procesos de mercadotecnia más importantes para las PyMES. Los resultados de esta investigación aportan pruebas empíricas a los profesionales de la mercadotecnia que la comunicación en las redes sociales es eficaz para crear y mantener relaciones sostenibles.

Referencias

Causado-Rodriguez, E., Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. *Información tecnológica, 30*(2), 73-84. doi:10.4067/S0718-07642019000200073

Craig, D. (2015). *The rise of the platform marketer: performance marketing with Google, Facebook, and Twitter, plus the latest high-growth digital advertising platforms.* New Jersey: Wiley-Blackwell.

DENUE. (2019). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2019. Información para la actualización e incorporación de unidades económicas al DENUE: https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Dodson, I. (2016). *The art of digital marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns.* New Jersey: John Wiley & Sons.

Ertugan, A. (2021). Using Statistical Reasoning Techniques for Measuring Users' Emotional Connectedness to Facebook and their Attitudes Towards Facebook Advertising. *Procedia Computer Science, 102*(1), 677-682. doi:10.1016/j.procs.2016.09.461

Fairlie, R. (2020). The impact of COVID-19 on small business owners: Evidence from the first three months after widespread social-distancing restrictions. *Journal of economics & management strategy, 29*(4), 727-740. doi:10.1111/jems.12400

Fink, M., Koller, M., Gartner, J., Floh, A., & Harms, R. (2020). Effective entrepreneurial marketing on Facebook – A longitudinal study. *Journal of business research, 113*(1), 149-157. doi:10.1016/j.jbusres.2018.10.005

Geraldo, L. (2020). Valoración de la calidad del servicio educativo en instituciones educativas privadas. *Industrial data, 23*(1), 165-187. doi:10.15381/idata.v23i1.17178

Hamouda, M. (2018). Understanding social media advertising effect on consumers' responses: An empirical investigation of tourism advertising on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management, 31*(3), 426-445. doi:10.1108/JEIM-07-2017-0101

Jeager, F. (2008). Categorical data analysis: Away from ANOVAs (transformation or not) and towards logit mixed models. *Journal of Memory and Language, 59*(4), 434-446. doi:10.1016/j.jml.2007.11.007

Mariani, M., Mura, M., & Di Felice, M. (2018). The determinants of Facebook social engagement for National Tourism Organisations' Facebook pages: a quantitative approach. *Journal of Destination Marketing & Management, 1*(8), 312-325. doi:https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.003

Martinez-Lopez, F. (2020). *Advances in Digital Marketing and eCommerce First International Conference, 2020.* Berlín: Springer.

Mata, F., & Quesada, A. (2014). Web 2.0, Social Networks and E-commerce as Marketing Tools. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 9*(1), 56-69. doi:10.4067/S0718-18762014000100006

Moreno, E. (2020). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. *Industrial data, 22*(2), 105-116. doi:10.15381/idata.v22i2.17392

Muhammad, A. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total quality management & business excellence, 28*(5-6), 559-577. doi:10.1080/14783363.2015.1100517

Muhammad, M., & Cyril, E. (2010). Private healthcare quality: applying a SERVQUAL model. *International Journal of Health Care Quality Assurance, 23*(7), 658-673. doi:10.1108/09526861011071580

Park, S. (2018). Heterogeneous dimensions of SERVQUAL. *Total quality management & business excellence, 32*(1-2), 1-27. doi:10.1080/14783363.2018.1531700

Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing Economy. *Bussnisess Information Systems Engineer, 58*(1), 93–99. doi:10.1007/s12599-015-0420-2

Reillier , L., & Reillier , B. (2018). *Platform Strategy. Libérez le potentiel des communautés et des réseaux pour accélérer votre croissance.* Malakoff: Dunod.

Seounmi, Y. (2019). Newsfeed native advertising on Facebook: young millennials' knowledge, pet peeves, reactance and ad avoidance. I*nternational Journal of Advertising, 38*(5), 651-683. doi:10.1080/02650487.2019.1575109

Sharafi, F., Shaghayegh, K., Tohid, S., & Saeid, G. (2019). Digital Brands and Web 3.0 Enterprises: Social Network Analysis and Thematic Analysis of User activities and Behavioral Patterns in Online Retailers. *AD-minister, 34*(1), 119-138. doi: https://doi.org/10.17230/ad-minister.34.6

Wang, X., & Yang, Z. (2010). The effect of brand credibility on consumers' brand purchase intention in emerging economies: The moderating role of brand awareness and brand image. *Journal of Global Marketing, 3*(1), 177-188. doi:10.1080/08911762.2010.487419

Wang, Y. (2015). Contribution and Trend to Quality Research—a literature review of SERVQUAL model from 1998 to 2013. *Informatica economica, 19*(1), 34-45. doi:0.12948/issn14531305/19.1.2015.03

Wissman, B. (11 de may de 2018). Micro-influencers: The marketing force of the future? *Forbes*. Obtenido de https://www.forbes.com/sites/barrettwissman/2018/03/02/micro-influencers-the-marketing-force-of-the-future/#5154e81c6707

Zeng, X., & Wei, L. (2013). Social ties and user content generation: Evidence from Flickr. *Information Systems Research, 24*(1), 71-87. doi:http://dx.doi.org/10.1287/isre.1120.0464

Cuarta revolución industrial: apuestas para pymes en el Departamento de Boyacá[17]

Fourth industrial revolution: bets for SMES in the department of Boyacá

Flor Marlen Avila-Guerrero. Jairo Alberto Higuera-Sandoval

Resumen

Este documento presenta elementos que hacen parte un proyecto de investigación en curso, el cual tiene como propósito estudiar los mecanismos para el aprovechamiento de las posibilidades que genera la cuarta revolución industrial, particularmente en un grupo focal como es el caso de pymes en la provincia del Tundama. Desde el punto de vista contextual se adelanta el análisis documental generado en organizaciones pymes del departamento de Boyacá, lo cual permite identificar apuestas a considerar en términos de formación y por ende de fortalecimiento de la gestión organizacional, lo cual redunda en el apoyo de los procesos productivos, así como en la transformación y adaptación digital.

Palabras Claves: Aprendizaje, gestión organizacional, retos, revolución industrial.

[17] Administradora Industrial, Magister en Administración. Integrante del Grupo de Investigación en Innovación y Desarrollo Productivo – Grindep, programa Administración Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: flormarlen.avila@uptc.edu.co. Link de CvLAC: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000627933
Economista Magister en Administración, Integrante del Grupo de Investigación en Innovación y Desarrollo Productivo – Grindep, programa Administración Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: jairo.higuera@uptc.edu.co . Link CvLAC: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000494925

Abstract

This document presents elements that are part of an ongoing research project, which aims to study the mechanisms for taking advantage of the possibilities generated by the fourth industrial revolution, particularly in a focus group such as SMEs in the Tundama´s province. From the contextual point of view, the documentary analysis generated in SME organizations in the department of Boyacá is advanced, which allows identifying bets to consider in terms of training and therefore strengthening of organizational management, which results in the support of production processes, as well as digital transformation and adaptation.

Keywords: Learning, organizational management, challenges, industrial revolution.

Introducción

La Industria 4.0 se ha convertido en un punto de partida de un cambio radical en las organizaciones, Implementar procesos o tecnologías, debe ser resultado de llevar a cabo procedimientos definidos o metodologías de gestión, de manera que se pueda asegurar el impacto de estos sobre la producción, administración sin convertirse en el fin. - Durante el Investigación realizada, detallamos los efectos positivos de llevar métodos de control o gestión, toda vez que se una empresa se disponga a implementar una nueva tecnología o desarrollar un nuevo producto.

De esta manera es necesario y de vital importancia conocer que tanto las Pymes del municipio de Duitama están incursionando y manejando la Industria 4.0,

El estudio se viene realizando sobre las pyme de Duitama, Boyacá, identificando o concluyendo el poco conocimiento que tienen estas sobre las tecnologías 4.0; En la

mayoría de las pyme, aunque se les explicó cuáles eran y en qué consisten estas tecnologías, no identifican como estas, puedan aportar a sus procesos, que como se entiende, son manufacturados, artesanales. Pudiera pensarse que la misma sociedad tienen una deuda con todas estas industrias y de sobre manera las Instituciones de Educación Superior a través de sus diversos programas, para capacitar, promover, apadrinar e incentivar el uso de este tipo de tecnologías, como base para incrementar la economía, competitividad, sostenibilidad e innovación. De esta forma las empresas deben estar dispuestas al cambio y entender por qué se debe manejar la Industria 4.0.

Metodología.

Tipo de investigación.

Para efectos de este trabajo, se dirige en una investigación mixta entre Exploratoria y Descriptiva, dado que desde el abordaje que se da al problema, nos permite conocer cada uno de los factores que inciden en este y los que origina.

Exploratoria = El resultado de este tipo de investigación nos da un panorama o conocimiento superficial del tema. Como resultado, se definió cuál era el problema o el objeto de estudio realmente, para definir hipótesis.

En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.

Descriptiva = Se definen los principales factores de análisis y estudio, que se van a profundizar utilizando herramientas y técnicas para la recolección de datos. (encuestas),esta permite establecer la proporción de pymes que están afrontando temas de la cuarta revolución industrial.

Para ello se estableció a través de COMITE UNIVERSIDAD EMPRESA ESTADO CUEE, alianza Cámara de Comercio de Duitama, Universidad Pedagógica y Tecnológica de

Colombia alianza estratégica para la realización del estudio enfocado con una población de 1.300 empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Duitama y una muestra de 137 empresas

Los instrumentos utilizados fueron Encuesta, La información suministrada será estrictamente confidencial y amparada por la ley de protección de datos personales (ley 1581/12 y decreto 1377/13).

En los términos de la Ley 1581 de 2012 se manifiesta expresamente que autoriza, de manera libre, previa y voluntaria al Grupo de Investigación en Innovación y Desarrollo Tecnológico - Grindep de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, a dar el tratamiento de los datos suministrados a través de este formulario, para que, pueda recolectar, almacenar, procesar, intercambiar y compilar.

Los resultados serán socializados con los empresarios a fin de contribuir al fortalecimiento de sus organizaciones y al diseño de alternativas para dar respuesta a los requerimientos en la actualidad en materia de implementación de tecnología industria 4.0.

Resultados (obtenidos y parciales) y recomendaciones

Los principales hallazgos identificados a través de la herramienta:

- La coyuntura actual modifico los comportamientos en las organizaciones, vislumbrando otras estrategias.
- Se evidencia un cambio de mentalidad empresarial, en materia tecnología a través de la industria 4.0
- Una parte importante de esta población de empresas, desarrollan su labor sin hacer uso de ninguna tecnología.
- En los actuales momentos el uso de tecnologías cada vez más sofisticadas aporta en gran medida a la diferenciación y competitividad de las pyme, la mayoría de estas se ha mantenido en pie con dificultades

- Las pymes no cuentan con los recursos suficientes para invertir en tecnologías 4.0.
- Se evidencia una gran oportunidad a nivel de los programas de las Instituciones de Educación Superior y las alianzas estratégicas, "*El bajo nivel de conocimiento sobre las tecnologías 4.0 dentro de las pymes del sector afecta su implementación*."
- En cuanto a los objetivos propuestos se han cumplido en un 60% así:

    - Identificar las dinámicas de la cuarta revolución industrial y el desarrollo de la Industria 4.0 de las pymes de Duitama entre los años 2015-2019.

    - Identificar los factores claves que fomentan la competitividad en las pymes del municipio de Duitama.

    - Determinar la forma como incide la industria 4.0 en la re-educación de las pymes del municipio de Duitama

- Las principales limitación sigue siendo la desconfianza de los empresarios a contestar encuestas y la desconfianza que al interior de las mismas existe.

- La falta de confianza y veracidad en el suministro de la información de la información solicitada,

Conclusiones

- La industria 4.0 implica la necesidad de disponer de sistemas que operen y gestionen la información a cualquier tipo de red con elevada capacidad y las

infraestructuras para las tecnologías de la información, aspecto que deben de contemplar las pymes.

- La Industria 4.0 representa un salto muy importante para la mayoría de las empresas pyme y una gran oportunidad para las Instituciones de Educación Superior en sus diversos programas académicos .
- Una parte importante de esta población de empresas, desarrollan su labor sin hacer uso de ninguna tecnología constituyéndose en un escenario de oportunidades.
- Aunque el uso de tecnologías cada vez más sofisticadas aporta en gran medida a la diferenciación y competitividad de las empresas, la mayoría de estas se ha mantenido en pie y ha confrontado la competencia, al priorizar dos factores importantes: * ***recurso humano*** y * C***ompromiso en el servicio***. Estos factores son de mucha importancia para las empresas micro y medianas que no cuentan con los recursos suficientes para invertir en tecnologías 4.0.
- La Cuarta Revolución Industrial es el resultado del dinamismo de las **tecnologías** y de la combinación de **sistemas digitales** y físicos para mejorar la calidad de vida del ser humano y el crecimiento de las pymes. Para las pyme, la filosofía en el ámbito laboral y en los procesos del **mundo 4.0** debe transformarse; la enseñanza debe superar lo convencional y avanzar hacia el **uso de herramientas digitales**, la **inteligencia artificial** y el **análisis de datos** para formar personas altamente competitivas que respondan a las exigencias de este mundo 4.0.

Referencias bibliográficas

ACOPI, (2019), *el 64° Congreso Nacional de la Mipyme 2019 "La Mipyme como impulsador de la economía nacional".* Recuperado de: https://youtu.be/JdlfiWN95J0?list=PL2AcpaCWOC6b_0jPamrQLZnhXN2bAxiYm

López, N., (2018) *¿Está cerca la Industria 4.0 en Colombia? (20 February 2020). Universidad EAN Recuperado* de: http://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2054/login.aspx?direct=true&db=edsens&AN=edsens.604569109&lang=es&site=eds-live&scope=site

CONPES 3975. (2019). *Política Nacional para la transformación Digital Artificial.* Ministerio TIC. Recuperado de: https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/pdf/conpes_dnp_3975_2019.pdf

Ulyana A. Pozdnyakova, Vyacheslav V. Golikov, Irina A. Peters, y Irina A. Morozova. (2018). *Genesis of the Revolutionary Transition to Industry 4.0 in the 21st Century and Overview of Previous Industrial Revolutions.* Industry 4.0: Industrial Revolution of the 21st Century, 11. https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2120/10.1007/978-3-319-94310-7_2

Muriel, Y, Díaz, F, Rodríguez, L y Galeano, E. (2019). *Adoption of Strategies the Forth Industrial Revolution by Micro, Small and Medium Enterprices in Bogotá D.C.* Obtenido de Universidad Católica de Colombia: https://ieeexplore.ieee.org/document/8960870

ANDI. (2018). *Colombia: Balance 2018 y Perspectivas 2019*. Obtenido de https://imgcdn.larepublica.co/cms/2018/12/28132344/ANDI-Balance-y-Perspectivas.pdf

Accenture. (2017). *Digital Economic Opportunity in Spain*. Obtenido de How digitalization may boost the Spanish Economy: https://www.accenture.com/t00010101t000000z__w__/es-es/_acnmedia/pdf-59/accenture-strategy-digital-transformation.pdf

Alex Kotliarskyi, Unsplash. (2020). *World Economic Forum.* Obtenido de How to develop talent for the digital economy:

https://www.weforum.org/agenda/2020/01/rethinking-talent-development-in-the-digital-economy/

Crespi, G. (2017). Banco Interamericano de Desarrollo. *BID Mejorando Vidas*. Obtenido de: https://blogs.iadb.org/innovacion/es/demanda-del-estado-programa-compra-publica-innovacion/

BBVA. (2017). Economía Digital. Obtenido de "*Los países líderes de la cuarta revolución industrial".* https://www.bbva.com/es/paises-lideres-cuarta-revolucion-industrial/

Sylvia, C. (2019). Ministerio TIC. Obtenido de *"Una revolución digital para las regiones y todas las generaciones"*. https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Columnas-Ministra-TIC/102735:Una-revolucion-digital-para-las-regiones-y-todas-las-generaciones

Min Comercio. (2019). Ley 905 de agosto 2 de 2004. Obtenido de Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña y Mediana o Grande: http://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-media

Cifuentes, V. (2019). *Sector de tecnologías tiene déficit de 45.000 empleados en Colombia*. Recuperado de: https://www.andesco.org.co/2019/04/11/sector-de-tecnologias-tiene-deficit-de-45-000-empleados-en-colombia/

FEM (2016). World Economic Forum Annual Meeting 2016, *Mastering the Fourth Industrial Revolution Davos-Klosters*. Suiza. FEM.

SCHWAB, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution.* Suiza. FEM.

OCDE. (2019). GOING DIGITAL EN COLOMBIA, Estudios de la OCDE sobre *"Transformación Digital".* recuperado de: https://www.oecd.org/going-digital/going-digital-colombia-key-findings-es.pdf

OCDE. (2019). Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2019. Recuperado de: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/805f2a79-es/index.html?itemId=/content/publication/805f2a79-es

D4SME. (2019). *OECD Digital for SMEs Global Initiative.* Recuperado de: http://www.oecd.org/going-digital/sme/resources/D4SME-Brochure.pdf

ANDI, (2019). "*Recomendaciones de las empresas ANDI para el nuevo ministerio de ciencia, tecnología e innovación."* Recuperado de: http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI_Recomendaciones%20MinCTeI.pdf

EL GLOBAL INNOVATION INDEX. (2019). Un Análisis desde el GLOBAL INNOVATION INDEX. "*La Eficiencia de la Innovación en Colombia frente al mundo*". Recuperado de: https://ocyt.org.co/boletin02102019/Boletin%20OCyT%202019.pdf

El profesional en la sociedad: con competencias acordes con los resultados de aprendizaje, (RA).[18]

The professional in society: with competencies in accordance with the learning outcomes, RA

Jairo Omar Delgado Mora [19], **Luz Mireya Pamplona Camargo**[20]

Resumen

La responsabilidad social parte por entregar profesionales en concordancia con las necesidades de la sociedad. De esta manera, el tema de la educación se convierte en una necesidad de reflexión permanente y debe partir por la forma como se han concebido los mismos programas académicos. En este sentido la incorporación del modelo académico soportado en los resultados de aprendizaje (RA), data desde hace más de treinta años en modelos educativos más avanzados de Europa, Asia. Los resultados de las pruebas SABER PRO, muestran grandes diferencias entre universidades del país. Entrando a profundizar el tema del modelo RA, entendido como: una declaración explicita de lo que se espera del estudiante demuestre, y como estos RA se articulan con las diferentes taxonomías que promueven la evolución de las competencias profesionales de los estudiantes a lo largo del curso de pregrado, denotan que este debe ser el verdadero propósito para constituir los currículos. Sin embargo, el afán de atender los requerimientos: del Estado, hace que los responsables de la educación se ocupen de esas urgencias y difícilmente se ocupan de las cosas

[18]Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[19] Ingeniero Químico/Magíster en Administración. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia/ jairo.delgado@uptc.edu.co

[20] Lic. En educación básica/laboratorio de servicios MATH/laboratorioservicios123@gmail.com

importantes. Hoy, con docentes de mucha mayor cualificación, se puede continuar atendiendo esas imposiciones hechas al sistema educativo, pero intentando sacar provecho de esos obstáculos para beneficio de la comunidad estudiantil y en general del país. De esta manera la investigación de tipo descriptivo realizada en este trabajo surge con la intención de atender las verdaderas necesidades del país, aprovechando; los recursos, apoyo, espacios creados en torno a la reforma académica propuesta por el Estado. Los resultados son buenos, más cuando se han

articulado los esfuerzos para hacer revisión curricular con docentes con experiencia laboral y los netamente académicos, permitiendo crear una simbiosis muy interesante. Los resultados esperados son ofrecer profesionales con niveles superiores a los que registran en las pruebas realizadas por el Estado y más ajustados a las necesidades reales el país

Palabras claves: Aprendizaje, Enseñanza, Formación profesional, profesionales emprendedores.

Abstract.

Social responsibility starts by delivering professionals in accordance with the needs of society. In this way, the issue of education becomes a need for permanent reflection and must start from the way in which the academic programs themselves have been conceived. In this sense, the incorporation of the academic model supported by learning outcomes (RA) dates from more than thirty years ago in more advanced educational models in Europe, Asia. The results of the SABER PRO tests showed great differences between universities in the country. Entering to deepen the subject of the RA model, understood as: an explicit statement of what the student is expected to demonstrate, and how these RA are articulated with the different taxonomies that promote the evolution of the students' professional competencies throughout the course undergraduate, denote that this must be the true purpose to constitute the curricula. However, the eagerness to meet the requirements: of the State, makes those

responsible for education take care of these emergencies and it is difficult to take care of the important things. Today, with teachers of much higher qualification, it is possible to continue attending to those impositions made to the educational system, but trying to take advantage of these obstacles for the benefit of the student community and the country in general. In this way, the descriptive research carried out in this work arises with the intention of meeting the true needs of the country, taking advantage of; the resources, support, spaces created around the academic reform proposed by the State. The results are good, but when efforts have been articulated to review curricula with teachers with work experience and with purely academic ones, allowing the creation of a very interesting symbiosis. The expected results are to offer professionals with levels higher than those registered in the tests carried out by the State and more adjusted to the real needs of the country.
Keywords: Learning, Teaching, Professional training, entrepreneurial professionals.

Introducción

Sin duda, y atendiendo al título de este documento, se pueden encontrar algunas respuestas para los interrogantes propuestos, ya que no es raro para el ámbito colombiano y quizás Latino Americano, que todas esas nuevas corrientes del pensamiento surgidas en Europa y Asia hagan

carrera en este sector del mundo, como ha sucedido con otras disciplinas como: la gestión y administración organizacional, la moda, estética. En el particular, si el tema de la revisión microcurricular de los distintos programas académicos, pretende atender solamente en torno a atender los requerimientos de la UNESCO, (Leon, G, M, Guzman , H, K, 2019), Comité Nacional de acreditación institucional, (Majid, S., Eapen, C. M., et al, 2019) o el registro calificado exigidos por el gobierno o como una medida para apoyar las empresas consultoras que surgen como producto de los empleados o exempleados de la rama educativa, patrocinados por algún senador, gobernador, alcalde o una

directriz de los gobiernos extranjeros para poder facilitar otorgar préstamos monetarios hacia estos países, o como mecanismos de control para desviar la atención de los gobiernos en sometimiento hacia las cosas urgentes, mas no importantes, Pues el tema de reforma académica pasara como una moda más de las que ya se han mencionado. Sin embargo, aquellos que estamos inmersos en los estamentos educativos debemos sacar provecho para convertir esas "obstáculos", (Docente jodm, 2021a, Aponte, C. Agi, K. Jordan, C, 2017)., en una alternativa que genere valor para el país. Con ese propósito, éste documento pretende buscar desde la experiencia y la revisión documental, desarrollada a través de una investigación descriptiva, responder a la pregunta: ¿Cuáles ventajas competitivas se pueden obtener de la revisión micro curricular propuesta, en torno a la reforma académica basada en resultados de aprendizaje (RA)?, en procura de disminuir la desigualdad social, (Leon, G, M, Guzman , H, K, 2019). Entonces, la primera revisión que se hace corresponde a un diagnóstico de las vigencias sobre el tema, posteriormente se revisa el ambiente de la propuesta hacia el nuevo entorno académico y finalmente, se muestran algunos resultados preliminares recogidos de la experiencia obtenida de la revisión anterior, (Delgado,J, Pamplona, L Parra, V, 2020a).

Metodología.

La investigación descriptica realizada, se soporta en una revisión documental y la experiencia aplicada al ejercicio contemplado dentro de la revisión de un currículo, para una carrera profesional en particular e inicia con la revisión del documento presentado por Delgado, J, Gomez, S. (2017), para revisar la forma como se estructura una reforma académica. Así mismo, la consulta del documento presentado por Delgado,J, Pamplona, L Parra, V. (2020a) sirvio para poder enfocar todo el tema de RA, sobre la base de la taxonomia de Bloom, y la forma de articular el modelo de calificaciones para igulamente los requerimientos del Comité Nacional de acreditacion, CNA. Los documentos consultados de: de Leon, G, M, Guzman , H, K. (2019) y Acevedo, N. E. Daza, O, C. (2021), fueron utiles ara incluir el tema relacionado con la formacion cientifica e nclusion de los

RA en el contenido de las asigantruas, Del documento de: De la Fare, M. (2019), Se recuperaron algunas experiencias en torno a la forma como se puede internacionalizar un perfil del egresado, el cual es coherente con lo establecido en los RA.

Resultados del diagnostico

Haciendo memoria y basado igualmente en algunas revisiones documentales hechas, cuando realice la vinculación a una institución de educación superior, los requisitos exigidos fueron: perfil de conocimientos para el cargo, pero sobre todo experiencia laboral empresarial. Posteriormente se asignan una serie de materias, acordes con la cualificación establecida, y un grupo de alumnos.

Hoy, inmerso en la reforma académica, surgen varias inquietudes: ¿existe un modelo pedagógico en la institución universitaria objeto?, ¿se promueve, facilita o exige la formación de competencias pedagógicas en los nuevos docentes?, ¿ existe una identidad del futuro egresado, de la cual debe dar cuenta el docente contratado?, ¿ es clara, para el nuevo profesor, la forma como se han configurado los diferentes temas puestos en los contenidos de cada asignatura y que el docente debe implementar?, ¿ están claros los prerrequisitos académicos que conllevan la asignatura a implementar, esto es en relación con las asignaturas que le preceden?, ¿ conoce como esa asignatura, que va a implementar, se articula con las demás asignaturas que implementan los otros docentes y son parte del enriquecimiento de las competencias del futuro egresado?, (Fuentes, M del C, 2003), ¿son claras las bases sobre las cuales se configuro ese currículo y microcurriculo?, ¿ es claro para el nuevo docente la orientación que debe dar a la ejecución de contenidos de las asignaturas, con base en la anterior reflexión?, ¿Cuál es la vigencia para ese currículo en ejecución?, De la Fare, M. (2019). Dada la evidente respuesta a las anteriores inquietudes, no es necesario entrar a conceptualizar sobre ellas, mejor aún es entrar establecer la forma de actuar para intentar construir sobre esas carencias detectadas. Del mismo modo, los docentes investigadores “expertos”, deben abandonar “retroalimentaciones vacuas que se fijan en cuestiones estéticas de

los documentos o diapositivas del proyecto las cuales no son pertinentes para cualificar los conocimientos y prácticas de los “nuevos investigadores”, (Acevedo, N. E. Daza, O, C, 2021). Facilitando el proceso de mejoramiento en los estudiantes en desarrollo.

Ante las anteriores reflexiones, alguien diría: la respuesta a las preguntas y afirmaciones deben ser el objeto inicial de consulta y análisis autocritico por parte del nuevo docente, (Jungst, M., & Janssens, B, 2020. Rodríguez, R, Martínez, M, et al 2017). Pero aquí se tiene una gran responsabilidad de parte de los directivos de las universidades, ya que se están formando nuevos profesionales para tender una comunidad que requiere su orientación e igualmente está en juego el prestigio del claustro educativo, (Docente jodm, 2021b)

Pensando en positivo y después de 11 años de experiencia laboral como docente, 20 años de experiencia laboral en el sector industrial manufacturero de bienes y dos años como emprendedor, aún en proceso de aprendizaje en ese difícil sector, es el momento de aportar al desarrollo académico de las nuevas generaciones.

Es claro que el nuevo docente debe responder no solamente con su perfil académico-profesional, sino con responder a las anteriores preguntas establecidas. En este punto, es pertinente conducir de la mano y de manera conjunta los temas relativos a la reforma académica sobre la base de RA y establecida a través del decreto 1330 de 2019 y la resolución 21795, también del 2019, dentro del cual se determina la necesidad de vincular a los estudiantes a: semilleros de investigación, clubes de ciencia y comunidades por retos. El producto de estas tareas debe generar: espacios de vinculación directa del estudiante y un impacto no solo en procesos operativos sino sobre la realidad estudiada (proyectos, publicaciones), (Acevedo, N. E. Daza, O, C, 2021). Estos son los temas que atañen directamente el nuevo quehacer académico, ya que la propuesta de inserción de los RA, apunta atender las dificultades que muestran los estudiantes cuando presentan una evaluación del Estado; falta de reflexión crítica, reflexión ética. Igualmente, los docentes denotan falencias en: didáctica y metodología. Así mismo, los nuevos

empleadores requieren profesionales con capacidad de innovación, muy de la mano de la formación científica con énfasis en investigación, (Leon, G, M, Guzman , H, K, 2019).

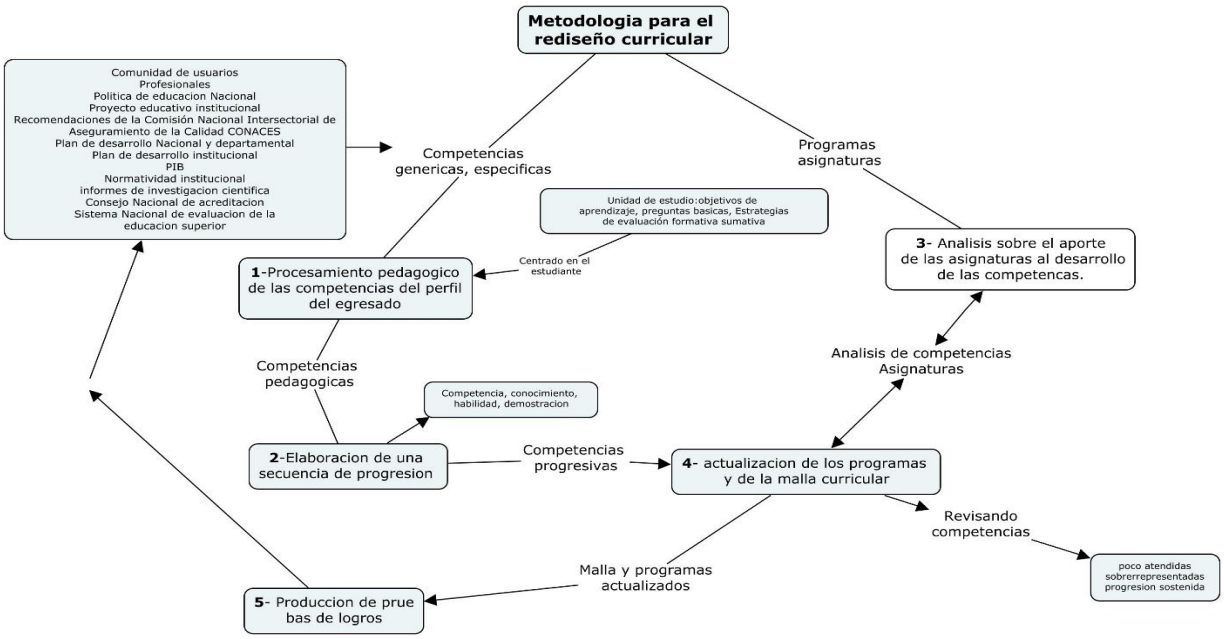
Entorno de los resultados de aprendizaje (RA)

Durante el desarrollo de la visión que se tiene sobre el tema, se van a mostrar una serie de; gráficos que constituyen no solamente la forma como se puede abordar la reforma académica en torno a un currículo, sino que estas herramientas presentadas se constituyen en un modelo; simple, sencillo para presentar y orientar, de parte de los directivos de las universidades, a los nuevos docentes. Facilitando que los mismos entiendan sobre que "terreno están pisando", y de esta forma, sepan la manera como deben implementar las asignaturas a cargo, (Delgado,J, Pamplona, L Parra, V, 2020a, Guía de apoyo, s,f, Instituto colombiano para la educación, 2018).

En la Grafica 1, se ha consolidado una forma de realizar la revisión un currículo, (Delgado, J, Gomez, S, 2017). Aquí es necesario detenerse un momento, ya que es necesario destacar algunos aspectos importantes a tener en cuenta son:

- Otra fuente de consulta para establecer la necesidad de hacer revisión curricular es la política del Estado en torno a la economía del país. Por ejemplo, en las actuales circunstancias y por el alto índice de desempleo, la promoción del emprendimiento es uno de los enfoques del actual gobierno y de allí se pueden aprovechar; recursos disponibles, facilidades para constituir las nuevas empresas, participación de nuevos actores interesados como apoyo a esas nuevas organizaciones.
- La revisión de las nuevas tendencias, nacionales, internacionales en torno a la revisión de los microcurriculos, son otro ingrediente para su revisión, por lo menos anual.

- El concepto de los egresados acerca de su desempeño laboral y las expectativas que de ellos se tiene en las organizaciones, son otro insumo de valor, (Docente jodm, 2021b).
- Los resultados de las evaluaciones efectuadas a los estudiantes de finalización de carrera y realizadas por el Estado son un insumo que no se debe descuidar. Aquí es relevante estar atentos a la actualización de los módulos que la universidad propone a los organismos del Estado para que sean incluidos dentro de la evaluación de los estudiantes de cada carrera en particular.

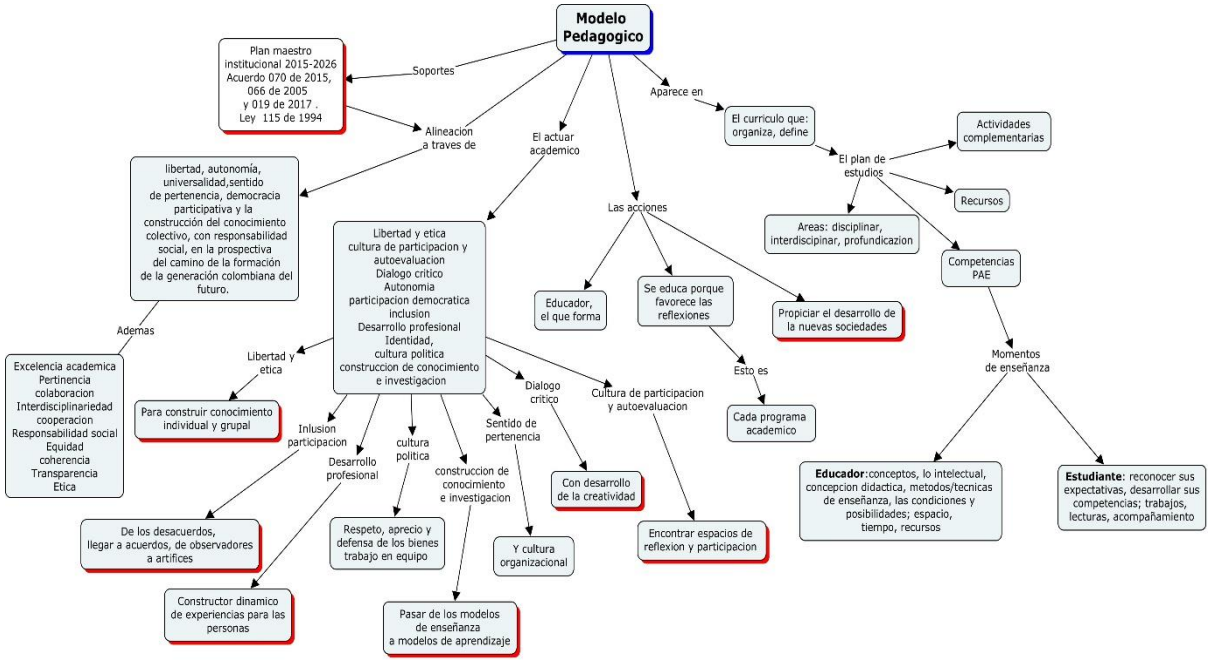


Grafica 1. Etapas del rediseño curricular

Fuente: (Delgado, j, Pamplona, L, Parra, V, 2020b)

Con el diagnostico anterior, es importante entrar a revisar las herramientas disponibles por la universidad para ajustar las anteriores necesidades. Esto es, el modelo pedagógico, el cual está sujeto a las facilidades con las cuales cuenta la universidad para que sean usadas por docentes y estudiantes y a las nuevas facilidades en curso de apropiación, las cuales están en conformidad con la revisión preliminar descrita

anteriormente. En la Grafica 2, se ha colocado el borrador del modelo pedagógico con el cual cuenta una universidad en particular.



Grafica 2. Modelo pedagógico particular

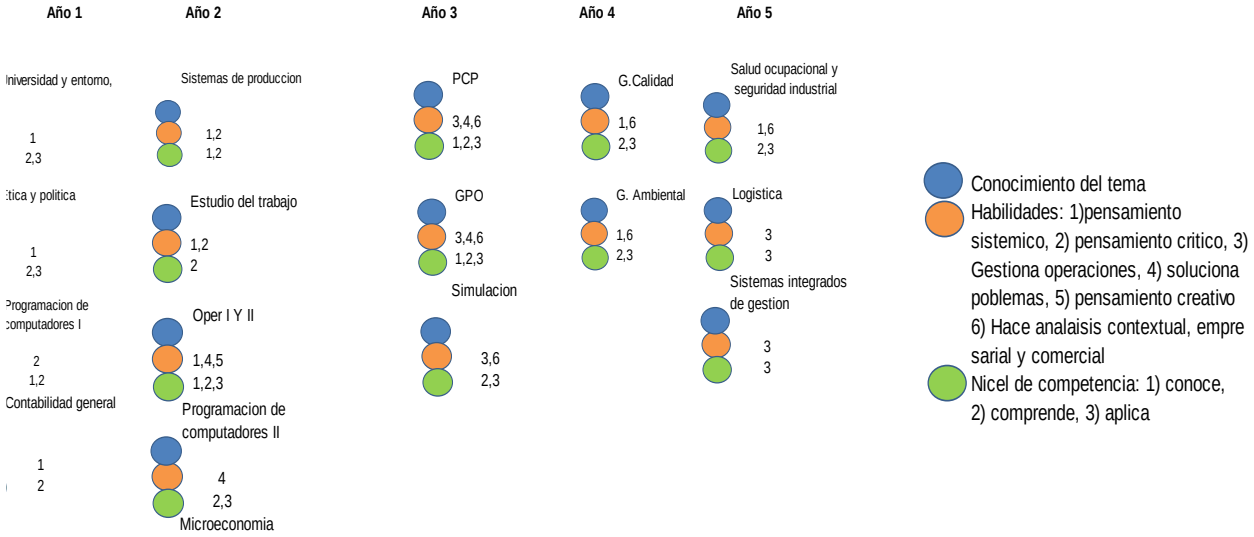
Fuente: (Delgado, J. Pamplona, L, 2019).

En este punto se hace una parada, un "*stop*", porque se hace el cruce entre lo que se requiere otorgar al nuevo profesional, lo que exige el Estado, a través del ministerio de educación: el comité nacional de acreditación, con lo que cuenta la universidad y espera adquirir para satisfacer los anteriores requerimientos. Esto constituye el denominado plan de mejoramiento.

Realizada la recolección de información preliminar hecha anteriormente, es el momento de entrar a hacer un acercamiento, "*zoom*", al microcurriculo e integrar lo relacionado con los RA.

Es muy probable, que los diferentes contenidos que debe desarrollar un docente durante su actividad académica están articulados con: la intensidad necesaria, la cual está plasmada en el número de asignaturas, el número de créditos, particularidad que ese contenido tiene para el perfil profesional del futuro egresado, esto es: corresponde con el nivel de aprendizaje esperado para cada uno de los semestres académicos

(conoce, comprende, aplica), con las competencias que se buscan desarrollar: pensamiento sistémico, solución de problemas, con las asignaturas que le preceden, articulación de las otras asignaturas que comparten el perfil profesional esperado: Esto es lo que constituye una taxonomía, como por ejemplo la de *Bloom,* (Cardoso, X, 2012). En la gráfica 3, se ha consolidado un ejemplo que recoge las anteriores sugerencias hechas.



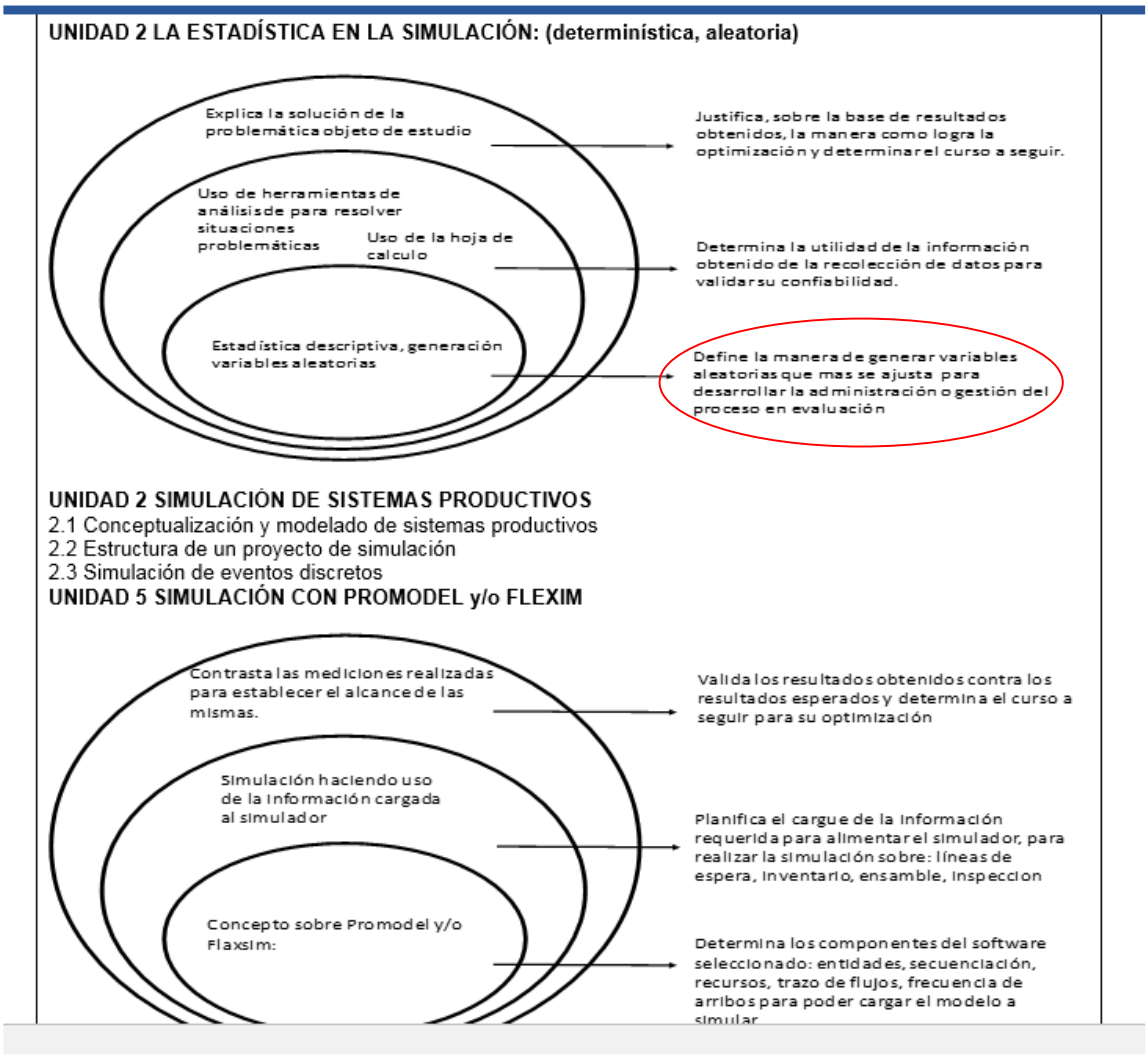
Grafica 3. Evolución de los RA en la carrera, articulación con las competencias y otras asignaturas

Fuente: elaboración propia

Teniendo claro y establecido lo anterior, se entra a detallar el contenido que debe desarrollar el docente durante el semestre académico con sus estudiantes. Es decir, y para el caso de adopción de la taxonomía de Bloom, (Sistema Nacional de acreditación, 2013, SITE (2020), Kennedy, Declan, 2007), es necesario considerar cómo se va a desarrollar la parte: cognitiva, afectiva y psicomotora. La disponibilidad de recursos, las herramientas con los cuales cuenta la universidad, serán un factor clave para el desarrollo de estas competencias. Esto corresponde a: medios audiovisuales, cantidad de aulas, laboratorios, talleres, dotación de biblioteca: bases de datos, intranet, videos, convenios para hacer visitas de observación, intercambios, movilidad académica, redes

académicas: nacionales, internacionales, grupos de investigación, prácticas en organizaciones de la región, en otra parte del país.

En la Grafica 4, se ha consolidado un contenido programático de una asignatura en particular, a través de la cual se han detallado cada uno de esos aspectos anteriores: se destacan en esa figura los RA esperados, los cuales comprenden: actitud, aptitud, capacidades, conocimientos, saber, saber hacer reflejados en la demostración esperada que se tiene del aprendizaje del estudiante, (Acevedo, N. E. Daza, O, C, 2021), como se dijo anteriormente.



Grafica 4. Contenido programático de asignatura con dos Raes, ejemplo.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, en la gráfica 5, se han articulado uno de los objetivos del RA (marcado en la figura 4), con la evaluación hecha a través de una rúbrica; instrumento que facilita evaluar el desarrollo de cada una de las competencias anteriormente descritas, y mide día a día el proceso de evolución de los estudiantes y la forma como el docente conduce hacia el mejoramiento de su desempeño académico.

Objetivo RA	**% peso Calificación**	**Criterio evaluación**	**Con oportunidad**	**Suficiente**	**Satisfactorio**
			1.5-2.8	2.9-3.3	3.4-4.4.
Definir la manera de generar variables aleatorias más ajustada para gestionar el proceso en desarrollo	100%	Define la manera de generar variables aleatorias más ajustada para gestionar el proceso en desarrollo	No define la manera de generar variables aleatorias más ajustada para gestionar el proceso en desarrollo	Define una forma de generar variables aleatorias , pero no se ajusta completamente al proceso en desarrollo	Define bien la manera de generar variables aleatorias para gestionar el proceso en desarrollo

Grafica 5. RA y Rubrica para el ejemplo propuesto.

Fuente: (Delgado,J, Pamplona, L Parra, V, 2020a)

Conclusiones.

A lo largo de todo el documento se ha intentado realizar un ejercicio que pretende mostrar la forma como se puede hacer despliegue de los objetivos estratégicos; del Estado, la universidad, hacia el desarrollo académico del estudiante. Y la manera cómo puede el docente, instructor, hacer seguimiento a la evolución de cada estudiante, en

torno al cumplimiento de los objetivos trazados y de paso, poder enderezar el camino a través del semestre académico, año académico, procurando otorgar un profesional acorde con las expectativas de las partes interesadas. Igualmente, y conforme con los resultados obtenidos de éste ejercicio académico, se nutre el sistema educativo alrededor de esos hallazgos convirtiéndose en un ingrediente adicional para el mejoramiento continuo del sistema. Así, el mejoramiento continuo del sistema educativo va a girar en torno a: nuevas expectativas establecidas por el Estado, resultados de las pruebas académicas realizadas por el Estado a los estudiantes de finalización de la carrera, tendencias detectadas como producto del ejercicio docente – semilleros en investigación y los resultados de las evaluaciones con la metodología descrita en este documento.

Con base en lo descrito anteriormente, se ha podido responder a la pregunta planteada en la parte introductoria, ya que la implementación de la metodología de los RA, permite que del proceso de investigación realizada por docentes y semilleros y la evolución de los RA obtenidos, van a otorgar nuevas ventajas competitivas para generar el ciclo de mejoramiento continuo del proceso educativo.

La implementación particular dada en este documento a los RA, muestra una manera de aprovechar las posibles imposiciones hechas por los diferentes estamentos que pueden intervenir en la política educativa del País, pero sobre todo hacer que desde la misma base; docentes, estudiantes, se puedan tomar decisiones sobre esas políticas educativa en beneficio de ésos principales actores del sistema. Así en un futuro documento, se van a mostrar resultados a través de los cuales, articulando estas políticas educativas, se ha logrado generar espacios en la academia para favorecer el emprendimiento de los futuros profesionales.

Referencias.

Acevedo, N. E. Daza, O, C. (2021). Hoja De Ruta Para La Elaboración De Resultados De Aprendizaje Para La Formación Investigativa. *Panorama. Vol 15(28)*, 1-12. Obtenido de https://biblio.uptc.edu.co:2147/10.15765/pnrm.v15i28.1813

Aponte, C. Agi, K. Jordan, C. (2017). International Profile of a Global Enginee. 7th World Engineering Education Forum (WEEF).IEEE: 978-15386-1523-2/17/5311@2017.

Cardoso, X. (2012). Experiencias en la generacion de modelos de internacionalizacion a la medida . Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v15n1/v15n1a01.pdf

De la Fare, M. (2019). La internacionalización e integración regional de la educación superior cien años después de la Reforma Universitaria de Córdoba de 1918. Textos y contextos(porto alegre), 18(1), 46-55. Obtenido de http://biblio.uptc.edu.co:2312/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=0a9f3c90-0a1c-46fe-84ac-6460f42bb992%40sdc-v-sessmgr02

Delgado, J, Gomez, S. (2017). 5´s en el diseño curricular. En congreso adminindustrial. Simposio llevado a cabo en el II congreso internacional y VI Nacional de Administración Industrial. Duitama, Colombia.

Delgado, j, Pamplona, L, Parra, V. (2020b). Participacion del estudiante en acreditacion, rediseño y reforma academica. En 4 encuentro internacional de investigacion universitaria. Tunja, Colombia.

Delgado, J. Pamplona, L. (2019). 5´s en el rediseño curricular de un programa académico de pregrado: de la teoría a la práctica. I Cumbre de facultades de educacion. ASCOFADE:. Cali, Colombia.

Delgado,J, Pamplona, L Parra, V. (2020a). Perfil global: con direccion. VI encuentro de jovenes investigadores. Virtual Escuela de Policia Rafael Reyes, Santa Rosa, Colombia.

Kennedy, Declan. (2007). *Redactar y utilizar resultados de aprendizaje: un manual práctico*. Obtenido de https://educacionvirtual.udla.edu.ec/archivos/MANUAL%20para%20RE

Docente jodm. (2021a). *Obstaculos¿ Que ha pasado?* Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=PdhBqjIA2fk

Docente jodm. (2021b). *Aprendizaje, cuatro formas*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=z_uEaiRjV1g

Fuentes, M del C. (2003). *La importancia de la movilidad estudiantil*. Obtenido de http://www.urp.edu.pe/relacionesuniversitarias/importancia_de_la_movilidad_estudiantil.html

Guía de apoyo . (s,f). *Guía de apoyo para la redacción de resultados de aprendizaje*. Obtenido de http://www.aneca.es/Documentos-y-publicaciones/Otras-guias-y-documentos-de-evaluacion/Guia-de-apoyo-para-la-redaccion-puesta-en-practica-y-evaluacion-de-los-RESULTADOS-DEL-APRENDIZAJE

Instituto colombiano para la educación. (2018). *Guía de orientación PISA*. Obtenido de https://www.icfes.gov.co/documents/20143/1708309/Guia+de+orientacion+modulos+de+competencias+genericas+Saber+TyT+2020-1.pdf/94275582-e512-8b93-a788-e1e5fcb94725

Jungst, M., & Janssens, B. (2020). Task conflict and extra-role performance: A cross-national perspective between East and West. International Journal of Cross Cultural Management, 20(1), 71–87. https://doi.org/10.1177/1470595820913321

Leon, G, M, Guzman , H, K. (2019). Formación científica y dirección del proceso de enseñanza-aprendizaje. Resultados y desafíos. *Journal Yachana. Vol 3. No 3*. Obtenido de http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/issue/archive

Majid, S., Eapen, C. M., Ei Mon Aung, & Oo, K. T. (2019). The Importance of Soft Skills for Employability and Career Development: Students and Employers' Perspectives. IUP Journal of Soft Skills, 13(4), 7–39.

Rodríguez, R, Martínez, M, Ortega, K, et al (2017). Amando lo Que Hago de Mi Trabajo: Centralidad, Autonomía, Pasión y Desempeño. Universidad Carlos Albizu, San Juan. Ciencias de la Conducta Vol. 32 – Núm. 1, 174-201. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Adam_Rosario-Rodriguez/publication/327731710_Amando_lo_que_hago_de_mi_trabajo_Centralidad_autonomia_pasion_y_desempeno/links/5ba1459f92851ca9ed14ab75/Amando-lo-que-hago-de-mi-trabajo-Centralidad-autonomia-pasion-y-desempeno.pdfmorias

Sistema Nacional de acreditación. (2013). CNA, Característica 16 H. Obtenido de https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf

SITE. (2020). Estándares SITE. Obtenido de https://www.iste.org/es/standards

La zona franca en Tunja: análisis de contexto para dinamizar el desarrollo territorial y empresarial de la ciudad. [21]

The free zone in Tunja: context analysis to stimulate the territorial and business development of the city.

Lady Carolina Herrera Parra [22], Andrés Preciado Trujillo[23]

Resumen

Las condiciones de desenvolvimiento empresarial en la ciudad de Tunja se han visto limitadas a la existencia de sectores con escasa capacidad para la generación de valor agregado, lo que ha tenido importantes repercusiones sobre las capacidades que el sistema económico tiene para generar procesos de vinculación de capital humano, aumentando los niveles de desempleo minando las posibilidades de generar desarrollo económico y bienestar a la población de la ciudad.

De otro lado, las amplias posibilidades que representa la producción continua de capital humano calificado, así como la vinculación a un nodo económico relevante en el centro

[21] El presente constituye un avance de la investigación en curso del mismo nombre que se desarrolla en la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Santo Tomás - Seccional Tunja, en el marco de la ejecución de proyectos presentados en la convocatoria FODEIN 2021.

[22] Contadora Pública, Especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Territorial, Magíster en Derecho del Estado con Énfasis en Tributación, docente investigadora adscrita a la Facultad de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja; e mail: lady.herrera@usantoto.edu.co

[23] Economista, Especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Territorial, Magíster en Planeación Para el Desarrollo, docente investigador adscrito a la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja; e mail: edison.preciado@usantoto.edu.co

del país, abre la posibilidad de generar iniciativas como la instauración de una zona franca que potencie las capacidades descritas como medio de solución para la problemática económica y social que se ha mencionado.

Este tipo de decisiones de política pública deben estar respaldadas en análisis académicos serios, que conduzcan a la elección de las mejores variables para que se alcance el éxito y la transformación económica deseada. La presente propuesta de investigación busca generar parte del aparato analítico requerido en el campo económico, comercial y tributario con el fin de orientar a la entidad territorial en el ejercicio de sus fines constitucionales.

Con base en la revisión de la información socioeconómica de la ciudad y de las teorías de la localización industrial (competitividad sistémica, acumulación flexible, distritos industriales, nueva geografía económica, entre otras) se pretende proponer un esquema de argumentaciones técnicas que orienten y posibiliten la generación de una iniciativa concreta de instalación de la zona franca en la ciudad de Tunja (Boyacá).

Palabras Clave: Zona Franca, Tunja, Estructura Económica, Desempleo, Tributación.

Abstract

The business development conditions in the city of Tunja have been limited to the existence of sectors with little capacity to generate added value, which has had important repercussions on the capacities of the economic system to generate capital linkage processes. increasing unemployment levels, undermining the possibilities of generating economic development and well-being for the city's population.

On the other way, the wide possibilities that the continuous production of qualified human capital represents, as well as the link to a relevant economic node in the center of the country, opens the possibility of generating initiatives such as the establishment

of a free zone that enhances the capacities described as a means of solution for the economic and social problems that have been mentioned.

These types of public policy decisions must be supported by serious academic analysis, leading to the choice of the best variables to achieve success and the desired economic transformation. This research proposal seeks to generate part of the analytical apparatus required in the economic, commercial and tax fields in order to guide the territorial entity in the exercise of its constitutional purposes.

Based on the review of the socioeconomic information of the city and the theories of industrial location (systemic competitiveness, flexible accumulation, industrial districts, new economic geography, among others) it is intended to propose a scheme of technical arguments that guide and enable the generation of a concrete initiative for the installation of the free zone in the city of Tunja (Boyacá).

Key words: Free zone, Tunja, Economic structure, Unemployment, Taxation.

Introducción

El desarrollo territorial representa el objetivo último de las acciones de política pública que emprenden los entes gubernamentales con el fin de garantizar el bienestar de sus habitantes. En este sentido la ciudad de Tunja (Boyacá), muestra condiciones que requieren atención urgente desde las decisiones de política pública que permitan superar el estado actual de su estructura productiva, la cual se caracteriza por la predominancia de empresas enfocadas en el sector terciario con bajas aportaciones a la generación de valor agregado en el ámbito del comercio y los servicios públicos. Además, se considera un factor estructural el hecho de que la ciudad no genera posibilidades de absorción del capital humano profesional y posgraduado que en ella se produce, con consecuencias como la fuga del mismo, inestabilidad laboral en los puestos

de trabajo creados y baja capacidad de respuesta a choques coyunturales de la economía nacional y global, que redundan en cifras de desempleo por encima de los promedios nacionales.

En esta dirección se ha identificado la necesidad de potenciar propuestas que modifiquen dichas condiciones productivas, proponiendo como alternativa la configuración de una zona franca para la ciudad. Sin embargo, este tipo de iniciativas deben estar soportadas en análisis serios que, desde los argumentos técnicos orienten el proceso de formulación y ejecución de política pública reduciendo la incertidumbre de su implementación y aumentando las posibilidades de éxito en los objetivos propuestos.

Con el fin de dar soporte a dicha propuesta, desde el proyecto denominado "La zona franca en Tunja: análisis de contexto para dinamizar el desarrollo territorial y empresarial de la ciudad", se ha emprendido el trabajo de analizar los diversos aspectos que rodean a la conformación de las zonas francas como instrumentos de desarrollo territorial. Para ello, se ha propuesto un esquema analítico que aborda la teoría de la localización industrial con fundamento en la Nueva Geografía Económica, la Competitividad Sistémica y la Acumulación Flexible, apoyadas en la normatividad nacional que determina los aspectos legales, tributarios y fiscales de la configuración de este tipo de zonas al interior de las entidades territoriales municipales y departamentales.

El presente documento muestra los avances del proyecto de investigación, llegando a conclusiones como el estancamiento del aparato productivo de la ciudad en las últimas décadas, que conserva la participación mayoritaria del sector servicios con avances incipientes en la generación de nuevos negocios de índole industrial basados en innovación, principales generadores de empleo calificado y aportes a la productividad territorial. La escasa disponibilidad de productos manufacturados y el mercado reducido de los bienes de consumo básico, generan presiones inflacionarias (que de acuerdo a la

estacionalidad de las actividades comerciales) que han hecho de la ciudad una de las capitales más costosas del país.

A partir de la clasificación de las zonas francas que se han desarrollado en diversas localizaciones a nivel mundial, se ha identificado la necesidad de analizar de manera más profunda el tipo de sistema de tributación que la entidad territorial debe aplicar con el fin de mejorar las condiciones de recaudo municipal, permitiendo un mayor margen de maniobra para fomentar inversiones públicas que trasladen el bienestar económico y el desarrollo a la mayor parte de la población.

El documento se desarrolla mediante esta sección introductoria, seguida de la descripción metodológica en la que se basa el proyecto, donde se plantean tres diversas fases de ejecución con los productos esperados en cada una de ellas. A partir de allí se muestran los resultados obtenidos de manera preliminar en el ejercicio investigativo, y finalmente, una sección de conclusiones respecto de lo observado por la investigación a la fecha.

Metodología

Al considerar que el objetivo principal de esta investigación debe contribuir de manera técnica en la estructuración de acciones para el fortalecimiento del tejido empresarial local y regional, particularmente a través del análisis de conveniencia del establecimiento de una zona franca en la ciudad de Tunja, el primer paso es la identificación de las dimensiones o categorías a través de las cuales se debe adelantar dicho análisis, a manera de ruta de trabajo en la cual se organizan las demás actividades y de la cual depende el tipo de información a recoger y procesar.

En este sentido, se definieron 3 componentes principales. A través de este esquema organizativo, cada uno de los productos a entregar corresponderá con uno de estos componentes, a desarrollarse por medio de un proceso descriptivo y correlacional entre las categorías y las variables incluidas en cada una de estas.

El primer componente parte del reconocimiento y diagnóstico de factores productivos locales y regionales, con el fin de construir un panorama del sistema productivo y sus capacidades sinérgicas con referencia en el marco conceptual construido. La siguiente actividad en el desarrollo de este componente es el estudio teórico y pragmático de los resultados y características particulares de los diferentes tipos de zonas francas, partiendo de la información técnica existente, preponderando el análisis de zonas francas localizadas en territorios con algunas similitudes al municipio de Tunja. Finalmente, en la conjunción de estas dos actividades, será posible realizar un análisis de ventajas y desventajas para poder establecer criterios claros de decisión en la elección del tipo de zona franca que Tunja requeriría.

Otro de los componentes de la propuesta tiene que ver con la generación de estrategias que involucren a los actores productivos de la ciudad y los renglones productivos regionales en la generación de eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás respecto de la zona franca, esto con el objetivo de orientar la adaptación de la estructura productiva de la ciudad para absorber el capital humano, mejorando las perspectivas del desarrollo de esta problemática en la ciudad. La realización de este componente depende de la definición del tipo de empresas que constituirán la mejor opción para el establecimiento de la zona franca en la ciudad, por tanto, representa el segundo paso en el desarrollo de la propuesta de investigación. Para su elaboración, a través del análisis de contenido documental, se llevará a cabo un análisis comparado por sectores vinculados a las zonas francas en el país y su capacidad de generación de empleo y las repercusiones generales en la estructura económica local y regional. Finalmente se llevará a cabo una aproximación a la productividad regional y la producción de mano de obra, de tal manera que se puedan colegir conclusiones respecto del impacto que la zona franca tendría en la economía territorial.

Por último, para la evaluación de la estructura tributaria se realizará un análisis comparado de las cargas tributarias en el orden territorial y nacional que recaen sobre las operaciones realizadas en las zonas francas de acuerdo al régimen tributario,

aduanero y de comercio exterior actuales, con el fin de generar un análisis financiero de los ingresos que generaría para el municipio de Tunja la inclusión de estas partidas, con base en los objetivos y planes de inversión propuestos en el marco fiscal de mediano plazo del municipio, y la estructura propositiva del Plan de Desarrollo Municipal 2020 – 2023. La realización de este componente dependerá de los dos componentes anteriores, ya que se articula el resultado del análisis tributario y financiero al tipo de zona franca sugerida para el municipio y a las estrategias que involucren a los actores productivos de la ciudad y los renglones productivos regionales.

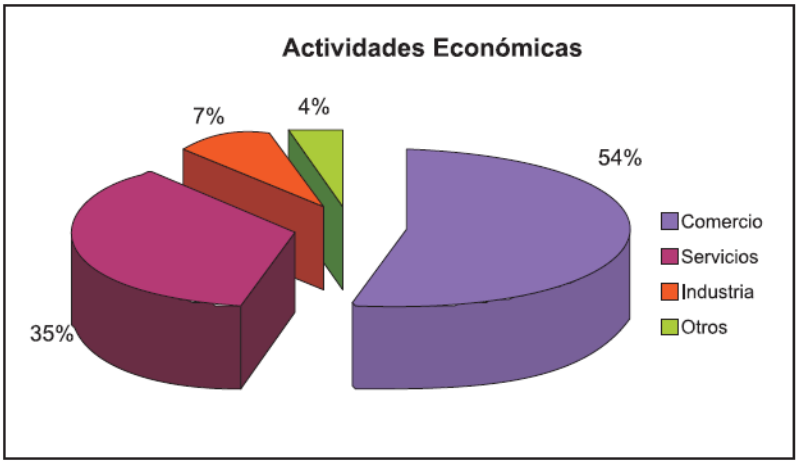
Resultados

Un acercamiento a las condiciones socioeconómicas históricas y actuales a nivel de la ciudad de Tunja, permite establecer una situación predominantemente problemática en cuanto a las posibilidades de mejoramiento del bienestar de la población, ofertadas por la estructura social y productiva del territorio. Es así como ya desde la primera década del presente siglo Cetré (2009) mencionaba los grandes retos que debía abordar la ciudad de cara a reducir las opciones de crecimiento de la problemática de desempleo y escasa generación de valor agregado por parte de los sectores productivos asentados en la misma, impulsados por las tasas de crecimiento poblacional, que aunque bajas, se vislumbraban al alza producto de la constante migración desde los pueblos adyacentes y lejanos del departamento en busca de oportunidades educativas y de éxito económico. En el mismo orden, se anota la existencia de grandes presiones inflacionarias persistentes, mostrando que en la totalidad del periodo de estudio siempre superó al promedio nacional por una diferencia aproximada del 3%, como lo anota el autor:

> La adquisición de la canasta básica para una familia tunjana de clase media le requirió 2.5 salarios mínimos en el 2008, la caracterización del alza de los precios está fuertemente marcado por los servicios públicos y los arriendos, le siguen la adquisición de vestuario y la de muebles y electrodomésticos, en menor medida

-pero no menos despreciable- estarían los útiles escolares. La información revisada sobre inflación permite afirmar que Tunja registró un incremento general de precios muy superior al promedio nacional para todos los años estudiados (2001 a 2007). Esto deriva que Tunja sea una de las cuatro capitales de departamento más caras de Colombia. (Cetré, 2009, p. 294)

Respecto de la estructura productiva de la ciudad en el mismo periodo de análisis, se demuestra una creciente tendencia a la prestación de servicios y comercio, una baja participación industrial y un incipiente sector primario. Además de los datos anteriores, la concentración de la actividad económica se enfoca en micro y pequeñas empresas de origen familiar con escasas aplicaciones de procesos innovadores o desarrollo tecnológicos significativos. Finalmente, el panorama laboral de la ciudad en dicho periodo corresponde con una tasa de desocupación del 15%, una población económicamente activa de un séptimo de la totalidad de la población, y un mayor acento en el desempleo femenino que el masculino.



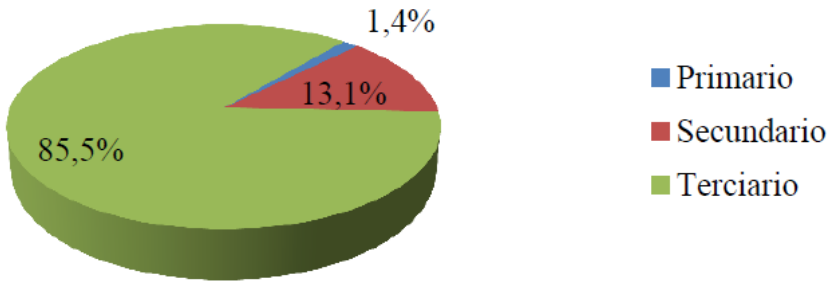
Grafica 1. Actividades económicas Tunja 2000-2010.

Fuente: tomado de Cetré (2009).

El panorama en el comienzo de la década de los 20 parece no haber cambiado de manera notoria, mostrando un estancamiento general de las actividades económicas y

de la vinculación laboral, lo que genera incertidumbre sobre las tendencias de crecimiento de la ciudad en un contexto de dificultades económicas nacionales y la recesión de la economía mundial debido a los recientes hechos de salud pública global, y la inestabilidad política de los gobiernos actuales.

Frente a la conformación empresarial del territorio, la Cámara de Comercio de Tunja (2019) en su más reciente informe sobre la estructura del tejido empresarial de la ciudad, muestra que cerca del 85% de las empresas se encuentran ubicadas dentro del sector terciario de la economía, el 14% en el sector secundario, y el restante 1% pertenece al sector primario. Respecto de los datos de la década 2000 – 2010, el avance es incipiente pues, aunque el sector industrial y de transformación ha crecido, dicho crecimiento no va más allá de un 3% de la actividad económica general.



Grafica 2. Sectores de la economía tunjana 2019.

Fuente: tomado de Cámara de Comercio de Tunja (2019).

Dada la relevancia económica del sector terciario (el cual aporta además el 80.84% del valor agregado de la actividad económica de la ciudad según la Alcaldía de Tunja (2020), es importante mencionar que dicho sector se encuentra estructurado sobre el comercio al por mayor y al por menor (47% del total del sector), servicios de alojamientos y comida (14,2%), actividades profesionales, científicas y técnicas (9,2%), otras actividades de

servicios -predominantemente peluquerías (7,2%), transportes y almacenamiento (4,7%), actividades administrativas y de apoyo (3,6%), información y comunicaciones (2,9%), actividades de atención a la salud humana y asistencia social (2,7%), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (2,4%), actividades financieras y de seguros (1,9%), actividades inmobiliarias (1,5%), educación (1,2%), como las más relevantes.

Según la Cámara de Comercio de Tunja (2019):

> "Las actividades económicas representativas en Tunja, están soportadas principalmente por el comercio con 4.262 establecimientos, con una participación del 40,3% del total de unidades empresariales por actividad; en segundo lugar, se ubican las actividades relacionadas con alojamientos y servicios de comida con 1.292 unidades empresariales que representan el 12,2 %, seguido de las actividades profesionales, científicas, y técnicas con 832 establecimientos las que participan con el 7,8 %.
>
> De otra parte, la industria manufacturera en la ciudad representa el 6,9 % con 729 establecimientos, las otras actividades de servicios representan el 6,2 % con 654 unidades empresariales y el sector construcción con 651 unidades participa en un 6,1 % del total del tejido empresarial de Tunja.
>
> Dentro de los sectores económicos con una participación menor al 5%, se encuentran las actividades relacionadas con el transporte con 428 empresas (4,0%), seguido de actividades de servicios y de apoyo con 334 unidades (3,1%), información y comunicaciones que tiene 259 empresas (2,4%) y actividades relacionadas con la salud con 250 empresas (2,4%). Las actividades de menor participación son las de hogares individuales y de organización y entidades extraterritoriales que representan menos del 1%." (pp. 20,21)

En cuanto al mercado laboral, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021), menciona que para el trimestre diciembre 2020 – febrero 2021, la tasa de desocupación en la ciudad alcanzó un 20,1% (cinco puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior y tres puntos porcentuales por encima del promedio de las 23 ciudades más relevantes del país), esto como reflejo de que en la ciudad la población entre los 15 y los 64 años representa más del 70% del total de la participación relativa en el mercado laboral.

Tabla 1. Empleados en número y proporción por rama de actividad Tunja 2019

N.º	Grandes ramas de actividad	Total de ocupados	Participación sobre el total de ocupados (%)
6	Comercio y reparación de vehículos	**18.795**	**21,9%**
1	Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura	**1.069**	**1,2%**
13	Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	**22.760**	**26,6%**
3	Industria manufacturera	**4.581**	**5,3%**
14	Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	**6.895**	**8,0%**
8	Alojamiento y servicios de comida	**5.999**	**7,0%**
7	Transporte y almacenamiento	**6.091**	**7,1%**
5	Construcción	**6.866**	**8,0%**
12	Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	**6.894**	**8,0%**
9	Información y telecomunicaciones	**1.373**	**1,6%**

10	Actividades financieras y de seguros	**1.870**	**2,2%**
11	Actividades Inmobiliarias	**895**	**1,0%**
4	Suministro de Electricidad Gas y Agua	**1.208**	**1,4%**
2	Explotación de Minas y Canteras	**397**	**0,5%**
15	Otro	**-**	**0,0%**
	Población ocupada total:	**85.692**	**100%**

Fuente: Visor de Datos DANE.

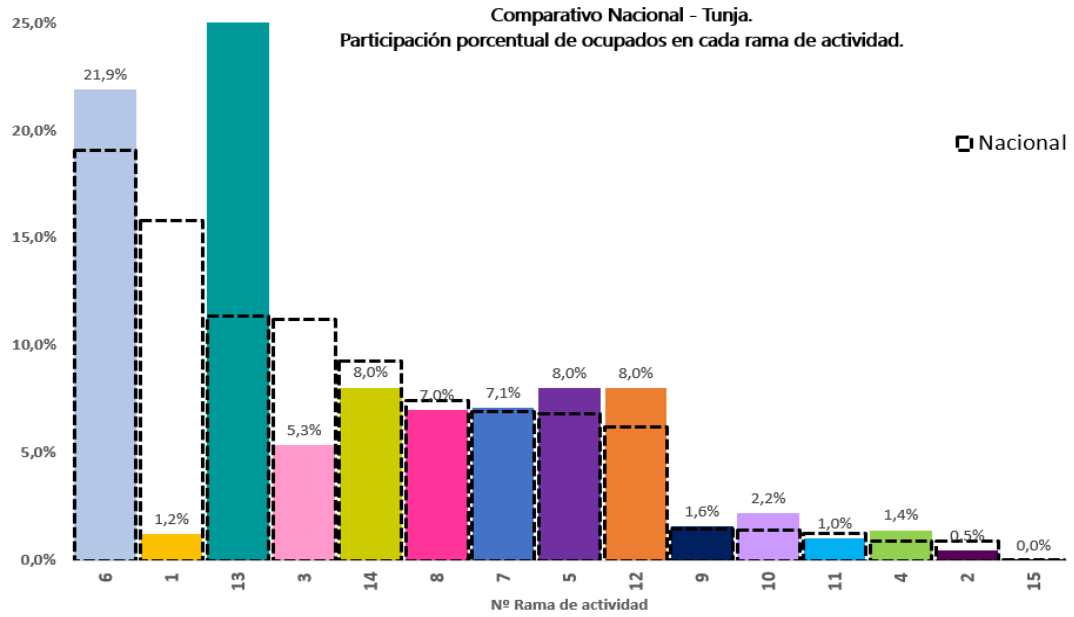


Gráfico 3. Comparativo empleados por rama de actividad Tunja – Nacional.

Fuente: Visor de Datos DANE.

Las mayores diferencias observadas en el mercado laboral con respecto al nivel nacional tienen que ver con los sectores de comercio, agricultura, administración pública e industria manufacturera. Estos diferenciales permiten observar la gran concentración del empleo en la ciudad en dos ramas de actividad: comercio y administración pública, la baja representatividad del sector primario y el escaso desarrollo de la industria. La mención especial al sector de la construcción debido a que la ciudad se encuentra en

expansión urbana, y al empleo en actividades profesionales y científicas, debido a la presencia de centros educativos de nivel superior en el territorio.

Tabla 2. Ocupados en Tunja por nivel educativo y género 2019 – 2020.

Nivel educativo	Tunja							
	Hombres				Mujeres			
	Mayo - diciembre 2020	Mayo - diciembre 2019	Variación porcentual	Contribución (p.p.)	Mayo - diciembre 2020	Mayo - diciembre 2019	Variación porcentual	Contribución (p.p.)
Población ocupada	38	45	-14,5		34	42	-19,9	
Ninguno	1	2	-35,2	**-1,7**	1	2	-34,9	**-1,4**
Educación básica primaria y secundaria	7	10	-25,2	**-5,5**	4	6	-39,7	**-5,9**
Educación media	13	15	-13,1	**-4,3**	8	12	-30,6	**-8,7**
Educación técnica profesional y tecnológica	5	6	-21,6	**-3,1**	6	8	-20,8	**-3,9**
Educación universitaria y posgrado	12	12	-0,2	**-0,1**	14	14	-0,2	**-0,1**

Fuente: DANE, Informe de mercado laboral enero – diciembre 2020.

La información de la tabla 2 permite evidenciar un elemento importante dentro de la problemática de la ciudad que a su vez se convierte en una oportunidad para el planteamiento de políticas de empleo: todos los niveles educativos por debajo del nivel profesional perdieron puestos de trabajo en la coyuntura social actual, lo que significa que la apuesta por la generación de empleos que vinculen a personal profesional y con nivel de posgrado tienen una mayor resistencia a choques negativos en la demanda y la oferta como los generados por la pandemia del COVID – 19, pensando en la estabilidad de una política pública de desarrollo empresarial y productivo. Dentro del mismo informe del DANE (2020), se menciona que otra es la realidad para aquellos profesionales recién graduados o que no tenían empleo durante el año 2019, ya que el número de desocupados en este nivel aumentó en un año de los 4000 a los 6000 aproximadamente. La misma situación se presentó para aquellos que se forman en niveles de educación técnica y tecnológica, ya que el desempleo aumentó de los 2000 en 2019 a 4000 en 2020.

Bajo este panorama se manifiesta el deseo de la entidad territorial para la generación de políticas públicas que permitan la transformación de la estructura productiva y la absorción de capital humano; los dos rasgos más relevantes de la situación problemática que presenta la ciudad y que obstaculiza el tránsito hacia la garantía de bienestar para sus habitantes.

Existen varias perspectivas teóricas desde las cuales es posible analizar el problema de la localización y estructuración de la zona franca en un determinado territorio. Moncayo (2002) realiza una revisión teórica sobre el asunto del desarrollo local y regional, exponiendo los principales paradigmas que han dominado el análisis en los últimos cincuenta años, entre ellos el enfoque de la acumulación flexible y la Nueva Geografía Económica (NGE), este último centrado en el crecimiento autoalimentado definido por el mismo autor como:

> "…el crecimiento de la economía en una determinada localización obedece a una lógica de causación circular, en la que los rendimientos crecientes a escala y los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante de las empresas conducen a una aglomeración de actividades que se autorrefuerza progresivamente." (p. 53)

En un trabajo posterior, el mismo Moncayo (2003) analiza el papel central que retoma la localización de la actividad económica en un contexto de globalización económica. En dicho trabajo hace una revisión de la perspectiva política y económica de la localización empresarial, revisión conformada por las escuelas de pensamiento antes mencionadas además de la medición de la competitividad desde la escala nacional y regional. En esta dirección, Alburquerque (2004), siguiendo los postulados de la Esser, Hillebran y otros (1996) sobre la competitividad sistémica, menciona la necesidad de promover desde diversos niveles una serie de acciones deliberadas que permitan alcanzar factores que potencien la generación de desarrollo económico local:

- Nivel micro: garantizar la actividad tecnológica y de gestión en actividades productivas y tejido empresarial local.
- Nivel meso: creación de un entorno innovador para el desarrollo empresarial, integrando las políticas sectoriales.
- Nivel macro: asegurar condiciones generales de estabilidad, y promover la adecuación de normas y marco regulatorio general.
- Nivel meta: impulsar la capacidad de animación social y la concertación estratégica de actores locales.

Una de las políticas públicas que mejor se acomodan a este esquema de competitividad territorial y promueven el desarrollo local es la política de zonas francas; toda vez que en ella se conjugan una serie de esfuerzos que van desde el modelo económico de un país, su legislación nacional, hasta las propuestas de desarrollo territorial y los proyectos de inversión del mismo nivel. Al mismo tiempo, se requiere del concierto de actores privados y del ámbito educativo, con el fin de que la decisión e implementación de estas iniciativas corresponda con el deseo y las necesidades reales de los territorios.

Existen antecedentes del impulso de la política en el marco de los instrumentos de ordenación del territorio y de la inversión a lo largo de las últimas tres décadas. Es así como dentro del POT de la ciudad de Tunja, aprobado en el año 2001 se dispuso la posibilidad de generar espacios de localización de las actividades económicas comerciales e industriales que favorecieran la generación de ventajas competitivas y aglomeraciones industriales.

El plan de desarrollo “Tunja en equipo 2016 – 2019” considera dentro de su eje de desarrollo territorial, la actualización del Plan de Ordenamiento Territorial (POT), respetando las asignaciones que se hayan hecho para la asignación de usos de suelo,

entre ellas teniendo en cuenta el desarrollo de una zona franca para la ciudad. La vigencia gubernamental siguiente, bajo la visión contemplada en el Plan de Desarrollo Municipal "Tunja la Capital que nos Une" (2020 – 2023), en la línea temática: "desarrollo económico, empleabilidad y trabajo digno", programa: "ambiente empresarial y atracción de la inversión", propone que la reactivación económica de la ciudad se apoye en el establecimiento de estos espacios en que las empresas desarrollen al máximo su capacidad innovadora, así como la participación en mercados nacionales e internacionales.

Como se puede observar, la iniciativa ha cobrado fuerza durante los últimos dos mandatos, sin embargo, su puesta en marcha no ha gozado de acciones de ejecución concretas, y por tanto el soporte técnico que se haga desde los espacios como el académico, permitirán la argumentación que fortalezca la toma de decisiones y el éxito de este tipo de iniciativas. Uno de estos trabajos enfocados en la ciudad es el propuesto por Católico González (2013), quien realiza un estudio sobre los impactos urbano regionales que podría tener el establecimiento de este tipo de estrategias de desarrollo económico en la ciudad. Luego de la revisión sobre la teoría de la localización industrial y un compendio del desarrollo de las zonas francas en el mundo y en el país, por medio de la revisión de fuentes documentales y consulta de fuentes primarias (en las zonas francas de Fontibón, Mosquera y Tocancipá) define los criterios sobre los cuales evaluar la pertinencia e impactos de este tipo de emplazamientos en el escenario boyacense dentro de los sistema físico, social y cultural, y económico.

En este punto conviene entonces revisar los aportes de Michalczewsky (2012) al avanzar en una completa clasificación de los diversos tipos de zona franca que se han dado en la evolución de esta política pública a nivel internacional:

Tabla 3. Clasificación de las zonas francas.

Criterio de Clasificación	Tipo	Descripción
Según objetivos	Logísticas	Constituyen un centro de almacenamiento y distribución ubicados en cercanías a nodos de transporte, y buscan disminuir los costos de logística y transacción.
	Comerciales	Se crean con el fin de promover el comercio exterior, especialmente las exportaciones, y fomentar el ingreso de divisas.
	Económico-productivos	Buscan dar impulso a la competitividad de la industria de exportación y de la economía en general, disminuir los costos de producción, generar empleo, diversificar la plataforma productiva y atraer inversiones extranjeras.
	De desarrollo regional	Fomentan la utilización de bienes y servicios locales a través de la generación de eslabonamientos con la región donde se establece la ZF.
Según actividad	Almacenamiento	La mercadería solo puede ser objeto de las operaciones necesarias para su conservación y manipulación para mejorar su presentación o calidad comercial, o bien se puede someter a reacondicionamiento para su ulterior transporte.
	Comerciales	Las ZF actúan como centros de distribución, dedicándose a la compra y venta de bienes que no sufren transformación mientras se encuentran en tránsito, salvo procesos mínimos como fraccionamiento, empaquetado, control de calidad, limpieza, reacondicionamiento, etc.
	Industriales	Los bienes son sometidos a procesos de transformación, que incluye el ensamblaje y armado de productos.
	Mixta	Realizan actividades industriales y comerciales.
Según Sector económico	Servicios	Se dedican a la provisión de servicios, por ejemplo de informática y telecomunicaciones, financieros o bancarios, seguros, turismo, etc.
	Bienes	Se almacenan, comercian y/o fabrican productos tangibles.
Según el acceso al mercado	Internacional únicamente	Los productos fabricados o depositados en ellas solo pueden ser exportados o reexportados a otros países.
	Internacional y doméstico	Permiten ingresar la mercadería al mercado interno, luego de pagar los derechos aduaneros correspondientes.
Según el régimen de explotación	Públicas	La explotación de la zona se encuentra bajo la administración del Estado nacional, provincial o municipal.
	Privadas	La explotación de la zona la realiza una o varias empresas del sector privado.
	Mixtas	La explotación la realiza una entidad conformada por el Estado y una o varias empresas del sector privado.

Fuente: Michalczewsky (2012, p. 12)

Para identificar la tributación de acuerdo al régimen aduanero, régimen tributario nacional y territorial, es pertinente introducir los tipos de usuarios (operadores, industriales de bienes y servicios, y comerciales), instalados exclusivamente en las áreas

declaradas como zonas francas ya sean transitorias, permanentes especiales o permanentes[24].

Un usuario operador es una persona jurídica autorizada para administrar, dirigir, desarrollar la zona franca, y promoverá el ingreso de nuevas compañías. Por su parte el usuario industrial de servicios desarrollará actividades específicas como logísticas, de transporte, telecomunicaciones, investigación y tecnología, consultoría, servicios asociados a la salud, turismo, entre otros. El usuario industrial de bienes será la persona jurídica autorizada para producir, transformar o ensamblar bienes mediante el procesamiento de materias primas o de productos semielaborados, este usuario trae materias primas desde el exterior o el país, para que sean ensamblados o procesados en la zona franca y posteriormente distribuidas en el territorio aduanero nacional o internacional. Y el usuario comercial es la persona jurídica autorizada para realizar actividades de comercio, mercadeo, almacenamiento de bienes en uno o varias zonas francas[25].

Al respecto, los usuarios de zona franca gozan de un tratamiento preferencial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Estarán sometidos a una tarifa del impuesto sobre la renta y complementarios del 20%, mientras que el impuesto sobre la renta gravable aplicable a los usuarios comerciales de zona franca será la tarifa general (para el 2020 del 32%), sin embargo, aún tributan algunos usuarios a la tarifa del 15% por la suscripción de contratos de estabilidad jurídica.

Con respecto a las operaciones realizadas en las zonas francas, el estatuto aduanero (Decreto 1165 de 2019) expone:

[24] Decreto 278 de 2021. Modifica el decreto 2147 de 2016. “Requisitos especiales para la declaratoria de zonas francas en Colombia”
[25] Decreto 2147 de 2016 articulo 4. “Clases de usuarios de zonas francas”.

Exportación. Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, la salida de mercancías a una zona franca y a un depósito franco.

Importación. Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación, la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca, o de un depósito franco al resto del territorio aduanero nacional.

Zona Primaria Aduanera. Es aquel lugar del Territorio Aduanero Nacional, habilitado por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para la realización de las operaciones materiales de recepción, almacenamiento, movilización o embarque de mercancías que entran o salen del país, donde la administración aduanera ejerce sin restricciones su potestad de control y vigilancia. También se considera Zona Primaria Aduanera el área declarada como Zona Franca, para efectos del ejercicio de la potestad de control y vigilancia por parte de la autoridad aduanera.

En efecto, Cermeño (2017) siguiendo el régimen aduanero expone que, como regla general, la normatividad aduanera establece que las operaciones desde el territorio aduanero nacional, con destino a zonas francas, se consideran exportaciones definitivas. En este sentido, las mercancías que ingresan desde el territorio aduanero nacional se consideran **exportaciones**, por tanto, para efectos del impuesto sobre las ventas, conservarán la calidad de bienes y servicios exentos con derecho a devolución bimestral, a la luz del artículo 481 del Estatuto Tributario "*e. Las materias primas, partes, insumos y bienes terminados que se vendan desde el territorio aduanero nacional a usuarios*

industriales de bienes o de servicios de Zona Franca o entre estos ***siempre que los mismos sean necesarios para el desarrollo del objeto social de dichos usuarios".***

Al mismo tiempo de acuerdo al principio de extraterritorialidad y el concepto geográfico del que gozan las zonas francas, se considera que las mercancías que ingresan del exterior a estas zonas no han sido importadas, por lo tanto, operan los incentivos aduaneros y tributarios, es decir no hay lugar a liquidar y pagar arancel e impuesto sobre las ventas, hasta tanto el comprador de bienes producidos o comercializados en zona franca los importe o nacionalice, de acuerdo al artículo 429 del estatuto tributario "…en las importaciones, al tiempo de la nacionalización del bien. En este caso, el impuesto se liquidará y pagará conjuntamente con la liquidación y pago de los derechos de aduana". Así mismo, de acuerdo al artículo 102 del estatuto aduanero las mercancías de procedencia extranjera que permanezcan en los depósitos francos estarán exentas del pago de tributos aduaneros y del impuesto al consumo y se considerarán importadas temporalmente para reexportar en el mismo estado.

En materia tributaria territorial, el estatuto de rentas del municipio de Tunja[26] reglamenta la exclusión de la base gravable del impuesto de industria y comercio, de acuerdo a los ingresos que no conforman la misma:

> Cuando las mercancías adquiridas por la sociedad de comercialización internacional ingresen a una zona franca colombiana o a una zona aduanera de propiedad de la comercializadora con reglamento vigente, para ser exportadas por dicha sociedad dentro de los ciento ochenta (180) días calendario siguientes a la fecha de expedición del certificado de compra al productor, copia autentica del documento anticipado de exportación — DAEX- de que trata el Artículo 25 del Decreto 1519 de 1984.

[26] Acuerdo municipal 029 de 2020. Artículo 128, requisito para la procedencia de deducciones en el impuesto de industria y comercio.

Como se puede inferir el beneficio tributario para el usuario de zona franca se extiende frente al impuesto territorial sobre sus ingresos por exportaciones con límite de tiempo, cabe resaltar que es la única disposición frente al tratamiento tributario territorial que regula las operaciones en zonas francas, por ello se hace preciso la intervención del municipio apoyado en su autonomía fiscal y tributaria para la regulación de los tributos que intervienen en este tipo de operaciones: tasas, contribuciones e impuestos.

Conclusiones

- La estructura económica de la ciudad de Tunja ha permanecido estancada durante las últimas dos décadas, la concentración de las actividades económicas en el comercio y los servicios que generan incipientes niveles de valor agregado se ha mantenido intacta, limitando las posibilidades de desarrollo de actividades que a partir de la innovación aprovechen la estructura de proveedores adyacentes a la ciudad, dejando ir por la borda el establecimiento de industrias de transformación que generen externalidades positivas producto de economías de aglomeración y economías externas.

- Los niveles de desempleo de la ciudad, así como las presiones inflacionarias al interior de la ciudad la han convertido en una de las capitales más costosas del país, añadido a la escasa generación de nuevas oportunidades laborales que permitan aprovechar el creciente flujo de capital humano formado en niveles profesionales y de posgrado. Esta particularidad representa para la ciudad una fuga de cerebros y de recursos, puesto que las innovaciones se generan a partir de la aplicación del conocimiento a los casos específicos de la realidad en el ámbito empresarial y de la investigación, sin embargo, la ciudad no genera espacios para dicho desarrollo, mostrando un distanciamiento entre las entidades gubernamentales, la empresa privada y la academia.

- Es necesario que las políticas públicas encaminadas a la transformación productiva de un territorio se fundamenten en estudios serios que se enfoquen en las particularidades que el ámbito local expresa, esto con el fin de que la aplicación de estrategias nacionales (como la política de zonas francas) encuentre un correlato acorde al interior de las entidades territoriales. De esta manera, se puede reducir la incertidumbre sobre la capacidad de retorno que las inversiones en infraestructura (que demandan las zonas francas) pueden generar, además de seleccionar de mejor manera las actividades que deben estar incluidas en la estrategia, permitiendo el alcance de mejores resultados que beneficien a la mayor parte de la población.

- Para lograr un acercamiento al desarrollo de la zona franca en la ciudad de Tunja, es necesario el análisis y evaluación de los tributos territoriales que recaerían sobre los operadores de este tipo de zonas geográficas económicas especiales y su impacto en el marco fiscal del municipio. Es escasa o nula la regulación, lo que permite inferir que hasta el momento la zona franca no se ha contemplado como una alternativa de desarrollo para el municipio.

Referencias bibliográficas

Alburquerque, F. (2004). *Desarrollo económico local y descentralización*.

Arévalo-Luna, G. A., & Arevalo-Lizarazo, G. A. (2019). *Las zonas francas en Colombia: desarrollo empresarial y regional 2009 - 2016*. *Apuntes del Cenes*. https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.8406

Alcaldía de Tunja. (2020). Plan de Desarrollo de Tunja. Retrieved from http://www.tunja-

boyaca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-de-tunja-_20202023

Bustos Gisbert, M. (1993). Las Teorías de Localización Industrial: una breve aproximación. *Revista de Estudios Regionales*. https://doi.org/10.33081/formacao.v1i5.1042

Cámara de Comercio de Tunja. (2019). Estructura del tejido empresarial de Tunja, *53*(9). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Católico González, G. E. (2013). Propuesta para la evaluación integral de impactos urbano regionales en la ubicación de zonas francas en Tunja, 46. Retrieved from http://www.bdigital.unal.edu.co/11545/

Cetré, M. (2009). Estudio de la ciudad de Tunja a partir de indicadores económico-sociales. Ciudades e indicadores básicos el caso de Tunja. *Apuntes Del CENES*, *28*(48), 285–310.

DANE. (2020). Informe de mercado laboral Tunja 2020.

DANE. (2021). Indicadores socioeconómicos relevantes.

DANE. (2021). Visor de datos poblacionales: Ocupación y Desocupación en las principales ciudades del país.

Departamento de Boyacá (2008). Plan de Desarrollo Departamental. Retrieved from https://url2.cl/xuppl

Merchand,

Fujita, M., & Krugman, P. (2004). La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, *{{articulo*(4), {{paginasArticulo[0]}}-{{paginasArticulo[1]}}.

Medina, O., Pedroza, T., & Vergara, M. (2019). Comportamiento logístico de las zonas francas en Colombia. *Liderazgo Estratégico*, *9*(1), 40–60.

Merchand, M. (2006). Convergencia entre teorías que explican porque hay territorios ganadores y otros perdedores. En *Contribuciones a la Economía*. Disponible en http://www.eumed.net/ce/

Michalczewsky, K. (2012). El desempeño de las zonas francas en Argentina. Una aproximación a,los determinantes. *Экономика Региона*, 74.

Ministerio de Ciencia, tecnología e I. (2012). Plan estratégico departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación - PEDCTI Boyacá 2022: la ciencia, la tecnología y la innovación al servicio del desarrollo regional. Retrieved from https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-boyaca.pdf

Moncayo, E. (2002). Glocalización: nuevos enfoques teóricos sobre el desarrollo regional (subnacional) en el contexto de la integración económica y de la globalización. *Desafíos*, *7*(0), 50–99.

Moncayo, E. (2003). Nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre el desarrollo regional:¿ hacia un nuevo paradigma? *Revista de Economía Institucional*, *5*(8), 32–65.

Pinzón Alvarez, E., & Lora Suarez, J. E. L. S. (2016). La Generación De Beneficios Sociales

Y Económicos De Las Zonas Francas En Colombia. *FACE: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, *15*(2), 53. https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2015.1907

Presidencia de la República de Colombia. (2019). El plan nacional de desarrollo 2018-2022: “Pacto por Colombia, pacto por la equidad.” *Departamento Nacional de Planeación*. https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.9924

Lineamientos para el desarrollo de una investigación de mercados pertinente

Guidelines for the development of a relevant market investigation

Hugoberto Sánchez Sánchez. [27]

Resumen

Hacer investigación de mercados se constituye en una valiosa tarea para entender la dinámica del mercado, sus problemáticas, tendencias y directrices que debe ser conocidas por el empresario para tomar decisiones. La investigación debe ser rigurosa en el sentido metodológico de tal manera que se asegure la búsqueda de información valida y confiable para resolver un problema que afecta a la organización en el campo del mercadeo. En el presente documento además de presentar cuales son los pasos secuenciales para realizar la investigación; hace énfasis en la aplicación de dos herramientas fundamentales: la primera el árbol de problemas, que se utiliza para conocer cuáles son las causas del problema y la segunda, el focus group como herramienta que permite obtener información en fuentes primarias en las que se destaca la participación voluntaria del participante y donde se busca conocer: opiniones, comportamientos, tendencias, reacciones y aportes frente a una propuesta de mercadeo que le presenta la empresa.

El documento se sustenta además en el constructo epistemológico existente sobre investigación de mercados, en la experiencia del autor como investigador en este campo empresarial

[27] Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo. Magister en Dirección Estratégica. Docente USTA, seccional Tunja

Palabras claves

Problema, herramienta, enfoque, análisis

Abstract

Doing market research is a valuable task to understand the dynamics of the market, its problems, trends and guidelines that must be known by the entrepreneur to make decisions. The research must be rigorous in the methodological sense in such a way as to ensure the search for valid and reliable information to solve a problem that affects the organization in the field of marketing. In this document, in addition to presenting the sequential steps to carry out the investigation; Emphasizes the application of two fundamental tools: the first, the problem tree, which is used to find out what the causes of the problem are, and the second, the focus group as a tool that allows information to be obtained from primary sources in which the voluntary participation of the participant and where it is sought to know: opinions, behaviors, trends, reactions and contributions to a marketing proposal presented by the company.

The document is also based on the existing epistemological construct on market research, on the author's experience as a researcher in this business field.

Keywords

Problem, tool, approach, analysis

Introducción

La toma de decisiones en materia de mercadeo cuya esencia se fundamenta en conocer el comportamiento del consumidor, en la dinámica que emprende para satisfacer sus necesidades, en un contexto caracterizado por el permanente cambio, lleva a que las empresas deban contar con información actualizada cuya fuente está

en el consumidor actual y potencial, en el acervo documental que fluye permanentemente como respuesta al estudio del sector comercial y de servicios, el cual se traduce en libros, artículos de investigación, documentos y material de lectura que aporta a entender la complejidad del mundo del márketing. La dinámica del mundo empresarial hoy globalizado, deja al consumidor en posiciones de privilegio dado que cuenta con información en tiempo real sobre la oferta, sus condiciones, tendencias y comportamientos, aspecto que les permite relacionarse de manera distinta con la empresa. El consumidor cada vez más exigente, reclama de la empresa respuestas en materia de productos y servicios cada vez más sorprendentes y complejas para poder satisfacer las necesidades en un mundo cambiante, disruptivo y complejo.

Las empresas en este contexto de cambio se ven en la necesidad de contar con herramientas gerenciales como el Sistema de Información, que le permita conectarse en tiempo real con los acontecimientos del entorno a finde identificar y solucionar problemas que afecten el logro de los objetivos empresariales; en este caso la investigación de mercados busca profundizar en el conocimiento de los problemas que son materia de interés para tomar decisiones asertivas en aras de brindarle al consumidor el producto o el servicio que requiera, con la propuesta de valor que le permita tener una experiencia memorable.

El elemento diferenciador del proceso de investigación de mercados tradicional, es el de introducir la utilización de la herramienta denominada árbol de problemas para profundizar en la identificación del problema como insumo fundamental para estructural la investigación de mercados, al igual que establecer como el focus group como herramienta dinámica para obtener información se puede aprovechar con mayor preponderancia en la investigación de mercados. La utilización de estas dos herramientas es además el fruto de haber realizado más de cien investigaciones en el sector productivo donde se ha probado el aporte en los dos aspectos básicos de la investigación: la definición del problema y la búsqueda de información de calidad

Metodología

La necesidad de contar con información de calidad para la toma de decisiones en materia de la relación cliente - empresa, se sustenta en la aplicación del método científico como garante de la rigurosidad del proceso, toda vez que la información obtenida será tenida como insumo básico para la toma de decisiones por parte del empresario, las cuales pueden llegar a comprometer la propia existencia de la organización: Por ende con base en el desarrollo del estado del arte, el desarrollo epistemológico, el aporte del autor y los resultados prácticos de la investigación se busca asegurar confiabilidad y validez de la investigación. En este sentido el cometido de profundizar en la utilización del árbol de problemas y del focus group, se hace mediante el análisis comparativo de investigaciones de mercado, que fueron realizadas sin estas dos herramientas (solo teniendo en cuenta el problema formulado por el empresario y la utilización de encuestas estructuradas a nivel tradicional), frente a investigaciones realizadas teniendo en cuenta las dos herramientas antes mencionadas

Resultados (obtenidos y parciales) y recomendaciones

A continuación, se presentan los pasos secuenciales para realizar la investigación de mercados y los contenidos básicos en cada uno de ellos; en este proceso se destaca la utilización del árbol de problemas y el focus group

Paso 1- identificación del problema de investigación de mercados

Identificar el problema, es encontrar de manera especial cuales son las causas que lo están originando, no las consecuencias que están siendo evidentes, se parte se formular interrogantes sobre situaciones negativas que están afectando el logro de los objetivos de la empresa: bajas ventas, quejas de los clientes, presencia de la competencia, demoras en el pago de cartera entre otros o identificar acciones frente a oportunidades que tiene la empresa como desarrollar proyectos de inversión en

renglones donde se evidencie interesantes proyecciones de la demanda. En este paso se realiza la auditoría del problema a partir de un ejercicio colectivo con el empresario y su equipo cuyo propósito es identificar con la mayor profundidad cuales son las cusas del problema. Identificadas las causas estas se convierten en los insumos que orientan la estructura y el contenido de las preguntas a realizar en un instrumento de investigación, llámese: encuesta, entrevista, temática para el focus group.

El árbol de problemas se construye de la siguiente manera:

1-Identificar el tronco del árbol o problema central: En investigación de mercados, es la situación crítica que se está evidenciando. Amanera de ejemplo: los consumidores se están retirando de la empresa

2- Identificar las causas de primer orden a partir del problema central, ¿mediante la pregunta por qué se están retirando los clientes?: puede ser por un mal servicio, poco surtido, problemas de seguridad en la zona, incremento de los precios, mala calidad del producto.

3- Identificar las causas de segundo orden a partir de cada una de las causas anteriores, ejemplo: ¿por qué se presta un mal servicio?, puede ser porque no se da capacitación al personal de ventas

4- Se pueden seguir identificando las causas de las causas a manera de profundizar en las raíces del árbol

5-A partir del problema central y de las causas de primer orden se identifican las ramas del árbol, entendidas como los efectos que tendría para la empresa de persistir la situación, a manera de ejemplo, si hay mal servicio la consecuencia es que la empresa comience a tener una imagen negativa

6- Se busca identificar el efecto siguiente sobre el efecto anterior: ¿qué pasa si genera una imagen negativa?, el efecto será que no llegan nuevos compradores

7-Se reúnen los efectos superiores y se construye la copa del árbol, es decir el efecto general o problémico para la empresa

En el proceso de identificar el problema, se complementa el árbol, con el aporte de un experto que conozca el sector donde opere la empresa, o se hace la aplicación de instrumentos de investigación a manera exploratorio por ejemplo un sondeo para ratificar con un grupo de consumidores, desde su perspectiva cual consideran que sea el problema.

Paso 2- definir el enfoque del problema

La necesidad de profundizar en la definición del problema, lleva a la necesidad de explorar otros aspectos, en palabras de Malhotra (2008), se busca identificar aspectos de orden interno o externo que sean incidentes del problema, como el comportamiento y tendencias de los clientes, dinámica económica del sector donde opere la empresa, aspectos de orden legal donde opere la empresa, impacto de la tecnología en relación con el comportamiento de compra del consumidor y su relación con la tecnología disponible en la empresa. De manera especial en este punto es necesario enfocar el problema desde el análisis del estado del arte a finde identificar las teorías de soporte que permiten identificar las variables relevantes y la manera como estas deben ser analizadas en el proceso de identificar las acciones de solución del problema.

Paso 3- definir los objetivos de la investigación

Los objetivos son los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse Bernal (2000), en este sentido la investigación de mercados se orienta a establecer y lograr cuales son los llamados objetivos de investigación Malhotra (2008), para el caso

se constituyen en la información que requiere en empresario para tomar la decisión, dicha información se decanta en temas específicos que se organizan y se estructuran como objetivos específicos, así por ejemplo investigar : tendencias de compra, lugares preferidos, motivos de compra, tendencias de demanda y demás, cada uno de estos temas serán indispensables para tomar una decisión de mercadeo y serán abordados a través de una varias preguntas a aplicar según a la herramienta establecida.

Los objetivos de investigación tienen relación específica con los interrogantes que el empresario tiene en función de la gestión de mercadeo, de tal manera que el propósito de la investigación de mercados es resolver dichos interrogantes a través de la búsqueda de información tanto en fuentes primarias como en fuentes secundarias.

Paso 4: diseñar la investigación

Diseñar la investigación consiste en establecer cuáles son los aspectos de orden metodológico que le son propios en función de poder garantizar validez y confiabilidad como elementos que constituyen la esencia de la calidad de la investigación. El diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013a, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Kalaian, 2008).

La validez hace referencia a que el estudio presente resultados coherentes con lo que se pretende investigar, a si por ejemplo si se pretende investigar que imagen tiene el consumidor sobre el producto, no será válido recabar información sobre variables que no tengan que ver con el tema de imagen, de tal manera que la información que arroje el estudio debe estar en el campo que se pretende estudiar y no en otro.

La confiabilidad significa que los resultados por su calidad en cuanto a la veracidad de la información, el rigor estadístico y la representatividad de la población, arrojara resultados fiables para tomar la decisión.

El diseño de la investigación parte de establecer cuál es el tipo de investigación: para el caso cuando se requiere contar una investigación de mercados cuyos resultados se puedan inferir, se utiliza el tipo de investigación descriptiva o en estudios de mayor complejidad el tipo de investigación experimental. Luego se establece en el diseño si se utilizara un enfoque cualitativo o cuantitativo, además si se aplica el método deductivo o inductivo.

En este cuarto paso se define la población ósea el conjunto de sujetos que en mejor grado poseen la información que requiere la investigación y que estarán dispuestos a suministrarla; así por ejemplo si se quiere saber cuál es el concepto que los conductores de automóvil tienen sobre el rendimiento de una marca de aceite, la población será la totalidad de las personas que manejan un vehículo y en cuya practica deben realizar un cambio de aceite: esta población de circunscribe a una región especifica, a un género en particular, edad, nivel de ingresos u otra variable demográfica o psicográfica que permita establecer el tamaño de la población, dado que el investigador establece el perfil que debe tener la población; de esta manera se determina si es finita (se puede contar) o infinita (no se sabe con seguridad cuantos son sus integrantes). Definida la población se proyecta el tamaño de la muestra; es decir el número de integrantes de la población que se deben abordar para obtener la información asegurando que dicho número sea lo suficientemente representativo para poder inferir los resultados.

El tamaño de la muestra guarda relación con temas de costo, tiempo para la realización de la investigación, además de aspectos de orden estadístico como el nivel de confianza, la probabilidad de éxito y de fracaso y el error muestral.

En atención a las características de la población, de los objetivos de investigación y del método de recolección de información, se diseñan y se prueban los instrumentos que se aplican a la muestra para obtener la información necesaria. En este punto se diseña

la encuesta, el cuestionario para el focus group, la planilla para observación estructurada, el diseño del experimento o las preguntas para la entrevista, según sea el caso que se utilice una o varias herramientas para el caso.

En este punto es donde la experiencia del autor, al igual que las tendencias mundiales en el campo del marketing hacen evidente la necesidad de utilizar el focus group como herramienta cuyo propósito es obtener información mediante el abordaje a grupos específicos de clientes, consumidores o de población que tengan el perfil de poder ser agrupados por su experiencia, conocimiento, o una variable demográfica o psicográfica que sea pertinente para establecer que pueden conformar un segmento de mercado.

El proceso para aplicar el focus group es el siguiente:

Establecer cuál es el propósito del ejercicio (tomar información sobre una serie de variables que constituyen la base para el logro de los objetivos de la investigación, probar un producto o servicio que se vaya a lanzar al mercado, diseñar en conjunto una estrategia de marca, publicidad o promoción entre otros temas)

Convocar a un grupo entre 6 y 12 integrantes que guarden homogeneidad entre ellos ya sea por edad, experiencia, conocimiento, genero, momento de vida entre otros

Establece cual es la información que se requiere conocer a partir de la interacción de los integrantes del grupo

Diseñar el protocolo de intervención de quien hace la función de coordinación o liderazgo del proceso

Desarrollo del ejercicio: saludo, objetivos, intervenciones, preguntas, análisis, conclusiones

Se sugiere la utilización de esta herramienta dado que permite una mayor interacción con el participante, se toman opiniones, sugerencias, se evalúan posturas negativas, además de contar con la información no verbal que resulta valiosa cuando se trata de hacer exploraciones en materia de mercadeo. Los integrantes junto con una buena coordinación se encuentran en un espacio cómodo, con la motivación necesaria y con la disposición de brindar información de calidad más allá de lo que se pueda encontrar por ejemplo en una encuesta.

Paso 5: trabajo de campo

El trabajo de campo consiste en la aplicación de instrumentos que permitan obtener información de la fuerte primaria, en el tiempo establecido, en el lugar designado y con la calidad requerida. Para el desarrollo de este paso se establecen las siguientes acciones:

Definir el equipo el cual está integrado básicamente por un supervisor, un grupo de encuestadores o entrevistadores o tomadores de información y el equipo auxiliar que se requiera

Establecer la ubicación de los sujetos que integran la muestra

Establecer las rutas y la logística necesaria para realizar el abordaje de los sujetos muestrales

Efectuar el proceso de convocatoria, selección y capacitación del personal requerido

Efectuar la aplicación de los instrumentos de recolección de la información

Depurar la información recolectada

Hacer los pagos del equipo en atención a las metas de efectividad y eficacia que se hayan logrado

Organizar la información en las condiciones solicitadas por los analistas

Paso 6: análisis de la información

Se asume como el paso más trascendental de la investigación dado que es allí, donde la información cobra valor en la medida que sea interpretada con el rigor estadístico y el análisis técnico en función de los objetivos propuestos para la investigación. Previamente la información ha de estar depurada para evitar inconsistencias que afecten los resultados.

El análisis consiste en interpretar los resultados en función del propósito de la investigación; se hace de manera univariada utilizando tablas de frecuencia, en las que se destaca la frecuencia relativa y absoluta de los ítems que son sujeto de respuesta. De otra parte y para una mayor riqueza de la información se procede a realizar análisis multivariado, con el objeto de encontrar la relación entre variables; a manera de ejemplo si se está investigando el grado de interés de un grupo de estudiantes para un programa de Especialización, interesa saber en un solo análisis, si es preferido más por mujeres que trabajan y que tienen más de 25 años; en este caso se cruzan tres variables: edad, genero, ocupación.

Posteriormente como producto de la interpretación del cruce de variables, se presentan las conclusiones del estudio, que serán los aspectos claves que el empresario toma como base para tomar las decisiones que le competen.

Paso 7: sustentación de la investigación

Generalmente los resultados se sustentan ante el cliente que pueden ser el empresario que contrata la investigación o la junta directiva de la empresa; en este proceso se

explica el procedimiento y se hace énfasis en el logro de los objetivos planteados sustentando cada una de las conclusiones presentadas. Los informes pueden ser de manera ejecutiva: un informe corto donde se destaque el problema, los hallazgos y las conclusiones y un informe general que dé cuenta de manera minuciosa de todos los contenidos y procedimientos que se realización en la investigación

Conclusiones

1-En cada paso del proceso es necesario tener especial atención a temáticas que aseguren la pertinencia de la información obtenida, dado que con base en ella se toman decisiones que comprometen en alto grado los recursos de la empresa.

2- Al comparar las investigaciones de mercado realizadas por el autor, utilizando el árbol de problemas y el focus group; frente a las que solo utilizaron encuestas; se evidencia que los resultados son más coherentes con el objetivo planteado, dado que al llevar a cabo la decisión el comportamiento del mercado es similar a los lineamientos mostrados en la investigación.

3- La riqueza de la información es más amplia cuando se utiliza focus group, que encuestas tradicionales en razón a la oportunidad de profundizar en el análisis de los temas por parte de quienes integran el grupo de investigación, el escenario permite profundizar en los argumentos, realizar contra preguntas, analizar opiniones y llegar a consensos en una discusión abierta y constructiva.

4-La formulación del problema utilizando el árbol de problemas, profunda en las causas y no en los efectos como de manera sesgada lo puede asumir el empresario.

Referencias bibliográficas

Aaker, David A. (1989). Investigación De Mercados. México DF. México Editorial Mc Graw Hill

Benassini, Marcela. (2009) Investigación De Mercados. México. Editorial Prentice Hall

Bernal, Cesar Augusto. (2000) Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Santa Fe de Bogotá. Editorial Prentice hall.

Braidot, N (2005) Neuromarketing: Neuroeconomía y Negocios. Buenos Aires: Editorial Biblioteca Braidor

Churchil Gilbert. Investigación de Mercados. Thomson. México. 2003.

Cuesta, F (1997). L agestión del marketing directo. Priemera edición. Madrid. España.

Fischer Laura y Navarro Alma. Introducción a la investigación de mercados. Editorial Mc Graw Hill. México.1991.

Guiltinan, J P (2000) Gerencia de marketing. Estrategias y programas. Sexta edición Santafé de Bogotá, D.C, Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A. Mario Mesa Holguín

Hair, Joseph. (2009). Investigación de mercados en un ambiente de información digital. Edit. Mc Graw-Hill.

Hernández Sapieri, Roberto. (2014). Metodología de la investigación. México. Editorial Mc Graw Hill

Jany José N. Investigación integral de mercados. Edit. MC Graw-Hill

Kinnear T y TaylorJ, investigación de mercados. Edit. MC Graw-Hill. Bogotá, 2000

Kotler Philip. Mercadortecnia. Tercera edición. Editorial PHH. Mexico 1976

Malhotra, Naresh K. (2008) Investigación De Mercados: Un Enfoque Aplicado. México. Editorial Prentice Hall

Orozco, Arturo. (1999). Investigación de mercados. Concepto y práctica. Santa Fe de Bogotá. Editorial Norma

3

EMPRENDERISMO

Cómo crear un observatorio de emprendimiento en Boyacá [28]

How To Create An Entrepreneurship Observatory In Boyacá

María Inés Álvarez Burgos [29].

Resumen

Mediante la ejecución del proyecto realizado por la universidad Santo Tomás sobre la articulación de la academia, el gobierno y el sector productivo con la participación de cada uno de los entes descritos en la metodología, se determinó la importancia de crear un observatorio de emprendimiento para Boyacá que facilite la generación de una cultura emprendedora, que promueva la investigación para la creación de empresas y que se aprovechen las grandes potencialidades que tiene le departamento en materias primas y en recursos físicos, humanos y naturales, para dinamizar la economía y progreso del departamento con los componentes científicos, tecnológicos e innovadores. La propuesta garantiza la participación de todas las instituciones de educación superior presentes en toda la ciudad, con el apoyo y respaldo del gobierno y del sector productivo, avalando la infraestructura que ya existe como las unidades de emprendimiento, el comité interuniversitario para el emprendimiento y la red departamental de emprendimiento.

Indudablemente uno de los resultados prioritarios es la estructuración del observatorio de emprendimiento que involucre la realidad del sector productivo de la región y que desarrolle espÍritu emprendedor en niños y jovenes para que se comprometan con la

[28] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado y organizado los días 28 y 29 de mayo 2.021 por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[29] Administradora de Empresas. Ph. En Gerencia Y Política Educativa. Universidad Santo Tomás.

maria.alvarezb@usantoto.edu.co. https://orcid.org/0000-0002-8955-7379 .

ampliación del empleo desde la vocación departamental. De igual manera promover la cátedra de emprendimiento en todas las facultades de las universidades como una iniciativa desarrollada a partir de los currículos, para que no se convierta en algo pasajero y circunstancial, ya que es necesario que todas las disciplinas esten preparadas para las exigencias del medio actual, donde se debe actuar para encontrar oportunidades creativas y permeadas por el liderazgo.

Palabras Claves

Cultura empresarial, Currículo, Observatorio, Potencialidades locales, Unidades emprendimiento.

Abstract

Through the execution of the project carried out by the Santo Tomás University on the articulation of the academy, the government and the productive sector with the participation of each of the entities described in the methodology, the importance of creating an entrepreneurship observatory for Boyacá was determined. that facilitates the generation of an entrepreneurial culture, that promotes research for the creation of companies and that takes advantage of the great potential that the department has in raw materials and in physical, human and natural resources, to stimulate the economy and progress of the department with scientific, technological and innovative components. The proposal guarantees the participation of all higher education institutions present throughout the city, with the support and backing of the government and the productive sector, endorsing the infrastructure that already exists such as entrepreneurship units, the interuniversity committee for entrepreneurship and the departmental entrepreneurship network.

Undoubtedly one of the priority results is the structuring of the entrepreneurship observatory that involves the reality of the productive sector of the region and that

develops an entrepreneurial spirit in children and young people so that they commit to expanding employment from the departmental vocation. In the same way, promote the entrepreneurship chair in all university faculties as an initiative developed from the curricula so that it does not become something temporary and circumstantial, since it is necessary that all disciplines are prepared for the demands of the environment. current where you must act to find creative opportunities and permeated by leadership.

Keywords

Business culture, Curriculum, Entrepreneurship Units, Local potentialities, Observatory.

Introducción

Con el pasar de los años se han realizado esfuerzos para generar una cultura emprendedora en la región, pero a su vez, tambien se ha generado alarma para la población, especialmente para los jóvenes de que no hay oportunidades en el campo empresarial, promoviendo mayor incertidumbre y desconfianza en el desarrollo y progreso económico de territorios potenciales como Boyacá. Sin pretender opacar la realidad de la descomposición social por circunstancias de orden político, es de vital importancia resaltar y reconocer los valiosos aportes que ha hecho la academia en función del emprendimiento, que ha beneficiado a los jovenes en formación y a las diferentes poblaciones vulnerables sin considerar ninguna ganancia de orden económico.

En este sentido, un observatorio emprendedor sería lo más conveniente para aunar recursos de talento humano, financiamiento e infraestructura, que permitan visualizar el impacto en el contexto cultural del departamento con una comunicación asertiva de divulgar el número de empresas que se han acreditado gracias a la Educación superior. Pero de igual manera que, se pueda crear un centro de Investigación dedicado al emprendimiento, para observar y concientizar sobre las potencialidades y vocaciones territoriales, pero de la misma manera de las problematicas y dilemas sociales.

Metodología

El proyecto de investigación se hizo a partir de un diagnóstico con información obtenida mediante encuesta y entrevistas a las unidades de emprendimiento y directivas institucionales de educación superior de tunja en especifico 12 universidades, 7 dependencias del orden gubernamental y 47 empresas del sector productivo.

Tabla 1. Universidades y entidades gubernamentales participantes en la investigación

UNIVERSIDADES	ORDEN GUBERNAMENTAL
Universidad De Boyacá	Gobernación de Boyacá
Juan de Castellanos	ACTIVATE (Alcaldia de Tunja)
UNAD	Red regional de Emprendimiento
Remington	Bancoldex
UPTC	Consejo Regional de Competitividad
Universidad Catolica de Manizales	Cámara de Comercio
Universidad Javeriana a Distancia	Secretaría de Productividad de Boyacá
Unisangil	
Politecnico Gran Colombiano	
Universidad Antonio Nariño	
Unipamplona	
SENA	
Escuela Superior de Administración	
Fundación Universitaria del área Andina	
Universidad Santo Tomás	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Empresas del sector productivo participantes en la investigación

EMPRESAS SECTOR PRODUCTIVO		
Producciones SAS	Helisa – softbit SAS	Pollerizo sas
Ferretería y construcciones Country Colors	Inmobiliaria Roa Los Lanceros de Boyacá	Madecentro Colombia sas
Asopets plus	Grupo empresarial más activos sas	Casa Nacional del Profesor CANAPRO
Deportes jaetex	ESCAD	Constructora S y F

Dotaciones Boyacá	Helpet sas	Softbit sas
Framar	Mundo plásticos	Mazza Pizza al corte
Uniseguros asociados GyG	Electrodomesticos Bonilla	COOMULDESA
Krear ambientes	Ropa and rock	Boyacá 7 días
Restaurante Mr King	Fixing data service	Plásticos Boyacá
Hotel Plaza Muisca Sas	Almacenes paraiso sa	Crezcamos Sa
Magnus cervez artesanal	Iterlegis sas	Comfaboy
Vd el mundo a sus pies	Ecosentir	Servientrega SA
Fondo de garantías de Boyacá y Casanare sa	Educando Latinoamérica	Muebles y accesorios punto hogar
Contactar microfinanciera	Psicología clínica	Aegis publicidad
Jack ediciones	Jj domotic	Banco pichincha
Óptica visión y estilo	Grupo éxito	

Fuente: Elaboración Propia

RESULTADOS Y RECOMENDACIONES

En relación con los resultados se hizo evidente la necesidad de integrar todos los esfuerzos académicos, gubernamentales y del sector productivo en la creación de un observatorio como primordial producto de los hallazgos encontrados en el proyecto de investigación.

Igualmente todas las instituciones especialmente académicas coincidieron en la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora en los colegios de Tunja.

Como un tercer resultado se logró la creación de un comité interuniversitario para dinamizar el emprendimiento mediante las propuestas de planes de negocios única y exclusivamente a través de las unidades de emprendimiento de las instituciones.

Recomendaciones

1. Presentar una estructura del posible observatorio de emprendimiento para tunja como piloto para Boyacá.
2. Trabajar mancomunadamente orientados por el plan de desarrollo del departamento en materia de emprendimiento.

Los objetivos se cumplieron en su totalidad y no hubo ninguna limitante que impidiera la ejecución del proyecto.

Conclusiones

- Integrar y coordinar el trabajo que se realiza en las unidades de emprendimiento, para darle cobertura a la necesidad de crear más empresa en Boyacá.

- Formular una estructura en la que participen todos los actores del emprendimiento para investigar sobre las potencialidades y limitantes de la región para la generación de planes de negocio.

- Darle cumplimiento a la ley 1014 sobre la exigencia de desarrollar cultura emprendedora en el sistema educativo.

- Formar personas que respondan más por las necesidades de la comunidad en la mitigación de la pobreza mediante emprendimientos dinámicos.

- Crear la catedra de emprendimiento en facultades diferentes a la de Administración de empresas.

Referencias Bibliográficas

Anderson, A., Goel, S., Huber, G., Malhotra, N. y Watts, D. J. (2014). Political ideology and racial preferences in online. Sociological Science¸1, 28-40. http://dx.doi.org/10.15195/v1.a3

Argyris, C. (2000). Como Dirigir Personas en las Empresas. En Harvard Business Review. Gestión del conocimiento (G. Orbegozo, trad.; pp. 91-122). Deusto.

Baumol, W. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive [Emprendimiento: productivo, improductivo y destructivo]. Journal of Business Venturing, 11(1), 3-22. http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-X.

Borrow, C. (2012). Emprender un negocio. Editorial Planeta. Bogotá.

Brown, J. (2000). Growing up: Digital: How the web changes work, education, and the ways people lear. American Association for Higher Education Washington. http://www.aahe.org/change/digital.pdf

Cuero Rengifo, Raúl. (2012). Cómo ser creativo para triunfar. Editorial Intermedio. Bogotá

Delors, Jacques. (1996). La Educación encierra un tesoro. Unesco

Donate, Mario. J. y Sánchez de Pablo, Jesús. D. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation [El papel del conocimiento orientado al liderazgo en las prácticas de gestión del conocimiento

e innovación]. Journal of Business Research, Elsevier Vol68(2), 360-370. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.022.

Drucker, Peter. Dorothy Leonard, Susan Straus, (1954). The Practice of Management. Harper & Row. New York, 1954, pp. 44

Etzioni, Amitai. (1979). Organizaciones modernas (C. M. Cañadas, trad.). Unión tipográfica Editorial Hispano-americana.

Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and "mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations [La dinámica de la innovación]. Research Policy, 29(2), 109-123. https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4.

Gardner, H. (2000). La educación de la mente y el conocimiento científico de las disciplinas (G. Sánchez, trad.). Ediciones Paidós. Barcelona

Garvín, D. (2000). Crear una organización que aprende. En Harvard Business Review. Gestión del conocimiento (G. Orbegozo, trad.; pp. 51-90). Deusto.

González-Gil, E. Aparicio, O., Ostos, O., Barajas, M., Alcaraz, S., Rodríguez, J., Kaechele, M., Forés, A., Cano, E., Pons, L., Olabe, M., Olabe, J., Basogain, X. y Quintana, J. (2020). Innovación educativa y gestión del conocimiento. Ediciones USTA, Editores académicos, Oscar Yecid Aparicio Gómez y Olga Lucia Ostos Ortiz, Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Habermas, Jurgen. (1992). Ciencia y técnica como ideología (M. Redondo y M. Garrido, trad.). Tecnos. España

Harmaakorpi y Melkas. (2005). Gestión del conocimiento en redes de innovación.

Hirshberg, J. (1998). The creative priority: Driving innovative business in the real world [La prioridad de la creatividad]. Harper Business.

Jie, X. y Zhang, Z. (2006). The research on the application strategies of information and communication technologies to promote the knowledge transfer in regional innovation system. 2006 IEEE Asia-Pacific Conference on Services Computing (APSCC''06), Guangzhou, Guangdong. https://doi.org/10.1109/APSCC.2006.106.

Leonard, D y Straus, S. (1998). Poner a trabajar a todo el cerebro de la empresa. En Harvard Business Review. Gestión del conocimiento (G. Orbegozo, trad.; pp. 91-122). Deusto.

Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. EURE (Santiago), 28(84). http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008400004

Murcia Florián, J. (1999). Investigación y Acreditación. Bogotá

Nonaka, I. (2000). La empresa creadora de conocimiento. En Harvard Business Review. Gestión del conocimiento (G. Orbegozo, trad.; pp. 23-49). Deusto.

Orozco Silva, Luis Enrique. (s.f.). Responsabilidad del docente en la formación integral. Bogotá. Usta

Phipps, S. T. A. y Prieto, L. C. (2012). Knowledge is power? An inquiry into knowledge management, its effects on individual creativity, and the moderating role of an entrepreneurial mindset [¿El conocimiento es poder?]. Academy of Strategic Management Journal, 11(1), 43-58.

Puchol, L. (2011). El libro del emprendedor. Madrid

Rhee, Y. W., y Choi, J. N. (2017). Knowledge management behavior and individual creativity: goal orientations as antecedents and in-group social status as moderating contingency [Comportamiento en la gestión del conocimiento y creatividad individual]. Journal of Organizational Behavior, 38(6), 813-832. https://doi.org/10.1002/job.2168.

Runco, M. A., y Garrett, J. J. (2012). The standard definition of creativity [La definición estándar de creatividad]. Creativity Research Journal, 24(1), 92-96. https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092.

Seely Brown, J. y Hagel, J. (2000). Innovación institucional. Deloitte. https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/institutional-innovation/DUP293_institutional_innovation2.pdf.

Stewart, T. A. (1997). Intellectual capital: The new wealth of organizations [La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual]. Doubleday.

Shahzad, K., Bajwa, S. U., Siddiqi, A. F. I., Ahmid, F., y Raza Sultani, A. (2016). Integrating knowledge management (KM) strategies and processes to enhance organizational creativity and performance: An empirical investigation [Integrando las estrategias y procesos de gestión del conocimiento para mejorar

la creatividad y el desempeño]. Journal of Modelling in Management, 11(1), 154-179. https://doi.org/10.1108/JM2-07-2014-0061

Universidad Carlos III Madrid. - Foro emprendimiento e innovación con responsabilidad. 2014. Valencia

Universidad Santo Tomás. (2004). Proyecto Educativo Institucional. Ediciones USTA. https://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/pei.pdf

Universidad Santo Tomás. (2010). Modelo Educativo Pedagógico. Ediciones USTA. https://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/modelo-educativo.pdf.

Valhondo, D. (2010). Gestión del conocimiento, del mito a la realidad. Editorial Díaz de Santos. España

Formalización y emprendimiento: ¿alternativas pertinentes para vendedores ambulantes del centro histórico de Tunja? [30]

Formalization and entrepreneurship: pertinent alternatives for ambulant vendors in the historical center of Tunja?

Angie Leonela Salazar Soto[31] Yesica Alejandra González Moreno[32]

Resumen

Esta propuesta de investigación tiene como objetivo establecer planes de formalización y alternativas de emprendimiento dirigida a vendedores informales de la capital boyacense, de esta manera se busca reconocer las dinámicas socioeconómicas de esta población, donde se realizó un primer acercamiento identificando dificultades y problemáticas que presentan en el día a día. Evidenciando el bajo nivel de conocimiento de emprendimiento, formalización y la baja articulación con las políticas públicas a nivel municipal.

El método a utilizar es investigación participativa dirigida hacia la población objeto de estudio con alternativas encaminadas a dinamizar la economía solidaria y formalización de negocios a través de desarrollo de talleres de formación, donde se cuenta con el apoyo de la cooperativa de vendedores ambulantes **COVENAME** de la ciudad de Tunja, la cámara de comercio y la alcaldía de Tunja. Se espera que esta investigación contribuya a resolver las causas más significativas a que se enfrentan y de igual forma

[30] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado los días 28 y 29 de mayo 2021 y Organizado por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[31] Estudiante Contaduría Pública. Universidad Santo Tomàs Tunja/ Semillero ICONUS correo electrónico: angie.salazar@usantoto.edu.co. Link de Cvlac: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001805319

[32] Estudiante Contaduría Pública. Universidad Santo Tomàs Tunja/ Semillero ICONUS correo electrónico: yesica.gonzalez@usantoto.edu.co . Link de Cvlac: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001805640

generar propuestas de políticas públicas con el fin de que los entes territoriales tomen acciones significativas.

Esta investigación se articula con el consultorio tributario y financiero de la facultad de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás, cuyo fin es optimizar las actividades de proyección social, investigación y docencia, donde los estudiantes y expertos en diferentes áreas desarrollan sus conocimientos para diagnosticar y solucionar problemas específicos de personas naturales, organizaciones y comunidad en general relacionadas con aspectos contables, tributarios y financieros, interviniendo directamente los 5 estudiantes que hacen parte del consultorio NAF- Núcleo de apoyo fiscal de la facultad.

Palabras Claves: Productividad, Política pública, Solución.

Abstract

This proposal aims to establish formalization plans and entrepreneurship alternatives aimed at informal vendors in the capital of Boyacá, in this way it seeks to recognize the socioeconomic dynamics of this population, where a first approach was made identifying difficulties and problems that they present in the day to day. Evidencing the low level of knowledge of entrepreneurship, formalization and the low articulation with public policies at the municipal level.

The method to be used is participatory research directed towards the population under study with alternatives aimed at boosting the solidarity economy and business formalization through the development of training workshops, with the support of the street vendor cooperative COVENAME of the city of Tunja, the chamber of commerce and the mayor's office of Tunja.

It is expected that this research will contribute to solving the most significant causes that are faced and in the same way generate proposals for public policies in order for territorial entities to take meaningful actions.

This research is articulated with the tax and financial office of the Faculty of Public Accounting of the Santo Tomás University, whose purpose is to optimize the activities of social projection, research and teaching, where students and experts in different areas develop their knowledge to diagnose and solve specific problems of individuals, organizations and the community in general related to accounting, tax and financial aspects, directly intervening the 5 students who are part of the NAF-Fiscal Support Center of the faculty.

Keywords Productivity, Public policy, Solution.

Introducción

En la búsqueda de soluciones para cambiar los resultados que durante años se han presentado con el sector de los vendedores ambulantes, nace la pregunta ¿La formalización y emprendimiento: alternativas pertinentes para vendedores ambulantes del centro histórico de Tunja? El objetivo principal es encontrar las estrategias para que los vendedores ambulantes adquieran herramientas para el desarrollo de sus ideas de negocio, y así alivianar la situación económica, social, que han vivido durante varios años, lo cual no es ajena a la situación actual del país. Es aquí donde se plantean las alternativas como el emprendimiento y la formalización, haciendo énfasis en los beneficios que traen como capacitación, acompañamiento, equipamiento, comercio, etc. Ya se realizó un primer acercamiento identificando dificultades y problemáticas que presentan en el día a día, evidenciando el bajo nivel de conocimiento de emprendimiento, formalización y la baja articulación con las políticas públicas a nivel municipal.

Metodología

En cuanto al método utilizado para la presente investigación, éste será método de investigación acción participativa, (Creswell, 2020) ya que el razonamiento desarrollado

es cualitativo, busca obtener resultados fiables para mejorar situaciones de los vendedores informales, basados en la participación de los vendedores ambulantes. El diseño metodológico que en términos generales conlleva la investigación-acción participativa puede resumirse en tres fases: (Bernal Torres, 2020, pág. 61).

- Proceso de inicio- contacto con la comunidad.
- Elaboración del plan:
- Ejecución y evaluación del estudio (Definición y operacionalización de variables).

Resultados Parciales

Proceso de inicio – contacto con la comunidad:

En esta fase, se hizo acercamientos con: presidente cooperativa vendedores ambulantes COVENAME; vendedores ambulantes que no pertenecen a cooperativa; Comerciantes formalizados; Secretaria de Gobierno de Tunja; Cámara de comercio de Tunja; Sena Regional Boyacá.

Ejecución y socialización del estudio

En esta fase se realizan las encuestas a los vendedores ambulantes del centro histórico de la ciudad de Tunja, donde luego de realizar un análisis a las respuestas se evidencia que muchos de ellos están inconformes con el espacio público, debido a que no cuentan con muchas herramientas para que su negocio prospere y además se analiza que la mayoría de la población requiere capacitaciones para poder formalizar su negocio y tratar de generar mayores ingresos para su sostenibilidad y así mismo el de su familia. (Se anexa formato diligenciado por un vendedor ambulante).

Definición y operacionalización de variables.

Entrevistas y encuesta, aplicada a los representantes de la alcaldía del municipio de Tunja, a los representantes de vendedores ambulantes y representante de COVENAME, se van tener en cuenta varias dimensiones como: informalidad, vendedores ambulantes, formalidad, desempleo, pobreza, problemas socioeconómicos, invasión del espacio público. A partir de técnicas como observación, reuniones con los vendedores ambulantes, sus directivas y/o representantes y visitas a beneficiarios entre otras.

Caracterización y análisis de involucrados

Beneficiario

La cooperativa de vendedores ambulantes de Tunja, COVENAME con 163 asociados y constituida desde 1996, participará activamente en lograr su formalización y generar estrategias de emprendimiento en su beneficio, para contribuir a un mejor uso del espacio público y mejorar sus condiciones económicas, social y cultura ciudadana.

Cooperante

Secretaria de gobierno del municipio de Tunja, Activa-T; Sena Regional Boyacá.

Oponente

Los establecimientos de comercio ubicados en el centro histórico de la ciudad de Tunja. Los locales comerciales de todo a mil, todos a dos mil y otros ubicados en el centro histórico ya que son la competencia de los vendedores ambulantes. Los espacios culturales, religiosos y organismos estatales que funcionan en el centro histórico.

Perjudicado

Vendedores ambulantes que no están asociados y/o cooperados, así como los vendedores ambulantes migrantes.

De las conclusiones de primera entrevista que se tuvo con las directivas de COVENAME

- Solicitan capacitación para ofrecer información turística del municipio de Tunja

- Solicitan capacitación en los temas acordes a los proyectos de cada vendedor ambulante (diferentes ideas de negocios)
- Solicitan Realizar proyectos desde el núcleo familiar donde se potencie la familia y sea de integración para los vendedores ambulantes
- Identifican que los vendedores informales no son solo los vendedores ambulantes sino también taxistas y emboladores, entre otros.

Elaboración del plan

Se analiza la situación recogida en las encuesta y entrevistas, para revisar la orientación que se les va a dar respecto al tema de formalización y emprendimiento en el plan de acción a seguir.

Conclusiones

La hipótesis planteada sobre la necesidad de capacitación en emprendimiento, es uno de los primeros puntos en las necesidades identificadas en la recolección de información de los vendedores ambulantes.

A lo largo de este trabajo y revisando diferentes instancias en las que se forman roces en torno a la ciudadanía en la formalización de vendedores informales de la ciudad de Tunja, se decidió socializar este proyecto con: el Presidente de la cooperativa vendedores ambulantes COVENAME; los vendedores ambulantes que no pertenecen a cooperativa; Comerciantes formalizados; Secretaria de Gobierno de Tunja; Cámara de comercio de Tunja y el Sena Regional Boyacá, donde nos aportaron grandes ideas para poder formalizar nuestro proyecto y con ello llegar a cada vendedor de una manera más concreta teniendo unos aportes significativos para ellos.

El análisis de la informalidad en Colombia y para este proyecto de investigación con delimitación en Tunja es de gran importancia, ya que la informalidad, surge como alternativa de subsistencia por parte de los ciudadanos tunjanos, ante el desempleo

generado, la exclusión social derivada de problemas de violencia y marginalidad social, por la falta de ingresos, educación y capacitación. En donde el modelo económico adoptado por los mismos y sus políticas afectan la economía local, en contexto que estas personas presentan dificultades para articularse y hacer parte de la economía local.

Se evidencia que no solo las causas y consecuencias están enmarcadas como se trató anteriormente, sino que los el análisis de las primeras encuestas realizadas a las corporaciones nos dejan ver la desigualdad, desempleo, nivel de educación, cierre de empresas entre otras y que a su vez estás están ligadas a un plan de gobierno.

Al concluir este grupo de vendedores ambulantes dicen tener una gran satisfacción, con la actividad desempeñada y así mismo las condiciones de trabajo, donde se evidencio que de acuerdo a las entrevistas realizadas los vendedores informales mienten acerca de su satisfacción, ya que esta se trata más de conformismo por las actividades que desempeñan en su labor diaria, ya que cada una de estas personas se adaptan a horarios condiciones de trabajo, con el único fin de cubrir sus necesidades básicas.

Referencia Bibliografía

Beck, U. (2004). Cosmopolitical realism on the distinction between cosmopolitanism in philosophy and the social sciences. *Global Networks, 4*, 131-156. doi:10.1111/j.1471-0374.2004.00084.x

Bernal Torres, C. A. (29 de Junio de 2020). *https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fabacoenred.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F02%2FEl-proyecto-de-investigaci%25c3%25b3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf.* Obtenido de https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fabacoenred.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F02%2FEl-proyecto-de-investigaci%25c3%25b3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf

BID, Gobernación de Boyacá, COLCIENCIAS, OCYT. (17 de Julio de 2020). *https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fminciencias.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fupload%2Fpaginas%2Fpedcti-boyaca.pdf*. Obtenido de https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fminciencias.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fupload%2Fpaginas%2Fpedcti-boyaca.pdf

Buitrago, P. (2017). Estrategias para el fortalecimiento y transformación social de recicladores y vendedores ambulantes: caso de la Cooperativa Coopfuturo Alamos-Bogotá. *Revista Perfiles gerenciales, 6*(2), 98-109.

Camacho, I. (2005). *Caracterización económica y social de los vendedores ambulantes y semiestacionarios del centro de Bogotá.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Campana, M., Chatzidakis, A., & Laamanen, M. (2017). Introduction to the special issue: A macromarketing perspective on alternative economies. *Journal of Macromarketing, 37*(2), 125-130. doi:10.1177/0276146717700228

Canales, D. (2017). *Comercio informal urbano en Chile neoliberal: el caso de los vendedores ambulantes en el transporte público (Santiago, 1990-2017).* Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Castellanos , T. (2014). *Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana.* Manchester: Women in International Employment: Globalizing and Organizing .

Castiblanco, S. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *sociedad y economía, 34*, 211-228.

Combes, J., Hamit-Haggar, M., & Schwartz, S. (2018). A multilevel analysis of the determinants of willingness to pay to prevent environmental pollution across countries. *The Social Science Journal, 55*(3), 284-299. doi:10.1016/j.soscij.2018.02.001

Creswell, J. W. (29 de Junio de 2020). *https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=http%3A%2F%2Fwww.catedras.fsoc.uba.ar%2Fginfestad%2Fbiblio%2F1.2.%2520Creswell.%2520A%2520qualit....pdf.* Obtenido de https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=http%3A%2F%2Fwww.catedras.fsoc.uba.ar%2Fginfestad%2Fbiblio%2F1.2.%2520Creswell.%2520A%2520qualit....pdf

Darity, W., & Williams, R. (1985). Peddlers forever?: Culture, competition, and discrimination. *The American Economic Review, 75*(2), 256-261.

Daza, J. (2019). *Análisis de las políticas públicas para el manejo de la informalidad laboral en Bogotá, caso: vendedores ambulantes en el período 2008-2015.* Bogotá: Fundación Universidad de América.

DNP. (13 de Julio de 2020). *https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fwww.dnp.gov.co%2FDNPN%2FPaginas%2FPlan-Nacional-de-Desarrollo.aspx*. Obtenido de https://meet.google.com/linkredirect?authuser=0&dest=https%3A%2F%2Fwww.dnp.gov.co%2FDNPN%2FPaginas%2FPlan-Nacional-de-Desarrollo.aspx

Donovan, M. (2004). La Guerra por el espacio en Bogotá: La" recuperacion" del espacio público y su impacto sobre los vendedores ambulantes. *Territorios, 12*(1), 109-146.

Dos Santos, R. (2016). *Formas De Organização Da Atividade Comercial Turística Dos Vendedores Ambulantes De Pontal Do Paraná–Paraná–Brasil.* Pontal de Paraná Brasil: X Fórum Internacional De Turismo Do Iguassu.

Franco, F., & Molano, F. (2016). *La bancarización de los vendedores ambulantes del sector de la Candelaria en la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad La Gran Colombia.

Gomez, A. (2013). *Estudio sobre los vendedores ambulantes en la jurisprudencia de la Corte Constitucional colombiana entre 1993 y 2003.* Bogotá: Uiversidad de la sabana.

Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks.* New York: International Publishers.

Hannerz, U. (1990). Cosmopolitans and locals in world culture. *Globalisation and Modernity Ed. M Featherstone*, 237-251. doi:10.1177/026327690007002014

Homer, E. (2017). *A community economies approach to consignment clothing in Guelph,.* Ontario: Tesis Doctoral.

Kothari, U. (2008). Global peddlers and local networks: migrant cosmopolitanisms. *Environment and Planning D: Society and Space, 26*(3), 500-516. doi:10.1068/dcos2

Lacabana, M. (1989). *La organización de los trabajadores del sector informal: el caso de los vendedores ambulantes en Venezuela.* Miami: XV Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos.

Llanes, M., & Lopez, Y. (2004). *Desarrollo de una alternativa de gestión para una unidad organizacional de vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad Javeriana.

Martínez, M. (2013). Vendedores ambulantes: Viejos y nuevos actores en ciudad de fronteras: Caso San Cristóbal-Venezuela. *Aldea Mundo*(18), 59-72.

Mayoral, D. (2019). *Impacto de las decisiones judiciales de las altas cortes sobre los derechos de los vendedores ambulantes en Colombia.* Bogotá: Universidad Santo Tomás .

Nieto, M. (2005). *Política social y exclusión laboral Descripción y análisis del caso de los vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá.* Bogotá. : Universidad Central.

Ortner, S. (1995). Resistance and the problem of ethnographic refusal. *Comp Stud Soc Hist, 31*(1), 173–193. doi:10.1017/S0010417500019587

Ostos Ortiz, O. L., & Cortés Gallego, M. A. (2018). Los campos de acción en la Universidad Santo Tomás. Resultados de estudio 2012-2018. *REVISTA INTERAMERICANA DE INVESTIGACIÓN, EDUCACIÓN Y PEDAGOGÍA*, 15 - 40.

Pavas, J., & Torres, D. (2016). *Vendedores ambulantes en Bogotá: análisis económico de la estructura institucional para la formación de capital social en términos de las políticas públicas y el desarrollo humano.* Bogotá: Universidad de la salle.

Perelman, M. (2013). Trabajar, pedir, vender. El caso de los vendedores ambulantes en trenes de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 231-250.

Reginensi, C. (2004). *O espaço público dos vendedores ambulantes (Guiana francesa, Belém do Pará e Recife, Brasil): entre negociação e conflito, a procura de sustentabilidade.* Guiana Frances Brasil: VIII Congresso Luso-Afro Brasileiro de Ciências Sociais.

Sarkar, D., & Kundu, K. (2018). The overlap spaces of alternative economy and subaltern businesses: a study of emigrant peddlers. *Journal of Economic Structures, 7*(1), 1-24. doi:10.1186/s40008-018-0128-9

Sharp, J. (2011). A subaltern critical geopolitics of the war on terror: postcolonial security in Tanzania. *Geoforum, 42*(3), 297–305.

Torres, R. (2017). Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá. *Trabajo y sociedad, 29*(1), 327-351.

Williams, M. (1984). The Methodology and Practice of Modern Labor Economics. *Labor Eco- nomics: Modern View*, 23-51.

El SG SST - Herramienta de formalización de microempresas turísticas, caso Hotel Olimpia Duitama

The SG SST as a tool for the formalization in the tourism micro-enterprises, case of the Olimpia Duitama hotel

Franci Yolima Zárate Solano[33]

Resumen

Esta ponencia es el resultado del trabajo de grado en modalidad de monografía de la estudiante Betty Carolina Arguello, la cual se realizó bajo la dirección de la Mg. Franci Yolima Zárate, quienes tomaron como caso de estudio al Hotel Olimpia, en representación de las microempresas turísticas; dicha empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Duitama, y por ser nueva en el mercado aún se encuentra en proceso de formalización empresarial, y una de sus mayores necesidades es contar con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, por tal razón se decidió hacer la implementación del SG – SST en dicho Hotel y analizar la incidencia en su proceso de formalización.

En tal sentido se proponen herramientas de organización empresarial, las cuales aportan a las micro empresas un carácter de formalidad, con el fin de que puedan acceder a los beneficios que el gobierno y los diferentes entes públicos y privados ofrecen a las empresas en esta situación de pandemia, la cual ha trastocado todos los renglones de la

[33] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado y organizado los días 28 y 29 de mayo 2.021 por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja. Formación Posgradual: Magister en Administración de Organizaciones. Estudiante del doctorado Administración Gerencial. Universidad Pedagógica Y Tecnológica De Colombia correo electrónico. Franci.zarate@uptc.edu.co Link de Cvlac. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001535093

economía del país y en especial a las organizaciones que se desempeñan en la actividad turística a nivel global.

El proceso de implementación del sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo del Hotel Olimpia se hizo tomando como referencia principal el decreto 1072 de 2015, la resolución 0312 de 2019, la resolución 666 de 2020 y la resolución 1285 de 2020, además de otros documentos teóricos sobre formalización empresarial, conjuntamente se aplicó entrevistas a los colaboradores del Hotel Olimpia y directivos, para determinar su perfil sociodemográfico e identificar los peligros que perciben en el desarrollo de sus actividades diarias.

Palabras Claves: Estructura Organizacional - Formalización – Microempresa - Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Abstract

This presentation is the result of the degree work in monograph modality of the student Betty Carolina Arguello, which was carried out under the direction of Mg. Franci Yolima Zárate, who took the Hotel Olimpia as a case study, representing tourism micro-businesses; This company is located in the city of Duitama, and because it is new to the market, it is still in the process of business formalization, and one of its greatest needs is to have the Occupational Health and Safety Management System, therefore For this reason, it was decided to implement the SG - SST in said Hotel and analyze the impact on its formalization process.

In this sense, business organization tools are proposed, which provide micro enterprises with a formality character, so that they can access the benefits that the government and the different public and private entities offer to companies in this situation of pandemic, which has disrupted all lines of the country's economy and especially the organizations that work in tourism at a global level.

The process of implementation of the Occupational Health and Safety Management system of the Hotel Olimpia was made taking as the main reference decree 1072 of 2015, resolution 0312 of 2019, resolution 666 of 2020 and resolution 1285 of 2020, in addition to Other theoretical documents on business formalization, jointly interviews were applied to the employees of the Hotel Olimpia and managers, to determine their sociodemographic profile and identify the dangers they perceive in the development of their daily activities

Key words

Organizational Structure - Formalization - Microenterprise - Occupational Health and Safety Management System.

Introducción

Las empresas modernas buscan crecer en sus entornos micro - macro y una de sus características más destacadas tiene que ver con la participación y sostenimiento en los mercados, así mismo en el reconocimiento ante su gremio, mediante la implementación de una ventaja competitiva que de posicionamiento, sin embargo en estos tiempos de Pandemia, esta ventaja cobra un valor relevante ya que solo las empresas que se encuentren formalizadas pueden acceder a los benéficos de los gobierno y de los gremios para no desaparecer.

Retomando lo descrito por Porter frente a la competitividad “los factores de integración con empresas relacionadas llevan a la organización a buscar fortalezas y apoyos en sus relaciones externas, a través de diversas vinculaciones productivas. Los factores asociados a las oportunidades de mercado tienen que ver con la habilidad de la organización de ver hacia fuera y detectar condiciones coyunturales de las cuales pueda sacar un beneficio para sí misma”. (Poter, 1993, pág. 15).

Con el fin de continuar haciendo parte de la industria, en este caso de la actividad turística, se hace indispensable que las Micro empresas, se dirijan a tener un grado importante de formalización empresarial, el cual les de las posibilidades de posicionarse,

competir, construir alianzas para su fortalecimiento; dicha formalización se encuentra expresada por diferentes autores de la disciplina Administrativa, como Max Weber en su teoría de la burocracia, en la cual cobran relevancia los manuales de funciones, flujogramas de proceso, manuales etc., herramientas que dan una visión formal al desempeño de las organizaciones.

De otra parte, en Colombia una forma de alcanzar reconocimiento y crecimiento es mediante la formalización empresarial, que según el ministerio de comercio (Min Comercio).

> Es un proceso multidimensional, no un estado binario; una empresa es totalmente formal cuando cumple todas las normas que le aplican de manera obligatoria. Y trae ventajas como: Hacer pública la calidad de empresario; Hacer visible al empresario frente a sus clientes; Brinda seguridad jurídica; Protege el nombre de la empresa y la legitimidad del negocio; Facilita su participación en licitaciones y procesos de selección del Estado; Brinda la posibilidad de inscribirse en capacitaciones gratuitas, foros y ferias; Facilita el acceso al Sistema Financiero y la obtención de créditos; Facilidad para acceder a Recursos no reembolsables (Bancóldex, Fondo Impulsa y Fondo Emprender-SENA), Participación en Ruedas de Negocios Nacionales e Internacionales. (Min Comercio, 2020).

En este mismo sentido, en Colombia el ministerio de trabajo exige la implementación del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (SG – SST) para poder acceder a la legalidad de la empresa y lo describe así:

> Que consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los

riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales. (Ministerio de trabajo, 2015).

Dicho sistema debe ser implementado por todas las organizaciones independientemente de su tamaño, sector o naturaleza de acuerdo al decreto 1072 de 2015 (reglamento único del trabajo), sin embargo, cada empresa tiene necesidades diferentes, por eso en la resolución 0312 de 2019, se explican de acuerdo al tamaño de la empresa cuales son los estándares que como mínimo deben incluirse en el Sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

El problema central, radica en que el Hotel Olimpia al estar en su etapa inicial, aún no cuenta con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, esto trae como consecuencia posibles sanciones impuestas por las autoridades competentes por el incumplimiento de las normas establecidas en el país que pueden llegar al cierre del establecimiento de comercio, además se pueden tener pérdidas económicas, puesto que por la falta de un Sistema de Seguridad y Salud en Trabajo, la empresa pueden llegar a tener que asumir gastos considerables, ya que se pueden presentar accidentes laborales o enfermedades profesionales, puesto que, al plantear las actividades a desarrollar en cada puesto de la empresa, no se tienen en cuenta los peligros y se pueden cometer errores que generen problemas que afecten a los trabajadores, ya sea físicamente o psicológicamente, especialmente por la pandemia de Covid-19 que se está afrontando a nivel mundial.

Así mismo el hecho de que Hotel Olimpia no sea una empresa formal completamente genera demoras en sus expectativas comerciales, Por lo anterior el problema se centra en el interrogante ¿Cómo la implementación de un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo aporta a la formalización de las microempresas turísticas? La cual espera ser contestada al final del proyecto.

El desarrollo de este trabajo tiene como objetivo principal Implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SG – SST) en el Hotel Olimpia de la ciudad de Duitama, para continuar con su proceso de formalización, el cual se apoya en tres

objetivos específicos los cuales son: establecer el corpus documental a partir de la revisión de normas referentes a la Seguridad y Salud en el Trabajo y actualizaciones con respecto a la situación de Covid-19 que se vive hoy en día; aplicar los estándares mínimos de SG – SST establecidos en la resolución 0312 de 2019 a la Microempresa Hotel Olimpia de la ciudad de Duitama; analizar la incidencia de la implementación del Sistema Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo frente a la Formalización del sector de las microempresas en la actividad turística.

El marco teórico del proyecto implementación del SG – SST como herramienta para la formalización en las microempresas turísticas, caso Hotel Olimpia Duitama se construye desde dos pilares fundamentales como lo son en primera instancia, el SG_SST como herramienta legal para el correcto desempeño de las organizaciones en los ámbitos públicos y privados mediante ; el segundo pilar se centra en la formalización de las organizaciones como instrumento vital para crecimiento y desarrollo organizacional.

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, debe ser implementado por todos los Empleadores del ámbito Nacional e internacional según lo dispuesto por el Ministerio de Trabajo en el en el reglamento único del trabajo (decreto 1072 de 2015), así mismo establece los estándares mínimos de cumplimiento en la resolución 0312 de 2019, también es necesario tener en cuenta las disposiciones dictadas por el ministerio de salud y protección social mediante la resolución 0666 de 2020 por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia de coronavirus COVID 19 y la resolución 1285 de 2020 por medio de la cual se adopta el protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del coronavirus COVID 19 en los servicios y actividades de alojamiento en hoteles y otros tipos de alojamiento.

Para el desarrollo de este pilar de investigación, la estudiante se capacitó en el Servicio Nacional de aprendizaje SENA, en el curso denominado Sistemas de Gestión y Salud en el trabajo, con una duración de 50 horas exigidas en la resolución 0312 de 2019 para poder implantar el sistema en cualquier empresa. Así mismo, con el fin de poder

desarrollar el protocolo de Bioseguridad para el hotel, se tomó el curso ofrecido por el SENA, para este fin, con duración de 40 horas.

El segundo pilar parte de la conceptualización de formalización empresarial que según la organización internacional de trabajo (OIT) “es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal” y según la misma organización presenta diversas dimensiones, así: Registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales; Acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados; cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral. (OIT, 2010, Primer parrafo).

Con base en lo anterior se define que el proceso de formalización empresarial cuenta con una estructura planeada definida también por la misma organización como La formalización es un proceso gradual. Un empresario podrá, por ejemplo, contar con una licencia municipal de funcionamiento para llevar a cabo sus actividades desde su ubicación sin haberse registrado en la agencia tributaria, la oficina de empleo y la seguridad social (OIT, 2010, Primer parrafo).

Metodología

La metodología utilizada en este proyecto se basa en la investigación de tipo descriptiva, la cual para Hernández Sampieri “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (2014, Pag. 40): así mismo de tipo documental, debido a que también se analizan datos de otros autores como lo indica Fidias G. Arias. “La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”. (Investigacion cientifica, s,f); por otra parte se trabaja con un enfoque cualitativo, el cual

se desarrolla mediante entrevistas a los trabajadores y a los directivos para determinar su perfil sociodemográfico y los riesgos a los cuales están expuestos en el Hotel Olimpia

Tabla No 1: Herramientas cualitativas.

Herramienta	Descripción	Observación
Revisión documental	Decreto 1443 de 2014	Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo
	Decreto 1072 de 2015	Reglamento único del sector trabajo
	Resolución 0312 de 2019	Por la cual se definen los estándares mínimos para la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
	Resolución 666 de 2020	Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID - 19
	Resolución 1285 de 2020	Por medio de la cual se adopta el protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del Coronavirus COVID-19 en los servicios y actividades de alojamiento en hoteles (CIIU 5511); alojamiento en apartahoteles (CIIU 5512); alojamiento en centros vacacionales (CIIU 5513); alojamiento rural (CIIU 5514); otros tipos de alojamiento para visitantes (CIIU 5519); actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales (CIIU 5520); servicio por horas (CIIU 5530) y otros tipos de alojamiento n.c.p (CIIU 5590)
	La formalización empresarial	Definiciones de Cámara de Comercio de Bogotá, Organización Internacional del Trabajo, Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

Entrevista	8 colaboradores	Administrador 1 -Chef 1 - Auxiliar de cocina 1 - Camareras 1 Recepcionistas 4

Tabla 1. Fuente: Elaboración propia

La presente investigación se desarrolla en cuatro momentos los cuales se expresan a continuación.

Tabla N.º 2: Momentos de la investigación

Momento	Actividades	Resultados
Momento 1. Capacitación del investigador	Realización del curso denominado Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, impartido por el SENA con una duración de 50 horas	La evidencia es soportada con el certificado, el cual es emitido por el SENA el día 20 de julio de 2020 ver ilustración 7.
	Realización del curso de Bioseguridad, con una intensidad de 40 horas, dado por el SENA	Certificado expedido por el SENA el día 18 de mayo de 2020. Ver ilustración 6.

Momento 2. Elaboración del corpus documental acerca de la legislación del SG – SST	Recopilación de la historia de la normatividad en cuanto a seguridad y salud en el trabajo en Colombia y la validación de la legislación vigente.	Desarrollo del primer capítulo de la investigación titulado "Análisis documental".
Implementación del SG – SST en el hotel Olimpia de la ciudad de Duitama	Dado que Operadores de servicios hoteleros S.A.S. - HOTEL OLIMPIA no contaba con el SG – SST se hace su implementación de acuerdo a la normatividad vigente, teniendo en cuenta su tamaño y actividad económica.	Se elabora e implementa: Matriz legal. Ver Ilustración 08 Evaluación Inicial del SG-SST. Ver Ilustración 09 Matriz de identificación, evaluación y clasificación de peligros y riesgos. Ver Ilustración 10 Políticas de SST Ver numeral 2.6.1. Objetivos de seguridad y salud en el trabajo. Ver numeral 2.6.2. Plan anual de trabajo. Ver numeral 2.7 Programa de capacitación en SST. Ver numeral 2.8 Indicadores de SST. Ver numeral
Momento 3. Presentar propuesta de herramientas organizacionales para la formalización	Elaboración de las herramientas estructurales para contribuir con la formalización de la empresa.	Organigrama Hotel Olimpia. Ver Ilustración 12. Manuales de funciones de los cargos propuestos. Ver Anexo 2.
Análisis de la incidencia de la implementación del SG SST en la formalización de las microempresas turísticas.	Se evalúan los riesgos que pueden presentar las microempresas turísticas al no contar con un SG – SST en su proceso de formalización frente al momento en que ya se ha hecho su implementación.	Mapa de procesos para el Hotel Olimpia. Ver Ilustración 19. Cuadro comparativo de antes y después de contar con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Ver tabla 11.

Tabla 2 Fuente: elaboración propia

Resultados obtenidos

En primera instancia se presentan datos generales del hotel Olimpia, con el fin de contextualizar el tipo de empresa en variables como tamaño, actividad, clase de riesgos entre otros.

Tabla N.º 3 Generalidades del Hotel Olimpia.

Razón Social	Operadores De Servicios Hoteleros SAS
Nombre Comercial	Hotel Olimpia
Nit	901258909 – 6
Número de trabajadores	8
Ubicación	Cra. 42 No 9 – 23 Duitama Boyacá
Sector económico	Servicios
Clase de riesgo	II

Tabla 3: Cuadro elaboración propia

En una primera parte de la propuesta, se presenta la forma en la que se llevó a cabo la implementación de los SG SST mediante fases que se explican a continuación y de las cuales emergen tablas aplicadas al hotel específicamente y que en dado caso pueden ser modelo para las microempresas de la actividad turística.

Fase I. La Evaluación inicial del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo mediante el decreto 1072 con el fin de señalar los estándares mínimos que se deben incluir en el SG SST para las empresas con 10 trabajadores o menos, clasificadas en el nivel de riesgo I. II o III, a la cual hace parte el Hotel Olimpia, Asimismo en el artículo 27, de la resolución mencionada, indica los criterios y valoraciones se deben tener en cuenta a la hora de realizar la evaluación inicial del SG – SST.

Fase II Revisión de la normatividad aplicable para el Hotel Olimpia; para que una empresa pueda tener un control verdadero sobre la normatividad que debe cumplir de acuerdo a su sector económico, tamaño y otros factores, es necesario la recopilación de toda la normatividad aplicable a la empresa en particular, además de ser una exigencia

descrita en el decreto 1072 de 2015, por esto se desarrolla la siguiente matriz legal para el Hotel Olimpia.

Fase III: Análisis de la información sociodemográfica: El decreto 1072 de 2015 en su artículo 2.2.4.6.16. Establece que todos los empleadores deben obtener información sociodemográfica de sus colaboradores, con el fin de conocer que riesgos o peligros pueden presentar de acuerdo a dicha información, así mismo si tienen algún tipo de enfermedad o pueden estar en riesgo de padecerla.

Fase IV Cumplimiento de los estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo: los estándares que deben cumplir las Micro empresas son: La asignación de la persona que diseña el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como la afiliación al sistema de Seguridad Social Integral; la capacitación en Seguridad y Salud en el Trabajo, el plan anual de trabajo, la evaluación medicas ocupacionales, la evaluación de peligros, evaluación y valoración de riesgos; así mismo las medidas de prevención y control frente a los peligros / riesgos identificados, además, se tiene en cuenta el artículo 27 de la misma resolución, el cual establece la tabla de valores de los estándares mínimos y explica su aplicación, para las empresas que con las características descritas en el artículo 3 de la resolución 0312 de 2019, Obedeciendo la normatividad descrita anteriormente, se realiza la autoevaluación inicial del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo en el Hotel Olimpia, empleando como referencia el software creado por la aseguradora de riesgos laborales Sura para tal fin el cual de acuerdo a los resultados obtenidos en la autoevaluación su nivel es crítico, esto se debe a que el Hotel Olimpia es una microempresa nueva, por tanto aún se encuentra en su proceso de creación de políticas y sistemas, para su operación, dados estos resultados de acuerdo a la resolución 0312 de 2019.

Fase V. Identificación de Peligros, evaluación, valoración de los riesgos y gestión de los mismos: esta información es el resultado del análisis de las entrevistas a colaboradores y directivo, en donde se apreciaron opiniones como: la identificación de actividades rutinarias, por otra parte los entrevistados creen que se puede presentar situaciones

de emergencia como: sismo o terremoto, lluvias, inundaciones, intoxicación por sustancias peligrosas, desorden civil, incendio, concentración de personas, secuestro, extorsión, contaminación biológica, falla estructural, accidentes vehiculares, intoxicación por ingestión de alimentos y fugas, las cuales ponen en peligro no solo a los trabajadores sino también a huéspedes y visitantes, también se identifican riesgos por estrés laboral, periodos largos a la exposición de luz de equipos de

Fase VI Plan anual de trabajo Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo:

El Hotel Olimpia en su proceso de formalización debe cumplir con ciertos parámetros establecidos por el Gobierno Colombiano, entre ellos dar cumplimiento al decreto 1072 de 2015, el cual en su articulo o 2.2.4.6.8, indica que se debe diseñar y desarrollar un plan anual de trabajo en el que identifica las metas, las actividades y los responsables de la ejecución, y paralelo a ello el cronograma de trabajo en el que se realizaran dichas actividades.

Fase VII. Cronograma de actividades del plan anual del SG –SST del Hotel Olimpia: Para poder garantizar el desarrollo de las actividades que se plantean para la protección de la salud y seguridad de los trabajadores del Hotel Olimpia se proponen tareas de acuerdo a los resultados de la evaluación inicial del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, además de los peligros que se señalan en la matriz de identificados en la evaluación, valoración de peligros dando prioridad a las acciones que permitan la eliminación o disminución de peligros con mayor valoración.

Fase VIII Programa de capacitación, entrenamiento, inducción y re inducción en SST para el Hotel Olimpia: En cumplimiento con el decreto 1072 de 2015 se establece el programa de capacitación, entrenamiento, inducción y re inducción en Seguridad y Salud en el trabajo para el Hotel Olimpia, así mismo se garantiza la efectividad del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, evitando en gran medida los incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales, lo cual trae beneficios económicos, jurídicos y administrativos a la empresa.

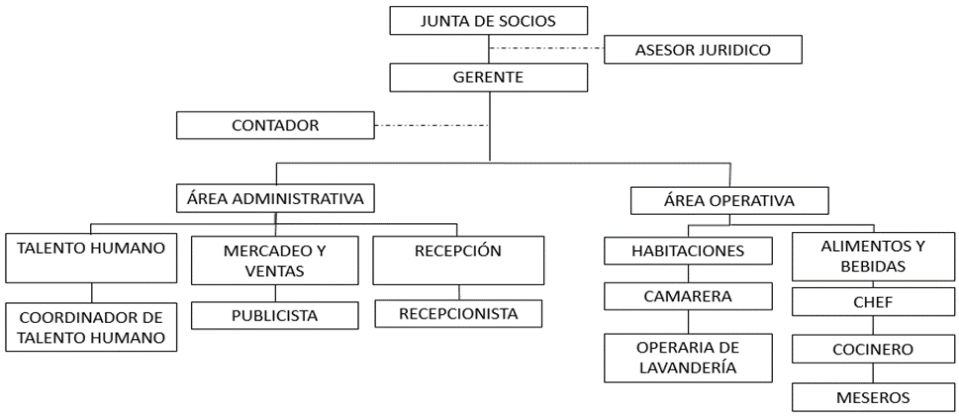
Fase IX Reporte e investigación de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales

Fase X socialización Para garantizar el compromiso de todos los colabores y directivos del Hotel Olimpia, se realiza una reunión para socializar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, la cual se lleva a cabo día 20 de enero de 2021 en las instalaciones del Hotel, cumpliendo con el protocolo de bioseguridad, donde se expone cada uno de los temas contenidos el Sistema propuesto.

En una segunda etapa del proyecto y con el fin de fomentar la formalización del hotel de forma más eficiente, se plantean las siguientes herramientas organizacionales

1. **Organigrama empresarial**: Como lo afirma Hellriegel & Slocum, la organización formal se establece al cumplir la función de organizar, se representa principalmente en el organigrama de la organización, donde se puede observar claramente la estructura organizacional, conjuntamente con los niveles de autoridad. Hellriegel & Slocum (1998). Además, este debe tener coherencia con respecto a los procesos y actividades propias de la compañía.

Gráfico N.º 1. Propuesta de Organigrama para el Hotel Olimpia



Fuente: elaboración propia

2. Manual de funciones: Se plantea el modelo de manual de funciones del nivel directivo y los 8 manuales adicionales para los cargos que se encuentran funcionando

en la actualidad; estos manuales fueron elaborados a partir de las competencias propuestas por el SENA

Gráfico N.º 2. Esquema del manual de funciones para el Hotel Olimpia

HOTEL OLIMPIA	OPERADORES DE SERVICIOS HOTELEROS S.A.S. HOTEL OLIMPIA NIT: 901258909 - 6 MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO: 001 PAGINAS: 1 de 1

I IDENTIFICACIÓN

NIVEL	Administrativo
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Gerente
CODIGO DEL CARGO	001
NIVEL ACADEMICO	Administrador turístico y hotelero o carreras afines.
EXPERIENCIA LABORAL	2 años
DEPENDENCIA	Gerencia
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Junta de socios

II. PROPOSITO PRINCIPAL

Representar a la empresa frente a terceros y realizar la gestión de los recursos eficientemente acorde a la filosofía empresarial.

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Gestionar, controlar y administrar los recursos económicos y físicos del Hotel.
- Garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente aplicable, así como el reglamento interno de la empresa.
- Creación de relaciones laborales estratégicas.
- Creación e implementación de estrategias que permitan el crecimiento del Hotel.
- Analizar cifras y datos económicos y financieros del sector hotelero para la toma de decisiones.
- Realizar contratación de jefe de recursos humanos.
- Toma de decisiones referente a la operación del hotel.
- Búsqueda y captación de proveedores de insumos, materia prima y recursos físicos.
- Supervisar constantemente al personal líder en cada departamento, garantizando que se cumplan las políticas internas establecidas y conductas adecuadas.
- Verificar que las solicitudes de los huéspedes sean resueltas en el tiempo adecuado y en caso de inconvenientes presentar disculpas y soluciones al huésped.
- Velar por la seguridad del recurso humano y físico del hotel.
- Seguimiento y control de cartera.
- Organización de eventos.

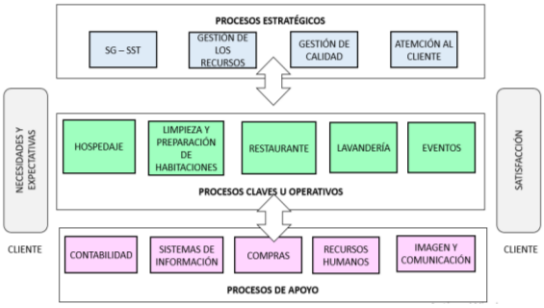
IV. CRITERIOS DE DESEMPEÑO

- Habilidad en administración de recursos.
- Buen manejo de relaciones interpersonales y comunicación asertiva.
- Buen manejo de herramientas digitales.
- capacidad para dirigir y contribuir a las iniciativas y procesos dentro de la organización
- Responsabilidad por el trabajo de otros.

ELABORO:	Betty Carolina Alarcón	VERSIÓN	000
APROBO:	Claudia Gómez García	FECHA:	01 de febrero de 2021
CONTROL DE CAMBIOS			

3. Mapa de procesos. Se plantea para el Hotel Olimpia el siguiente mapa de procesos, con el fin de esquematizar las técnicas que desarrolla el Hotel para lograr la satisfacción de los clientes, de modo que tanto sus colaboradores como sus directivos tengan claridad a cerca de los pasos que se deben tener en cuenta cada vez que se requiera hacer alguna modificación en cada momento de la prestación de los servicios, identificando estrategias que no afecten el funcionamiento de las demás actividades.

Gráfico 3. Propuesta de mapa de procesos para el Hotel Olimpia



Fuente: Elaboración propia a partir de las actividades del Hotel Olimpia

Conclusiones

La formalización en las microempresas turísticas genera ventajas competitivas a la organización como reconocimiento en su sector y credibilidad ante clientes potenciales, lo cual trae como consecuencia el aumento en la participación del mercado y por tanto aumento de sus ingresos, además de esto permite aprovechar los beneficios otorgados por los gobiernos, ya que dentro de los principales requisitos que se dan para poder acceder a dichas ayudas está la exigencia de ser una empresa formal.

La implementación del sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, además de ser una obligatoriedad de acuerdo al gobierno nacional, también permite a la empresa mejorar la calidad del trabajo, así mismo disminuir gastos ocasionados por el ausentismo laboral, posibles sanciones por incumplimiento de la legislación vigente que pueden darse desde una multa económica hasta el cierre del establecimiento, por otra parte, para llevar a cabo la formalización de las microempresas en Colombia, se debe contar con la suscripción ante cámara de comercio y Registro Nacional de Turismo, cumplir con las obligaciones tributarias y legislación nacional aplicable, normas sectoriales y todo esto soportado en herramientas organizacionales que facilitan su cumplimiento.

A pesar de que el SG – SST está en proceso de implementación, de acuerdo al artículo 3 de la resolución 0312 de 2019 el diseño del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, para empresas de menos de diez (10) trabajadores en clase de riesgo I, II, III puede ser realizado por un técnico o profesional en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) o en alguna de sus áreas, con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo, que acredite mínimo un (1) año de experiencia certificada por las empresas o entidades en las que laboró en el desarrollo de actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo y que acredite la aprobación del curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas, por tal razón el Hotel Olimpia debe garantizar que el sistema sea avalado y formado por la persona indicada, sin embargo se aclara que la autora se encuentra en proceso para adquirir la licencia en los SG SST.

El Hotel Olimpia ubicado en la ciudad de Duitama, se constituye como un referente para la formalización empresarial de este tipo de organizaciones micro, que se han visto muy afectadas por la situación de pandemia Covid 19 que atraviesa el mundo; sin embargo encontrarse formalizada, con todos sus documentos legales de constitución y un esquema organizacional robustecido por herramientas empresariales, le abre la posibilidad de participar de las bondades de la industria y del gobierno, para consolidarse y afrontar las intempesta des de la actualidad.

Referencias

2014. (Pag. 40). Obtenido de https://dptocomunicacionunsj.files.wordpress.com/2012/10/metodologia-de-la-investigacic3b3n-sampieri-ultima-edicion.pdf

Atcal Sas. (24 de AGOSTO de 2016). *LINEA DEL TIEMPO SG SST*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=9e1zMBeLajQ

CCB. (2020). *Fortaleciomiento empresarial/formalizacion empresarial*. Obtenido de https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Fortalecimiento-Empresarial/Formalizacion-Empresarial

Costa, H. A., do Nascimento, E. P., Hoffmann, V. E., & da Silva, D. L. B. (2017). ¿ Por qué cooperan las micro y pequeñas empresas turísticas?. *Estudios y perspectivas en turismo*, *26*(4), 781-803.

de Bogotá, C. D. C., Linares Salazar, M. C., Castillo Puentes, N. R., & Peñuela Urrea, N. (2010). *Guía para constituir y formalizar una empresa*.

El proceso de investigación: El marco metodológico. (sf). En M. L. Felipe.

ESAN. (2016). Obtenido de https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion/

Flórez Meneses, Y. P. (2017). Estrategia de formalización empresarial en Barrancabermeja.

formalización empresarial en el sector turistico. (Junio del 2018). *formalización empresarial en el sector turístico*. Obtenido de https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Junio-2018

Henry Mintzberg. (2000). Obtenido de . https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/la-configuracion-organizacional-el-modelo-de-mintzberg/#:~:text=%22Una%20organizaci%C3%B3n%20efectiva%20es%20aquella,otros%22%2C%20se%C3%B1ala%20Henry%20Mintzberg.&text=Mintzberg%20sostiene%20que%20l

Hernández Sampieri. (2014). *Metodologia de la investigacion* . Obtenido de https://dptocomunicacionunsj.files.wordpress.com/2012/10/metodologia-de-la-investigacic3b3n-sampieri-ultima-edicion.pdf

Investigacion cientifica. (s,f). *¿Qué es la investigación documental según varios autores?* Obtenido de https://investigacioncientifica.org/investigacion-documental-segun-autores/

Lifeder.com. (04 de enero de 2021). Obtenido de Historia de la seguridad y salud en el trabajo en Colombia: https://www.lifeder.com/historia-seguridad-salud-trabajo/

Min Comercio. (15 de Nov de 2020). *Formalización Empresarial.* Obtenido de http://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial

Min de comercio. (2015). Obtenido de http://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial

Ministerio de trabajo. (2015). *Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.* Obtenido de https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo#:~:text=El%20Ministerio%20del%20Trabajo%20comprometido,empleadores%20y%20consiste%20en%20el

Ministerio del Trabajo. (s.f.). *Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo

Moreno, C. F. P., & del Pilar Liz, A. (2009). La estructura organizacional y el diseño organizacional, una revisión bibliográfica. *Gestión & Sociedad*, *2*(1), 97-108.

OIT. (2010, Primer parrafo). Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

OIT. (2017). Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

OMS. (2020). Obtenido de https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=La%20COVID%2D19%20es%20la,Wuhan%20(Rep%C3%BAblica%20Popular%20China).

Organización Internacional de Trabajo. (2019). *SEGURIDAD Y SALUD EN EL CENTRO DEL FUTURO DEL TRABAJO, Aprovechar 100 años de eperiencia.* Ginebra. Obtenido de https://consultorsalud.com/wp-content/uploads/2019/04/informe-sobre-Seguridad-y-Salud-en-el-Trabajo.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (Enero de 2017). *La Formalización de las empresas.* Obtenido de https://www.ilo.org/global/publications/lang--es/index.htm

Portafolio. (2020).

Poter. (1993). *competitigvidad empresarial* . Obtenido de . https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf

Pulgar-Vidal, L. H., & Ramos, F. R. (2017). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Rodríguez, A. L. L. (2009). Sistema integrado de gestión para empresas turísticas. *Estudios Gerenciales*, *25*(112), 131-150.

Sas, A. (24 de AGOSTO de 2016). *LINEA DEL TIEMPO SG SST*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=9e1zMBeLajQ

soto, D. (2016). Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=6h35MWbbOKs

Tarantino salvatore . (2013). Obtenido de https://www.gestiopolis.com/modelo-burocratico-de-max-weber-una-introduccion

Uribe, R. P. (2007). Estructura y cultura organizacional en la pyme colombiana: análisis en empresas Bogotanas. *Cuadernos de administración*, (38), 73-85.

UPTC . (2017). *repositorio uptc.* Obtenido de https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2706/1/TGT_1326.pdf

Tenesaca, I., & Velesaca, M. (2010). Diseño de una Estructura Organizacional y funcional para la Empresa Compuauto.

Vargas Castro, E. A. (2014). *Construyendo Ingeniería Urbana: Infraestructura para el desarrollo urbano: apuntes iniciales desde el contexto de Bogotá* (Vol. 1). Universidad Piloto de Colombia.

MOOC en Propiedad intelectual como medio de actualización acerca del mundo de las creaciones

Mooc in intellectual property as a means of updating about the world of creations

Anyinsam Daniel Barrera Montañez

Resumen

La proyección de un MOOC enfocado en temas de Propiedad Intelectual en el siglo XXI surge como una respuesta a la necesidad de abordar un estudio de temas impacto socio-económico en el mundo de las creaciones, de tal manera, que todos aquellos docentes, estudiantes y externos interesados en enriquecer sus competencias y conocimientos profesionales puedan obtener una visión general y actual sobre las vicisitudes y tendencias en materia de derechos de autor y propiedad industrial, a partir de la revisión y análisis de aspectos básicos de fundamentación en torno a la originalidad, la novedad y la distintividad como ejes orientadores de los esquemas de protección en las industrias culturales y creativas.

El MOOC al ser estructurado bajo metodología 100% virtual, puede ser ofertado en diferentes cohortes, bien sea de forma interna o través de SUMMA, y para los cuales se puede disponer de estos módulos virtuales, actualizando contenidos y organizando las sesiones sincrónicas virtuales para la retroalimentación correspondiente. El MOOC que se plantea, tiene una duración total de 50 horas de formación virtual, con 5 rutas de aprendizaje una por cada módulo y se realizan sesiones sincrónicas a través de zoom en jornadas de 2 horas por semana, durante 5 semanas en total.

Para la elaboración del MOOC, se realizó un ejercicio de revisión legal y académica, que permitiera identificar los ejes, estrategias y principios orientadores del curso, así como sus contenidos y competencias. Adicionalmente, durante el segundo semestre de 2020 se efectuó un plan piloto, mediante el desarrollo del curso denominado: Propiedad Intelectual en el Siglo XXI, como una herramienta virtual de aprendizaje y con el ánimo de efectuar un primer ejercicio de validación en relación con la aceptación del MOOC en la región.

Es así como en esta oportunidad, el curso se desarrolló durante el periodo comprendido entre el 31 de agosto y el 02 de octubre, siendo ofertado a través de SUMMA con la participación de docentes y estudiantes externos.

Palabras Claves

Derechos de Autor, economía naranja, MOOC, propiedad intelectual, propiedad industrial

Abstract

The projection of a MOOC focused on Intellectual Property issues in the 21st century arises as a response to the need to address a study of socio-economic impact issues in the world of creations, in such a way that all those teachers, students and external parties interested in enriching their professional skills and knowledge can obtain a general and current view of the vicissitudes and trends in copyright and industrial property, based on the review and analysis of basic aspects of the foundation around originality, novelty and distinctiveness as guiding axes of protection schemes in cultural and creative industries.

Since the MOOC is structured under a 100% virtual methodology, it can be offered in different cohorts, either internally or through SUMMA, and for which these virtual modules can be made available, updating content and organizing virtual synchronous sessions for the corresponding feedback. The MOOC that is proposed, has a total duration of 50 hours of virtual training, with 5 learning routes, one for each module and synchronous sessions are carried out through zoom in days of 2 hours per week, for a total of 5 weeks.

For the development of the MOOC, a legal and academic review exercise was carried out, which allowed to identify the axes, strategies and guiding principles of the course, as well as its contents and competencies. Additionally, during the second semester of 2020, a pilot plan was carried out, through the development of the course called: Intellectual Property in the XXI Century, as a virtual learning tool and with the aim of carrying out a first validation exercise in relation to acceptance of the MOOC in the region.

Thus, on this occasion, the course was developed during the period between August 31 and October 2, being offered through SUMMA with the participation of external teachers and students.

Keywords

Copyright, orange economy, MOOC, intellectual property, industrial property

Introducción

El desarrollo de sistemas económicos en los que la libertad de empresa y la libre competencia se constituyen como ejes transversales de crecimiento, han generado revoluciones industriales innovadoras en las cuales la propiedad intelectual juega un papel preponderante.

En Colombia se han generado una serie de proyeccciones encaminadas al fomento y promoción de la investigación y el desarrollo tecnológico. En la última decada, el impulso de procesos enfocados en el incetivo, la explotación y la protección de creaciones, producto del capital intelectual de la región, han estado en crecimiento, generando impactos positivos en el ámbito socio-económico. Además de constituirse en temas transversales para la solución de problemáticas y la generación de riqueza, gracias al aporte significativo en la consolidación de productos y servicios originales y novedosos que ingresan al mercado. (Departamento Nacional de Planeación -DNP-, 2009).

La gestión y protección legal de activos intangibles se constituyen en una forma práctica de utilización de la Propiedad Intelectual hacia el desarrollo económico. El sector privado, cada vez con mas fuerza reconoce en los derechos de autor, las patentes y las marcas, activos de tipo económico en los que el valor se potencializa con la ejecución de estrategias dinámicas. Es así como, existe una demanda de profesionales con conocimientos en propiedad intelectual y disciplinas afines. (Organización Mundial de Propiedad Intelectual -OMPI-, 2003). En tal sentido, la propiedad intelectual entendida como una disciplina y un fenómeno jurídico con aplicaciones interdisciplinarias, requiere de un estudio acucioso de sus fundamentos, en aras, de dotar de elementos de análisis y comprensión, que le permitan a estudiantes y profesionales introducirse en el estudio de esta área, identificar aspectos básicos y reflexionar sobre los alcances de los diferentes tipos de creaciones intelectuales protegibles, sus efectos y sus proyecciones. En la actualidad, el estudio y comprensión del régimen legal de las creaciones y los bienes intangibles es ineludible, teniendo en cuenta, que esta disciplina jurídica representa un compromiso fundamental en el crecimiento de una amplia gama de empresas del sector productivo del país. (Flórez Acero, 2017). No solo son los juristas quienes se interesan por el estudio de la materia, sino que a la par, se unen empresarios, artistas, científicos y en general todo tipo de profesionales y académicos cuyas disciplinas están ligadas de alguna manera a la creación y, por tanto, se evidencia en

ellos una preocupación constante por comprender el esquema de formación jurídica de la propiedad intelectual.

A manera de contextualización, las industrias creativas y del entretenimiento del mundo, para el año 2011, alcanzaron ingresos equivalentes a los 4,3 billones de dólares, es decir, lo que a manera de comparativo representaría dos y media veces los gastos militares del mundo o el 120% de la economía de Alemania (Buitrago & Duque, 2013). Debido a esto, los gobiernos se dan a la tarea de arropar a estas industrias en las que la propiedad intelectual está ligada de manera directa a su objeto social, bajo el concepto de "economía naranja" y efectuar políticas públicas y sociales en torno a su protección e impulso económico. Un MOOC en Propiedad Intelectual en el Siglo XXI permite a los participantes acercarse a esta realidad, analizando y reflexionando acerca de los diferentes criterios de protección y regulación de la propiedad intelectual y su impacto en las sociedades contemporáneas.

Por otra parte, es de anotar que la importancia adquirida por la educación virtual en el 2020 constituye una situación fáctica sin precedentes que dejará sellado un antes y un después en el desarrollo y ejecución de estrategias pedagógicas, en los proyectos de formación académica de la actualidad a nivel mundial. (Exposito, C; Marsollier R, 2020). De hecho, los objetivos y propósitos de las instituciones educativas en el último año han sido los de mantener la fortaleza de los sistemas educativos a partir del desarrollo y promoción de aprendizajes en entornos virtuales. En este sentido, se identifican dos aliados fundamentales, por una parte, los docentes y por la otra, los escenarios virtuales. Es así como surgen nuevos desafíos, pues en la mayoría de los casos, los profesores partimos de una línea base cero para generar aprendizajes propios y significativos por medio de entornos virtuales y con nuevas herramientas de aprendizaje, llevando a los estudiantes a interactuar en un espacio novedoso. (Bonilla-Guachamín, 2020).

La generación de nuevos escenarios virtuales para la educación, permite contar con modelos más flexibles y dinámicos para la enseñanza y el aprendizaje, y además, permiten fortalecer y potencializar el uso adecuado de las TIC para el ejercicio diario del

quehacer educativo y la consolidación de buenas prácticas docentes (Durán-Rodríguez y Estay-Niculcar, 2016).

La construcción de un MOOC en el que se articulen tanto la actualización en Propiedad Intelectual como la generación de nuevos espacios virtuales de aprendizaje, es una respuesta a la necesidad de efectuar una reflexión general sobre el mundo de las creaciones, garantizado a los participantes un espacio de interacción con recursos y herramientas que les permitan mantenerse a la vanguardía, en uno de los campos de mayor preocupación y desarrollo en la actualidad.

Metodología

En relación con la estructura y organización del MOOC, el enfoque de investigación que se decidió aplicar fue el cualitativo. De acuerdo con Cerda (1998), este es un enfoque que permite aplicar una metodología apropiada para grupos de investigaciones no tradicionales. Este enfoque de investigación utiliza la recolección y análisis de datos para articular cuestionamientos propios de la investigación y generar nuevos espacios de discusión en el proceso de interpretación, a partir del análisis de resultados, por lo que no se hace necesaria la utilización de métodos numéricos debido a su naturaleza puramente documental.

Ahora bien, en esta primera parte metodológica se efectuó un análisis descriptivo buscando explicar las características más importantes del caso objeto de estudio en lo que respecta a su aparición, periodicidad y desarrollo generado. (Münch Galindo & Ángeles, 2014). Para el presente caso, el objetivo era analizar la estructura más apropiada para el estudio de la propiedad intelectual de acuerdo con lo propuesto por diversos autores.

De tal manera, que, a partir de la identificación de los aspectos más relevantes del mundo de las creaciones, se pudieron determinar criterios de estructura curricular aplicables al MOOC proyectado, y reconocer contenidos, competencias y estrategias,

entre otros elementos necesarios para la consolidación de las diferentes rutas de aprendizaje.

En una segunda fase de la aplicación metodológica, el esquema inductivo fue el aplicado para la validación del MOOC propuesto. Esta metodología, permite obtener una visión general de los fenómenos mediante técnicas como la observación y la interacción con los participantes. (del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. 2014).

En este sentido, las técnicas de investigación desarrolladas fueron la observación y la participación, a través de la ejecución de una prueba piloto con un grupo reducido de participantes entre estudiantes externos y docentes de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.

Esta herramienta virtual de aprendizaje contó con la participación de 12 personas vinculadas a través de SUMMA, entre personal docente y estudiantes externos. Con el desarrollo de esta herramienta durante el segundo semestre de 2020 se pudo identificar en menor escala aspectos logísticos del desarrollo del curso, lo que permitió verificar la importancia del MOOC y el impacto que conlleva, en especial por la modalidad ofrecida 100% virtual en medio de la crisis generada por la pandemia por COVID 19.

Precisamente, el hecho de contar con la ejecución y puesta en marcha del curso como una herramienta virtual de aprendizaje, me permitió validar y evidenciar el impacto real que tiene el estudio de la propiedad intelectual en la actualidad, a partir de la interacción con participantes reales. En este momento, el proceso se encuentra en la consolidación final de los lineamientos exigidos para la evaluación del MOOC en proceso editorial.

RESULTADOS (OBTENIDOS Y PARCIALES) Y RECOMENDACIONES

Al revisar la literatura, con el ánimo de identificar los posibles contenidos que debe integrar el MOOC y la forma de abordarlos encontramos, que, en términos generales, tenemos dos formas de catalogar los derechos de propiedad intelectual. La primera es dividir el estudio de la propiedad intelectual en dos grandes ramas: los derechos de

autor y la propiedad industrial. La segunda está ligada al estudio de la propiedad intelectual a partir de la revisión y análisis de los diferentes tipos de creaciones de la mente humana. Siendo este el caso, a modo de contextualización, podemos encontrar que el valor de una patente está ligada a la generación de una invención, pero el valor en el derecho de autor se articula a la existencia de una creación, mientras que el valor de una marca, por ejemplo, estriba en la imagen o percepción que esta genere, más que de una creatividad específica de la propia marca. (Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA), 2019).

Partiendo de la base mencionada, al realizar una revisión del estado del arte acerca de la protección de la creación en entornos de derecho de autor encontramos que el artículo 3 de la Decisión 351 de 1993, menciona la *originalidad* como un requisito indispensable para la protección de una creación del intelecto humano. Siendo así, podemos identificar un primer tipo de creación con características propias, aplicables solo en el terreno del derecho de autor: *Las creaciones originales*. Es tan significativa la importancia de la creación original en el derecho de autor que para juristas como Márquez Robledo (2009), el estudio de la originalidad, dada su trascendencia, a nivel mundial se ha abordado desde dos grandes corrientes, la subjetiva ligada a la concepción del derecho de autor desde el *Civil Law* y en el que la creación intelectual se entiende como un reflejo de la personalidad del autor, es decir, un carácter singular o individual, y la Objetiva como una forma de enteder el derecho de copia o *"Copyright"* en el derecho anglosajón y en el que para la protección de la creación se requiere que la obra tenga un esfuerzo patente.

Diferente es la conclusión, cuando revisamos la literatura relacionada con el mundo de las invenciones, en el que el criterio denominado como la *novedad,* tiene mayor fuerza de aplicación. Esto se debe, quizas, a la redacción misma del artículo 14 de la Decisión 486 del 2000, que establece la protección a las invenciones siempre que sean nuevas, tengan nivel intentivo y aplicación industrial. Por lo que se desdibuja el criterio de originalidad en lo que refiere a las creaciones en el campo del ingenio, dandole paso a

un tipo de creación con particularidades y carácteristicas propias: *La creación novedosa*. Un concepto que surge a partir de una figura concebida en el entorno legal como el estado de la técnica. De hecho, en el ejercicio de revisión de fuentes, se tuvo la oportunidad de tener una reflexión clara acerca de la importancia de este concepto en el terreno de las invenciones. Esto sucede, porque en el caso de determinar si un producto o procedimiento es novedoso, la decisión esta ligada a que no este comprendido en el estado de la técnica, y por ende, situaciones como la fecha de solicitud, el derecho de prioridad, entre otros, van a considerarse fundamentales. (Massager, 2006).

Adicionalmente, en la búsqueda y caracterización de información, aparece en la doctrina un tercer tipo de creación, en el que parece existir un criterio aceptado de forma colectiva. Este criterio está ligado a la función fundamental de las marcas, la cual radica en lo denominado como: *distintividad*. Es así como, la función esencial de la marca está atada a un papel distintivo de productos o servicios, lo que implica que un bien se distinga de otros en el mercado mediante el uso de una marca. (Schmitz Vaccaro, 2012). En tal sentido, es fundamental que todo signo agrupe una serie de características que garanticen la distintividad, de tal manera, que el signo conlleve la posibilidad de identificar productos o servicios de otros en el mercado, permitiendo la diferenciación por parte del consumidor. En conclusión, la creación logra distintividad, siempre que permita diferenciar un producto o un servicio, evitando la confusión respecto de sus elementos integradores y demás características. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2007)

Ahora bien, al momento de profundizar en la revisión literaria actual sobre la organización de las políticas públicas y modelos empresariales que se enfocan en la preservación y fortalecimiento de las creaciones en nuestro país, fue evidente encontrarse con un concepto que ha sido ampliamente expuesto, debatido y discutido por organizaciones, líderes y gestores culturales de nuestro país: *la economía naranja*.

Este concepto ha adquirido fortaleza en el entorno académico y empresarial porque está ligado a la promoción de industrias creativas a nivel global.

Cuando hablamos de economía creativa estamos enfocados en un sector con un alcance amplio, teniendo en cuenta que abarca diferentes áreas en las que el valor de los productos y servicios ofrecidos están cimentados sobre la base de la gestión de la propiedad intelectual, tales como: artes visuales, artes escénicas, cine, editorial, I+D, moda, música, software, televisión y radio, videojuegos, entre otros. (Howkins, 2001). De hecho, un dato curioso que se observa al momento de la revisión documental es presentado por la misma Borkova (2015) como directora General de la Unesco, al indicar que las industrias creativas en el mundo son el eje impulsor de la economía en naciones desarrolladas, y su nivel de importancia crece cada vez más en países en desarrollo. En efecto, este sector de la economía está entre los sectores que más rápido crecimiento tienen a lo largo del globo. La articulación que tiene este sector económico con la generación de ingresos, la creación de nuevos puestos de trabajo y la obtención de utilidades es cada vez más fuerte a nivel internacional.

Luego, de la revisión efectuada y el análisis desarrollado, fue posible determinar los contenidos a desarrollar en el MOOC, atendiendo a la clasificación de las creaciones y la importancia de la economía creativa para la generación de nuevos modelos de negocio. El esquema entonces es el siguiente:

Tabla 1. Estructura de Contenidos del MOOC: Propiedad Intelectual en el Siglo XXI

Módulo	**CONTENIDOS**	**Horas Semanales**
1. Introducción a la propiedad intelectual	Introducción: aproximación, fundamentación y justificación de la propiedad intelectual. Clasificación de elementos creativos. Propiedad Intelectual Vs. Propiedad Común. La importancia de la gestión de intangibles.	10 horas Virtuales

2. Creaciones Originales	Evolución del Derecho de autor y los derechos conexos. Naturaleza del derecho de autor: Teoría Subjetiva y Objetiva. Criterios, duración y ámbito de protección. Obras protegibles y registro. Derechos exclusivos morales y patrimoniales. Licencias y Cesión de derechos. Gestión Colectiva.	10 horas Virtuales
3. Creaciones Novedosas	Evolución y naturaleza del derecho de Patentes y Diseños Industriales. Requisitos de concesión de patentes. Reivindicaciones y proceso PCT. Limitaciones y excepciones. Licencias Obligatorias. Secreto empresarial y Know How.	10 horas Virtuales
4. Creaciones Distintivas	La marca y el lema comercial. Tipos de las marcas. Clasificación de Niza. Registro Marcario. El sistema de Madrid. Marcas notorias y renombradas. La vulgarización de la marca. Denominaciones de origen. Marcas Colectivas y Trade Dress.	10 horas Virtuales
5. Las industrias creativas y culturales	La economía naranja. La industria creativa, cultural y del entretenimiento.	10 horas Virtuales
Total Horas		50 horas Virtuales

Fuente. Elaboración Propia

Teniendo los contenidos definidos y organizados, la cuestión posterior fue determinar si la metodología virtual puede ser la adecuada para la aplicación y desarrollo del MOOC, así como cuales podrían ser las estrategias didácticas y evaluativas más apropiadas para el desarrollo del mismo. Para responder a esta pregunta, fue fundamental, partir del mismo concepto de MOOC, para lograr interpretar su alcance y objetivos. Sobre esa base, hay que partir de que un MOOC o COMA en español, generalmente se entiende como una denominación abreviada de cursos en línea masivos y abiertos. En efecto, de acuerdo con lo expuesto por Castaño y Cabero (2013), son módulos que presentan características específicas, entre las que se encuentran: desarrollarse a través de

plataformas virtuales, ser abiertos a través de la web, con fechas de comienzo y finalización determinadas, con mecanismos de evaluación y orientación fijados y que se constituyen como recursos educativos que buscan asemejar la clase presencial, desde un ambiente en línea.

Ahora bien, son muchos los tipos de MOOC que podemos encontrar en la actualidad. Sin embargo, son dos los tipos de MOOC, que más suelen aplicarse: los denominados xMOOC y los conocidos como cMOOC. Los primeros tienden a ser cursos universitarios de e-learning adaptados y ajustados a las características propias de las plataformas: MOOC. Son una especie de esquemas de diseño, enfocados en que los estudiantes se apropien de una diversidad de contenidos; a partir del traslado de recursos de clase y el acompañamiento respectivo a las plataformas MOOC. Generalmente el diseño e implementación de un xMOOC recae en el docente como experto, quien define contenidos y competencias y construye las herramientas que orientan el proceso de formación dentro de la plataforma. Por el contrario, los segundos conocidos como cMOOC están basados en el principio de aprendizaje conectivista. En tal sentido, su aplicación se enfoca en evitar la presentación de contenidos de manera formal, incentivando la creación y generación de conocimiento a partir del discurso continuo entre los participantes y el uso de plataformas que permitan mantener flujos de información continua y el intercambio participativo de ideas. (Cabero Almenara, Llorente Cejudo, & Vázquez Martínez, 2014)

A nivel institucional, está determinado que todas las herramientas virtuales que se requieran integrar al Campus Virtual de la USTA Tunja, atienden a un modelo denominado: Rutas de Aprendizaje. Este modelo de organización de cursos, atiende a criterios y parámetros que están mucho más articulados con el tipo xMOOC, mencionado anteriormente. En especial, porque la ruta busca dejar definidas las generalidades, mediante la elaboración de preguntas orientadoras y la definición de competencias, la indicación de actividades y evidencias, junto a la organización de

recursos disponibles para el estudiante y las rúbricas con las que será evaluado. (Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, 2020). No obstante, la misma planeación que permite efectuar la construcción de la ruta, permite que se integren algunas estrategias propias de los cMOOC, para fomentar la participación interactiva y continua de los participantes, en especial, a través de foros o herramientas de aprendizaje colaborativo. Es así, como para validar la estructura del MOOC y el impacto a generar en los participantes. Se procedió a trabajar en la elaboración de las rutas de aprendizaje que orientarían los diferentes módulos del curso. En total, fueron construidas 5 rutas de aprendizaje, es decir, cada ruta orienta un módulo o sección formativa diferente, de acuerdo con los contenidos que se definieron en la primera fase. Además, se concluyó que cada sección formativa debería tener una semana de duración. Tiempo suficiente para completar las 10 horas de cada uno de los módulos hasta llegar a las 50 horas en total, para obtener una certificación.

Una vez fue creado el curso como herramienta virtual de aprendizaje a través del campus virtual, se establecieron las fechas de inicio y cierre y se agendaron las sesiones sincrónicas por cada módulo. Igualmente, desde el departamento de comunicaciones se apoyó en el diseño de la imagen y "brochure" del Curso. Esto nos permitió poder ofrecer la herramienta virtual construida a través de SUMMA, y efectuar, de esta manera, un ejercicio de pilotaje del módulo propuesto. Finalmente, se contó con la participación de 12 personas inscritas entre docentes de la universidad y estudiantes externos.

Gráfica 1. Diseño de Lanzamiento – Brochure

Fuente. Tomado de SUMMA. (2020)

Igualmente, se trabajó en conjunto con campus virtual, para la elaboración de recursos de orientación y acompañamiento propios. Estos recursos fueron integrados al curso, permitiendo tener rutas más didácticas, con las que el estudiante puede adelantar su proceso paso a paso, generando una sensación de interacción permanente con el docente.

Gráfica 2. Imagen de video Introductorio - Módulo 1.

Fuente. Tomado de Campus Virtual (2020)

Finalmente, se evidenció un impacto significativo en la realización de esta prueba piloto mediante la ejecución de la herramienta virtual de aprendizaje. La experiencia fue positiva y enriquecedora, porque permitió verificar la correcta organización de los contenidos, su apropiación por parte de los participantes y a partir de ahí, se dio inicio a la construcción del documento de lineamientos del MOOC, para presentación a proceso editorial.

Conclusiones

El MOOC de Propiedad Intelectual en el Siglo XXI que se propone, permite a los participantes el acceso a conceptos básicos, herramientas actualizadas y criterios jurídicos de análisis en materia de propiedad intelectual, que contribuyan al ejercicio de su labor profesional.

De acuerdo, con los resultados de la revisión legal y la literatura académica analizada, se presenta una estructura innovadora en la forma que se plantea abordar el estudio de la propiedad intelectual, a partir de la clasificación de las creaciones intelectuales humanas y sus características específicas.

En consecuencia, con lo anterior, el MOOC permite contar con una serie de módulos o secciones formativas enfocadas en el estudio de la originalidad, la novedad y la distintividad como principios orientadores y cerrar con una visión general del sector de las industrias creativas y culturales.

La prueba piloto desarrollada mediante la ejecución de una herramienta virtual de aprendizaje durante el año 2020, permitió validar la importancia de un MOOC en esta materia y determinar la estructura más adecuada para su realización.

El MOOC ya ha podido ser verificado, y se encuentra en una fase de consolidación final de lineamientos para continuar con su proceso editorial, y de esta manera contar con la respectiva evaluación y aprobación por parte de pares evaluadores, y realizar la publicación en el repositorio correspondiente.

Referencias Bibliográficas

Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA). (2019). Fundamentos de Propiedad Industrial: Preguntas y respuestas para estudiantes. Beijing: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI-.

Bonilla-Guachamín, J. A. (2020). Las dos caras de la educación en el COVID-19. CienciAmérica, 9(2), 89-98. http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.294

Borkova, I. (2015). Unesco. Obtenido de Cultural Times The first global map of cultural and creative industries: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La Economía Naranja, Una Oportunidad Infinita. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

Cabero Almenara, Julio; Llorente Cejudo, María del Carmen; Vázquez Martínez, Ana Isabel. (2014) Las tipologías de MOOC: su diseño e implicaciones educativas Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, vol. 18, núm. 1, Universidad de Granada. Granada, España. pp. 13-26. Obtenido de: https://www.redalyc.org/pdf/567/56730662002.pdf

Campus Virtual. (2020). Universidad Santo Tomás Seccional Tunja. Obtenido de Curso. Propiedad Intelectual en el Siglo XXI: https://plataformalms.ustatunja.edu.co/course/view.php?id=4551#section-5

Castaño, C. & Cabero, J. (2013). Enseñar y aprender en entornos m-learning. Madrid: Síntesis.

Cerda, H. (1998). Los elementos de la investigación. Bogotá D.C.: El buho ltada.

Del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. (2014). Metodología de la investigación. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/usta/39410?page=198.

Departamento Nacional de Planeación -DNP-, (2009). Documento CONPES 3582 de 2009, Política Nacional
de Ciencia, Tecnología e Innovación. República de Colombia.

Durán-Rodríguez, R., y Estay-Niculcar, C. (2016). Formación en buenas prácticas docentes para la educación virtual. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 19(1), 209-232. https://doi.org/10.5944/ried.19.1

Eternit Colombiana S.A. con La Nación Colombiana a través, de la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (2007): Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

Exposito, C; Marsollier R. (2020) Virtualidad y educación en tiempos de COVID-19. Un estudio empírico en Argentina. Educación y Humanismo 22(39): pp.1-22. Julio-Diciembre, 2020. DOI: https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4214

Flórez Acero, G. (2017). Prólogo. Propiedad Intelectual, nuevas tecnologías y derecho del consumo. Reflexiones desde el moderno derecho privado, 5 - 6.

Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London, UK: Penguin.

Márquez Robledo, S. (2009). Principios del Derecho de Autor. Bogotá D.C: 2da Edición. Pontificia Universidad Javeriana.

Massager, J. (2006). El contenido y Alcance del Derecho de Patente. Homenaje al profesor D. Rodrigo Uría González en el centenario de su nacimiento, 186.

Münch G., L., & Ángeles, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. México: Trillas

Organización Mundial de Propiedad Intelectual -OMPI-. (2003). Activos de propiedad intelectual. La sensibilización de la opinión pública y las políticas educativas. Revista de la OMPI, 7 - 9.

Schmitz Vaccaro, C. (2012). Distintividad y uso de las marcas comerciales. Revista Chilena de Derecho, vol. 39 N0 1, 9 - 31.

SUMMA. (2020). Universidad Santo Tomas Seccional Tunja. Obtenido de Nuestra Oferta. Summa: http://www.ustatunja.edu.co/summa/public/files/propiedad.pdf

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 053-IP-2007 (Eternit Colombiana S.A. con La Nación Colombiana a través, de la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia 2007).

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja. (2020). Tutorial construcción Rutas de Aprendizaje para programas virtuales. Campus Virtual. Versión 1.0. Obtenido de: https://fliphtml5.com/hokdv/gonm/basic

4

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Marco legal de la logística internacional entre México y Colombia [34]

Legal framework of international logistics between mexico and colombia

Verenice Zambrano Castrejon[35], Ernesto Sandoval Ortega[36].

Resumen

Luego de identificar la estrecha relación comercial y logística entre México y Colombia; se concibe la presente investigación como el resultado del estudio teórico del marco regulatorio del proceso logístico internacional entorno a los organismos que participan y los elementos que se requieren para su eficiente proceso administrativo y legal, dentro de todos estos componentes tenemos la mano de obra, el transporte, los impuestos y sanciones, las fases o etapas logísticas, además, la distribución y documentación, los productos, los acuerdos y convenios entre los dos países; los organismos públicos y privados que participan controlando el comercio exterior y todos los factores competitivos.

La investigación propone el cumplimiento de objetivos que buscan dar a entender la forma como está organizada la relación comercial entre los dos países, esto se evidencia

[34] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado y organizado los días 28 y 29 de Mayo 2.021 por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[35] Ingeniera en Logística Internacional, Universidad tecnológica del sur del Estado de Morelos México. verecastrejon21@gmail.com

[36] Ingeniero de Sistemas, Contador Público, Especialista en Auditoria de sistemas, Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoria Forense, Master en Dirección Estratégica y Magister Internacional en Auditoria y Gestión Empresarial. Universidad Santo Tomás Tunja Colombia. ernesto.sandoval@usantoto.edu.co Link de CvLac: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001350178.

con la construcción de un cuadro comparativo que aborda el tema de marco legal, expone las leyes, los estamentos, sus objetivos y funciones; también se propone la construcción de un documento que orienta sobre el proceso logístico de México y Colombia, Como en toda relación comercial, y en particular los procesos logísticos de exportación e importación aquí expuestos, se pueden presentar situaciones que dan origen a diversos riesgos y que traen también consecuencias, pero que también dan origen a la implementación de controles con el ánimo de prevenir o mitigar dichos riesgos, por último se realiza un documento que consolida los términos relacionados con la logística Internacional. Como resultado de la investigación, se crea un cuadro comparativo de las leyes, entidades gubernamentales como ministerios, secretarias y otras entidades de control, se exponen también los pasos que se deben realizar en una importación o exportación, sus requisitos y sus restricciones arancelarias y no arancelarias, y establecen los criterios tecnológicos y operativos en las operaciones aduaneras.

Palabras Claves

Aduana, Comercio Exterior, Exportaciones, Importaciones, Logística Internacional.

Abstract

After identifying the close commercial and logistics relationship between Mexico and Colombia; This research is conceived as the result of the theoretical study of the regulatory framework of the international logistics process around the participating organizations and the elements that are required for their efficient administrative and legal process, within all these components we have the workforce, the transportation, taxes and penalties, logistics phases or stages, in addition, distribution and documentation, products, agreements and conventions between the two countries; the public and private organizations that participate controlling foreign trade and all competitive factors.

The research proposes the fulfillment of objectives that seek to understand the way in which the commercial relationship between the two countries is organized, this is evidenced by the construction of a comparative table that addresses the issue of legal framework, exposes the laws, the estates, its objectives and functions; It is also proposed to build a document that guides the logistics process in México and Colombia. As in any commercial relationship, and in particular the export and import logistics processes discussed here, situations may arise that give rise to various risks and that They also bring consequences, but they also give rise to the implementation of controls with the aim of preventing or mitigating these risks. Finally, a document is made that consolidates the terms related to International logistics. As a result of the research, a comparative table of the laws, government entities such as ministries, secretaries and other control entities is created, the steps that must be carried out in an import or export, their requirements and their tariff restrictions and not tariffs, and establish the technological and operational criteria in customs operations.

Keywords

Customs, Exports, Foreign Trade, Imports, International Logistics

Introducción

La logística es la planeación de un conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la distribución en un mercado nacional e internacional de un producto o servicio. México es un país con una posición favorable en el ámbito de infraestructura y procesos logísticos. De hecho, según él (Mundial, 2021), en el 2018 México ocupó el lugar número 47, dentro del ranking de desempeño logístico conformado por 155 países. Sin embargo, ante un mercado cada vez más globalizado el país debe seguir trabajando en su plataforma logística para lograr una mayor competitividad frente a otras naciones.

La infraestructura logística en México cuenta con 117 puertos marítimos, más de 370 mil kilómetros de carreteras, 27 mil kilómetros de vías ferroviarias y 76 aeropuertos. Estos recursos promueven la creciente distribución de mercancías a nivel nacional e internacional. (Aguila, Cervantes, Temoltzin, & Cuellar, 2017)

Pese a qué México no cuenta con uno de los mejores niveles tecnológicos del sector; trabaja con ingenieros y técnicos que buscan constantemente optimizar los tiempos y la eficiencia en sus diferentes empresas.

Por otra parte, Colombia representa una de las economías más fuertes de América Latina y, sin embargo, el sector de la logística en este país no termina de situarse acorde a esta posición.

En el sector logístico colombiano en la actualidad presenta los costos de exportación más altos de la región, esto debido a que la producción de Colombia se encuentra en el interior y cuenta con muchas ciudades grandes a las cuales se deben llevar centros logísticos.

El país ocupa en infraestructura el puesto 85 y en puertos el 109, cifras que nos muestran que Colombia no está en los mejores lugares frente a los países del Mundo.

Colombia es el 2º socio comercial de México en América Latina y el Caribe (después de Brasil) y el primero en la Alianza del Pacífico.

Las relaciones diplomáticas entre México y Colombia se establecieron el 10 de julio de 183. Además, se ha consolidado como uno de los socios más cercanos y estratégicos para México en la región; ambas naciones tienen una inclinación a favor del libre comercio, el incremento de la cooperación y la inversión; a partir de la entrada en vigor en 1995 del Tratado de Libre Comercio con Colombia, el comercio ha crecido 14% en promedio anual y hoy es 10 veces más grande que el que teníamos hace 20 años. (Beetrack, s.f.)

La eficiencia y el conocimiento en la logística es parte importante en la competitividad que un país pueda tener a nivel mundial. Sin embargo, el proceso logístico se ha visto regido e impuesto por condiciones legales, que han permito un orden y protocolo a seguir, esto con el fin de evitar antidumping u otros sucesos que afecta en al país receptor.

Aunque no es igual en todo el mundo, debido a que no todas las naciones tienen los recursos y la infraestructura para desarrollar un sistema logístico avanzado.

Es muy importante conocer bajo que leyes se rige un producto, servicio o mercancía que se importara o exportara, y evidentemente, conocer también las leyes, procedimientos, protocolos, secretarias o entes involucrados. Lo anterior con la finalidad de potenciar su papel en las empresas; implementando las herramientas informáticas que nos permitan parametrizar y gestionar de manera óptima los procesos.

Para potenciar este ámbito, es necesario promover la profesionalidad de todos los que se encuentran en el sector o de aquellos que quieran acercarse a él, ya que se necesitan profesionales que tengan los conocimientos necesarios.

Metodología

La investigación nace con la suscripción del convenio entre la Universidad Tecnológica del Sur del Estado de Morelos (UTSEM) con la Universidad de Santo Tomas – Sectorial Tunja (USTA), para la realización de estadías en el programa “Movilidad Virtual”; para el desarrollo de la investigación, inicialmente se realizaron tres propuestas investigativas, y luego de llegar a un acuerdo entre los investigadores de ambos países se llega a la definición del tema, relacionado con el comparativo del proceso de logística internacional en el marco legal entre México y Colombia, dicha propuesta dio apertura a criterios como: Antecedentes de investigación de la universidad de origen, relación o afinidad con lo inculcado durante el periodo de estudio, aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ingeniería en Logística Internacional, ya que la Autora propone los resultados o productos de la investigación como opción de grado.

El enfoque de la investigación es cualitativo, y sus Características obligan a la exploración de fenómenos en profundidad, en este caso la logística internacional, otra característica es que se conduce básicamente en ambientes teóricos de donde se extrae información diferente a números o estadísticas. El Proceso es Inductivo ya que partimos de las premisas particulares del cómo se desarrollan las importaciones y exportaciones en los países de México y Colombia y posteriormente se generan las conclusiones resultado de la investigación, El proceso de la investigación también es recurrente puesto que permanentemente se están analizando múltiples realidades subjetivas, no se tiene una secuencia lineal definida, si bien es cierto que se traza un cronograma de trabajo para su desarrollo, la investigación no ofrece la rigurosidad de un encadenamiento conceptual. Este tipo de investigación arroja muchas bondades como la obtención de significados propios del tema, la amplitud que nos genera claridad y entendimiento en los procesos, la riqueza interpretativa del marco legal en la logística internacional y la contextualización del concepto importación y exportación como fenómeno actual, global y de trascendencia.

Los investigadores plantean claramente el problema de estudio el cual se delimita a las exigencias de los países involucrados para realizar importaciones y exportaciones, la recolección de información vigente se hace de forma exploratoria y descriptiva ya que se redacta la situación actual de México y Colombia en materia de logística internacional.

Los resultados de la investigación son vistos como un producto académico necesario y útil para los interesados en el comercio exterior y más propiamente para los interesados en la relación México - Colombia, y se autoriza su divulgación a las universidades participantes conservando y respetando el grado de confidencialidad en el tratamiento de los datos y la información.

Resultados (obtenidos y parciales) y recomendaciones

Relación entre México y Colombia

En el portal (Embajada de México en Colombia, 2019) menciona que "las relaciones diplomáticas entre México y Colombia se iniciaron el 3 de mayo de 1822.

El primer Embajador acreditado por México en Colombia fue Juan de Dios Cañedo y el primer representante diplomático de Colombia en México fue Don Miguel de Santamaría".

Además, también menciona que, en la actualidad, "Colombia se consolida como un socio estratégico para México. La firma del Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE) garantizará la constancia, permanencia y profundización de los temas de agenda bilateral".

A nueve años de la entrada en vigor del TLC-G3, el intercambio comercial entre México y Colombia superó los 1,150 mdd, 148.4 por ciento superior a lo registrado en 1994: las exportaciones de productos mexicanos a Colombia sumaron 744 mdd, y las importaciones mexicanas de bienes colombianos sumaron 406 mdd.

Acuerdos y convenios entre México y Colombia

- Convenio entre los estados unidos mexicanos y la república de Colombia para evitar la doble imposición y para prevenir la evasión fiscal en relación con los impuestos sobre la renta y sobre el patrimonio.
- Protocolo modificatorio al tratado de libre comercio entre los estados unidos mexicanos, la república de Colombia y la república de Venezuela.
- Acuerdo de cooperación turística entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.

- Convenio de reconocimiento mutuo de certificados de estudios, títulos y grados académicos de educación superior entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Acuerdo entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia para el intercambio de información no judicializada.
- Acuerdo de cooperación en materia de asistencia jurídica entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Acuerdo de cooperación en materia de lucha contra el tráfico ilícito de estupefacientes y sustancias sicotrópicas entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Convenio básico de cooperación científica y técnica entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Convenio de intercambio cultural y educativo entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Convenio sobre transportes aéreos entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia.
- Tratado de arbitraje entre los estados unidos mexicanos y la república de Colombia.
- Tratado de extradición entre los estados unidos mexicanos y la república de Colombia.
- Tratado de libre comercio entre los estados unidos mexicanos y la república de Colombia.
- Convenio modificatorio del acuerdo de cooperación en materia de asistencia jurídica entre el gobierno de los estados unidos mexicanos y el gobierno de la república de Colombia, suscrito en la ciudad de México el 7 de diciembre de 1998.

- Acuerdo de colaboración en materia académico-diplomática entre la secretaría de relaciones exteriores de los estados unidos mexicanos y el ministerio de relaciones exteriores de la república de Colombia.
- Convenio entre los estados unidos mexicanos y la república de Colombia sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir el robo y/o hurto, importación, exportación y tráfico ilícito de bienes culturales. (México, 2020).

Marco legal

Los autores (Mancilla Cruz, Morales Contreras, & Hernandez Contreras) también mencionan en su investigación que se requieren de estrategias que permitan aprovechar las ventajas de un país inmerso en un entorno globalizado. Es necesario un marco normativo que nos facilite alcanzar los niveles óptimos de competitividad.

Marco regulador en México

Las figuras que participan en el comercio exterior se ven regido por un conjunto de disposiciones normativas las cuales tiene su fundamento en la Constitución Política de Los Estados Unidos Mexicanos, los tratados internacionales que alcanzan el rango de leyes federales ordinarias, seguidas por la Ley Aduanera Mexicana, su reglamento y la Ley de Comercio Exterior. Es el artículo 131 de la Constitución Política Mexicana, (Mancilla Cruz, Morales Contreras, & Hernandez Contreras)

“Es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aún prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia.” (Mexicanos, 2021).

Marco regulador Colombiano

Colombia, al noroccidente de América del Sur, es un país rico de muchas formas. Con una amalgama de especificidades étnicas y regionales que conllevan prácticas sociales, cosmovisiones y culturas distintas que son reconocidas y protegidas protegida por la Constitución de 1991, una de las más progresistas del mundo.

El programa de implementación de la Política Nacional Logística es una iniciativa del Ministerio de Transporte para mejorar la competitividad del país por medio de la disminución de costos logísticos y la reducción del impacto ambiental del sector transporte. Como parte de este programa en el Portal Logístico de Colombia presenta información generada por el Ministerio de Transporte a través del Registro Nacional de Despachos de Carga, las Alianzas Logísticas Regionales, los Corredores Logísticos Estratégicos y las Estadísticas del sector transporte. (Ministerio de Transporte Colombiano, 2021)

Tabla 1. Marco Legal de la Logistica en Colombia

Nombre	Siglas	Que es	Objetivo	Funcion	Ley/Dec	Funcion	Entidad Emisora
PROCOLOMBIA	PROCOLOMBIA	Es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país	Ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios	•Internacionalización de las empresas. •Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional. •Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.	Ley 67 de 1979	"Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior"	Ministerio de Comercio Exterior
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	MinCIT	Es un ministerio de la República de Colombia encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones.	Formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la microempresa, pequeña y mediana, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.	Encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones	Ley 7 de 1991	Normas generales sobre comercio exterior, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica	Congreso de la republica
Banco de la República	BCR	Es el banco central de Colombia,	encargado de emitir, manejar y controlar los movimientos monetarios del país, así como emitir la moneda de curso legal, el peso.	•Regular la moneda, los cambios internacionales y el crédito, emitir la moneda legal colombiana. •Administrar las reservas internacionales, ser prestamista y banquero de los establecimientos de crédito y servir como agente fiscal del Gobierno.	Ley 18 de 1990	Por la cual se prohíbe la fabricación, importación, distribución, venta y uso de juguetes bélicos en el territorio nacional	Congreso de la República
Departamento Nacional de Planeación	DNP	Departamento Administrativo que pertenece a la Rama Ejecutiva del poder público	Coordinar el diseño de planes, políticas y programas que atiendan efectivamente las necesidades sectoriales y territoriales.	Impulsa la implantación de una visión estratégica del país en los campos social, económico y ambiental, a través del diseño, la orientación y evaluación de las políticas públicas colombianas, el manejo y asignación de la inversión pública y la concreción de las mismas en planes, programas y proyectos del Gobierno."	Ley 48 de 1983	Ley Marco de Comercio Exterior. Creo el Certificado de Reembolso Tributario CERT	Congreso de la República
Dirección de Impuestos y Aduana de Colombia	DIAN	Unidad Administrativa Especial del orden nacional de carácter eminentemente técnico y especializado, con personería jurídica, autonomía administrativa y presupuestal y con patrimonio propio	Coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional.	Administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, cambiarias, los derechos de explotación y gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar explotados por entidades públicas del nivel nacional y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.	Ley 63 de 1989	Por medio de la cual se aprueban los estatutos de la Organización Mundial de Turismo (OMT), adoptados en México el 27 de septiembre de 1970	Congreso de la República

Fuente: Elaboración Propia

La tabla contiene el compendio de leyes Colombianas que regulan la actividad de logística en importaciones y exportaciones comerciales, aquí se muestra una de las tres páginas resultado de la investigación.

Tabla 2. Marco Legal de la Logistica en México

Nombre	Siglas	Que es	Objetivo	Funcion	Ley	Siglas	Que es	Funcion
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	SHCP	Dependecia encargada de la recaudacion y destribucion del herrario publico	Proponer, dirigir y controlar la politica del Gobierno Federal en materia financiera, fiscal, de gasto, de ingresos y deuda pública, con el propósito de consolidar un país con crecimiento económico de calidad, equitativo, incluyente y sostenido, que fortalezca el bienestar de las y los mexicanos.	Se encarga de regular, dirigir y controlar en materia fiscal la politica del Gobierno Federal (las finanzas, fiscalidad, ingreso público, gasto público, deuda pública).	Ley de Comercio Exterior	LCE	Es una ley que rige el comercio exterior en los estados unidos mexicanos	Regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional,
SECRETARIA DE SALUD	SSA	Dependencia encargada de conducir la política estatal en materia de salud en los términos de la legislación aplicable.	Prevención de enfermedades y promoción de la salud de la población. Establecer las políticas de Estado para que la población ejerza su derecho a la protección a la salud.	Diagnóstico, evaluación, análisis y seguimiento de la situación de salud. Vigilancia de la salud pública, investigación,control de riesgos y daños en salud pública.	Ley Aduanera	LA	Podemos encontrar información completa sobre cómo están reguladas las notificaciones electrónicas; las entradas, salidas y controles de mercancías; los depósitos ante aduana; los despachos de mercancías; las contribuciones, cuotas compensatorias; la base gravable; los regímenes aduaneros s	Regular a quienes introducen mercancías al territorio nacional o las extraen del mismo ya sean sus propietarios, poseedores, destinatarios, remitentes, apoderados, agentes aduanales o cualquiera que tenga intervención en la introducción, extracción, custodia almacenaje manejo y tenencia
SECRETARIA DE COMUNICACIÓN Y TRANSPORTE	STC	Dependencia encargada del desarrollo y administración de la infraestructura vial primaria y de la regulación de las comunicaciones de jurisdicción local, que comprende los sistemas de transporte masivo o de alta capacidad	Promover la seguridad, competitividad y eficiencia en materia de protección y medicina preventiva en el transporte, con el propósito de disminuir los accidentes en las Vías Generales de Comunicación.	Formular y ejecutar los programas de infraestructura vial primaria. Formular y ejecutar los planes y programas de comunicaciones de jurisdicción local, en los que se incluyen los relativos a los sistemas de transporte masivo o de alta capacidad.	Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación	LIGIE	Son básicamente las normativas relativas al Comercio Exterior	Clasificar las mercancías estableciendo una nomenclatura aceptable internacionalmente para propósitos aduaneros, estadísticos y de transporte, además de regular la entrada al y salida del país
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural	SAGARPA	Dependencia del poder ejecutivo	Propiciar el ejercicio de una política de apoyo que permita producir mejor, aprovechar mejor las ventajas comparativas de nuestro sector agropecuario	Es la encargada de diseñar, planear, ejecutar y coordinar las políticas públicas en materia agropecuaria. Lo anterior incluye conducir todo ello para el desarrollo económico y social de las zonas rurales y comunidades pesqueras; crear y fomentar programas que garanticen la rentabilidad y sustentabilidad de actividades agropecuarias; dirigir y vigilar los sistemas de sanidad animal y vegetal; coordinarse con otras secretarías para, la formación de profesionales en el sector agropecuario (SEP), establecer precios a los alimentos (SE) e impulsar la investigación científica para el mejoramiento de la producción agropecuaria (SEMARNAT); y garantizar el acceso de los productores a tecnología y métodos para modernizar su sector.	Ley del Impuesto al Valor Agregado	IVA	Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.	Gravar los actos o actividades arriba señalados; es decir, la enajenación de bienes, la prestación de servicios independientes, el arrendamiento de bienes y la importación de bienes y servicios.

Fuente: Elaboración Propia

La tabla contiene el compendio de leyes Mexicanas que regulan la actividad de logística en importaciones y exportaciones comerciales, aquí se muestra una de las tres páginas resultado de la investigación.

Guía del proceso logístico en el ámbito legal en México y Colombia.

Se desarrolla paso a paso la guía, explicando al detalle cada proceso y en cada país. A continuación solo se exponen los títulos que en la investigación se explican al detalle.

México

- Registro federal de contribuyentes (RFC)
- Registro al padrón de exportadores
- Estar al corriente de tu situación fiscal
- Contar con firma electrónica avanzada.
- Inscribirte en el padrón de importadores
- Realizar el encargo conferido al agente aduanal
- Registro en el directorio digital de exportadores
- Registro en el sistema de información empresarial mexicano (siem) ante la cámara correspondiente.
- Proceso de despacho aduanal
- Contratación de agente aduanal
- Permisos o certificados exigidos a la exportación
- Normas de calidad

Colombia

- Clasifica subpartida
- Registro como importador
- Consulta de arancel
- Identificación del producto
- Estudia mercado
- Calcula el tiempo
- Elige en Régimen conveniente

- Proceso de nacionalización
- Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN
- Tramites Especiales

Conclusiones

La investigación da como resultado la compilación de términos propios de los negocios internacionales y más aún los utilizados entre México y Colombia con relación a la logística internacional.

Se identifican las leyes, normas y regulaciones expedidas en México y Colombia con relación a las importaciones y exportaciones, se conforma con éstas, un normograma que da claridad sobre los objetivos y las funciones en el marco legal de la logistica internacional en los dos paises.

Se conforma la guía del proceso logístico que rigen las actividades de comercio exterior en México y Colombia, se muestran los pasos a cumplir para importar o exportar bienes o servicios; las entidades que participan y la documentación exigida.

La investigación es teórica pero en su proceso de indagación también se realizaron procedimientos prácticos, que llevaron a la identificación de actividades y tareas propuestas en un ambiente tecnológico obligado para la consecución de trámites obligatorios por la web.

La tramitología y burocracia de las entidades gubernamentales, en los dos países es similar en su complejidad organizacional, las entidades Estatales resultan ser poco proactivas y de poco apoyo al empresario, la presente investigación muestra el cúmulo de leyes, procedimientos, sanciones, tributos, fases, productos, convenios, tratados, impuestos, aduanas, restricciones arancelarias, asesorías y demás elementos que hacen

ver a la logística internacional como una actividad poco favorable para el desarrollo comercial internacional.

Referencias Bibliográficas

Aguila, A., Cervantes, C., Temoltzin, D., & Cuellar, Y. (2017). Infraestructura logística para la competitividad de. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 14. doi:2334-2501

Amar, J. A. (25 de Mayo de 2015). *El Heraldo*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.elheraldo.co/columnas-de-opinion/la-burocracia-colombiana-196591#:~:text=El%20cient%C3%ADfico%20social%20Robert%20Merton,obligaciones%20y%20privilegios%20estrictamente%20definidos

Baas, B. (s.f.). ¿Qué son los procesos logísticos? *La Voz de Houston*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://pyme.lavoztx.com/qu-son-los-procesos-logsticos-5028.html

Catarina. (2018). *Bibliote de la Univesidad de las Americas Puebla.* Recuperado el 15 de Febrero de 2021, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/chimal_r_d/capitulo2.pdf

Ceballos, A. (02 de Enero de 2020). *Comercio y Aduanas*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexteriormexico/organismos-comercio-exterior/

Ceballos, A. (24 de Marzo de 2020). *Comercio y Aduanas*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-arancel/

Comercio, C. E. (Agosto de 2015). Recuperado el Febrero de 2021, de https://camescom.com.mx/wp-content/uploads/2015/08/Guia_Aduanas.pdf

Concepto. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://concepto.de/institucion/

Consol Vilar. (18 de Mayo de 2020). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.consolvilar.com/que-es-y-para-que-sirve-el-protocolo/

Core, O. (05 de Marzo de 2020). Recuperado el Febrero de 2021, de https://blog.onecore.mx/principales-leyes-operaciones-comercio-exterior

DeConceptos. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://deconceptos.com/general/procedimiento

Definicion. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://definicion.de/organismo-gubernamental/#:~:text=Un%20organismo%20gubernamental%2C%20por%20lo,resulta%20necesario%20para%20la%20ciudadan%C3%ADa.

Desarrollo, P. d. (2020). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/countryinfo.html

Drucker, P. (Marzo de 2013). *¿Cuándo es el momento apropiado*. (R. T.-R. Chávez, Editor) Obtenido de http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1653#:~:text=Ma%C3%B1ana%20puede%20ser%20demasiado%20tarde,y%20satisfacer%20mejor%20al%20cliente.

Española, R. A. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.rae.es/search/node?keys=producto&op.x=0&op.y=0

Gestion.Org. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.gestion.org/que-es-el-roi-o-retorno-de-inversion/

IMCP. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de Secretaria de Administracion Tributaria : https://imcp.org.mx/IMG/pdf/ANEXO_A_NOTICIAS_FISCALES_174.pdf

Internacionales, U. d. (s.f.). *Secretaria de Economia.* Recuperado el Febrero de 2021, de http://www.2006-2012.economia.gob.mx/files/Colombia_Reporte_comercio-inversion.pdf

Lafuente, F. (s.f.). *UNAM.* Recuperado el Febrero de 2021, de http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/fjmv/Comercio_Exterior.pdf

Legiscomex. (2020). *Legiscomex.com*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.legiscomex.com/Documentos/links-interes-colombia-entidades

Logística, M. (2020). *Master Logística*. Recuperado el Febrero de 2020, de https://www.masterlogistica.es/aspectos-legales-del-comercio-internacional/

Mancilla Cruz, C. A., Morales Contreras, E., & Hernandez Contreras, F. (s.f.). El futuro del comercio exterior en México. *Observatorio de la economía Latinoamericana*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2014/comercio-internacional.html

Mexicanos, C. P. (2021, Febrero 19). *Diputados.* (D. O. Federacion, Ed.) Retrieved Febrero 2021, from http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Constitucion_Politica.pdf

México, E. d. (2020). Recuperado el Febrero de 2021, de https://embamex.sre.gob.mx/colombia/index.php/relacion-bilateral

Mundial, B. (Marzo de 2021). Recuperado el 2021, de https://www.worldbank.org/en/country/mexico/overview

Oriente, U. C. (2018). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.uco.edu.co/ova/OVA%20Economia%20Colombiana/Objetos%20informativos/Unidad%203/4.pdf

Peña Vinces, J., & Sanchez, T. (2011). Recuperado el Febrero de 2021, de https://bl2prd0310.outlook.com/owa/redir.aspx?C=juyi8V6-cEiNR3GtOcNWIuPKHts-Ss8I67PE1WhYOW4NJZdlEejcsjQ9-EWMk1N6ax3HhjKSVNs.&URL=http%3a%2f%2fwww.eoi.es%2fsavia%2fpubman%2fitem%2feoi%3a67230%3a3%2fcomponent%2feoi%3a67228%2fEOI_ModeloCompetitividad_2011.pd

PNUD. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/countryinfo.html

Posgrado, I. E. (2019). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.iep.edu.es/negocios-internacionales-exportacion-e-importacion/

Potosí, U. A. (2017). *StuDocu.* Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-autonoma-de-san-luis-potosi/logistica-de-comercio-internacional/resumenes/secretarias-que-intervienen-en-el-comercio/3072932/view

Propia, E. (2021). *Grafica de Gantt.* Morelos.

Roldan, P. N. (s.f.). *Economipedia*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html

Ruiz, P. H. (s.f.). *Invest in Bogota*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://es.investinbogota.org/como-invertir/como-importar-y-exportar-bienes-y-servicios

Servicio de Administración Tributaria. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de Gobierno de Mexico: https://www.sat.gob.mx/consulta/61977/conceptos-tributarios

Software Delson. (s.f.). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.sdelsol.com/glosario/sancion-tributaria/

Soto, O., & Meza Orozco, N. (10 de May0o de 2014). Tips para tener un proceso de logística exitoso. *Forbes Mexico*. Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.forbes.com.mx/tips-para-tener-un-proceso-de-logistica-exitoso/#:~:text=Los%20procesos%20log%C3%ADsticos%20ayudan%20a,abarque%20proveedor%2C%20empresa%20y%20cliente.

TRANSEOP. (27 de Noviembre de 2020). Recuperado el Febrero de 2021, de https://www.transeop.com/blog/Cadena-logistica-y-cadena-de-suministro/365/

5

CULTURA DE INNOVACIÓN

Innovación turística del municipio de Villa de Leyva desde un enfoque prospectivo. Una aproximación teórica.[37]

Tourism innovation in the municipality of Villa de Leyva from a prospective approach. A theoretical approach.

Ángela Viviana Cárdenas Galvis [38], Alba Matilde Chávez Otálora[39]

Resumen

El proyecto busca diseñar escenarios a partir de la gestión estratégica de la innovación en turismo como aporte a la actividad turística del municipio de Villa de Leyva, propendiendo por la activa participación de la comunidad y los distintos actores que intervienen en la actividad turística, dado que estas iniciativas fortalecen la interacción y contribuyen a la recuperación social y económica del territorio. El enfoque que privilegia la investigación es de tipo cualitativo, fundamentado en el método de la prospectiva estratégica de Godet. El proyecto se justifica en la medida en que Villa de Leyva como destino turístico, tiene un altísimo potencial, sin embargo, los determinantes que evalúan su competitividad en la mayoría son considerados

[37] El proyecto "**Innovación turística del municipio de Villa de Leyva desde un enfoque prospectivo**" perteneciente a la maestría en Administración de la Uptc Sede Seccional Sogamoso, se inscribe en la línea de investigación "Turismo, cultura y región" del grupo de investigación para la animación Cultural MUISUATA y forma parte del proyecto SGI 2711 titulado "Las implicaciones del desarrollo turístico en Villa de Leyva: un estudio prospectivo" desarrollado en asocio Uptc – Gobernación de Boyacá.

[38] Estudiante de Maestría en Administración de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, integrante del Grupo de Investigación para la Animación Cultural MUISUATA de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. angela.cardenasgalvis@uptc.edu.co.
https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001658655 .

[39] Profesora investigadora del Grupo de Investigación para la Animación Cultural MUISUATA de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Doctora (c) en Ciencias de la Educación RUDECOLOMBIA. Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia. alba.chavez@uptc.edu.co.
http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001486279

“regulares”, tal como se menciona en buena parte de los estudios realizados sobre la temática, lo que hace necesario que la actividad turística se realice de una manera más articulada, para así contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las personas beneficiarias de esta actividad y de los diferentes actores que participan en ella.

Palabras Claves: gestión estratégica, innovación turística, prospectiva territorial.

Abstract

The design project seeks scenarios based on the strategic management of innovation in tourism as a contribution to the tourist activity of the municipality of Villa de Leyva, aiming for the active participation of the community and the different actors involved in the tourism activity, since These initiatives strengthen the interaction and updating of the social and economic recovery of the territory. The focus that favors research is qualitative, based on Godet's method of strategic foresight. The project is justified to the extent that Villa de Leyva as a tourist destination has a very high potential, however, the determinants that evaluate its competitiveness in most are considered "regular", as mentioned in a good part of the studies carried out. on the subject, which makes it necessary for the tourist activity to be carried out in a more articulated way, in order to contribute to the improvement of the living conditions of the beneficiaries of this activity and of the different actors who participate in it.

Key words: strategic management, tourism innovation, territorial prospective

Introducción

Las dinámicas que nos plantea la nueva globalización deja de manifiesto la necesidad de que los territorios propendan por alternativas viables de nueva generación de ingresos y crecimiento de las economías locales, tal como lo manifiesta Tiuzo (2015, p. 8) “el turismo como actividad económica, es vista como una iniciativa en crecimiento, por lo

que las regiones con vocación turística deben generar estrategias competitivas que les permitan hacer presencia en los mercados cada vez más exigentes, lo que requiere de la articulación de esfuerzos para responder a los desafíos que les plantea la globalización" . Para Colombia, según la Política de Turismo Sostenible (2020) el turismo tiene el potencial para ser motor de desarrollo a nivel regional, por lo que debe figurar en los planes regionales de competitividad, la comprensión de las dinámicas territoriales que permite construir propuestas estratégicas encaminadas al crecimiento y desarrollo de las comunidades cuya economía se fundamenta en el turismo.

El Consejo Privado de competitividad (2019) presenta la medición del Índice Global de Competitividad, reportado por el Foro Económico Mundial (FEM), donde se expone resultados poco favorecedores para Colombia, en la versión 2018-2019 de esta publicación el país ocupa la posición 77 entre 137 países, desplazándose cuatro puestos a la baja con respecto del año anterior –73 entre 138–, en 2018 se modificó la metodología de calificación antes se utilizaba un rango de 1 a 7 donde Colombia se ubicaba en 3,7 ahora la calificación es de 0 a 100 donde Colombia tiene un puntaje de 36 puntos, puntaje que indica la necesidad de invertir en requerimientos básicos y darle mayor importancia a la generación de conocimientos que aporte en los promotores de eficiencia, factores de innovación y sofisticación. De la misma manera, en el Informe Nacional de Competitividad 2016 - 2017 se menciona que la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTI) son fundamentales para el progreso y la competitividad llegando a transformar el capital humano, dinamizando mercados, aumentando la productividad y respondiendo a retos sociales y ambientales (Consejo Privado de Competitividad, 2019, p. 107). Dicho estudio ubica al Departamento de Boyacá, en el lugar 10 entre 33 de la medición general, donde el ecosistema innovador evalúa pilares importantes a tener en cuenta en esta investigación como lo son; sofisticación y diversificación e innovación y dinámica empresarial, ítems en los cuales Boyacá ocupa el puesto décimo sexto y decimo respectivamente.

Por otro lado, el Plan Regional de Competitividad del Departamento de Boyacá 2008 - 2032, ha asumido el reto de descubrir las actividades que harán de éste un departamento competitivo, planteando sus objetivos en el desarrollo y transformación productiva de sectores estratégicos para el departamento, a través del fomento del *turismo para la competitividad*, cuya meta es consolidar al departamento como uno de los principales destinos ecoturísticos, de naturaleza, histórica y cultural y artesanal para la inclusión, a su vez propone la implementación de nuevas tecnologías y metodologías que faciliten el desarrollo de la actividad turística.

En este contexto, el proyecto "**Innovación turística del municipio de Villa de Leyva desde un enfoque prospectivo**" perteneciente a la maestría en Administración de la Uptc Sede Seccional Sogamoso, se inscribe en la línea de investigación "Turismo, cultura y región" del grupo de investigación para la animación Cultural MUISUATA y forma parte del proyecto SGI 2711 titulado "Las implicaciones del desarrollo turístico en Villa de Leyva: un estudio prospectivo" desarrollado en asocio entre la UPTC, la Gobernación de Boyacá, el grupo GIMI, el Grupo de Estudios de Ordenación del Territorio en Geografía (GEOT) y el Grupo Interdisciplinario de Investigaciones Arqueológicas e Históricas de la Maestría en Patrimonio Cultural, proyecto que pretende realizar un estudio prospectivo sobre el desarrollo de la actividad turística en Villa de Leyva, lo que permitirá brindar escenarios positivos para contribuir con dicha actividad de manera planificada, por cuanto la prospectiva territorial permite "Conciliar una ordenación del territorio, recogiendo herencia y desequilibrios del pasado, intentando corregirlos en consonancia con las apuestas de futuro y la trayectoria que un escenario deseable que nos marca y establece" (Gabiña, 1998, p. 1).

En el primer apartado se aborda la metodología planteada para la consecución de los objetivos propuestos, donde a partir de un enfoque cualitativo en las ciencias

administrativas, se aborda una problemática común que repercute en la comunidad objeto de estudio y que permite construir posibles futuros en pro de la mejora de las condiciones de vida de las comunidades, para el caso Villa de Leyva, en el apartado dos se muestran los resultados parciales fruto de la revisión de fuentes primarias y secundarias, finalmente se plantean las conclusiones a las que se ha llegado en la primera etapa de la investigación.

Metodología

Tipo y enfoque de investigación:

El enfoque de investigación que privilegia esta propuesta es el cualitativo en busca de profundizar y analizar los conocimientos y valores que comparte un grupo de personas que habitan un mismo territorio. Asumiendo el tipo de investigación etnográfica, "que es en su esencia una investigación ideográfica, trata de comprender la realidad de una situación específica, de un grupo ambiente particular" (Martínez, 1998), dado que es "la descripción del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (Martínez, 2000, p.27), lo que permitirá obtener de primera mano la información relacionada con las diferentes variables estudiadas y de esta forma contar con los elementos suficientes para proponer estrategia de propendan por la mejora en la actividad hotelera en el municipio de Villa de Leyva.

Método de investigación:

En virtud a que el estudio macro se ha venido apoyando en la metodología MICMAC y MACTOR desarrollados en 1989 – 1990 por François Bourse y Michel Godet para el análisis de los actores, sus roles y tensiones, además de permitir establecer de manera parcial las variables fundantes del estudio, por tal razón, el presente estudio propone utilizar la metodología integrada de las fases aplicadas de la prospectiva estratégica,

adaptada por Godet (2009), mediante la cual, al conocer el contexto histórico y el escenario actual, es posible plantear alternativas y tendencias futuras.

Asociado a la metodología de Godet, la aplicación de la matriz Igo permitirá realizar el análisis e interpretación de la realidad, como parte de los métodos prospectivos (Montoya *et al*, 2005). Una vez obtenidas las variables claves de la investigación se procederá al diseño de escenarios mediante la técnica de *cruz de escenarios* de Peter Shwartz (1996). Para finalmente a través del proceso de elección del *escenario apuesta* establecer las estrategias que darán la ruta más conveniente a seguir por los actores del turismo en pro del crecimiento de la actividad y mejora de la calidad de vida de la comunidad. Sánchez et. Al., (2013).

Momentos y técnicas para la recolección de información:

El instrumento de prospectiva elegido para analizar el presente estudio es el Diseño de escenarios de Godet (2009), el cual se resume a continuación:

Tabla 1. Metodología de diseño de escenario de Godet

Momentos	**Resultado**	**Técnicas**
Identificación de Tendencias, Factores de cambio y Análisis del entorno	Reconocimiento de la situación actual. Condiciones potenciales del turismo en el municipio de Villa de Leyva.	Definición de las variables a partir de un árbol de problemas de la actividad turística en el municipio de Villa de Leyva
Identificación de Variables	Matriz de variables a partir de sus brechas, causas y tratamiento. Análisis estructural de Godet.	Metodología MICMAC

Análisis del Comportamiento de los actores Sociales	Roles de los diferentes actores Tensiones de los actores Sociales	Metodología MACTOR ¿Cómo están operando los actores sociales?
Diseño de escenarios	Escenario probable Escenarios alternos	Ejes de Schwartz
Diseño de estrategias	A partir de los objetivos planteados se detectarán las acciones conducentes a la mejora de la actividad hotelera.	Matriz Igo (Importancias y Gobernabilidad)

Fuente: Adaptado de Modelo Prospectivo (Godet, 2009)

La técnica fundamental utilizada en el desarrollo del proyecto será la Matriz de Importancia y Gobernabilidad:

Tabla 2. Matriz Igo

Gobernabilidad **Importancia**	**Alta**	**Baja**
Alta	Variables estratégicas. Mayor impacto a más corto plazo Posibilidad de actuación Impacto positivo a la organización.	Resultados condicionados Dificultad poder vs cambio.

Baja	Muestran resultados a corto plazo Mejora el desempeño del sistema en el mediano y largo plazo.	Deben ser eliminadas en una primera fase Desgastan

Fuente: Adaptado de Parra (2010)

Resultados

Innovación turística desde un enfoque prospectivo. Una breve aproximación teórica.

La actividad turística en muchos países del mundo se ha consolidado como un fuerte componente del desarrollo económico, es así como el diario Nexotur (2019) indica que el Turismo aporta en un 10,4% de toda la actividad económica del mundo, de igual forma, según el Departamento Nacional de Estadística, DANE, el turismo, representó el 3,78% del PIB en Colombia en el años 2017 lo que evidencia el gran potencial que tiene esta actividad económica (Ministerio de Comercio Industria y turismo, 2018).

En la investigación determinantes de la competitividad de un destino turístico se indica que la evolución de la actividad turística requiere un desarrollo planificado, que no se ha evidenciado pues evaluando algunas variables competitivas en la escala de Likert han sido consideradas como regulares, (Ochoa, 2014). En el caso de Villa de Leyva, uno de los destinos turísticos colombianos con más reconocimiento internacional y el segundo destino del departamento de Boyacá, la actividad turística surge por diversos factores, por un lado, el hecho de ser declarada Monumento Nacional por el general Rojas Pinilla, la realización de eventos culturales como el Festival de Cometas, la visita a los museos y el hallazgo de fósiles en este territorio fueron generando la llegada de turistas (Ruge, 2018). Así mismo con el paso de los años se van sumando otros acontecimientos como

la Declaratoria de Bien de Interés Cultural a nivel Nacional, y hace parte de la lista de 17 municipios considerados pueblo patrimonio. Llegados a este punto, es necesario destacar que el desarrollo de la actividad turística en Villa de Leyva no se dio desde sus inicios de manera planificada, lo que ha traído repercusiones sociales ocasionadas por los procesos de gentrificación, desplazamiento de la población local y la llegada de nuevos habitantes, impactos ambientales, socioculturales y económicos.

Ahora bien, el impacto al sector turismo a raíz del COVID-19 nos revela la importancia de desarrollar este proyecto de investigación dado que en el año 2018 la Organización Mundial de Turismo (OMT), refería que la industria turística a nivel mundial se encontraba en crecimiento dado que la participación de este sector en el PIB para 2017 fue importante y se esperaba que siguiera aumentando, pero todo esto se vio afectado en 2020 con el cierra y la limitación de viajeros, las restricciones dadas para el sector turismo a nivel mundial se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 3. Restricciones Sector Turismo en 2020

Informe –Fecha	IMPACTOS/ CONSECUENCIAS
Informe 1 – 17 de abril 2020	El 96% de los destinos turísticos del mundo tienen restricciones para recibir viajeros en muchos casos prohibiéndolos por completo.
Informe 2 – 28 de abril 2020	El Turismo antepone su compromiso social que económico, 100% de los destinos del mundo cerrados.
Informe 3 – 11 de mayo de 2020	El turismo es el sustento de vida para millones de personas, especialmente en países en desarrollo.
Informe 4 – 31 de mayo de 2020	Se publican directrices globales para reabrir el turismo. Sólo el 3% de los destinos del mundo han dado algún paso para aliviar las restricciones de viaje.
Informe 5 – 23 de junio de 2020	Se sigue trabajando en mitigar el impacto de la pandemia se espera que cuando sea el momento el turismo pueda ayudar a

	impulsar una recuperación responsable y sostenible.
Informe 6 – 30 de julio de 2020	El 40% de los destinos turísticos del mundo han flexibilizado las restricciones de viaje, el sector se empieza adaptar a la nueva realidad.
Informe 7 - 10 de Septiembre de 2020	El liderazgo de los Gobiernos ha hecho posible que el turismo se esté reactivando, sin embargo los países en desarrollo continúan con el cierre de sus fronteras.
Informe 8 – 2 de diciembre de 2020	De 217 destinos de todo el mundo el 70% ha levantado sus restricciones, las metodologías se han actualizado para ofertar una visión de flujos turísticos vinculando la infraestructura de salud e higiene.
Informe 9 – 8 de marzo de 2021	La gravedad de la situación epidemiológica obliga al sector turismo a tener nuevas restricciones de viaje, aunque el secretario general de OMT afirma que mantener las restricciones no es la solución, si son necesarias tomar decisiones con datos que permitan la pronta reapertura.

Fuente: Elaboración propia adaptado de OMT (2021)

En Colombia desde el 15 de marzo de 2020 no se permitía ingreso de personas al país por los aeropuertos internacionales del país, desde el 24 de marzo del mismo año se decreta aislamiento preventivo obligatorio, lo que conllevo a un cierre total de la economía siento el sector turismo la actividad económica más afectada, la pérdida economía fue alrededor de 20,1 billones de pesos, lo que representaría el 1,5 por ciento del PIB de Colombia del año 2020, Vanegas & Camacho (2021), sin embargo el gobierno ha establecido protogolos para que el sector turismo se pueda ir reactivando y por ende buscar su recuperación, tema que no ha sido nada fácil debido a que el cumplimiento de protocolos de bioseguridad para la operación de vuelos nacionales, reactivacion de

vuelos internacionales y para la reapertura de parques naturalaes es bastante rigurosa y aún existe un temor generalizaado en la población por visitar otros destinos.

Para el caso de Villa de Leyva a la fecha ya se encuentran habilitados los prestadores de servicios con el cumplimiento de todos los protocolos de bioseguridad, de acuerdo con los parametros establecidos en el Decreto 1076 de 2020, así como lo reglamentado en la Resolución No. 666 de 2020 expedida por el ministerio de Salud "Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del COVID-19", en este contexto la primera apertura se dio desde el pasado 20 de agosto de 2020, donde se habilitaron 8 establecimientos hoteleros, de acuerdo con información de la Gobernación de Boyacá.

El proyecto aborda conceptualmente dos nociones; *Una,* la gestión estratégica desde la prospectiva, *dos,* la innovación turística, interrelacionados con el espacio objeto de estudio que para el caso es el municipio de Villa de Leyva. Es de anotar que dentro de la prospectiva estratégica se trabajan los escenarios en donde se describe la situación futura y acontecimientos para pasar de una situación real a una futura como lo establece Godet (2000), lo que permitirá potencializar el desarrollo local del municipio de Villa de Leyva.

Respecto a la gestión estratégica desde una visión prospectiva Godet y Durance (2007) plantean que la incertidumbre sobre el futuro puede apreciarse a partir del número de escenarios que puedan existir, por lo tanto, "el objetivo es estimular la imaginación, reducir las incoherencias, crear un lenguaje común, estructurar la reflexión colectiva y permitir la apropiación", postulado que confirma (2004) cuando afirmo que "hay varios futuros posibles por lo que es necesario visualizar el futuro a largo plazo".Toselli (2015) indica que el planeamiento estratégico visto como aporte al desarrollo local se debe hacer para anticiparse a los cambios futuros y orientarlos hacia un bienestar colectivo

valiéndose de herramientas y recursos. Por lo tanto, es importante hacer una aclaración entre los conceptos de estrategia y prospectiva como promotores de cambios futuros ya que más que predecir se trata de prepararse para afrontar eventos futuros basados en el análisis de contextos presentes y pasados. A continuación, se hace de primera línea un acercamiento al concepto de estrategia definido desde diferentes autores:

Tabla 4. Concepto de estrategia

Autor	**Definición de estrategia**
Von Neumann & Morgenstern (1944)	Conjunto de acciones que se deciden frente a una situación particular.
Drucker (1954).	Análisis de la situación actual y recursos para realizar cambios.
Chandler. (2003).	Determinador de objetivos básicos a largo plazo de una organización teniendo en cuenta recursos y objetivos.
Ansoff (1965).	Regla para la toma de decisiones teniendo en cuenta el producto, mercado, crecimiento empresarial.
Cannon (1968).	Decisiones de dirección para lograr un objetivo en una organización.
Learned, Chrisfenson, Andrews, & Guth, (1969).	Patrón de objetivos, políticas y planes a alcanzar definiendo presente y futuro.
Barney, J. (1986).	Modelo de asignación de recursos para mejorar el rendimiento, apunta a neutralizar amenazas y explotar oportunidades.
Sicard, C. (1987).	La estrategia, más que un arte es una verdadera ciencia

Newman & Logan, (1971).	Planes de futuro que se anticipan a los cambios aprovechando oportunidades teniendo en cuenta la misión empresarial.
Schendel & Hatten, (1972).	Metas y objetivos organizacionales para relacionar a la organización con su entorno.
Uyterhoeven, Ackerman, & Rosenblum, (1973).	Tiene en cuenta el perfil, previsión, auditoría, recursos, alternativas empresariales.
Ackoff, (1974).	Son objetivos a largo plazo que afectan al sistema como un todo.
McCarthy, Minichiello, & Curran, (1975). **Business Policy and Strategy**	Análisis del entorno para elegir alternativas económicas.
Glueck. (1976).	Plan unificado, integral para el cumplimiento de objetivos.
McNichols. (1977).	Decisiones que reflejan determinación de objetivos en un negocio haciendo uso de habilidades, recursos y la formulación de políticas.
Paine & Naumes, (1978).	Acciones para el logro de los objetivos empresariales.
Mintzberg, (1979).	Establecimiento de objetivos teniendo en cuenta políticas para lograr propósitos organizacionales.
Porter, M. (1979).	Ventaja competitiva
Schendel & Hofer, (1979).	Responde a oportunidades y amenazas para alcanzar objetivos.

Mintzberg & Quinn (1993).	Acciones colectivas para lograr metas organizacionales teniendo en cuenta competencias, cambios del entorno y recursos.
Gervais, M. (1995).	Plan para modificar el comportamiento de la organización.
Grant, R. M. (1995).	Vínculo empresarial entre las metas, valores, recursos y capacidades teniendo en cuenta el entorno, competidores, clientes, proveedores entre otros.
HEC , G. (1997)	Selección de campos con la asignación de recursos para preservar una empresa.
Mintzberg, A. (1998).	Fuerza mediadora entre la empresa y su entorno haciendo a su entorno.
Mintzberg, H., Ahlstrand, B.W. & Lampel, J. (1998).	Modelo o plan que integra objetivos, políticas para anticipar cambios en el entorno.
Perrin, B. (2001).	Definición de acciones para el crecimiento y rentabilidad empresarial.
Atamer, T. y R. Calori (2003).	Relación con el entorno para lograr objetivos empresariales.
Barabel & Meier (2013)	Conjunto de decisiones y acciones para orientar la misión empresarial teniendo en cuenta tiempo espacio y recursos existentes.

Fuente: Basado en Bracker (1980), Tiuzó (2015), Rodríguez (2015) y Castellanos Narciso & Cruz Pulido (2014), Parra (2020).

Refiriéndose al concepto de prospectiva la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), establece que la estrategia es un conjunto de tentativas para identificar tendencias frente al logro de beneficios tanto económicos y sociales Por su parte Godet (2009) la define como una previsión frente a un futuro posible y deseable.

Los estudios que dan cuenta de la gestión estratégica de la innovación con enfoque en turismo se identificaron a partir de la búsqueda de la producción académica relacionada con dos conceptos fundamentales para el estudio: la gestión estratégica desde la visión de la prospectiva *y* la innovación estratégica en turismo. La revisión permitió establecer que en torno a las temáticas seleccionadas los países que han desarrollado investigaciones son principalmente España, México, Argentina y Brasil. En el caso de Colombia apenas hace un par de años que se ha iniciado una línea de investigaciones de tipo prospectivo en turismo liderado por la Universidad Externado de Colombia, donde se han desarrollado 4 investigaciones en esta temática.

También se encontraron otros estudios, como el de Sánchez y Arenas (2011) trabajo a través del cual los autores buscan hacer una aproximación prospectiva de los hoteles asociados a Cotelco en Cartagena de Indias utilizando el Método Delphi, para consolidar estrategias que ayuden al mejoramiento de sus ingresos, el realizado por Cordoba y Minota (2015) muestra un análisis prospectivo de mercadeo en los municipios de Choco y Bahía Solano utilizando el Método Delphi con varios expertos del sector turístico con miras a potenciar la actividad en este sector y proponiendo escenarios que permitieran potencializar el sector y prepararse de mejor manera ante efectos futuros. Y por último mencionar el estudio desarrollado por Mojica (2010) donde se retoma los conceptos teóricos de la prospectiva; dando una mirada al futuro de los negocios, presentando como se puede hacer un sencillo análisis de la prospectiva en pequeñas empresas tomando como caso de estudio un estudio prospectivo de una empresa de servicios y un modelo avanzado para territorios y empresas.

De otro lado, a nivel internacional el estudio titulado de Ambrosio, Martin y Pérez (2011) desarrollado por los investigadores de la Universidad de Córdoba en España, se da a conocer un enfoque metodológico aplicando el Análisis Estructural de Prospectiva (AEP) en donde se convierte en un método idóneo que permite analizar los elementos, factores e interrelaciones en el territorio y entender variables presentes y futuras. La investigación titulada Análisis prospectivo del turismo rural: el caso de la comunidad Valenciana (Solsona, 2014) realizado por investigadores de la Universidad de Murcia en España, introduce al lector en una breve explicación sobre como el turismo rural ha ayudado a las comunidades en el desarrollo económico en España y de cómo la Unión Europea ayudo y financio diferentes programas específicamente en la Comunidad Valenciana. Se mostró que el turismo rural necesita una planificación para lograr productos estructurados con mejores sistemas de comercialización para garantizar un futuro promisorio. En esta misma línea, el estudio realizado en la Universidad Austral de Chile por Zamora, Barril y Benavides (2008) es una investigación exploratoria para analizar la percepción de los habitantes sobre la oferta turística de la región objeto de estudio en Chile.

Desde el punto de vista de la innovación turística Schumpeter (1934) define el concepto de innovación como “la introducción de nuevos métodos técnicos, productos, fuentes de suministro y formas de organización industrial”. Por su parte, Drucker (1985) asegura que “la innovación es un trabajo racional, premeditado, sistemático y organizado”, mientras Porter (1998) sostiene que la innovación **“**va aparejada inquebrantablemente con el contexto estratégico y competitivo de la compañía”. Mientras que la OCDE describe la innovación como la introducción de algo nuevo o mejorado (González, 2014).

Los primeros conceptos de procesos de la innovación se enfocaban en la capacidad de la empresa para mejorar de manera gradual o incremental sus productos y/o procesos.

Con esto se apuntaba a la mejora de la calidad, la mejora del producto y a la reducción de costos, este proceso era más de características cíclicas. Las condiciones del mercado mostraban ciclos de vida de los productos largos, donde las innovaciones se hacían al interior de las empresas sin contar la mayoría de las veces con las opiniones de los clientes, Úbeda & García (2008). Por otro lado, manifiestan que las empresas con mayor experiencia no son siempre las que generan las nuevas ideas, para Puiggrós (2017) las nuevas organizaciones en el mercado le apuestan a la innovación de productos, mientras que las existentes tienen como objetivo la reducción de costos.

Para el caso puntual de la innovación en el turismo Haudnes (1998) plantea que las ideas innovadoras son la base de los territorios turísticos con amplias probabilidades de éxito, ya que implica novedad y ante todo soluciones a problemas que no se han superado antes, lo que minimiza el efecto de la competencia y facilita la incursión en nuevos mercados nacionales e internacionales, si no tienen una constante innovación en los servicios que presenta el sector turismo no se proporciona emoción al turista de esta manera las actividades se convierten en rutinarias y dejan de ser visitadas, ROTUR (2008).

Conclusiones

El turismo se constituye en oportunidad de desarrollo de la economía del país, siempre que su evolución acoja los lineamientos de sostenibilidad, calidad y responsabilidad que proponen las nuevas tendencias del turismo mundial. Los lineamientos del gobierno nacional en cuanto a la actividad turística como motor de desarrollo buscan llevar al país a ser un destino turístico competitivo que genere beneficios en las regiones donde esta actividad está presente y a la vez mejoren el desarrollo productivo del país.

Siendo el turismo uno de los escenarios con una innegable influencia sobre la evolución de los hábitos y estilos de vida de los habitantes de cualquier región, es imprescindible construir escenarios que mitiguen el efecto de operar habitualmente en un contexto de gran incertidumbre, lo que ha dificultado el trazado de estrategias a largo plazo, con el fin de consolidar los hallazgos del proyecto macro.

Estudiar el futuro es adentrarse en un espacio desconocido en el que pueden surgir dudas, incertidumbres, temores pero también puede ser a la vez un acercamiento a lo que puede suceder con éxito, por esto hoy en día existe esta tendencia de querer visualizar los posibles escenarios futuros, proyectar la toma de decisiones adecuadas en un contexto específico, para el caso de estudio; un municipio con vocación turística.

Trabajar con prospectiva es proyectarse a posibilidades y aplicar estrategias para el cambio identificando factores haciendo uso de análisis y metodologías para lograr escenarios mejores que el actual.

Finalmente se logró evidenciar que específicamente en torno a la gestión estratégica de la innovación con enfoque en turismo es muy escasa la producción de literatura, posiblemente debido a la reciente incorporación de este campo de la administración al estudio del área turística, el presente proyecto busca mitigar dicho vacío conceptual.

Referencias bibliográficas

Ackoff, R. (1974). *Redesigning the Future*: A Systems Approach to Societal Problems

Ambrosio-Albalá, M; Martín Lozano, J.; Pérez Hernández, P (2011). *Aplicación del análisis estructural de prospectiva al diseño de estrategias de desarrollo rural: el caso de la comarca de Jerez Estudios de Economía Aplicada*, vol. 29, núm. 1, 2011, pp. 247-277 Asociación Internacional de Economía Aplicada Valladolid, España

Ansoff, (1965). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Growth and Expansion* [pp. 118-121]

Arocena, J. (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo* (Vol. 158). Caracas: Nueva Sociedad.

Arroyo, D. (2001). *Políticas sociales municipales y modelos de planificación en la Argentina*, en D. Burin y A. I. Heras (comp.), Desarrollo Local. Una respuesta a escala humana a la globalización. Buenos Aires: Ciccus, pp. 87-110.

Atamer, T. y R. Calori (2003). *Diagnostic et Décisions Stratégiques*. Paris, Dunod.

Barabel & Meier (2013). *Managing the return of expatriate staff to their mother company* N° 90 - Juillet - Août

Barney, J. (1986). T*ypes of competition and the Theory of strategy: toward an integrative framework*. The Academy of Management Review., 11(4), 791-800.

Boisier, S. (1987). Los procesos de descentralización y desarrollo regional en el escenario actual de América Latina, *Revista de la CEPAL*, Nº 31, Santiago de Chile

Bracker, J. (1980). *The Historical Development of the Strategic Management Concept. Academy of Management* Review, 5(2), 219-224.

Camargo, M. (2006). *El desarrollo local y las tendencias socio- territoriales emergentes en Venezuela*. Venezuela: Revista Geográfica Venezolana, vol. 47.

Cannon, (1968). *Business Strategy and Policy* [p. 9]

Castellanos Narciso, J. E., & Cruz Pulido, M. A. (2014). Una Mirada a la Evolución Histórica de la Estrategia Organizacional. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(3), 28–51

Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure.* Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books.

Consejo Privado de competitividad (2019) *Foro Económico Mundial (FEM*). Recuperado de https://compite.com.co/indice-global-de-competitividad-2017-2018/

Cordoba Rodríguez, Y. Dueñas, Yaicinio Y. (2015). *Análisis prospectivo de mercadeo para potenciar el turismo en los municipios de Bahía Solano y Nuquí, departamento*

del Chocó. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Recuperado de https://repository.unad.edu.co/handle/10596/3768

DANE - 2018 .Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV). Recuperado de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018

De San Eugenio, J. Barniol, M. (2012). *Marcas territoriales y desarrollo local en la Cataluña interior. Estudio de caso: Territoris serens* (el Lluçanès) Documents d'Anàlisi Geogràfica vol. 58/3 417-439

Drucker, (1954). *The Practice of Management*. Tercera edición. Buenos Aires Editorial Sudamericana.

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: HarperCollins Publishers Inc.

Gabiña, J. (1998). *Prospectiva territorial.* Alfaomega S.A. México D.F. Recuperado de https://juanjogabina.files.wordpress.com/2012/09/prospectiva-territorial-esa-1.pdf

Gervais, M. (1995). *Stratégie de l'entreprise*. Paris, Económica

Glueck. (1976). *Business Policy: Strategy Formation and Management Action*, 2nd ed. [p. 3]

Godet, M. (2000). *La caja de herramientas de la prospectiva estratégica*. Cuadernos de LIPS Cuaderno publicado por Gerpa con la colaboración de Electricité de France, Mission Prospective

Godet, M. (2009). *La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios*. Cuadernos del Lipsor. Seria de investigación No 10. Recuperado de https://administracion.uexternado.edu.co/matdi/clap/la%20prospectiva%20estrategica.pdf

Godet, M., & Durance, P. (2007). *Prospectiva Estratégica: problemas y métodos*. *Cuadernos de LIPSOR*, *104*.

Gómez L. (2011). *Desarrollo rural vs. desarrollo local. Estudios Geográficos* Vol. LXXII 270, pp. 77-102.

González, S. (2014). La innovación como fuente de desarrollo. Recuperado de *http://www. mintic. gov. co/portal/604/articles-6308_recurso_1.*

Grant, R. M. (1995). *Contemporary Strategy Analyse*. Oxford, Blackwell

Haudnes, J. (1998): *Services in Innovation, Innovation in Services*, SI4S Final Report, STEP Group Oslo.

HEC , G. (1997). *Strategor: Politique générale de l'entreprise*. Paris, Dunod.

Informe Nacional de Competitividad 2019 *Consejo Nacional de Competitividad* Recuperado de https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2019-2020/

Learned, Chrisfenson, Andrews, & Guth, (1969). Business Policy: Text and Cases [p. 15]

Martínez, M. (2000) *La investigación cualitativa etnográfica en educación*- Manual teórico práctico. Bogotá: Circulo de Lectura Alternativa.

Martínez, M.M. (1998) *La investigación cualitativa etnográfica en investigación*. Trillas. México D.F.

McCarthy, Minichiello, & Curran, (1975). *Business Policy and Strategy*: Concepts and Readings [p. 19]

McNichols. (1977). *Policy Making and Executive Action*, 5th ed. [p. 9]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022 "TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE".* Bogotá.

Mintzberg & Quinn (1993). *El proceso estratégico conceptos, contextos y caso*. Prentice Hall.

Mintzberg *et al.* (1999). *La stratégie et l'éléphant. L'Expansion Managemen*t Review., 7-16

Mintzberg (1979). *The Structuring of Organizations*. Recuperado de https://www.nrc.gov/docs/ML0907/ML090710600.pdf

Mintzberg, A. (1998). *Safari a la estrategia.* Buenos Aires.: Gránica.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B.W. & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari.* A Guided Tour Through The Wilds Of Strategic Management. Free Press, Ny. 406p

Mojica (2010). I*ntroducción a la prospectiva estratégica para la competitividad empresarial*. Universidad Externado de Colombia. Facultad de administración de empresas. Recuperado de https://es.slideshare.net/IVANVILLAMIZAR/introduccin-a-la-prospectiva-estratgica-mojica-2010

Mojica, F. (1999). *Prospectiva y construcción de escenarios para el desarrollo territorial*. Santiago de Chile, MIDEPLAN.

Montoya, M., Aguirre, Y., Arango, I. y Zuluaga, A. (2017). *Aplicación de los ejes de Schwartz como metodología de prospectiva tecnológica al modelo universitario empresa en el contexto colombiano*. Ingenierías USBMed, 8(1), 63-70.

Newman & Logan, (1971). *Strategy, Policy, and Central Management* [p. 70]

NEXOTUR. (6 de Marzo de 2019). *El Turismo representa el 10,4% del PIB mundia.* Obtenido de NEXOTUR.COM: https://www.nexotur.com/noticia/101605/nexotur/el-turismo-representa-el-104-del-pib-mundi

Ochoa, E. A. (2014). Determinantes de la competitividad de un destino turístico: Caso Villa de Leyva. *Vision Empresarial*, 30-48

OMT. (25 de abril de 2021). Obtenido de https://www.unwto.org/es/covid-19-restricciones-viaje

Organización de Cooperación y Desarrollo Económico. (2015). *Manual de Oslo* (Tercera ed). https://doi.org/10.1787/9789264065659-es http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf

Paine & Naumes, (1978). *Strategy and Policy Formation: An Integrative Approach*. Recuperado de https://www.semanticscholar.org/paper/Strategy-%26-policy-formation%2C%3A-An-integrative-Paine-Naumes/ac6167bc092c5b892719afe68c4cfbecf98804bf

Parra Acosta, J. F. (2020). *Propuesta de modelo conceptual de factores incidentes en el fracaso de Implantación Productiva en el Exterior – IPE*. Universidad Nacional de Colombia Facultad de Ingeniería Bogotá, Colombia. Doctorado en ingeniería. Recuperado de https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78001/1030552648.2020.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Parra, J. (2010). *Planeación Estratégica Territorial*. Universidad Nacional De Colombia. Recuperado de :Http://Www.Virtual.Unal.Edu.Co/Cursos/Agronomia/2008868/Docs_Curso/Descripcion

Perrin, B. (2001). *Cómo evaluar -y no evaluar- la innovación*. Preval. http://www.preval.org/documentos/00419.pdf [

Plan Regional de Competitividad del Departamento de Boyacá 2008 - 2032. *Consejo de gobierno* Comisión Regional de Competitividad. Gobernación de Boyacá. Recuperado de http://www.competitivas.gov.co/sites/default/files/documentos/boyaca.pdf

Política de Turismo Sostenible 2020. Ministerio de Industria Comercio y Turismos. Recuperado https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx

Porter, M. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy. Harvard Business Review*. 57(2), 137-145.

Porter, M. (1998). *The Competitive Advantages of Nations: With a New Introduction*. New York: Free Press.

Puiggrós, L. P. (2017). *Lo disruptivo y el futuro: tecnología y sociedad en el siglo XXI.* Recuperado de https://raed.academy/wp-content/uploads/2017/12/discurso-de-ingreso-Luis-Pons-Puiggros-Lo-Disruptivo-y-el-Futuro-Tecnologia-y-sociedad-en-el-siglo-XXI.pdf

Ramírez. (2004). Futuros diversos: Corazón de la prospectiva. *Revista Universidad de Guadalajara. Futuro y Prospectiva.* Nª26. 2002-2003. En: https//. www.revista.universidad de guadalajara.mx/

Rodríguez-Romero, C. (2015). *Una mirada a la evolución de la estrategia: de la Guerra de Troya a la actualida*d. In L. Chicaíza (Ed.), La administración en el siglo XXI : herencia e innovación en conceptos y herramientas para las ciencias de gestión (pp. 125-148). Bogotá: Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia.

ROTUR. (2008). Innovación Turística: Perspectivas Teóricas. *Revista De Ocio Y Turismo*, 19-50.

Ruge Rodríguez, R. (2018). *Imaginarios sociales de la población local y de los turistas sobre el municipio de Villa De Leyva y su relación con la experiencia turística*. Universidad Externado De Colombia. Facultad De Administración De Empresas Turísticas Y Hoteleras. Maestría En planificación y gestión del turismo. Bogotá D.C. Recuperado de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1199/1/BBA-spa-2018-Imaginarios_sociales_de_la_poblacion_local_y_de_los_turistas_sobre_el_municipio.pdf

Sánchez Tinoco A. y Arenas Durán, O. (2011). *Análisis prospectivo del turismo en Cartagena de indias focalizado a los hoteles asociados a COTELCO* Universidad Tecnológica De Bolívar Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas Programa De Administración De Empresas Cartagena De Indias. https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0062520.pdf

Sánchez, B., Montoya, I. y Montoya, L. (2013) *Aplicación del enfoque integrado de prospectiva y estrategia para el mejoramiento al proceso de selección docente de la Universidad Nacional de Colombia*. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 23 (48), 43-54.

Schendel & Hatten, (1972). *Business policy or strategic management*. Academy of Management Proceedings [p. 4]

Schendel & Hofer, (1979). *Strategic Management: A New View of Business Policy and Pianning* [p. 516]

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.

Schwartz, P. (1996). *The Art of the Long View: Planning for the Future in an Uncertain World*. Currency Doubleday, . New York, 1996

Sicard, C. (1987). *Pratique de la stratégie d'entreprise.* Paris: Editions hommes et Techniques

Solsona Monzonís, J. (2014). Análisis prospectivo del turismo rural: el caso de la Comunitat Valenciana. *Cuadernos De Turismo*, (34), 313-334. Recuperado a partir de https://revistas.um.es/turismo/article/view/203171

Tiuzó, S. (2015). Generación de ventaja competitiva a través del diseño de estrategias para la integración de los actores del sector turístico en la provincia de sugamuxi. *In Vestigium Ire*, *8*(1), 158-179.

Toselli, C. (2015). *Turismo, planificación estratégica y desarrollo local*. *TURyDES*, *8*(18), 1-8

Úbeda, S. R., & García, M. C. (2008). *Innovando la innovación*. Boletín Económico De Ice, Nº 2942(0214-8307), 27–38.

Uribe Toril, J. Valenciano, J; Bonilla Martínez, J. (2013). El *desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor Intangible* Capital, vol. 9, núm. 3, , pp. 644-677 Universitat Politècnica de Catalunya Barcelona, España. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/549/54928893005.pdf

Uyterhoeven, Ackerman, & Rosenblum, (1973). *Strategy and Organization: Text and cases in General Managemen*t [pp. 9-10]

Vanegas, A., & Camacho , O. (25 de abril de 2021). *Universidad Externado de Colombia* - . Obtenido de ANÁLISIS DE COVID-19 ECONOMÍA - la crisis del turismo por el COVID-19: https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/

Von Neumann & Morgenstern (1944)., *Theory of Games and Economic Behavior* [pp. 79-84]

Zamora, J; Barril, M. E; Benavides, E (2009). *Turismo interno: percepción prospectiva de atractivos de la región del maule en la región metropolitana Gestión Turística*, pp. 27-47 Universidad Austral de Chile Valdivia, Chile.

6

ECONOMÍA Y FINANZAS

Problemáticas financieras en pequeñas y medianas empresas comerciales del corredor central de Boyacá [40]

Financial Problems in Commercial Small and Medium Enterprises in the Central Sector of Boyacá

Daniel Alberto Hernández Pelayo [41], Jhon Alexander Gaona Cristancho [42], Yury Alexandra Bonilla Hernández [43].

Resumen

En la investigación se realizó un diagnóstico de los diferentes factores que influyen en el desempeño financiero de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) comerciales del corredor central de Boyacá, analizando el impacto de los elementos identificados en el área financiera de estas y, con base en ello, formular recomendaciones de mejoramiento a las problemáticas identificadas en las Pymes. Por lo anterior, se desarrolla un análisis de las problemáticas financieras que afrontan las Pymes comerciales del corredor central de Boyacá.

Con la presente investigación se identificaron las problemáticas de tipo financiero que se pueden presentar en el desarrollo normal de la actividad económica, y la forma de solucionarlas o mitigarlas para que no lleguen a afectar o retardar el cumplimiento de

[40] Este proyecto se presentó en el I Congreso Internacional de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, realizado y organizado los días 28 y 29 de mayo 2.021 por la División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la USTA Tunja.

[41] Estudiante Contaduría Pública. Universidad de Boyacá. danhernandez@uniboyaca.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001875546.

[42] Estudiante Contaduría Pública. Universidad de Boyacá. jagaona@uniboyaca.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001875547.

[43] Estudiante Contaduría Pública. Universidad de Boyacá. yabonilla@uniboyaca.edu.co. https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001875701.

los planes y objetivos trazados por la gerencia. Lo anterior, enfocándose a las Pymes del corredor central de Boyacá, situadas en las ciudades de Tunja y Sogamoso.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó una investigación de tipo descriptivo, mediante el uso de variables cualitativas, como los objetivos de la empresa, sus aspiraciones, misión y visión; y cuantitativas, en cuanto a su estructura de capital, fuentes de financiamiento e indicadores financieros. Se recomienda que las entidades financieras y de crédito faciliten el acceso de las Pymes a financiamiento, simplificando los requerimientos y abriendo un mayor campo de acción de dichas entidades en el sector de las Pymes, dado que estas son un pilar fundamental de la economía colombiana; por último, Resulta importante realizar nuevos estudios en diferentes contextos que permitan ampliar el rango de análisis del sector, acerca de las decisiones de los empresarios en la financiación de las Pymes.

Palabras Claves

Endeudamiento, Financiamiento, Problematicas financieras, Pymes, Recomendaciones.

Abstract

The research made a diagnosis of the different factors that influence the financial performance of small and medium-sized commercial enterprises (SMEs) of the central corridor of Boyacá, analyzing the impact of the identified elements in the financial area of these and, on the basis of this, make recommendations for improvement to the problems identified in SMEs. An analysis of the financial problems faced by commercial SMEs in Boyacá's central corridor is proposed.

The present research identified the financial problems that can arise in the normal development of economic activity, and how to solve or mitigate them so that they do not affect or delay the fulfillment of the plans and objectives set by management. The above, focusing on the Pymes of the central corridor of Boyacá, located in the cities of Tunja and Sogamoso.

For the development of this work, a descriptive research was used, using qualitative variables, such as the objectives of the company, its aspirations, mission and vision; and quantitative, in terms of its capital structure, sources of financing and financial indicators. It is recommended that financial and credit institutions facilitate access for SMEs to financing, simplifying the requirements and opening up a greater field of action for these entities in the SME sector, since these are a fundamental pillar of the Colombian economy. Finally, it is important to carry out new studies in different contexts that allow to expand the range of analysis of the sector, about the decisions of entrepreneurs in the financing of SMEs.

Keywords

Indebtedness, Financing, Financial Problems, SMEs, Recommendations.

Introducción

Es importante que en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), se generen procesos adecuados en cuanto a la estructura de capital, acceso a la financiación y planeación estratégica en el uso de los recursos disponibles en cada organización; además, se debe llevar una adecuada administración de los recursos y manejo de las finanzas, economía y contabilidad para la toma de decisiones que afectan el plan financiero de la entidad. Es por ello, que en la presente investigación se establece cuáles son las principales problemáticas financieras que afrontan las Pymes comerciales del corredor central del departamento de Boyacá. Para ello, se realizó una búsqueda de antecedentes pertinentes, actuales y relacionados con el tema objeto de estudio.

La presente investigación es importante ya que sirve como base para el desarrollo de futuros estudios relacionados con los aspectos financieros de las empresas comerciales y es una herramienta fundamental para que las Pymes pueden tomar las recomendaciones contenidas y aplicarlas en sus modelos de negocio.

Para finalizar, en el primer capítulo se presenta información general respecto a las Pymes y se abordan aspectos a tener en cuenta para los capítulos posteriores. En el

segundo capítulo, se identifican las problemáticas financieras que están afrontando las empresas comerciales en la actualidad para luego, en el tercer capítulo, realizar un análisis del impacto que estas generan dentro de las Pymes. Por último, se diseñan una serie de recomendaciones orientadas al correcto manejo de las problemáticas financieras identificadas dentro de las organizaciones objeto de estudio.

Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó una metodología de tipo descriptivo, mediante el uso de variables cualitativas, como los objetivos de la empresa, sus aspiraciones, misión y visión; y cuantitativas, en cuanto a su estructura de capital, fuentes de financiamiento e indicadores financieros. Los instrumentos de recolección de información fueron, el formulario de preguntas contenido en la encuesta aplicada a la muestra de la población de 70 pequeñas y medianas empresas comerciales, determinada aplicando un muestreo probabilístico aleatorio simple; la observación y comunicación directa con los empresarios y las fuentes secundarias como lo son artículos de investigación, estadísticas e informes de entidades oficiales y privadas. Los resultados obtenidos se analizaron y presentaron haciendo uso de métodos propios de la estadística y gráficos que los ilustren.

Por otro lado, dentro del desarrollo de la investigación se presentaron limitaciones respecto a que no existen investigaciones relacionadas con el tema, lo que dificulta encontrar información actualizada y confiable. Además, debido a la contingencia actual ocasionada por el virus Sars Cov-19, se presentaron dificultades a la hora de aplicar y recolectar las encuestas propuestas, lo que significó la obtención y aplicación del instrumento a solo el 70% de la población planteada inicialmente.

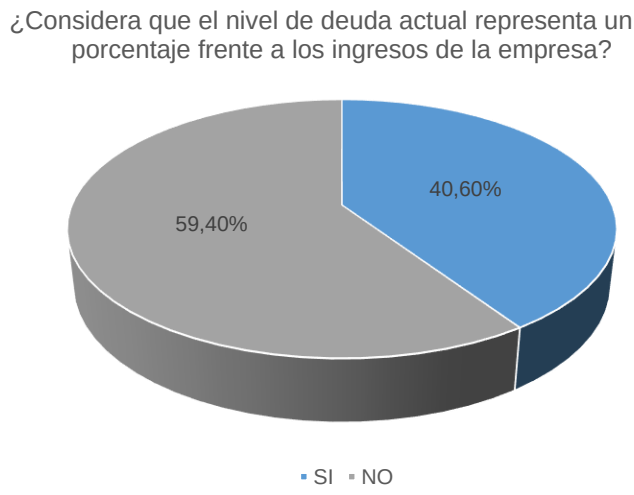
Resultados y recomendaciones

Diagnóstico de Factores que Influyen en el Desempeño Financiero de las Pymes Comerciales del Corredor Central de Boyacá.

- **Nivel de deuda.**

Respecto al nivel de deuda que presentan las Pymes encuestadas, se evidencia que en un 41% de ellas el nivel de deuda representa un alto porcentaje frente a los ingresos que generan, mientras que un 59% expresó que no representaba un porcentaje considerable; dado que al no tener una deuda elevada esta no disminuye la ganancia obtenida por los ingresos recibidos en un determinado periodo. Por su parte, los empresarios que expresaron que no tenían pasivos a corto o largo plazo, mencionaron que la ganancia no estaba representando un margen importante, esto dados otros factores como el costo de adquisición de los inventarios para el correcto funcionamiento o las problemáticas económicas presentes en la actualidad.

Figura 1. *Nivel de endeudamiento*



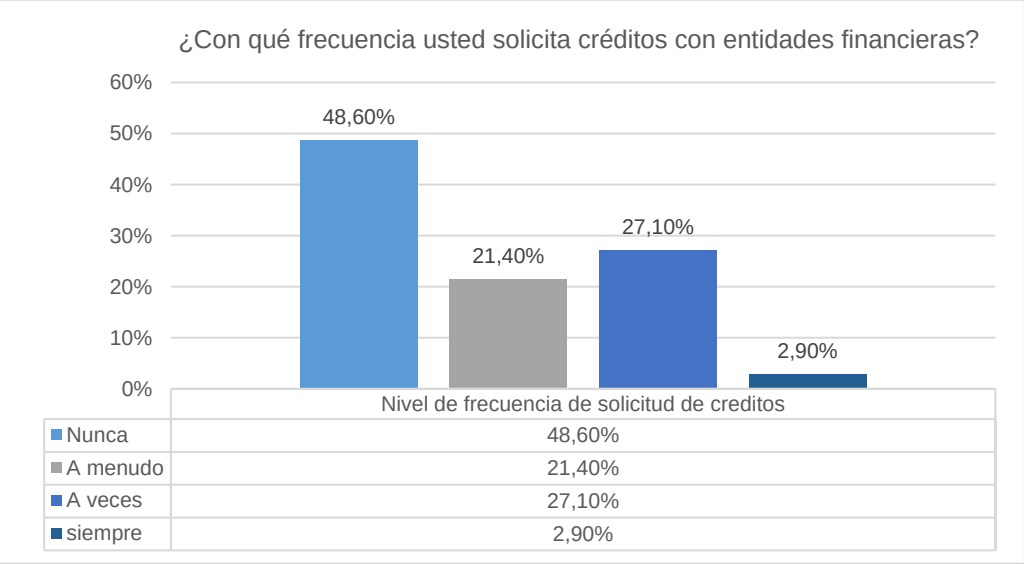
Nota. Fuente: Autoría propia.

Ante esto, el Consejo Técnico de la Contaduría Pública (2020), expresó que la concentración del endeudamiento (pasivos financieros sobre pasivos), en promedio para las sociedades fue del 2% y el sector con mayor porcentaje de endeudamiento fue el comercial con un 5%. Demostrando así, que las Pymes comerciales optan por la deuda como elemento fundamental para su funcionamiento.

Financiamiento.

ACOPI (como se citó en Restrepo y Jiménez, 2017) menciona que las pymes están financiándose con recursos propios, provenientes de utilidades o capital privado, dejando en segundo lugar para financiarse, la adquisición de créditos bancarios, lo cual refleja el poco uso de entidades financieras y de crédito por parte de este segmento empresarial; es así que, más del 48% de las Pymes encuestadas expresaron que nunca han solicitado créditos de financiamiento a entidades financieras.

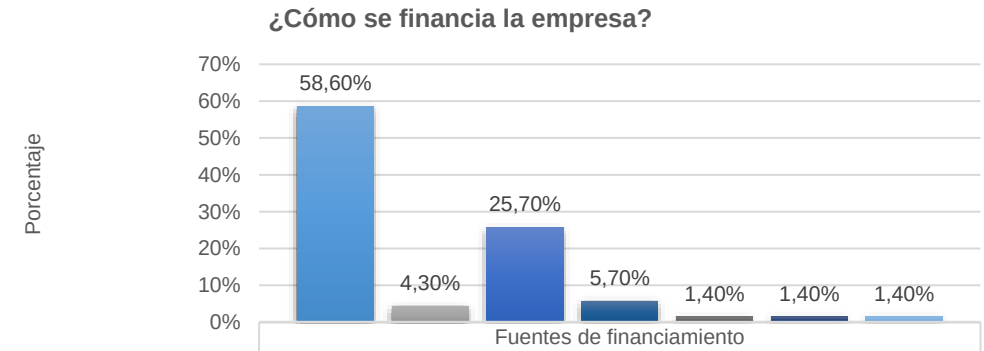
Figura 2. *Nivel de frecuencia en solicitud de ayudas de financiamiento.*



Nota. Fuente: Autoría propia.

En relación con lo anterior, de las empresas encuestadas cerca del 60% se financian con recursos propios; un 26% mediante el uso de entidades financieras y el 12% hace uso de otros métodos de financiación.

Figura 3. *Fuentes de financiamiento.*

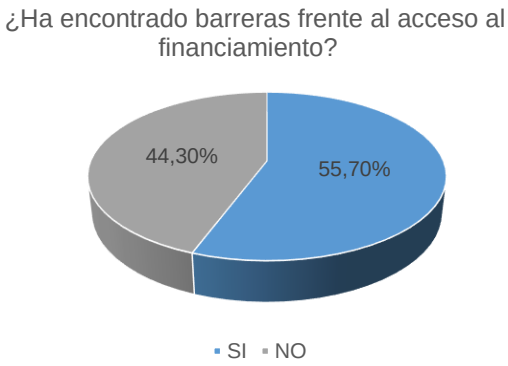


Fuentes de financiamiento	
Recursos propios	58,60%
Personas naturales	4,30%
Entidades financieras	25,70%
Reiversion de utilidades	5,70%
varios	1,40%
no	1,40%
Creditos	1,40%

Nota. Fuente: Autoría propia.

A raíz de la dificultad para acceder a herramientas de financiamiento, más del 50% de las empresas han presentado inconvenientes a la hora de solicitarlas, lo que se traduce en que, dentro del financiamiento con instituciones de crédito, están presentes requisitos difíciles de cumplir y por tanto se está convirtiendo en una segunda opción para financiar las Pymes.

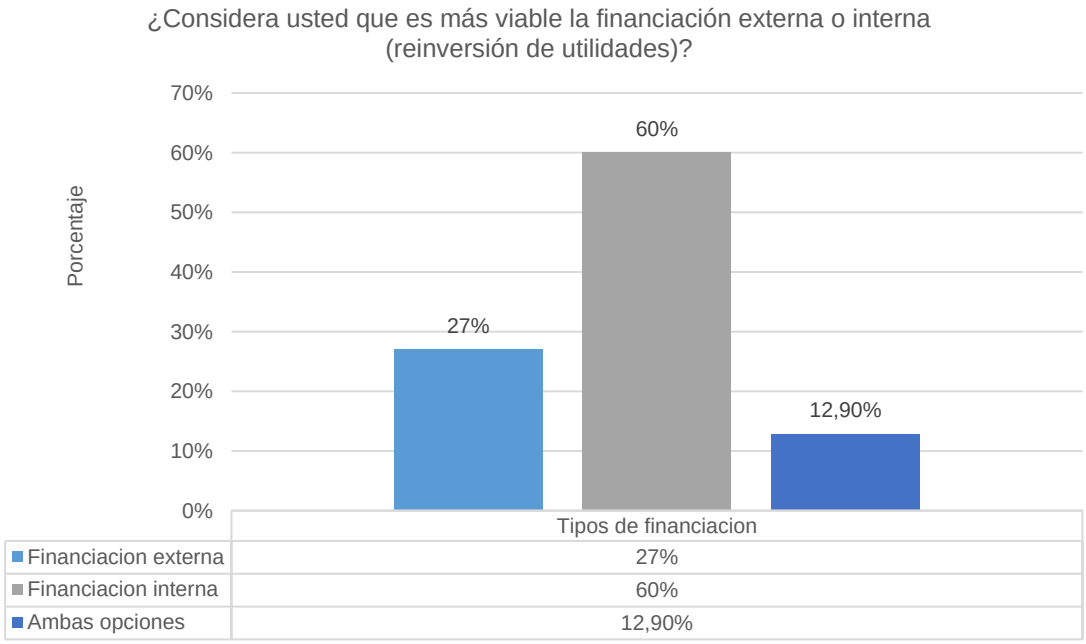
Figura 4. *Nivel de percepción sobre barreras dentro del financiamiento.*



Nota. Fuente: Autoría propia.

En adición, se evidencia que el 60% de la población encuestada considera más viable la financiación interna, ya sea mediante la reinversión de utilidades, aporte de capital propio o por terceros (personas naturales) debido a las problemáticas expuestas. Es así que, Cautín y Terán (2016) afirman que los empresarios de las Pymes prefieren recurrir a la financiación propia, dados los costos a los que debe incurrir la empresa en la adquisición de crédito.

Figura 5. *Nivel de aceptación tipos de financiación.*



Nota. Fuente: Autoría propia.

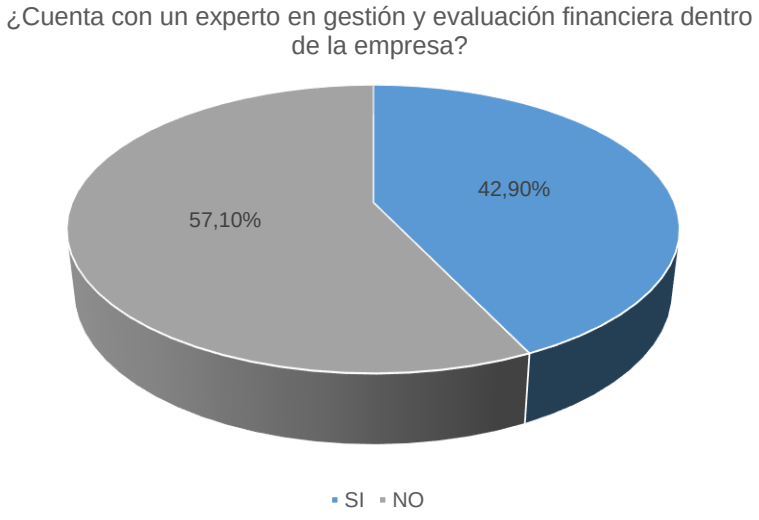
Educación Financiera

La educación financiera, se entiende como los conocimientos básicos que debe poseer cualquier persona para la adecuada gestión y direccionamiento de una empresa, ya que, poseer una nula educación de este tipo conlleva a que el fracaso de los negocios, sin importar el tamaño y sector, sea más real; y es que para Asobancaria (2017), una de las

principales explicaciones de esta problemática está en que, mientras las grandes empresas cuentan con personal especializado para la gestión de la liquidez en los contextos más retadores, las MiPymes presentan serias carencias en dicho conocimiento, para lo cual resulta fundamental la masificación de la educación financiera dentro de las mismas.

Siguiendo en línea con lo anterior, la educación financiera es vital para que las pymes sean capaces de construir y ejecutar proyectos financieros viables y coherentes los cuales serán fundamentales para un desarrollo económico potencial a futuro. Tal y como se evidencia en la presente investigación, dentro del corredor central de Boyacá solo el 40% de las pymes consultadas han manifestado contar con un experto en educación financiera o tener un conocimiento mínimo del campo mencionado, a su vez que más del 50% manifiesta no contar con los aspectos financieros básicos claves para el andamiaje de sus negocios lo cual implica un alto riesgo de fracaso.

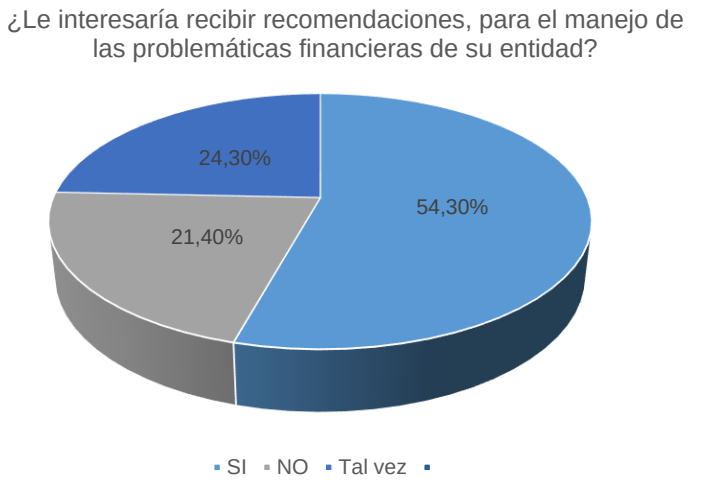
Figura 1. *Existencia de asesores en las pymes del corredor central de Boyacá.*



Nota. Fuente: Autoría propia.

Además, la mayoría de empresarios, al no contar con una óptima educación financiera, manifiestan que requieren con urgencia un acompañamiento continuo por parte de entidades oficiales en el área para que estas realicen capacitaciones y charlas enfocadas en incentivar y mejorar los conocimientos financieros básicos en los empresarios, no solo de las pymes abordadas, sino también a todas las pertenecientes al departamento de Boyacá. Esto se ve reflejado en las cifras obtenidas durante la investigación en donde más del 50% de las empresas consultadas abordan lo expuesto con anterioridad.

Figura 2. *Nivel de receptividad de recomendaciones en las pymes del corredor central de Boyacá.*



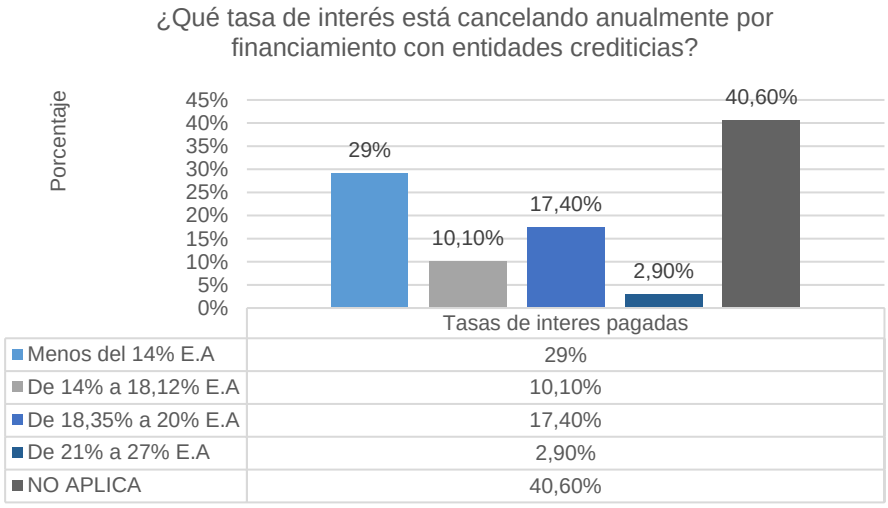
Nota. Fuente: Autoría propia.

Tasas de Interés

De acuerdo con la superintendencia financiera de Colombia (2021), la tasa de usura, la cual es la máxima tasa de interés que debe ser cobrada en Colombia por las entidades financieras por cualquier préstamo otorgado, tuvo un alza de aproximadamente 33 pps (puntos porcentuales) pasando del 25,98% en enero a 26,31%, en el segundo mes del año para la modalidad de crédito de consumo y ordinario. En esa misma línea, un aproximado del 67% de los encuestados manifiestan que los intereses que pagan por los

distintos créditos adquiridos siguen siendo elevados lo que implica que se tenga que sacrificar y destinar un valor mayor de las ganancias generadas para el cubrimiento de dichos pasivos corrientes lo que sin duda se convierte en una fuerte problemática que afecta considerablemente la salud financiera y económica de dichas empresas y lo que a su vez imposibilita usar ese excedente sacrificado en acciones tales como aumento de inversiones o adquisición de materia prima o activos de cualquier tipo con los cuales se podrían generar nuevos y mayores beneficios monetarios a corto y mediano plazo.

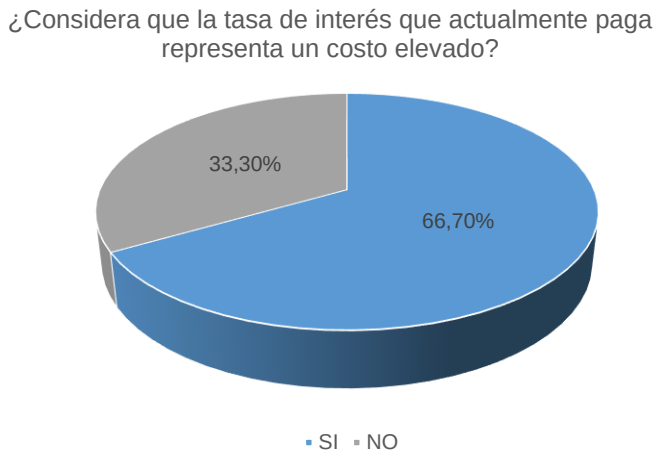
Figura 3. *Porcentajes de tasas pagadas por parte de las pymes del corredor central de Boyacá*



Nota. Fuente: Autoría propia

Del mismo modo, un aproximado del 30% de los empresarios exponen que aunque pagan tasas de interés inferiores al 14% E.A, estas siguen siendo altas y difíciles de cubrir debido a que sus ingresos se han visto seriamente afectados por las distintas restricciones generadas (cuarentenas, pico y cédula etc.) a raíz de la situación sanitaria actual (Covid-19) y las cuales afectan el libre desarrollo del comercio a nivel general lo que hace a su vez difícil poder solventar cada una de las deudas u obligaciones contraídas.

Figura 4. *Nivel de percepción sobre las tasas de interés.*



Nota. Fuente: Autoría propia

Impacto y recomendaciones de Mejoramiento a las Problemáticas Financieras Identificadas en las Pymes Comerciales del Corredor Central de Boyacá.

Tabla 5. *Recomendaciones mejoramiento de problemáticas financieras.*

Problemática	Impacto	Recomendación
Nivel de deuda.	Un elevado nivel de deuda ocasionaría una afectación seria a cualquier organización que no cuente con los recursos necesarios para nivelarlo; lo que sin duda afectaría de manera directa el nivel de liquidez, ya que significaría en gran medida que la empresa no tiene la capacidad de solventar cualquier tipo de deuda. El endeudamiento inadecuado puede conllevar a un sacrificio de activos potenciales de la entidad	Es importante que, si las empresas desean aumentar su nivel de endeudamiento, cuenten con el nivel de activos suficientes que les sirvan como soporte o garantía de pago, en caso de tener que llegar a usarlos. Se debe velar por mantener un equilibrio entre los pasivos que se adquieren por la entidad, ya sea deuda, crédito con proveedores, etc.; y el flujo de caja con el que se cuenta, con el fin de evitar

	para poder solventarla, así mismo el uso inadecuado de los recursos provenientes del endeudamiento podría significar la afectación de las utilidades durante un periodo especifico e incluso la liquidez y el cumplimiento de sus obligaciones.	morosidad en el pago de los mismos. Se recomienda que el endeudamiento adquirido por parte de la entidad sea utilizado con fines de expansión y crecimiento y no con el fin de cubrir la operación ordinaria de la entidad.
Financiamiento.	El nivel de rentabilidad de cualquier empresa con bajos recursos económicos se podría llegar a ver afectado debido a que un excesivo financiamiento obligaría a usar un determinado nivel de ganancia para disminuir dicha obligación e impediría que se usara dichas ganancias en actividades más productivas. Por otro lado, para un adecuado avance empresarial es clave que cualquier unidad de negocio cuente con un acceso adecuado a cualquier ayuda de financiamiento puesto que si no posee estas herramientas podrían fracasar en un periodo muy corto de tiempo debido a la falta de capital lo cual ocasionaría un impacto negativo irreversible. Lo anterior, dado que para las Pymes es importante identificar fuentes de financiamiento que brinden herramientas para mantener un crecimiento constante al ritmo de las tendencias actuales.	Es oportuno que las Pymes que requieran obtener créditos realicen un estudio minucioso del costo - oportunidad que traerá consigo la financiación externa o con terceros y el riesgo que implica para la continuidad de sus operaciones. Se recomienda evaluar las diversas alternativas que ofrece el mercado financiero y así elegir la opción crediticia más beneficiosa para la entidad, teniendo en cuenta variables como tasa de interés. periodo de tiempo e implicación de beneficios y sacrificios que traerá consigo la adquisición de créditos para la entidad.
	La estructura financiera es aquella donde se refleja la proporción de pasivos con los cuales cuenta una determinada empresa. De ahí que,	Los porcentajes de endeudamiento y financiamiento que adquieren las empresas no deben representar un alto

Estructura financiera.	un impacto financiero significativo es que un elevado nivel de endeudamiento o pasivos signifique el sacrificio de recursos por parte de la empresa, además, de tener que utilizar el capital efectivo disponible para amparar la deuda u obligación contraída. Lo anterior impide el crecimiento económico de cualquier entidad, ya que, a menor grado de recursos o capital el nivel de expansión económico será limitado. Por último, una estructura financiera optima es aquella en la que el capital aportado dentro de las Pymes representa un porcentaje bajo con respecto a los pasivos que posee.	porcentaje del capital total con el que la compañía cuenta, ya que se estaría exponiendo significativamente el mismo ante un posible déficit financiero. Otra forma de mitigar este impacto es hacer uso de la teoría de Pecking order donde sugiere la denominada "Deuda segura enfocada en la estructura de capital a corto plazo ya que posee menos riesgo que el endeudamiento por parte de los accionistas, así mismo en las Pymes se debe evaluar la estructura financiera cuando los pasivos representen más del 45% del capital de la empresa en cuyo caso deberán buscar distintas alternativas para solventarlas tales como: apoyo en proveedores o entidades financieras que no comprometan el capital de la empresa.
Educación financiera.	Para una correcta administración de las Pymes es necesario que los encargados tengan conocimiento tanto en el sector del mercado en el cual se desenvuelven como en finanzas, gerencia, marketing, inventarios entre otros; y de esta manera, tomar decisiones acertadas que contribuyan a cumplir los objetivos de la organización. El no contar con dichos conocimientos, o en su defecto no contratar a un profesional para el manejo del financiamiento de la entidad trae como impacto que se	Los empresarios deben buscar capacitarse en los temas relacionados con las finanzas de las Pymes y darle la importancia necesaria, ya que se puede convertir en una herramienta fundamental para un correcto direccionamiento pues enfoca la empresa en sus objetivos, examinando diversos escenarios que se puedan presentar y de esta manera estar preparados para hacerles frente y superarlos.

	tomen decisiones sin evaluar los efectos que traerán para la entidad y en muchos casos no están alineadas con los objetivos de la misma, asumiendo un gran riesgo e impidiendo que se lleve un óptimo control de la entidad.	
Tasa de interés.	Se evidencia que las altas tasas de interés al igual que la basta documentación que exigen las entidades financieras son un factor relevante por el cual los empresarios descartan la financiación con entidades de crédito, en consecuencia, los gerentes de las pymes optan por el financiamiento con terceros (personas naturales) ya que exigen menos requisitos para acceder a un crédito.	Las Pymes, dentro del marco de disminuir el costo por la obtención de financiamiento, deben realizar un estudio previo a la adquisición de un crédito, con el fin de identificar las tasas de interés que ofertan las diferentes entidades financieras y así optar por la que ofrezca un costo de oportunidad beneficioso para la empresa. Es viable que las entidades financieras creen equitativas y nuevas iniciativas de fortalecimiento y apoyo empresarial en donde el punto principal sea el asignar ayudas de financiamiento (plazos de pago, Tasas de interés) que concuerden con la capacidad de pago de cada uno de los empresarios beneficiados.

Nota. Autoría propia.

Conclusiones

Las Pymes del corredor central de Boyacá se financian primordialmente con recursos propios, pasivos de corto plazo y en menor proporción con deuda de largo plazo. Esto puede estar reflejando tanto en la tendencia de los propietarios a evitar la financiación con entidades externas, como la falta de atractivo que presentan los negocios para posibles nuevos inversionistas.

El financiamiento es una buena alternativa para dar continuidad a las operaciones de la

empresa, pero, se debe adquirir de manera inteligente, tenido en cuenta todos los gastos y desgastes que representa para la entidad, de manera tal que el costo – beneficio este a favor de la empresa y no impida cubrir tanto sus operaciones como los gastos ocasionados por el mismo (intereses) sin presentar ningún inconveniente.

La gran mayoría de los empresarios encuestados optaron por no adquirir financiamientos con entidades financieras debido a que estos manifestaron no encontrar garantías y beneficios para el acceso, adquisición y el pago de dichas obligaciones financieras, lo que significa que la disminución en la adquisición de préstamos por parte de las pymes comerciales del corredor central del departamento de Boyacá se debe básicamente a las múltiples exigencias y requerimientos establecidos hacia dicha población. a su vez, es importante buscar el mejoramiento y ampliación de las oportunidades que se le están brindando actualmente a las Pymes comerciales del corredor central de Boyacá, dado que se evidencio que han encontrado una gran proporción de barreras al momento de acceder al financiamiento.

Dentro del aspecto de educación financiera, más del 50% de los empresarios expresaron su preocupación por la falta de apoyo y asesoramiento en temas básicos como lo son finanzas, gestión y tributación por parte de las entidades públicas (alcaldías, cámaras de comercio, etc.), y los cuales se convierten en aspectos claves y relevantes para la gestión de sus negocios. Así mismo, la educación financiera es una herramienta fundamental para un correcto direccionamiento empresarial ya que está encargada de enfocar a la empresa en sus objetivos examinando diversos escenarios que se puedan presentar y de esta manera estar preparados para hacerles frente y superarlos.

Lo anterior conlleva, a que la mayoría de las pymes mencionadas se consideran abiertas a recibir o contratar un asesor financiero el cual los oriente y proporcione los conocimientos necesarios para manejar de forma adecuada cada uno de los temas mencionados.

Referencias Bibliográficas

Álvarez ,j, & León (2019) . financiación en las pymes de Colombia, informe área de inteligencia competitiva 2019, pp 02-11

Arrubla, m. (2016). finanzas y educación financiera en las empresas familiares pymes. sinapsis (8), 99- 118.

Asobancaria (2017). la educación financiera como motor de las mipymes en Colombia, semana económica 2017, edición 1094.

Asociación nacional de instituciones financieras Anif, (2018), estudio sobre el financiamiento Mipyme en Colombia, p (1-3).

Beltrán, a (2015) los 20 problemas de la pequeña y mediana industria, Universidad Externado de Colombia , pp, 1-9.

Castro & Quiñonez. e. (2020), perspectivas económicas de las pymes 2021, Acopi, p (1-28).

Consejo técnico de la contaduría (2020),los activos de las empresas colombianas aumentaron a un ritmo del 2%, el patrimonio se contrajo en un 0,3% entre diciembre 2019 y junio 2020. https://www.ctcp.gov.co/noticias/2020/aunque-los-activos-de-las-empresas-colombianas-aum.

Díaz, v. p. (2020). superintendencia financiera de Colombia. obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/index.jsf

Gutiérrez, j. a., vega, j. d., & Osorio, s. (2019). mecanismos de financiación y gestión de recursos financieros del sector de la construcción, infraestructura y megaproyectos en Colombia. universidad & empresa, 21(36), 119-148.

Jiménez Sánchez, j. i., rojas restrepo, f. s., & Ramírez tapias, d. a. (2017). situación del crowdfunding como mecanismo para la financiación de pymes en Colombia.

Mejía Amaya, a. f. (2015). la estructura de capital en las medianas empresas del departamento de Boyacá, Colombia.

Portafolio, r. (2017). portafolio. obtenido de https://www.portafolio.co/negocios/empresas/la-educacion-financiera-como-motor-de-las-mipymes-507148

Rivera ríos, a. t., Fory castro, s., Vargas, d. f., & duque Ceballos, j. l. (2019). análisis del comportamiento de las pymes colombianas en el mercado internacional-

investigaciones en gestión empresarial, ambiental y competitividad. editorial universidad Santiago de Cali.

Zambrano-Vargas, S. M., & Castillo-Cárdenas, D. F. (2015). ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMERCIO EN LA CIUDAD DE SOGAMOSO. In Vestigium Ire, 7(1). Recuperado a partir de http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/968

Aybar, C.; Casino, A., y López, J. (2004). Efectos Financieros y Estratégicos sobre la Estructura de Capital de la pequeña y mediana empresa. Moneda y Crédito, 219.

Frank, M.Z., & Goyal, V.K. (2003). Testing the Pecking Order theory of capital structure. Journal of Financial Economics, Vol. 67.

Machado, L.; Prado, J.; Vieira, K.; Antonialli, L.; Santos, A. (2015). A Relevância da Estrutura de Capital no Desempenho das Firmas: uma Análise Multivariada das Empresas Brasileiras de Capital Aberto. Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, v. 9, n. 4, 397-414.

Ana Milena Medina, O., José Daniel Salinas, R., Lina María Ochoa, B., y Carlos Andrés Molina, G. (2012). La estructura financiera de las empresas manufactureras colombianas, una mirada econométrica, macroeconómica y financiera. Perfil de Coyuntura Económica, 0(20), 155–176.

RIVERA GODOY, JORGE ALBERTO. (2002). TEORÍA SOBRE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL. Estudios Gerenciales , 18 (84), 31-59. Obtenido el 31 de octubre de 2020 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000300002&lng=en&tlng=es.

Roa, María del Pilar Báez, and Gloria Acened Puentes Montañez. "Parámetros financieros para la toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas del municipio Duitama, Colombia." Revista de ciencias sociales 24.1 (2018): 67-84.

Papis, L. C., Godoy, M. L., & Trujillo, M. C. F. (2012). Problemática Financiera de las Pequeñas y Medianas Empresas venezolanas. Análisis de los Factores Internos. FAEDPYME International Review-FIR, 1(2), 16-27.

Bautista, F. A. P., Calderón, L. M. B., & Ortega, E. A. M. (2017). Caracterización socio-económica para la gestión de las finanzas en Pymes de Tunja (Boyacá). In Vestigium Ire, 10(2), 147-165.

Oliveros-Medina, O., Waked-Esquivel, D., Peña-Alarcón, C., & Lechuga-Cardozo, J. (2017). Diagnóstico sobre la planeación del mercadeo en las Pymes de Boyacá. Desarrollo Gerencial, 9(2), 68-87.

Sánchez, J. J., Osorio, J., & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las Pymes en Colombia. Scientia et technica, 1(34).

Ojeda, M. H. L. PRINCIPALES PROBLEMAS QUE IMPIDEN LA PERMANENCIA Y CRECIMIENTO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MEXICANAS (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma del Estado de México).

Ángel, S. Y. L., & Lozano, J. L. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina. Revista Escuela de Administración de Negocios, (85), 163-179.

Gámez Tellez, A. M., Morales Bautista, M. C., & Ramírez López, C. T. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras de las pymes en Bogotá, Colombia y América Latina.

Molina, D, & Sánchez, A, (2016), Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina, Revista Pymes, Innovación y Desarrollo - 2016 Vol. 4, No. 2, pp. 21-36.

Villavicencio, N, & Campos, J, (2016), Financiamiento en las Pymes. Un tema recurrente en las Investigaciones sobre la Pequeña y Mediana Empresa Revista Publicando, 3(9). 2016, 716-725. ISSN 1390-9304