



A	B	A+B
1	3	4
2	8	10



# **ECONOMÍA Y SOCIEDAD**

*Una mirada desde la academia*

## **ECONOMÍA Y SOCIEDAD: una mirada desde la academia**

**Comité Editor y Compilador**

**Mg. Alejandra Lucia Narváez Herrera**

Vicerrectora de Investigación, Innovación y/o Creación Artística y Cultural

**Mg. Johanna Elizabeth Montenegro Bonilla**

Coordinadora de Investigaciones AUNAR seccional Ipiales

**Mg. Ruth Ximena Obando Narváez**

Docente Investigador

**ISBN** (International Standart Book Number): 978-958-52607-2-6

**Editor original:** Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

**Diseño y Diagramación:** D.G. Gustavo Lopez - IDEO MÁS DISEÑO Y PUBLICIDAD

**Diseño de cubierta:** D.G. Alejandra Caicedo - IDEO MÁS DISEÑO Y PUBLICIDAD

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa de los titulares de copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

**ISBN** (International Standart Book Number) 978-958-52607-2-6

**Hecho en Colombia**  
2020



## **DIRECTIVAS INSTITUCIONALES**

### **Representante legal**

Cecilia Isabel Ordoñez de Colunge

### **Rectora**

Ingreed Elizabeth Colunge Ordoñez

### **Vicerrectora de Investigación**

Alejandra Lucia Narváez Herrera

### **Director AUNAR Ipiales**

Andrés Iván Colunge Ordoñez

### **Coordinadora de investigaciones**

Johanna Elizabeth Montenegro Bonilla

## PRÓLOGO

En el marco del convenio celebrado entre la Universidad Politécnica estatal del Carchi y la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño seccional Ipiales, se organizó en el segundo semestre de 2019 la quinta versión del “CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS”, congreso que se ha venido desarrollando año tras año en la Universidad Ecuatoriana para dar a conocer los resultados de investigaciones realizadas por estudiantes y docentes. La realización de esta versión fue pensada con el objeto de convocar a la comunidad académica investigativa del sur de Colombia y del norte del Ecuador, para compartir los resultados investigaciones proactivas que aportarán al desarrollo y progreso de los sectores sociales y económicos; vinculados al crecimiento empresarial y productivo en comercio exterior, logística, transporte y gestión pública binacional.

Para las IES, es relevante dar a conocer los resultados de investigaciones logradas a partir de la articulación de investigadores con las realidades de la región y con las expectativas de la academia en torno a la investigación, generando así alianzas estratégicas que permitan la proyección estudiantil y docente, binacional entre Ecuador y Colombia.

AUNAR y UPEC, como Instituciones de Educación Superior consientes de la responsabilidad de brindar una educación de calidad han forjado estos espacios binacionales en los cuales se cuenta con la presencia de ilustres personajes de Colombia y Ecuador con un alto nivel de conocimientos, experiencia y trayectoria en el quehacer académico. Por su parte, los educadores y la sociedad estamos comprometidos en la formación integral que quienes en un futuro serán los gestores de cambios organizacionales, productivos e innovadores, que reclama un mundo cada vez más exigente.

Como resultado del congreso se consolida este libro titulado **ECONOMÍA Y SOCIEDAD: una mirada desde la academia**, que recoge artículos con múltiples enfoques y campos de análisis, pero todos orientados a vislumbrar las percepciones que desde la academia se tienen respecto a la economía y la sociedad.

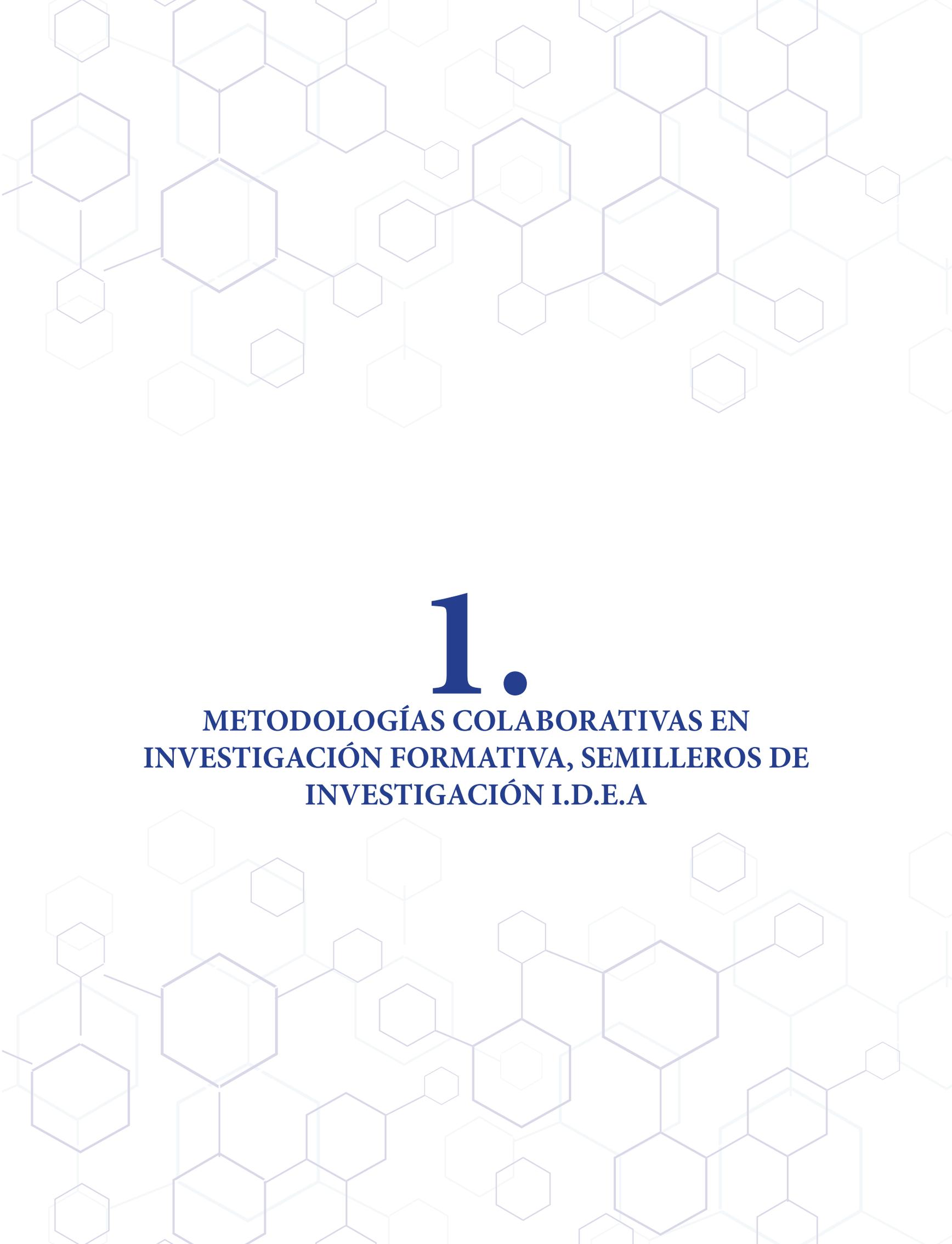
**Mg. Johanna Elizabeth Montenegro Bonilla**



## CONTENIDO

Pág.

1. Metodologías colaborativas en investigación formativa, semilleros de investigación I.D.E.A.....	6
2. Pertinencia del programa de contaduría pública en la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño seccional Ipiales.....	13
3. Perfil de emprendimiento de jóvenes que inician sus estudios universitarios en AUNAR durante el periodo 2018-II.....	18
4. Impacto entre la apertura económica y la informalidad laboral en Colombia.....	28
5. Caracterización socioeconómica de los asociados de Colácteos en el departamento de Nariño, año 2019.....	37
6. Impacto entre la apertura económica y la informalidad laboral en Colombia.....	43
7. Los semilleros de investigación como estrategia para la formación de investigadores en el programa de administración de empresas de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, San Juan de Pasto 2019 – 2020.....	52
8. Racionalidad de las organizaciones empresariales frente a la responsabilidad ambiental.....	61
9. Problemática y desafíos de la economía solidaria Colombiana, como tercer sector de Colombia.....	67
10. Restaurante ecológico – turístico en el corregimiento de Obonuco municipio de Pasto como alternativa para fortalecimiento de la economía local.....	75
11. El emprendimiento si aporta estrategias innovadoras para fortalecer el marketing educativo.....	96
12. Creación de una empresa productora de un sustituto del café, elaborado a base de habas.....	105
13. Diseño e implementación de un sistema de costo abc caso: empresa distribuidora.....	111
14. Beneficios económicos del sistema de implementación de paneles solares sobre viviendas de interés social en San Juan de Pasto año 2019.....	125



# 1.

## **METODOLOGÍAS COLABORATIVAS EN INVESTIGACIÓN FORMATIVA, SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN I.D.E.A**



Fecha de presentación: 2019-11-18

## AUTOR O AUTORES

### Docentes

Ruth Ximena Obando Narváez  
Johanna Elizabeth Montenegro Bonilla  
Jairo Édison Montenegro

### Estudiantes

Lennys Melina Delgado López  
Enryvicent Cuayal Jurado  
María Teresa Dorado López  
Francia Yamile Getial Malua  
Liseth Gabriela Tapia Mera  
Kevin Mauricio Charfuelan Riascos

Nombre completo de la institución y país a la que pertenece:  
Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Colombia  
Dirección electrónica: [www.aunar.edu.co](http://www.aunar.edu.co) [ruth.obando@aunar.edu.co](mailto:ruth.obando@aunar.edu.co)  
Teléfono de contacto: 3183517996

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

La investigación va más allá de la réplica de modelos y estructuras, es una realidad que los estudiantes de pregrado cada vez desarrollan nuevas formas de aprendizaje, las tradicionales cátedras, están siendo reemplazadas por estrategias dinámicas, participativas y significativas en la vida de los estudiantes, cada vez su conocimiento está en función de resolver situaciones cotidianas, de ahí nació la idea de la presente investigación, la importancia, la dinámica, los aportes que tienen los semilleros de investigación han sido muy bien documentados, y soportan grandes cambios en las estructuras investigativas complejas, nadie nace sabiendo a investigar, pero el cómo aprendas si influye en los resultados finales, en sus interés, en su actitud y en como la investigación forma parte de profesionales exitosos. Hacer experimentos es válido para corrobora las teorías expuestas, pero es necesario documentar cada resultado desde la particularidad del contexto, ya que definitivamente los elementos externos a la formación profesional influyen en los resultados esperados. De ahí la presente investigación con el fin de conocer la actitud de los estudiantes con acompañamiento y sin acompañamiento, en el desarrollo de investigación.

**Palabras clave:** Semillero, Formativa, metodología.

## 2. ABSTRACT

The research goes beyond the replica of models and structures, it is a reality that undergraduate students increasingly develop new forms of learning, the traditional chairs, are being replaced by dynamic, participatory and meaningful strategies in the lives of students, each time their knowledge is in function of solving everyday situations, hence the idea of the present research was born, the importance, the dynamics, the contributions that the research seedbeds have have been very well documented, and support great changes in the research structures Complex, nobody is born knowing how to investigate, but how you learn if it influences the final results, your interests, your attitude and how research is part of successful professionals. Doing experiments is valid to corroborate the theories exposed, but it is necessary to document each result from the particularity of the context, since the elements external to professional training definitely influence the expected results. Hence the present research in order to know the attitude of students with accompaniment and without accompaniment, in the development of research.

**Keywords:** Seedbed, Training, methodology.

## 3. INTRODUCCIÓN

La educación Superior, tiene una responsabilidad social muy grande con el entorno donde se ubican las diferentes IES, y cada contexto requiere una lectura puntual derivada de factores económicos, políticos, sociales y culturales. Ipiales, es una ciudad fronteriza, cuyas ventajas comparativas se centran en producciones agrícolas primarias, en desarrollos comerciales derivados del comercio exterior, pero es necesario que los profesionales cada día le apuesten por propuestas innovadoras y competitivas, es necesario dar un giro a la constante trayectoria económica de la zona, y convertir el potencial comparativo en factores exitosos de desarrollo económico. Por eso, es necesario comprender que tanto la investigación formativa que se está dando en las IES, está acorde a las necesidades de su contexto.

Los semilleros de investigación, son una estrategia pedagógica que busca darle al estudiante esas habilidades investigativas que fortalezcan su quehacer profesional, el objetivo es dejar de lado las escuelas tradicionales y darle paso a la enseñanza activa y constructiva. Son un espacio que permite a sus participantes, en especial a los estudiantes, una participación real, controlada, guiada y procesual del binomio enseñanza-aprendizaje que prioriza la libertad, la creatividad y la innovación para el desarrollo de nuevos esquemas mentales y métodos de aprendizaje.

Por lo anterior en el año 2018, se propone el proyecto I.D.E.A en la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, sede Ipiales cuya finalidad es fomentar la cultura de investigación bajo la metodología de trabajo colaborativo, teniendo como resultado que, bajo esquemas de motivación y acompañamiento, los estudiantes generan propuestas innovadoras y su actitud frente a la investigación es activa. En tal sentido se desarrolló una investigación de tipo experimental, en donde se evidencio que los estudiantes que son orientados bajo el esquema tradicional, no responden de la misma manera que los estudiantes que estuvieron bajo la metodología colaborativa

La investigación tuvo como hipótesis la siguiente: Los estudiantes de pregrado cuando son motivados en esquemas de investigación colaborativos obtienen mejores resultados.

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

El proyecto I.D.E.A surge desde tres enfoques, el primero el pedagógico, que es aprender investigación haciendo investigación, el segundo es conocer la relación de investigación contexto y el tercero es la integración empresa – universidad. Estado. En tal sentido, dentro del segundo enfoque, se desarrolló esta investigación la cual se tiene planificada por etapas; lo que implica que no está terminada y su horizonte es al año 2022, ya que depende del grupo de estudiantes que se involucre en el proceso, el cual va desde la orientación hasta el resultado de investigaciones individuales de los estudiantes.

Por el nivel de profundización fue una investigación explicativa, ya que se busca desarrollar estrategias pedagógicas para investigación con fuentes de información de enfoque cualitativo y cuantitativo, y por la manipulación de variables es de corte experimental.

El método utilizado es I.A.P, ya que se generó ambientes específicos en los cuales se evaluó la respuesta de los estudiantes, las técnicas de recolección de información fueron a través de talleres en los cuales los estudiantes fueron actores participantes de la metodología colaborativa para construir anteproyectos de investigación.

La información a través de diarios de trabajo, fue comparada con la respuesta de los estudiantes frente al proceso de investigación para su trabajo final de grado, que están en el esquema tradicional.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Desde el inicio en el año 2018 a la fecha del proyecto noviembre del 2019, se ha contado con la participación de 24 estudiantes, en la primera convocatoria el 85% de los estudiantes eran de 6 a 10 semestre de los programas de Contaduría Pública y Administración de empresas, y cuya necesidad era la presentación de sus propuestas de grado frente al comité de investigaciones de la universidad. Para el año 2018 los estudiantes de semillero participaron en la convocatoria “Start Up Weekend Binacional Ecuador-Colombia Año 2018”, cuyo centro es el dinamismo de emprendimientos innovadores, en la cual todos los estudiantes realizaron el proceso, y un proyecto de la institución fue el ganador de la convocatoria en la modalidad de innovación industrial, proyecto del estudiante Nicolas Murcia denominado ALMIPLAST, esta experiencia permitió que los estudiantes interactuarán con emprendedores de diferentes instituciones tanto de orden académico como empresarial.

En mismo año, los estudiantes participaron el Nodal Departamental de Semillero Año 2018 y el Estudiante Robin Palles paso a la etapa encuentro nacional en la modalidad de Idea de negocio “Zona Red Fruits”.

Para el año 2018, se gestaron 5 propuestas de investigación pregradual, los cuales 3 trabajos fueron sustentados en el año 2019, con los resultados del proceso de acompañamiento, se documenta las expectativas que tiene los estudiantes, dejando como resultado la falta de claridad en cómo desarrollar la propuesta y el anteproyecto de grado.

De lo anterior, en el año 2019 se trabaja con 15 estudiantes de las jornadas de la mañana y de la noche, del semestre 3 a 9 de las carreras de Contaduría Pública y Administración de empresas, integrando en esta parte de la investigación a los estudiantes de la asignatura plan de negocios de la jornada de la noche modalidad presencial, y con los estudiantes de la asignatura Creatividad empresarial y planes de negocios jornada de la noche modalidad a distancia, con la finalidad de medir la respuesta de la aplicación de las variables de control de acompañamiento y de metodología tradicional, teniendo como resultado lo siguiente:

En semillero de investigación se presentan 13 ideas de investigación, de las cuales 5 están en desarrollo de anteproyecto de grado con estudiantes de noveno semestre, una idea está en desarrollo de trabajo final y 3 ideas se gestaron en estudiantes de 2 semestre, que participaron en la feria de proyectos que anualmente realiza la universidad. Por parte de los estudiantes que no están en semillero se gestó dos ideas de investigación que está en desarrollo de trabajo final, en la modalidad a distancia no se gestó ninguna propuesta.

Como resultado de la aplicación de metodología colaborativa se desarrollaron 12 talleres en los cuales se obtuvo los siguientes resultados.

Taller A. identificando problemas, problemáticas y contexto: se identificaron mediante brainstorming 15 ideas de oportunidades de negocio, aplicando la votación de interés y justificación con elección de dos propuestas, se tuvo que la ideas con mayor puntuación en la segunda opción fueron propuestas por estudiantes de primer y tercer semestre, y las de primera opción fueron las propuesta por estudiantes de séptimo y octavo semestre, con los cuales se va a trabajo en el desarrollo de sus propuestas para ser presentadas al comité de investigación dentro del calendario habilitado para tal fin.

Taller B. problema de investigación: se desarrolló 5 equipos de trabajo, se hizo dos sesiones de debate hasta, y se logró consolidar el problema de investigación del proyecto líder que permitió la aplicación de “aprender haciendo”, Taller C. Objetivos y justificación. De desarrollo con 3 equipos de trabajo en dos sesiones, Taller D. Marcos de referencia. De desarrollo con 3 equipos de trabajo en dos sesiones y Taller E. Metodología. De desarrollo con 3 equipos de trabajo en cuatro sesiones. De lo anterior se puede apreciar que la construcción de metodologías de investigación en grupo permite al estudiante desarrollar competencias en investigación como el análisis, la síntesis y la contratación de documentos.

Durante el desarrollo de la investigación, se debió hacer una evaluación prediagnóstico, que permitiera en este primer grupo de estudiantes comparar su proceso de apropiación de conocimiento y no solo su cambio de actitud frente a la investigación, es necesario que los talleres desarrollados en las sesiones experimentales se puedan replicar con mayor número de estudiantes y docentes, ya que la investigación formativa se da desde las diferentes asignaturas que el estudiante debe mirar a lo largo de toda su formación pregradual.

Se debe, desarrollar la segunda etapa de investigación que está orientada a los estudiantes de primero a tercer semestre, en la cual el objetivo es desarrollar investigaciones de aula bajo los parámetros de la investigación científica, sin que esto indique un traumatismo para la pedagogía tradicional y su una respuesta a las necesidades de la región, es decir, que los trabajos de aula se desarrollen bajo el esquema de investigación, donde una inquietud es la formulación de interrogantes,

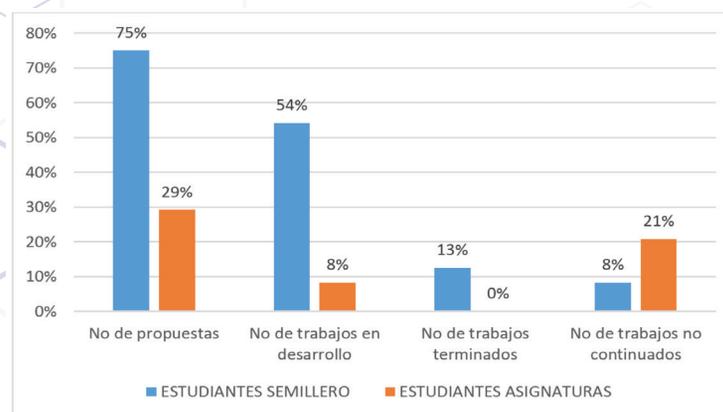




Figura 1. Comparativo de resultados de experimento de acompañamiento.  
Fuente: esta investigación 2019.

## 6. CONCLUSIONES

La primera etapa de la investigación permitió concluir:

A mayor grado de motivación, entendida como el acompañamiento teórico - práctico, desde la perspectiva de metodología de la investigación integrada a la cotidianidad académica, genera en el estudiante una mayor confianza frente a sus propuestas.

El desarrollo de metodologías de investigación, no es solo la réplica de documentos preestablecidos, es necesario que el estudiante comprenda el contexto de la teoría en la problemática de su cotidianidad, lo que permitió una conducta más crítica y analítica derivada de su aprendizaje acumulativo de experiencias académicas, empresariales y personales. La metodología colaborativa, permite en el estudiante el desarrollo de crítica y análisis frente a las verdades expuestas, esto permite que la actividad académica de consulta se convierta en investigación documental argumentativa.

Las universidades han desarrollado esquemas lineales, que no se están articulando con las formaciones específicas, y que buscan el desarrollo de las competencias investigativas en los últimos semestres, cuando la necesidad se debe desarrollar desde las bases de la formación profesional.

Se generó la documentación de “metodología participativa de investigación en planes de negocios”, metodología que, identificado, documento y en los próximos semestres se dará aplicación para su validación en campo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cantor, C. J. S., Sánchez, A. I. M., Figueroa, C. A., Mesa, Y. L. R., & Guerrero, A. H. P. (2015). Semilleros de investigación: desarrollos y desafíos para la formación en pregrado. *Educación y educadores*, 18(3), 3.

Chávez, J. L. (2006). Importancia de los semilleros de investigación en la Universidad de Cartagena. *Revista Palabra, "palabra que obra"*, 7(7), 137-141.

Díaz, N. C. S. (2004). Semilleros de investigación: Una estrategia de iniciación en la vida científica. *MedUNAB*, 7(21), 155-157.

Escobar González, M. V. (2013). Semilleros de investigación. *Investigaciones Andina*, 15(27), 733-735.

García, C. (2010). Uso de fuentes documentales históricas que favorecen la investigación formativa: El caso de los semilleros de investigación. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 36(1), 265-273.

González, M. V. E. (2013). Semilleros de investigación. *Investigaciones Andina*, 15(27), 733-735.

Granados, L. F. M., Landazábal, D. P., Hernández, J. C., Ruíz, Y., & Vanegas, H. (2007). Visibilidad y formación en investigación: estrategias para el desarrollo de competencias investigativas. *Studiositas*, 2(2), 43-56.

Granados, L. L. A. (2010). Creando semilleros de investigación en la escuela. *Góndola, enseñanza y aprendizaje de las ciencias*, 5(1), 3-10.

González, J. (2008). Semilleros de Investigación: una estrategia formativa. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 2(2), 185-190.

Guerrero Useda, M. E. (2007). Formación de habilidades para la investigación desde el pregrado. *Acta colombiana de psicología*, 10(2), 190-192.

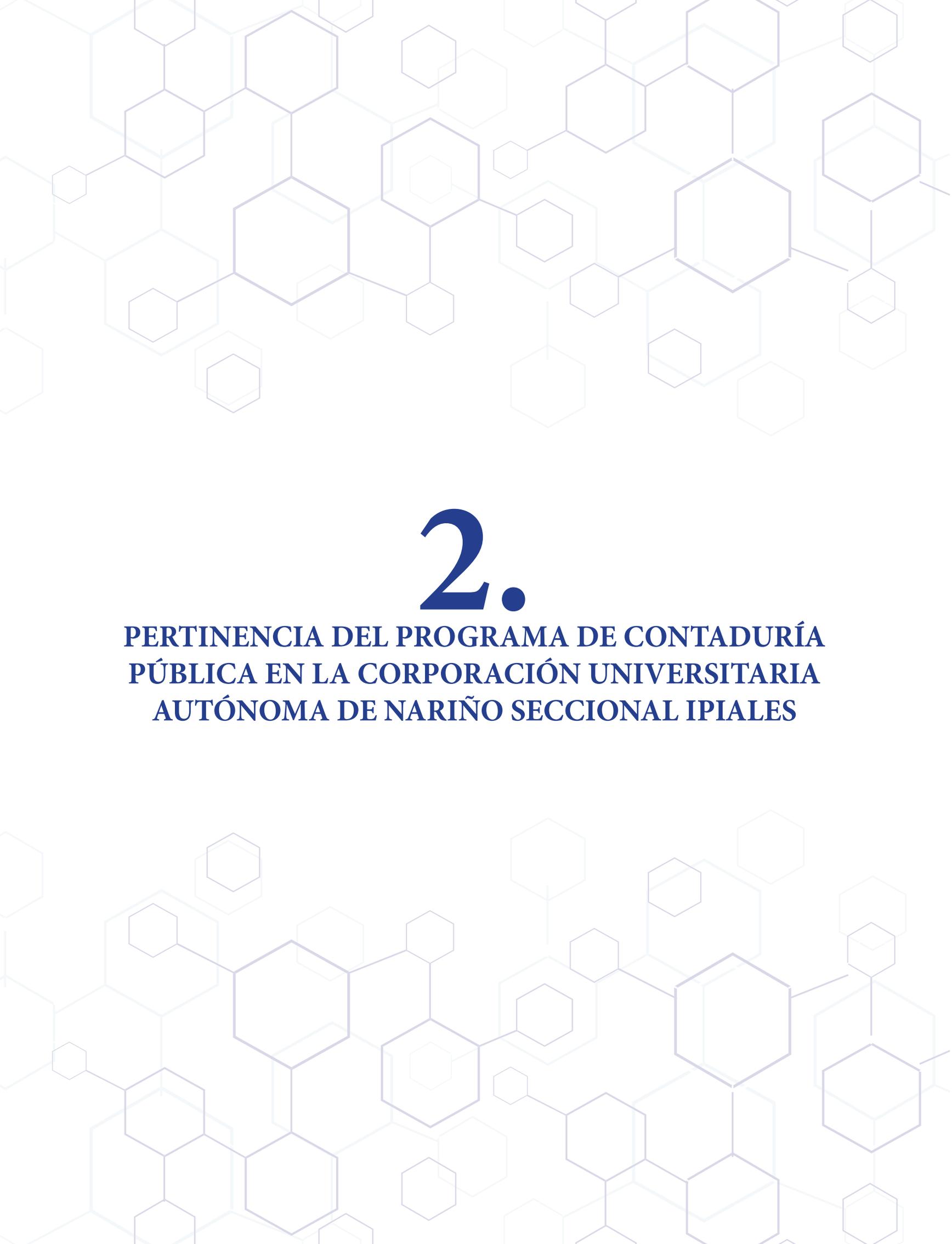
Mujica Rodriguez, A. M. (2012). *Aprendizaje Por Proyectos Una Via Al Fortalecimiento De Los Semilleros De Investigacion* (Doctoral dissertation, Universidad Industrial de Santander, Cededuis).

Pino, U. H. (2005). Propuesta Curricular para la consolidación de los Semilleros de Investigación como espacios de Formación Temprana en Investigación. *IeRe*, 1(2), 1-12.

Quintero-Corzo, J., Molina, A. M., & Munévar-Quintero, F. I. (2008). Semilleros de investigación: una estrategia para la formación de investigadores.

Soler, L. C. T. (2005). Para qué los semilleros de investigación. *Revista Memorias. Universidad Cooperativa de Colombia*, 1-10.

Villalba Cuéllar, Juan Carlos, & González Serrano, Andrés. (2017). LA IMPORTANCIA DE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN. *Prolegómenos*, 20(39), 9-10. Retrieved May 13, 2020, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-182X2017000100001&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-182X2017000100001&lng=en&tlng=es).



# 2.

## **PERTINENCIA DEL PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA EN LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO SECCIONAL IPIALES**

Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Carmen Ester Cabrera Rodríguez

Luis Iván Benavides

Miguel Antonio Burbano Patiño.

Nombre completo de la institución y país a la que pertenece:

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Colombia

Dirección electrónica: [www.aunar.edu.co](http://www.aunar.edu.co) [esther.cabrera@aunar.edu.co](mailto:esther.cabrera@aunar.edu.co)

Teléfono de contacto: 3186223953

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El programa de Contaduría Pública tiene su historia hace 24 años, labor que se viene gestando regionalmente siendo la única universidad que se ha posicionado tanto en su infraestructura propia como la planta de docentes, administrativos y estudiantes quienes han sido partícipes de la formación profesional. Por otro lado, hablar de pertinencia fue un tema arduo teniendo en cuenta que el plan de estudio del programa de contaduría pública fue diseñado bajo un enfoque general muy distinto a realidad y necesidades propias de la región como zona fronteriza y productiva. La investigación desarrollada dio como resultado sobre la pertinencia del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño fue a través de la oferta y demanda que respondieron a las necesidades de nuestro entorno, en el cual se pudo analizar y evidenciar los nuevos cambios y ajustes que amerita en el diseño curricular y en el sistema de créditos con el fin de lograr perfiles profesionales con cualificación en el mercado laboral propios de nuestra región, como también nacional e internacional. Así mismo el programa de Contaduría Pública será pertinente siempre y cuando la academia se enmarque en tres funciones que serán: específicas, sustantivas e interdependientes

**Palabras clave:** pertinencia, plan de estudio, currículo, egresados, comunidad, región, institucional, academia

## 2. ABSTRACT

The Public Accounting program has its history 24 years ago, work that has been brewing in our local region, being the only university that has positioned itself both in its own infrastructure and the teachers, administrative and student plant who have been participants in the vocational training. On the other hand, talking about relevance was an arduous issue considering that the curriculum of the public accounting program was designed under a general approach very different from reality and needs of the region as a border and productive zone. The research carried out resulted in the relevance of the Public Accounting program of the Autonomous University Corporation of Nariño was through the supply and demand that responded to the needs of our environment, in which the new changes could be analyzed and evidenced. adjustments that merit in the curricular design and in the credit system in order to achieve professional profiles with qualification in the labor market typical of our region, as well as national and international. Likewise, the Public Accounting program will be relevant as long as the academy is framed in three functions that will be: specific substantive and interdependent

**Keywords:** relevance, study plan, curriculum, graduated, community, region, institutional Academy

## 3. INTRODUCCIÓN

El tema de investigación titulado “Análisis de la pertinencia del plan de estudio del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Seccional Ipiales. fue de gran importancia para la academia porque se pudo constatar que dicho programa que se viene ofertando no responde a las exigencias laborales, por la sencilla razón de tener un plan que está diseñado bajo unos enfoques tradicionales y a sabiendas que a inicio del siglo XX cambia radicalmente en su técnica y aseguramiento de la información contable bajo los lineamientos de los Estándares mínimos de Calidad – EMC y las Normas Internacionales de Educación emitidos por la IFAC (Consejo de normas internacionales de formación en contaduría), se evidencia que el plan de estudios es pertinente y se ajusta a las disposiciones legales vigentes.

La investigación permitió determinar unos objetivos que fueron planteados al inicio que fueron:

- Evaluar el plan de estudios existente en Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, respecto a las competencias académica y laboral en el contexto global.
- Estructurar las áreas de fundamentación básica, formación profesional y formación socio humanística, con sus respectivas asignaturas con el fin de contribuir a la formación integral del estudiante.
- Presentar el nuevo Plan de Estudios ante la dirección y comité de investigación.

La utilidad de esta investigación fue concluida y de reflexión sobre la calidad de profesionales que queremos sacar al mundo laboral y de esta manera poder trascender en el nuevo campo de enseñanza y aprendizaje en el programa de contaduría publica

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

Por las características del objeto de estudio, el desarrollo de la investigación se enmarco dentro de un enfoque mixto, cualitativo – cuantitativo. Su carácter cuantitativo se representa en la recolección, tabulación y análisis de los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos. En cuanto a la dimensión cualitativa, guarda su relación a la interpretación de la información obtenida y en la presentación de las categorías que emergen del desarrollo del estudio y constituyen el análisis estructural de la investigación para llegar a los resultados y conclusiones.

El trabajo de investigación tubo un enfoque cualitativo reflexivo e informativo que permite alcanzar un análisis sistemático de información más subjetiva. A partir de las diferentes bases teóricas y opiniones sobre el tema a investigar.

Tipo de investigación es descriptiva: La investigación que se aplicará para el análisis del plan académico de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño se desarrollará bajo la modalidad descriptiva. Explicativa: Es la interpretación de una realidad, el “¿cómo?” de la investigación descriptiva.

El estudio de la presente investigación es de tipo descriptivo, su objetivo es reseñar, el estado, las características, factores y procedimientos presentes en el desarrollo del proceso de investigación y en la presentación y escritura del informe de esta.

La metodología que se aplico fue deductiva; que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter nacional y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares,

trabajando unas variables de Pertinencia del plan de estudio y Programa de Contaduría Pública.

La población estudio de la investigación se concentrará en el personal, estudiantes, egresados y empleadores de los tres últimos años.

La fuente primaria que sirvió de base en esta investigación serán las encuestas que se aplicarán al personal interno de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño (estudiantes) y externo (empleadores). Las fuentes secundarias que sirvió de fundamento para nuestra investigación fueron los textos, referencias que se tomaron del marco antecedente que servirán como base al desarrollo de este proyecto, además se buscará profundizar sobre el tema en otras fuentes que se considerarán de gran utilidad.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El tema investigativo permitió estar a la vanguardia de los nuevos cambios y de esta manera lograr una flexibilidad y adaptabilidad a los fenómenos y tendencias económicas de nuestra región. Así mismo se pudo apreciar que esta nueva tendencia conlleva a nuevos enfoques de investigación, docencia y proyección social y para llevar a este proceso se espera para el año 2020 se logre actualizar el currículo del programa de tal forma que permita a los estudiantes obtener una formación de calidad y al mismo tiempo una responsabilidad social.

Lo expuesto anteriormente, permitió introducir el enfoque de competencias, con el fin de brindar una calidad de educación pre gradual, que supla las necesidades en los interesados en contratar egresados que aporten hacia la sociedad entre otros.

Con respecto al trabajo profesional de la planta de docente tendrán que adherirse al nuevo modelo pedagógico donde ofrecerán un marco metodológico, de enseñanza y un panel de métodos de evaluación dirigidos a la enseñanza de las NIIF y de las NAI, dichos documentos serán desarrollados con ejemplos del proceso de enseñanza-aprendizaje desde la definición de los objetivos de aprendizaje y la propuesta de métodos de evaluación.

Dentro de los resultados se exponen unas recomendaciones, que influyen directamente en el estado ideal para que aborde la pertenencia;

- En relación al análisis realizado a través de las encuestas dirigidas a egresados y estudiantes del programa de contaduría de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, a la vez teniendo en cuenta los lineamientos de los Estándares mínimos de Calidad – EMC y las Normas Internacionales de Educación emitidos por la IFAC (Consejo de normas internacionales de formación en contaduría), se evidencia que el plan de estudios es pertinente y se ajusta a las disposiciones legales vigentes, pero se sugieren los siguientes aspectos:
- Teniendo en cuenta los créditos académicos, las diferentes asignaturas o materias deben evaluarse los micro-curriculos; los contenidos son muy superficiales.
- Varias de las asignaturas del área profesional deben renombrarse para no generar ambigüedad al momento de ser homologadas en otras universidades.
- Tratándose que este trabajo es justamente del análisis de la pertinencia del programa de Contaduría pública, se sugiere trabajar sobre algunos énfasis respectivos, es decir, tributaria, normas internacionales de información financiera NIIF, normas de auditoria y aseguramiento de la información NIA y NAI, entre otras.

- En relación a que las NIIF permiten hablar un mismo lenguaje financiero, de igual manera se propenda por fortalecer la segunda lengua, es por ello que se propone trabajar dichas materias como inglés A1, A2, B1, y B2 las cuales, complementan el proceso de formación profesional del contador.

## 6. CONCLUSIONES

Después de realizar el análisis respecto de las encuestas que tuvieron su propósito en los egresados, estudiantes del programa de contaduría pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño por una parte y por otra el cumplimiento de las disposiciones normativas vigentes respecto a los Estándares Mínimos de Calidad, los lineamientos contenidos en la Resolución 3459 de 2003 sobre los Estándares Mínimos de Calidad EMC emitidos por el Ministerio de Educación Nacional que están vigentes, así como también los parámetros recomendados por el consejo de normas internacionales de formación en contaduría, Normas internacionales de Educación (IES), emitidos por IFAC; se concluye que el plan de estudios del programa de Contaduría Pública cumple con los preceptos descritos en las normas antes mencionadas

En este orden de ideas, según la NIE 2, contenidos de los programas profesionales de formación en contaduría y NIE 3 Habilidades profesionales y formación general, se puede concluir que la Corporación Universitaria Autónoma De Nariño presupone estar formando contadores que cumplen con los modelos mencionados, como profesionales competentes, que contribuyan con la profesión contable, con unas bases sólidas en conocimientos y habilidades éticas.

De igual manera presupone, forma contadores capaces de identificar y solucionar problemas, determinar que conocimiento es necesario para la solución de dicho problema y de esta manera obtener resultados positivos.

Teniendo en cuenta el contenido programático, la Corporación Universitaria Autónoma De Nariño cuenta con un plan de estudios que cumple con los requisitos de la norma, contenido que presupone, permiten formar contadores con bases sólidas que acceden a desarrollar en los profesionales un conjunto de competencias que ayudan al profesional alcanzar los objetivos de desarrollo de su profesión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

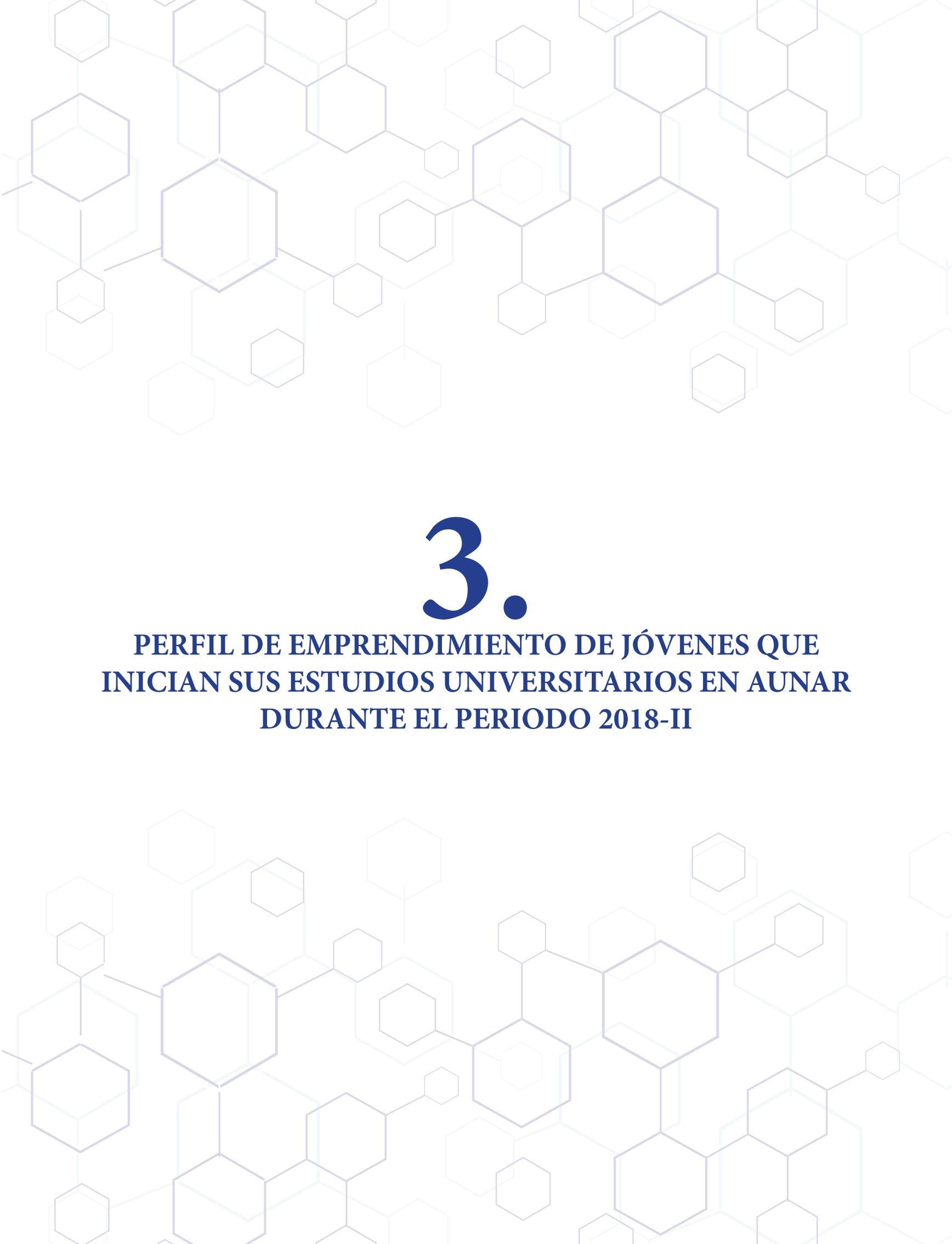
MAT, O. (coordinador): Comprender las Normas Internacionales de Contabilidad (Barcelona: Gestión 2000, 2003).

EPSTEIN, B. J. y A. A. MIRZA: IAS 2002 Interpretation and Application of Internacional Accounting Standards (New Cork: Wiley, 2002).

TUA, J. (coordinador): Marco conceptual para la información financiera. Análisis y comentarios (AECA: Madrid, 2002)

YEBRA, O. (director): Normas Internacionales de Contabilidad 2002-2003. Desarrollo y comentarios (Madrid: Francis Lefebvre, 2002)

Consejo Técnico de Contaduría Pública. Guía de orientación pedagógica



# 3.

## **PERFIL DE EMPRENDIMIENTO DE JÓVENES QUE INICIAN SUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN AUNAR DURANTE EL PERIODO 2018-II**



Entrepreneurship profile of young people who start their university studies in AUNAR in the period 2018-II.

Fecha de presentación: 2019/11/18

## AUTOR O AUTORES

Irina Margarita Jurado Paz  
Anderson Giovanni Díaz Muñoz

Nombre completo de la institución y país a la que pertenece:  
Corporación Universitaria Autónoma de Nariño  
Grupo de investigación: Equipo CREA  
irinajuradop@gmail.com - andersondiaz1394@gmail.com  
Cel: +57-3006108633 - +57-3103882858

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

En 2018, tres instituciones de educación superior vinculadas a la Red Internacional de Instituciones de Educación Superior de Ecuador y Colombia –REDEC-, adelantaron un proceso investigativo que tenía como finalidad analizar el perfil de emprendimiento que tienen los estudiantes universitarios al momento de iniciar su formación profesional. Una de las Instituciones Universitarias vinculada a este proceso fue la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño sede Pasto, en donde se realizó el análisis del perfil de emprendimiento a los estudiantes de primer semestre que ingresaron en 2018-II. Esta investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un método deductivo-inductivo y la aplicación de un total de 48 encuestas. En este documento se presentan los fundamentos teóricos que orientaron la investigación, así también se exponen los resultados obtenidos luego de aplicar el instrumento que contenía 92 preguntas divididas en tres bloques de información: perfil emprendedor, las condiciones socioeconómicas y educativas que influyen en sus competencias emprendedoras. Se puede concluir que los estudiantes en su formación básica secundaria están recibiendo orientación sobre emprendimiento y que sus fundamentos en el tema, al momento de iniciar sus estudios universitarios, pese a no ser homogéneos, son lo suficientemente buenos para que, en la medida en la que avanzan sus estudios, les permitan ir construyendo sus propias iniciativas emprendedoras.

Palabras clave: emprendimiento, gestión universitaria de emprendimiento, perfil emprendedor y test de emprendimiento.

## 2. ABSTRACT

In 2018, three higher education institutions linked to the International Network of Higher Education Institutions of Ecuador and Colombia -REDEC-, carried out an investigative process that aimed to analyze the entrepreneurial profile that university students have at the time of starting their training professional. One of the University Institutions linked to this process was the Autonomous University Corporation of Nariño Pasto headquarters, where the analysis of the entrepreneurship profile was carried out for the first semester students who entered in 2018-II in the second semester of 2019, the designed strategy began to be implemented, which begins with the application of an entrepreneurship test, from which a workshop proposal adjusted to market conditions is built, with this, not

only is the university's position sought around entrepreneurship training, but that the students themselves identify in this topic opportunities to develop their personal and professional growth. This research was carried out under a quantitative, descriptive approach, with a deductive-inductive method and the application of 48 surveys. This document will present the theoretical foundations that guided the research, as well as the results obtained after applying the instrument that contained 92 questions divided into three blocks of information: entrepreneurial profile, socio-economic and educational conditions that influence their entrepreneurial competences. It can be concluded that students in their basic secondary education are receiving guidance on entrepreneurship and that their fundamentals in the subject, at the time of starting their university studies, despite not being homogeneous, are good enough so that, to the extent that advance their studies, allow them to build their own entrepreneurial initiatives.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurship university management, entrepreneurial profile, entrepreneurship test.

### 3. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es quizá uno de los aspectos de desarrollo empresarial más importantes, además, dentro de la idiosincrasia de una persona resulta ser un factor clave puesto que el concepto de emprendedor no solo es aquel pequeño empresario que inicia un nuevo negocio innovador sino que más allá de eso, se catalogan como emprendedores a todos aquellos que toman la iniciativa de incursionar en un nuevo camino sea personal, profesional o social; en el cual, asumen el riesgo perdiendo el miedo al fracaso, aprovechando las oportunidades existentes dentro de la sociedad y encontrando alternativas donde los demás solo ven problemas. “El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar encaminada a encontrar oportunidades, con enfoque holístico y balanceada por el liderazgo.”

Visto desde una perspectiva más centralizada, es importante destacar que “Colombia tiene magníficos retos en la generación de oportunidades para la creación de empresas y su sostenibilidad en condiciones de volatilidad de los ciclos económicos, desigual inserción en los mercados mundiales y desequilibrios macroeconómicos y fiscales; en lo sociopolítico prevalece un alto grado de corrupción, más de la mitad de la población está bajo de línea de pobreza y miseria, se mantiene un conflicto interno de más de medio siglo y baja participación ciudadana, hechos que se constituyen en retos inmensurables de crear empresa en esas circunstancias”

La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño es una institución que cuenta con más de 38 años de trayectoria, fundada en el año 1981, desde ese momento ha estado comprometida con la cultura, la ciencia, la investigación, la excelencia en la formación de profesionales íntegros, el liderazgo en el desarrollo social y además fomenta el emprendimiento y la innovación como herramientas estratégicas para la generación de alternativas de desarrollo regional, la promoción de profesionales y emprendedores capaces de generar un cambio económico y social.

Es por ello que cuenta con importantes dependencias orientadas específicamente para fortalecer procesos como los mencionados anteriormente, tales como lo son las áreas como el CIDAE (Centro de Investigación Desarrollo y Asesoría Empresarial) y el CREAN (Centro Regional de Emprendimiento y Empresarismo Aunar), las dos adscritas a la Vicerrectoría de Investigación, Desarrollo, Innovación y Posgrados.

Es preciso mencionar que AUNAR ha pasado por un proceso de crecimiento institucional, gracias al cual hoy cuenta con una oferta académica conformada por programas profesionales presenciales en jornada diurna y nocturna, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Electrónica (solo diurno) e Ingeniería Mecánica,

cuyos estudiantes de primer semestre serán objeto de esta investigación. De igual forma, cuenta con programas profesionales a distancia (administración de empresas, contaduría pública e ingeniería informática); programas virtuales (tecnología en mercadeo agropecuario y técnico profesional en la transformación de plantas aromáticas) y programas técnicos laborales (diseño de modas y mecánica dental).

A pesar de relacionarse en la filosofía institucional el fomento del emprendimiento, se desconoce el perfil emprendedor con el cual llegan los estudiantes al momento de iniciar su formación universitaria lo cual impide que las actividades o acciones curriculares y extracurriculares orientadas para fortalecer el emprendimiento tengan un impacto positivo en la gestación de nuevas unidades productivas o proyectos de desarrollo social.

Este desconocimiento del perfil emprendedor se presenta quizá por la falta de una buena caracterización al momento de ingreso de los estudiantes. Debido a que la información existente no es suficiente la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño no optimiza los recursos y desconoce las tipologías del perfil emprendedor.

La no caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes de primer semestre conlleva a que la institución y más específicamente las áreas encargadas de los temas de emprendimiento, innovación y desarrollo desconozcan las habilidades, debilidades, oportunidades y limitaciones que tiene la población objeto de estudio, tipologías en las cuales se debe enfatizar las actividades extracurriculares existentes o por desarrollar.

El desconocimiento de las expectativas personales que tienen los estudiantes para con sus carreras y su futura profesión, es producto en la mayoría de los casos de la situación económica familiar. Por esta razón el objeto de esta investigación es analizar las diferentes características que identifican a un aspirante como emprendedor y como estudiante autónomo, sus principales motivaciones y las apetencias en temas de emprendimiento, liderazgo e innovación con las que cuenta, así como, sus competencias y cualidades demográficas, psicográficas, sociales, culturales y económicas, permitiendo contar con información valiosa, para la formulación de programas y actividades extracurriculares acorde a las expectativas y características de los estudiantes.

Por otra parte, este proyecto está articulado a una iniciativa investigativa docente que hace parte de un proceso internacional e interuniversitario, del cual hacen parte la Universidad Tecnológica Indoamérica y la Universidad Politécnica del Carchi, las dos instituciones de educación superior en el vecino país del Ecuador, cuyo resultado es el análisis del perfil emprendedor de los estudiantes y la formulación de intenciones de trabajo conjunto que estén orientadas a optimizar los recursos y al fortalecimiento de las competencias emprendedoras de los futuros profesionales.

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de esta investigación, se estipuló como pregunta orientadora de la misma ¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de primer semestre de los programas profesionales, modalidad presencial, jornada diurna en la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2018?, y con base en ello se estableció como objetivo de esta investigación el de analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de primer semestre de los programas profesionales, modalidad presencial, jornada diurna, de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño de la ciudad de San Juan de Pasto en el segundo semestre del año 2018.

Se puede establecer que esta investigación es no experimental con un diseño transversal, porque recoge datos de una población determinada en un momento único y definido, su tipo es descriptivo porque se buscaba indagar el estado del perfil emprendedor de los estudiantes a través del análisis de varias variables; además la investigación

responde a un método deductivo-inductivo, porque a partir de un tema general se busca llegar a una conclusión específica.

Se aplicaron en total 48 encuestas dirigidas a los estudiantes de los programas profesionales presenciales, jornada diurna de: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Mecánica e Ingeniería Electrónica. Este número corresponde al total de la población matriculada para el periodo objeto de estudio.

Este ejercicio investigativo estuvo desde su origen articulado a un proyecto internacional e interinstitucional, por ellos, fue necesario en conjunto construir el instrumento de recolección, el cual se sometió a una primera prueba de medición durante el mes de julio del mismo año, ejercicio en el cual se aplicó una prueba piloto de éste y con ello fue posible identificar las diferentes dificultades que podrían presentarse en la aplicación de la herramienta final; para finalmente, hacer los ajustes a la encuesta para su posterior aplicación.

El instrumento fue aplicado a través de la plataforma Google Forms y tuvo 93 preguntas divididas en 3 baterías; cada una de ellas analizó un factor diferente (sociodemográfico, educativo y de perfil emprendedor), el último de ellos estuvo basado en el estudio de las motivaciones humanas del autor David McClelland y la tesis doctoral “Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación del Campus D’alcoi de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia” (Blanco, 2016), el cual consiste en analizar las competencias emprendedoras a través de las necesidades de poder, logro y afiliación; esta información fue muy útil al momento de realizar el análisis estadístico.

Como se ha mencionado el instrumento se dividió en tres baterías, cada una de ellas tenía un número de preguntas cerradas previamente determinado, la distribución de los interrogantes fue: las características del perfil emprendedor 55 preguntas, 24 preguntas para la caracterización socioeconómica y 14 para cubrir el bloque de perfil educativo.

Las preguntas para el primer segmento se plantearon con selección única en donde los estudiantes debían decidir, con respecto a cada afirmación cuán identificados se sentían, para lo cual se contó con las siguientes opciones: 0. Siempre, 1. Usualmente, 2. Algunas veces, 3. Raras veces, y, 4. Nunca. Por su parte, para los bloques socioeconómicos y educativos se establecieron rangos de respuestas previamente analizadas, dejando muy pocos interrogantes con opciones abiertas. Una vez obtenidos los resultados deseados la tabulación de los mismos se hizo a través de los programas SPSS y Excel, cuyos análisis finales se expondrán más adelante.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El trabajo investigativo inició con la construcción del estado del arte, actividad que se llevó a cabo en el primer semestre del 2018; en este análisis documental se indagó en fuentes secundarias tales como libros, investigaciones previas realizadas por otros autores, informes resultados de investigaciones, entre otros, recopilando con ello modelos, metodologías, teorías, hipótesis y trabajos similares; permitiendo adoptar una postura analítica y crítica frente a lo que ya se ha hecho y lo que falta por hacer sobre el tema.

Una vez realizado este análisis los autores iniciaron con el diseño de la investigación a finales del primer semestre del año anterior, tiempo en el cual se definieron la metodología a utilizar, además de construir el problema base de la investigación, definiendo posteriormente el objetivo general, los objetivos específicos y los recursos que se requerían para llevar a cabo este proyecto.

Como se ha mencionado, este ejercicio investigativo estuvo desde su origen articulado a un proyecto internacional e interinstitucional, por ellos, fue necesario en conjunto construir el instrumento de recolección, el cual se sometió a una primera prueba de medición durante el mes de julio del mismo año, ejercicio en el cual se aplicaron cerca de 11 encuestas, y con ello fue posible identificar los diferentes dificultades que podrían presentarse en la aplicación de la herramienta final, este último proceso se desarrolló a finales del mes de agosto de 2018.

El test fue aplicado a través de la plataforma Google Forms y tuvo 93 preguntas divididas en 3 baterías; cada una de ellas analizó un factor diferente (sociodemográfico, educativo y de perfil emprendedor), el último de ellos estuvo basado en el estudio de las motivaciones humanas del autor David McClelland, el cual consiste en analizar las competencias emprendedoras a través de las necesidades de poder, logro y afiliación; esta información fue muy útil al momento de realizar el análisis estadístico.

Paralelo a esto durante el segundo semestre de 2018 y primer semestre de 2019, los autores realizaron un trabajo de campo complementario que consistió en visitar algunos colegios y organizaciones que trabajan en pro de la educación, para ello se aplicó algunas entrevistas semiestructuradas previamente construidas, lo que permitió recopilar información muy importante para mejorar la orientación de esta investigación.

Luego de todo este recorrido en la construcción de este trabajo de investigación, se presenta a continuación los principales resultados del análisis estadístico, el cual se presenta a continuación.

Al momento de aplicar el instrumento de recolección de información se logró identificar que el 78% de los estudiantes encuestados son de género masculino y el 20% son de género femenino, además, el rango de edades en las que se encuentran los estudiantes objeto de investigación está entre los 17 y 22 años en un porcentaje altamente considerable. Así también, para el caso de esta investigación se pudo identificar que el 47% de los encuestados proviene de San Juan de Pasto mientras que el 37% su origen es de otros municipios del departamento de Nariño y solo un 14% son de origen nacional.

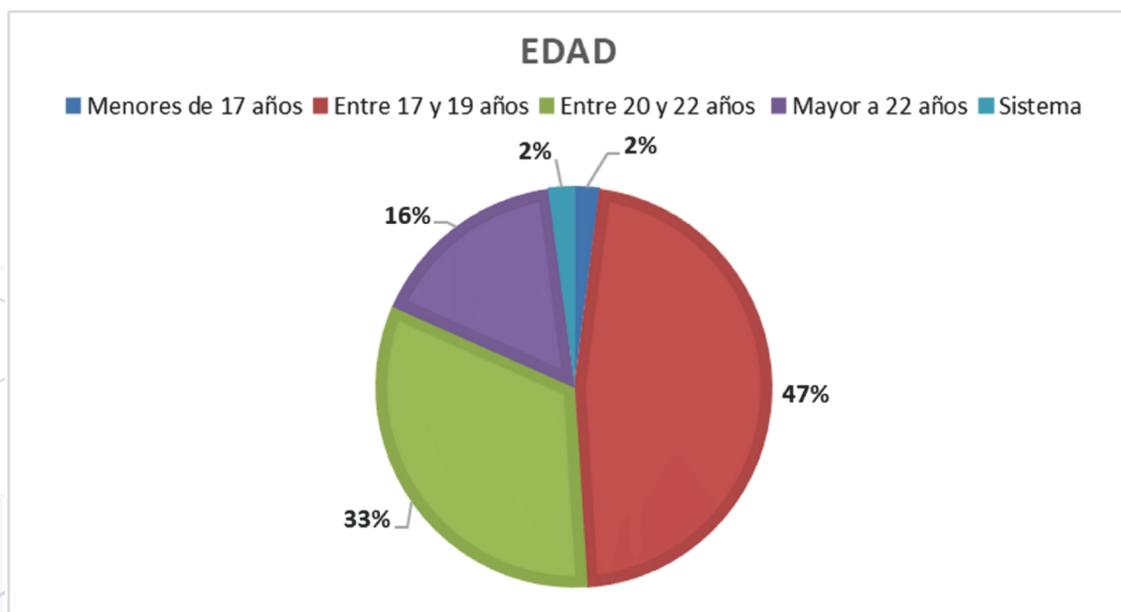


Figura 2. Edad de los encuestados.  
Fuente: Esta investigación.

## ORIGEN O PROCEDENCIA

■ San Juan de Pasto ■ Municipios ■ Nacional ■ Sistema

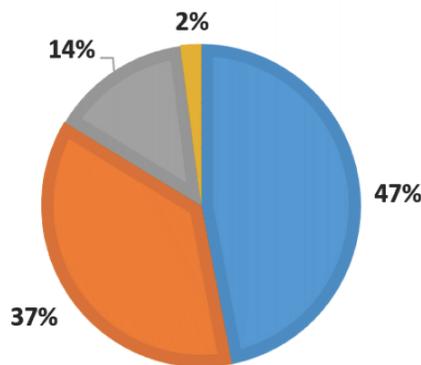


Figura 3. Procedencia de los estudiantes encuestados

Fuente: Esta investigación.

Otras características de los encuestados en términos sociodemográficos son: 69% de la población encuestada no trabaja, del total de encuestados 62.5% son solteros sin relación estable, 93,8% no tienen hijos; 46,9% tienen ingresos iguales o inferiores a un Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV), y el 34,7% tiene ingresos de entre dos y tres SMMLV. Además, el 64,6% tienen hogares conformados por entre 4 y 5 personas; el 34,5% de los encuestados afirma que en sus hogares entre una y dos personas trabajan, por su parte, el 87,5% tienen a papá o mamá como cabeza de hogar, siendo ellos quien en 66,7% financian sus estudios. Finalmente, 64,6% de los encuestados afirman que sus padres conviven, es decir, no están separados o divorciados.

Por otra parte, 45,8% de los estudiantes encuestados afirman que tienen un familiar emprendedor, y el 100% de ellos manifiestan que tienen la intención de emprender; 81,2% de ellos son egresados de instituciones educativas públicas, 44% se graduaron antes del 2014 y el 31,2% culminaron su formación secundaria en 2017.

En síntesis, se puede establecer que el perfil emprendedor de los estudiantes de AUNAR Pasto que iniciaron su formación profesional en los programas profesionales presenciales en la jornada diurna durante el segundo semestre del año 2018, está relacionado como se representa en las siguientes gráficas:

## PERFIL DE EMPRENDIMIENTO ESTUDIANTES AUNAR-PASTO

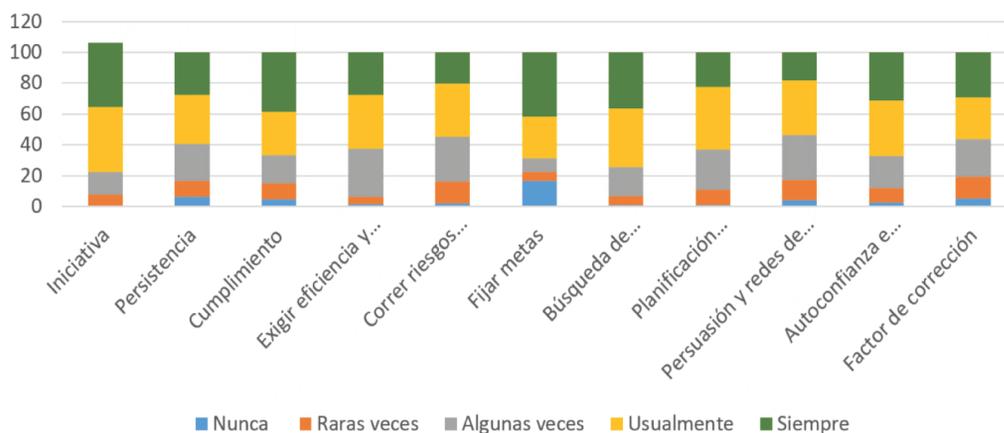


Gráfico 1. Perfil de emprendimiento estudiantes AUNAR-Pasto

Fuente: Esta investigación.

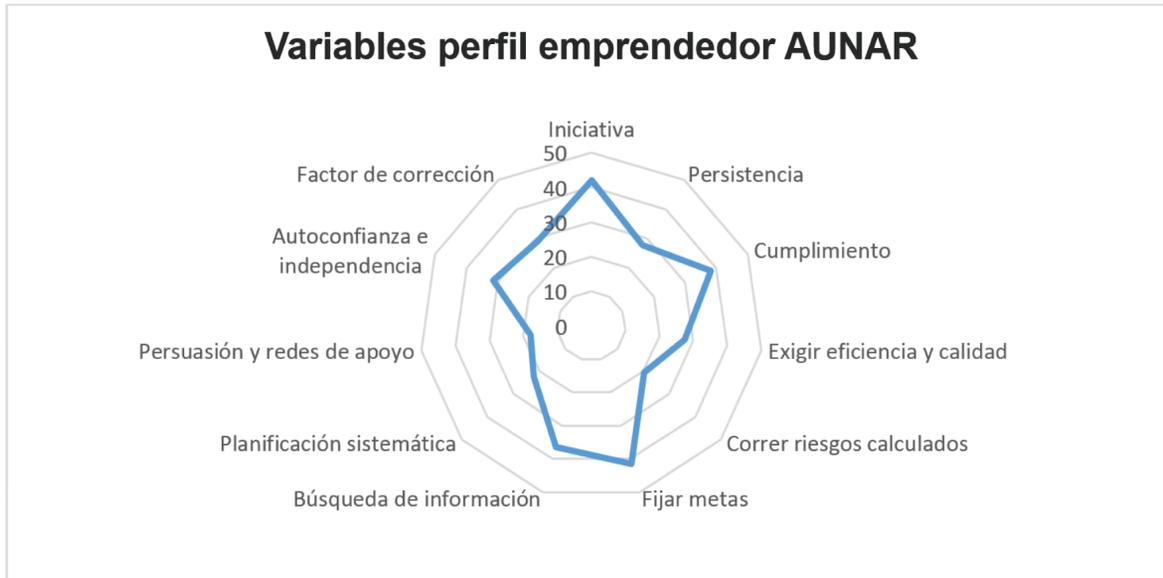
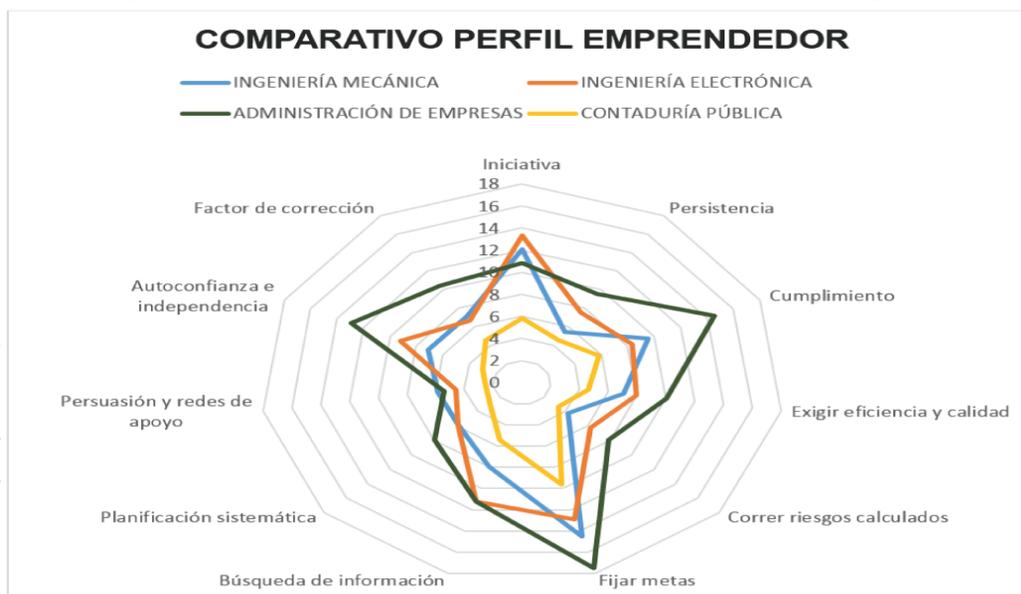


Gráfico 2. Variables perfil emprendedor  
Fuente: Esta investigación.

Como se puede observar en las gráficas anteriores, es claro que el perfil emprendedor de los estudiantes tiene más fuerza en algunas competencias, las cuales es importante mantenerlas, fortalecerlas o mejorarlas, estas variables son: la iniciativa (42,08%), el cumplimiento (38,36%), la fijación de metas (41,6%), la búsqueda de información (36,46%) y la autoconfianza e independencia (31,44%).

Las otras competencias en las que se destacan los estudiantes de AUNAR son muy relevantes porque con ellos se contribuye a perfilar al futuro profesional como un emprendedor con habilidades diferenciadoras. La iniciativa, por ejemplo, es una característica que no en muchas personas se presenta y es de altísima importancia, puesto que sin esta resulta más complejo poner en marcha cualquier tipo de emprendimiento.

Luego del análisis anterior, resultó interesante observar el perfil emprendedor desde una perspectiva interna y más detallada por lo cual, se realizó el análisis de tablas cruzadas como se puede observar en la gráfica a continuación.



Gráfica 3. Variables perfil emprendedor por programa.  
Fuente: Esta investigación.

Para este análisis no se toma a la población estudiantil en general si no que se divide por carreras con el fin de identificar en cuáles de los once factores se destacan más; por ejemplo, se puede observar que la fijación de metas es una de las características más fuerte en todos los programas, siendo esto algo positivo, puesto que en el emprendimiento como se mencionó anteriormente siempre se debe contar con un trazo del camino para así alcanzar los objetivos del proyecto.

Otra de las características importantes que se puede destacar es que en un 90% de los programas la autoconfianza y la capacidad de iniciativa es algo que se debe mantener y fortalecer, ¿Por qué los autores hablan de un 90%?, toda vez que, en el programa de contaduría, esta competencia no es una fortaleza y quizá esto se deba a que en este programa los estudiantes aprenden a ser más mecánicos por lo cual no tienen tanta capacidad de iniciativa e independencia.

Otra las características por destacar en la mayoría de los programas académicos es el cumplimiento. Lo que resulta muy importante ya que como se mencionó en apartados anteriores el mundo de hoy es muy versátil además de que se mueve de forma muy ágil y por ende se requiere de emprendedores que tengan el valor de la puntualidad.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

De acuerdo con los objetivos planteados y atendiendo a los resultados obtenidos en esta investigación se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Partiendo de un enfoque universal y con base en el objetivo general de este trabajo de investigación fue posible construir una herramienta conocida como “TEST DE EMPRENDIMIENTO AUNAR” que con su aplicación es posible obtener el perfil emprendedor de los estudiantes y de esta manera llevar a cabo el análisis del mismo cumpliendo así con el objetivo general.

Con base en las preguntas sobre perfil emprendedor del trabajo de campo, fue posible obtener once variables que en primera instancia apoyan la construcción de la herramienta anterior puesto que son la base para definir detalladamente el perfil emprendedor.

Con base en el análisis de las variables mencionadas anteriormente. Fue posible determinar que la iniciativa en los estudiantes de la AUNAR es la mayor fortaleza y la persuasión y redes de apoyo su más grande debilidad, hallazgo que permite a la Corporación trazar un camino hacia la ruta de emprendimiento.

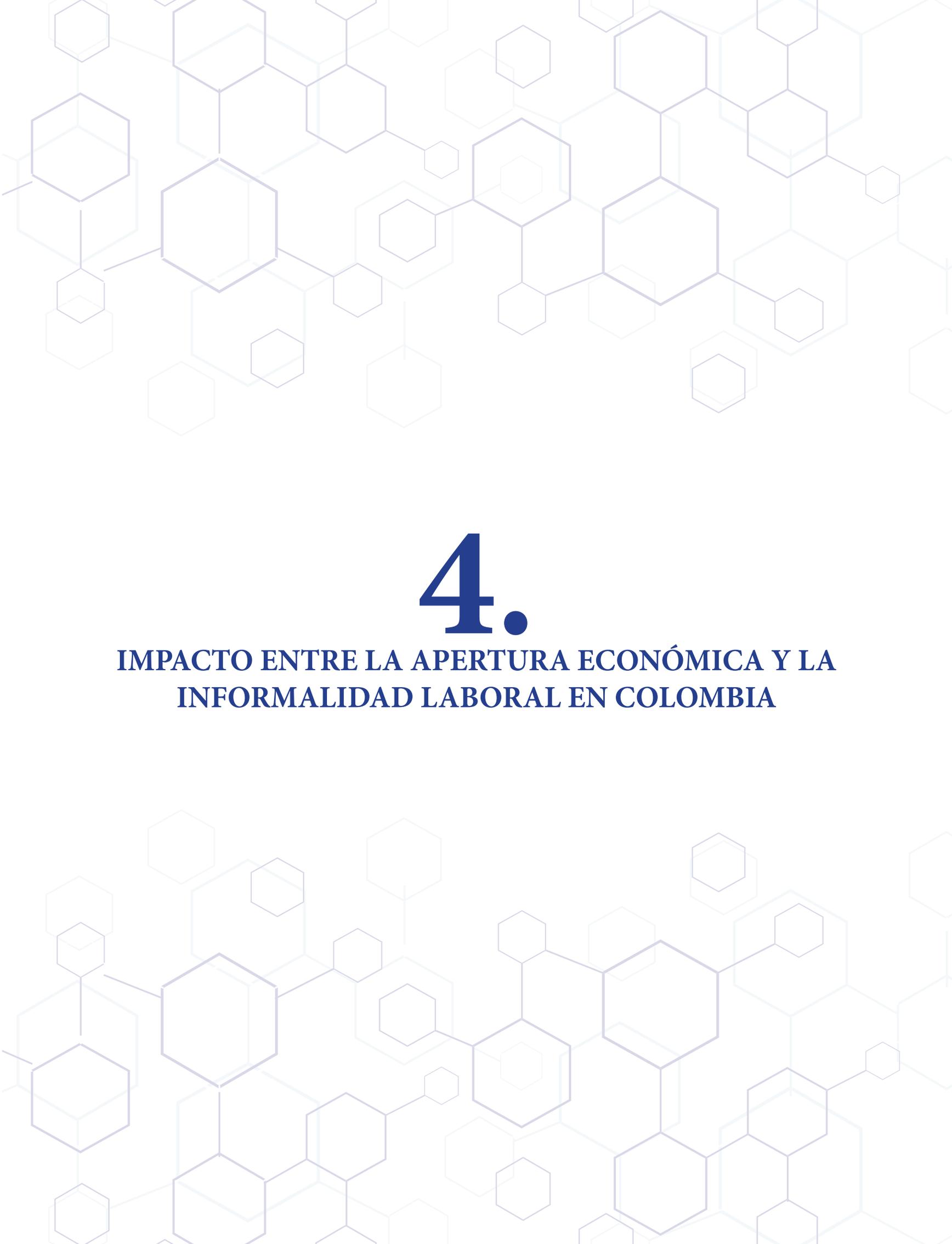
Por ultimo al realizar esta investigación se recomienda estructurar una metodología que permite acompañar el proceso de formación de un emprendedor desde el planteamiento de su idea hasta la implementación de una start up de éxito, ajustada a las características de la población.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2011, P5). El emprendedor de éxito. México D.F.: McGrawHill.
- Álvarez, M. C. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Technology Management Innovation* Cabana, C. P. (2013, Volume 8, Issue 1,P.66). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *J. Technol. Manag. Innov.*
- Blanco, L. P. (2016). Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de em-



- prendimiento universitario. Validación del Campus D'alcoi de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Bruna, F. (2006). *Emprendiendo un proyecto de empresa. Planificación y gestión emprendedora*. Vigio: Iedas Propias Editorial.
- Cardona, S. P. (2010, P.24). *Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Congreso de la República de Colombia. (2006, Pag. 1). *Ley de Fomento a la cultura y mentalidad emprendedora*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia.
- Hugo Kantis, J. F. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina*. Documentos de trabajo CAF.
- Jurado, I. M. (2018). *Fortalecimiento de las competencias y habilidades emprendedoras de los estudiantes universitarios fuera del aula de clase*. En U. Mariana, *El aporte de la investigación y la innovación al desarrollo emprendedor y empresarial en América Latina* (págs. 219-238). Pasto: Universidad Mariana.
- Mcclelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: NJ. Von nostrand Oficina de registro y control. (2018). *Número de estudiantes matriculados en los programas presenciales en la jornada diurna en el segundo semestre de 2018*. Pasto: Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.
- Rodríguez, R. (2011, P.3). *El emprendedor de éxito*. México D.F: Mc Graw Hill, 4ta edición.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y su gestión*. México
- Vilalta, J. (2013). *La tercera misión universitaria: innovación y transferencia de conocimientos en las universidades españolas*. Madrir: Studia XXI Fundación Europea Sociedad y Educación..



# 4.

## IMPACTO ENTRE LA APERTURA ECONÓMICA Y LA INFORMALIDAD LABORAL EN COLOMBIA



Fecha de presentación: 2019/11/18

## AUTOR O AUTORES

- Diana Marcela Gómez Botina
- Karen Alexandra Guerrero Torres
- Roberto Iván Bravo
- Dayana José Arroyo

Nombre completo de la institución y país a la que pertenece: Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

## 1. RESUMEN JECUTIVO

El presente artículo expone la relación entre la apertura económica que comenzó en 1990 y el incremento de la informalidad en Colombia, realizando un análisis descriptivo basado en cifras estadísticas de desindustrialización, empleo, tasa de informalidad, participación del sector agrícola y la industria manufacturera. El análisis determina que a raíz de la apertura económica se presentó una drástica disminución de la participación de la industria en el PIB, que puede ser explicada en gran medida por la introducción de productos extranjeros al país, a menor precio y con mayor calidad, esto conllevó a un incremento significativo de la desindustrialización y el deterioro de la calidad del mercado laboral. De este modo, se evidencia relaciones estadísticas que demuestran que en Colombia existió una apertura económica temprana, ya que este proceso impidió la consolidación de la industria y contribuyó a deteriorarla, además los resultados de los análisis determinan que, en el largo plazo, a una menor industrialización le corresponde una mayor informalidad.

**Palabras clave:** Economía informal, apertura económica, políticas neoliberales, desindustrialización, terciarización.

## 2. ABSTRACT

This article exposes the relationship between the economic opening that began in 1990 and the increase in informality in Colombia, making a descriptive analysis based on statistical figures of deindustrialization, employment, informality rate, and participation of the agricultural sector and the manufacturing industry. The analysis determines that as a result of the economic opening there was a drastic decrease in the participation of the industry in the GDP (Gross Domestic Product), which can be explained to a large extent by the introduction of foreign products to the country, at a lower price and with higher quality, this led to a significant increase in deindustrialization and deterioration in the quality of the labor market. In this way, statistical relations are evidenced that show that in Colombia there was an early economic opening, since this process prevented the consolidation of the industry and contributed to deteriorating it, in addition the results of the analyzes determine that, in the long term, at a less industrialization corresponds to greater informality.

**Keywords:** Informal economy, economic openness, neoliberal policies, deindustrialization, outsourcing.

**Traducido por German Arce – Paola Andrea Vallejo, Departamento de idiomas - AUNAR**

## 3. INTRODUCCIÓN

La informalidad laboral se ha convertido en una característica fundamental de las economías de varios países del mundo, en especial de los países en vías de desarrollo, esto como resultado de las políticas económicas implementadas para promover la apertura comercial, sin cuantificar las consecuencias e impactos que estas medidas traerían sobre sus economías, especialmente en el área social, como el empleo y las condiciones de vida de las personas, según lo han señalado varios estudios.

Las cifras demuestran como a partir de la implementación de políticas neoliberales se elevaron los índices de desempleo, obligando a muchas personas a vincularse en el sector informal como única alternativa para obtener una fuente de ingresos. Este sector se caracteriza por la falta de garantías tanto legales como de seguridad social, baja remuneración, largas jornadas de trabajo y condiciones de trabajo precarias.

En el caso particular de Colombia, el sector informal se ha convertido en la principal fuente de empleo. Este fenómeno ha impedido dinamizar el crecimiento económico, perpetuando el estancamiento y la falta de desarrollo en las regiones.

De esta manera, el presente estudio apoyado en referentes teóricos y cifras estadísticas se realiza con el fin de determinar si la apertura económica dejó beneficios económicos y sociales al país, o por el contrario deterioro las condiciones sociales de la población, al incrementar el desempleo y la informalidad.

Concluyendo efectivamente que el proceso de apertura económica lejos de permitir la industrialización del país, y generar empleo digno y de calidad, ha conducido a un deterioro del mercado laboral basado en la terciarización de la economía y el crecimiento del sector informal. Por tanto, existe una relación directa entre apertura económica e informalidad.

## 4. MATERIALES Y METODOS

El estudio realizado es de carácter descriptivo - analítico, ya que se describe y analiza el comportamiento de variables como desindustrialización, sector formal, sector informal, importaciones, productividad industrial, empleo, cuenta corriente y cuenta de capital, consolidando series estadísticas que permiten determinar la relación entre variables, la tendencia histórica y actual, tomando como referente el periodo 1990 a 2018 en Colombia.

Adicionalmente, se combinan elementos cualitativos y cuantitativos, debido a que se aportan cifras estadísticas y se realiza un análisis riguroso de las mismas fundamentados con teorías. Se han empleado cifras estadísticas de fuentes oficiales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El fenómeno de la informalidad laboral en Colombia ha sido una problemática recurrente con tendencia a agudizarse en los últimos años, sin embargo las causas de este flagelo se remontan tiempo atrás, cuando la economía colombiana adoptó políticas “neoliberales”, con el fin de insertarse a la economía internacional, pues varios estudios e investigaciones señalan que la principal causa del deterioro de la calidad del empleo es la apertura económica y financiera que inicio en la década de los noventa.

Según un estudio realizado por Carlos Humberto Ortiz y José Ignacio Uribe (2006) señala que existe una fuerte interrelación entre apertura económica, desindustrialización y deterioro de la calidad del mercado laboral.

En primer lugar, determina que la liberalización económica de la década de los noventa condujo a un proceso de desindustrialización en el país, pues según cifras estadísticas del DANE, cuentas nacionales, en la década de los setenta la participación de la industria manufacturera en el PIB llegaba al 24%, mientras que en los ochenta esta cifra fluctuaba alrededor del 22%, con la implementación de la apertura económica en 1990, esta cifra cayó a 19% y en 1999 con el proceso de liberalización ya en marcha, alcanzó un 14% (Ortiz y Uribe, 2006: 145).

La drástica disminución de la participación de la industria en el PIB, puede ser explicada en gran medida por la introducción de productos extranjeros al país, a menor precio y con mayor calidad. En consecuencia, muchas industrias se vieron en la incapacidad de ajustar sus procesos productivos para poder competir con la industria extranjera y sectores enteros de producción desaparecieron. De ahí que, las cifras de desempleo se incrementaron y muchas familias se vieron en la obligación de buscar un empleo mal remunerado y sin acceso a la seguridad social.

Por consiguiente, la liberalización de la economía nacional llevo a un ajuste del mercado laboral, mediante la aplicación de políticas “flexibilizadoras”, que provocaron un crecimiento en los niveles de desempleo, además del deterioro en la calidad del empleo. Según el DANE, encuesta nacional de hogares, el desempleo urbano en Colombia paso de 9% en 1999 a 21% en el 2000. Así mismo, el empleo informal aumento de manera considerable pasando de 54% en 1994 a 61.4% en el 2003 (Ortiz y Uribe, 2006: 145).

Basándose en cifras estadísticas históricas, la interrelación entre apertura económica, desindustrialización y deterioro en la calidad del empleo, se puede evidenciar claramente. A partir de 1990, año en que se empieza a poner en marcha el proceso de apertura, comienza una disminución gradual de la participación de la industria en el PIB, pasando de 20.4% en 1990 a 13% en 2005, unido a este comportamiento, los índices de informalidad mostraron un crecimiento considerablemente y significativo, en 1990 esta cifra se ubicó en 45.7% y llego a situarse en 64% en 2005.

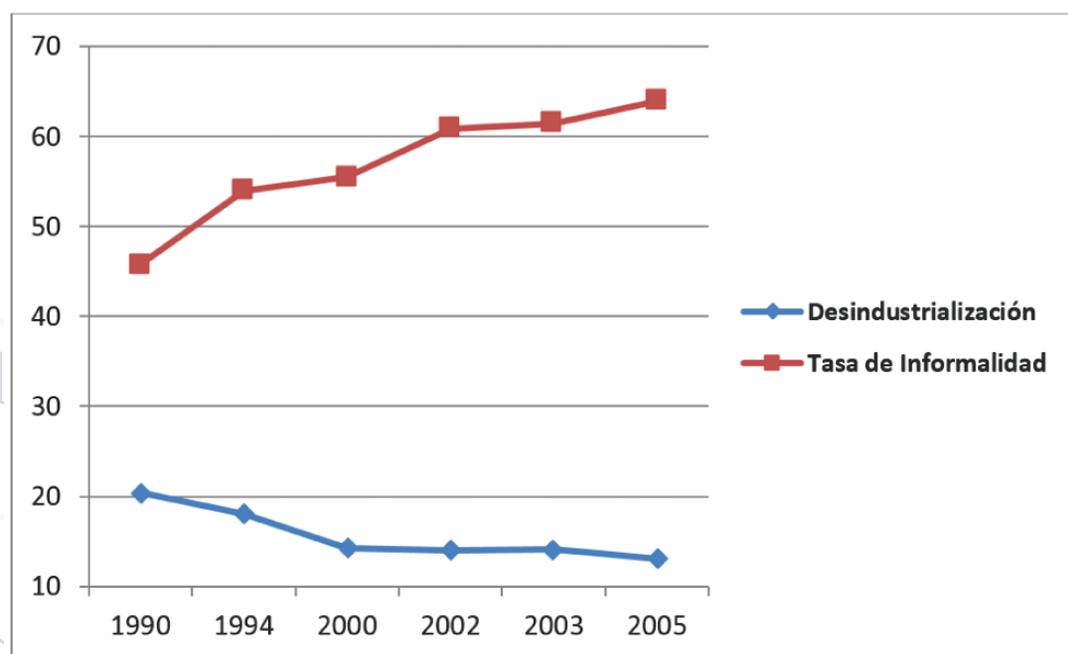


Figura 4. Desindustrialización e Informalidad en Colombia 1990-2005.  
Fuente: OIT - Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2006.

De este modo, se puede decir que en Colombia existió una apertura económica temprana, ya que este proceso impidió la consolidación de la industria y contribuyó a deteriorarla, además los resultados de los análisis determinan que, en el largo plazo, a una menor industrialización le corresponde una mayor informalidad.

En concordancia con lo anterior, Eduardo Sarmiento Palacio (1996), ratifica los efectos negativos que causó la apertura sobre la economía colombiana, principalmente en la agricultura, la industria, las exportaciones y el empleo calificado.

Todos estos factores que se vieron afectados, tienen un elemento en común, la pérdida de empleo y su calidad. Esto se explica básicamente porque el país no pasó por un proceso de preparación para afrontar el cambio estructural que se anticipaba con la implementación de la reforma, de ahí que los resultados fueron un menor crecimiento y una caída del empleo.

En el sector agrícola se generó un cambio en la estructura productiva, debido al desmonte de aranceles y la revaluación del tipo de cambio, que propició un incremento de las importaciones, principalmente de bienes de consumo, materias primas y productos intermedios que sustituyeron la producción nacional y la mano de obra. Esto a su vez, aumentó la productividad alrededor de 2.7%. Si se tiene en cuenta que las materias primas y los productos importados corresponden al 20% de la producción (Sarmiento, 1996).

En síntesis, podría decirse que el incremento de las importaciones y la productividad, afectaron negativamente el empleo, pues según el DANE, cuentas nacionales, durante el periodo 1990- 1994 este descendió alrededor de 2.5%. Al igual que el sector agrícola, la industria también sufrió un proceso de reajuste, en donde el mayor deterioro empresarial se presentó en textiles, hierro, cuero y papel, básicamente por el incremento de las importaciones industriales.

Por el contrario, la apertura favoreció a los sectores no transables como las actividades de construcción y ensamble, las cuales no son aptas para la exportación e incorporan mano de obra no calificada, de manera que se benefició a los bienes de alto componente importado. En consecuencia, se desplazó a los sectores de mayor complejidad económica, como los productos industriales tradicionales, las materias primas y los bienes de capital, de esta forma la apertura “indiscriminada” atentó contra la modernidad y el empleo industrial, en particular el calificado.

Dado este contexto, surgió una estructura económica que enfrentaba serias dificultades para penetrar en los mercados externos y altas necesidades de importación. Lo anterior se puede evidenciar en el incremento del déficit comercial del sector industrial, el cual pasó de -772 millones de dólares en 1990 a -3460 en 1995, según los indicadores de productividad del DANE. Este comportamiento, como ya se había explicado antes, no es más que el aumento de la productividad originado por las importaciones.

El cambio tecnológico que se originó como consecuencia del incremento de las importaciones y productividad le restó importancia al empleo, pues ahora se necesitaba menos trabajadores, pero altamente calificados. Por consiguiente, la expansión de la fuerza de trabajo en su mayoría no calificada, engrosó las filas de desempleo o se desplazó hacia los sectores informales.

La relación entre apertura económica, importaciones, productividad y pérdida de empleo se ilustra claramente en el siguiente cuadro, donde se observa que las importaciones industriales pasaron de 2364 millones de dólares en 1990 a 5634 en 1994, de igual manera, las importaciones agrícolas ascendieron de 347.3 a 794.8 millones de dólares durante este periodo, a su vez este incremento causó un crecimiento en la productividad industrial, pasando de

-1.1% en 1990 a 7% en 1994, este comportamiento produjo un cambio tecnológico que desplazó mano de obra y los niveles de empleo cayeron de 3.5% a 1.9% en 1994.

Año	Importaciones Industriales	Importaciones agrícolas	Productividad Industrial (%)	Empleo (%)
1990	2364	347.3	-1.1	3.5
1991	2673	270.9	3.4	5.5
1992	4593	481.3	6	2.1
1993	5079	581.6	6,5	3.5
1994	5634	794.8	7	1.9

Tabla 1. Importaciones, productividad y empleo 1990-1994

Fuente: DANE, 2005.

Así, el desempeño de la actividad productiva que se vio en gran medida afectado por la liberalización económica, tiene un claro efecto en los niveles de ocupación, pues se generó una estructura económica que favoreció los empleos de baja calidad.

Igualmente, en una investigación realizada por Diego Guevara (2003), analiza como las políticas económicas implementadas después de la liberalización comercial afectaron la estructura del mercado laboral, mediante cuatro procesos relacionados entre sí: privatización, informalización, tercerización, y precarización.

En cuanto a privatización, durante el proceso de apertura se llevó a cabo una reestructuración del papel del sector público, pues desde la década de los 90 su participación en la generación de empleo se vio drásticamente reducida, debido a que se enfocó en reducir el déficit fiscal recortando el gasto público. Por esta razón, a partir de 1990 la participación del sector informal en el total de ocupados del país, presentó un aumento significativo, mientras que el empleo formal mostró una tendencia a la baja. Los resultados de informalización del mercado laboral se ilustran en la siguiente tabla:

Año	Sector Informal (%)			Sector Formal (%)	
	Cuenta Propia	Servicio Domestico	Microempresas	Sector Publico	Empresas Privadas
1990	24.1	2	19.5	9.6	44.7
1998	28.1	2.1	18.8	8.2	42.8

Tabla 2. Estructura del empleo en Colombia 1990-1998

Fuente: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2006.

En la tabla anterior, se puede evidenciar que el trabajo por cuenta propia es el que más ha crecido en el sector informal, pues pasó de 24.1% en 1990 a 28.1% en 1998, el servicio doméstico muestra un ligero aumento y las microempresas informales disminuyeron de 19.5% a 18.8% durante este periodo. En cuanto a los empleos formales, tanto el sector público como las empresas privadas bajaron su participación en la generación de empleos, pasando de 9.6% a 8.2% y de 44.7% a 42.8% respectivamente.

Teniendo en cuenta estas cifras, es evidente que la informalidad ha ganado participación sobre la economía nacional, principalmente por la limitada capacidad del sector público y privado de generar empleo de calidad, esta situación obligó a las personas a buscar por cuenta propia el sustento para vivir y las que lograron insertarse en pequeñas y medianas empresas en muchas ocasiones carecían de un contrato laboral. De igual manera, la tercerización del mercado de trabajo es claramente visible, pues los empleos de calidad que se generan en el sector secundario presentaron una gran disminución, dando paso al incremento del sector terciario, el cual se caracteriza por crear empleos mal remunerados y sin acceso a seguridad social.

“Durante los años 1994 -2000 la industria redujo su participación en la generación de empleo en 13.7%, mientras que el sector servicios, en especial el comercio y los servicios personales tuvieron un incremento de 26.2% y 67.8% respectivamente. Así mismo, se estima que en el año 2003 había un total de 1.054.685 informales, de los cuales el 44% se encontraba en el comercio, el 37.3% en el sector servicios y el 13.8% en la industria.” (Guevara, 2003:7)

Análogamente, el proceso de apertura propicio la precarización de la fuerza de trabajo, mediante la implementación de nuevas legislaciones laborales que buscaban mejorar la competitividad disminuyendo costos de mano de obra, con el fin de crear un mayor número de empleos, sin embargo, el costo social fue elevado, pues se generaron más puestos de trabajo a costa de su precarización.

De acuerdo a esta investigación, es preciso concluir que la implementación de la liberalización comercial en el país en la década de los 90, genero un desplazamiento de la mano de obra, desde los sectores de mayor complejidad económica como la industria y la construcción hacia las actividades de baja calidad que acentúan la informalidad, la tercerización y la precarización de la fuerza laboral.

Actualmente, la situación del mercado laboral en Colombia no ha cambiado mucho, la balanza comercial desde 1990 sigue siendo deficitaria y el sector informal es el que más fuentes de empleo/ingreso genera. En 2018, la informalidad laboral afectó a 10,8 millones de personas en el país, al ubicarse en 48,2 por ciento. Además, la siguiente figura muestra el déficit en cuenta corriente que desde 1994 se ha incrementado drásticamente, llegando a -9.995 millones de dólares en 2011, y aunque según cifras del DANE en 2018 el déficit comercial disminuyó, sigue siendo significativo, llegando a -6.113 millones de dólares, lo cual representa -3,74 del PIB

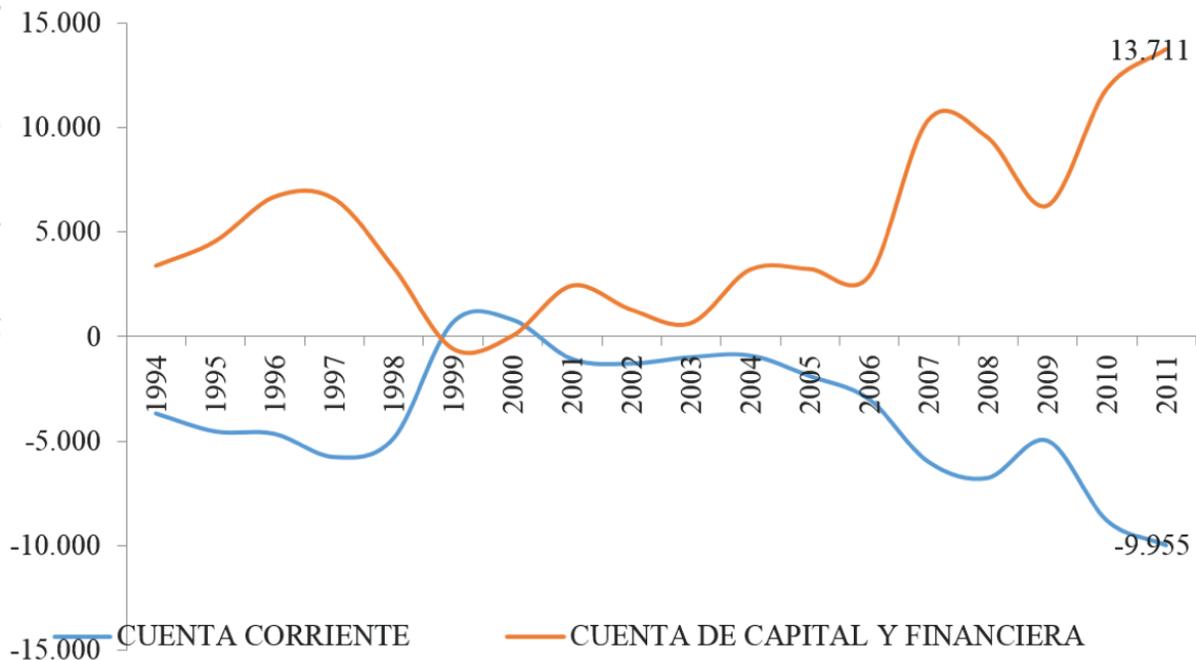


Figura 5. Cuenta corriente y cuenta de capital en Colombia. 1994 - 2011

Fuente: Elaboración propia basado en DANE, 2013

De lo anterior, se puede decir que la apertura económica lejos de permitir la industrialización del país, y generar empleo digno y de calidad, ha conducido a un deterioro del mercado laboral basado en la terciarización de la economía y el crecimiento del sector informal. Desde 1990 el Gobierno Nacional no ha podido implementar medidas para contrarrestar los efectos negativos que ha generado el proceso de apertura en el país tanto en el ámbito económico como en el social.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Aunque las condiciones laborales y sociales de la población vinculada a la informalidad laboral son relativamente precarias, este sector ha posibilitado crear una fuente de ingresos que les permite tener un mínimo de necesidades básicas satisfechas.

La apertura económica que comenzó en la década de los noventa causo una entrada masiva de importaciones las cuales no fueron contrarrestadas por el incremento de las exportaciones, lo cual repercutió principalmente sobre los niveles de empleo, al destruir gran parte del sector industrial y agropecuario. Esto llevo a muchas familias a vincularse en actividades informales.

El déficit comercial, el mayor grado de apertura económica y el desempleo, son los principales factores que inciden en el crecimiento de los niveles de informalidad, por lo que es necesario reformular las políticas comerciales.

La informalidad tiene una alta participación en la economía nacional, pues es la que abarca gran parte del empleo en las principales actividades económicas, sin embargo, este fenómeno genera efectos negativos sobre el crecimiento regional, por lo que es conveniente enfocarse en mejorar las condiciones laborales de las personas vinculadas en trabajos informales, ya que de esta manera se podría generar más crecimiento económico y con ello propiciar un desarrollo adecuado que genere bienestar sobre la población en general.

Tanto el Gobierno Nacional como los Gobiernos Municipales deben dar garantía al buen desarrollo de las personas y familias que actualmente sobreviven en un sistema laboral informal. Por este motivo se recomienda aplicar en el corto plazo, políticas de alto impacto para mitigar los efectos nocivos sobre la población vulnerable laboralmente.

Entidades como el DANE y el Banco de la República deben no solo informar sobre los niveles de informalidad y sus variaciones, sino hacer un énfasis en que este sector es uno de los más representativos en la economía del país y que se debe buscar combatirlo para mejorar la calidad de vida de las personas y garantizar el empleo en los sectores formales tanto públicos como privados.

Ahora que Colombia está en el auge de los Tratados de Libre Comercio, se debe ser muy precavidos al momento de concretar estos convenios, con el fin de proteger los sectores productivos más débiles, como el sector agrícola y acuícola, sin centrarse tan solo en la productividad industrial minero energética. Todo esto para que la población en general tenga diversidad al momento de buscar un empleo y garantías de permanecer en su actual actividad de trabajo.

El fomento a crear nuevos empleos formales sería la clave para que la economía colombiana pueda trabajar a los niveles óptimos requeridos para ser competitivos a nivel internacional. El sector Gobierno y la empresa privada deben buscar los medios para atraer toda la mano de obra disponible en el sector informal.

Una evaluación más profunda sobre la realidad de las personas empleadas informalmente es necesaria y vital para enfocar las posibles políticas hacia las variables de mayor relevancia, con el fin de obtener resultados en el corto y mediano plazo. Esto debe estar en cargo del DANE y del Ministerio del Trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DANE. Encuesta Nacional de Hogares. Varias etapas

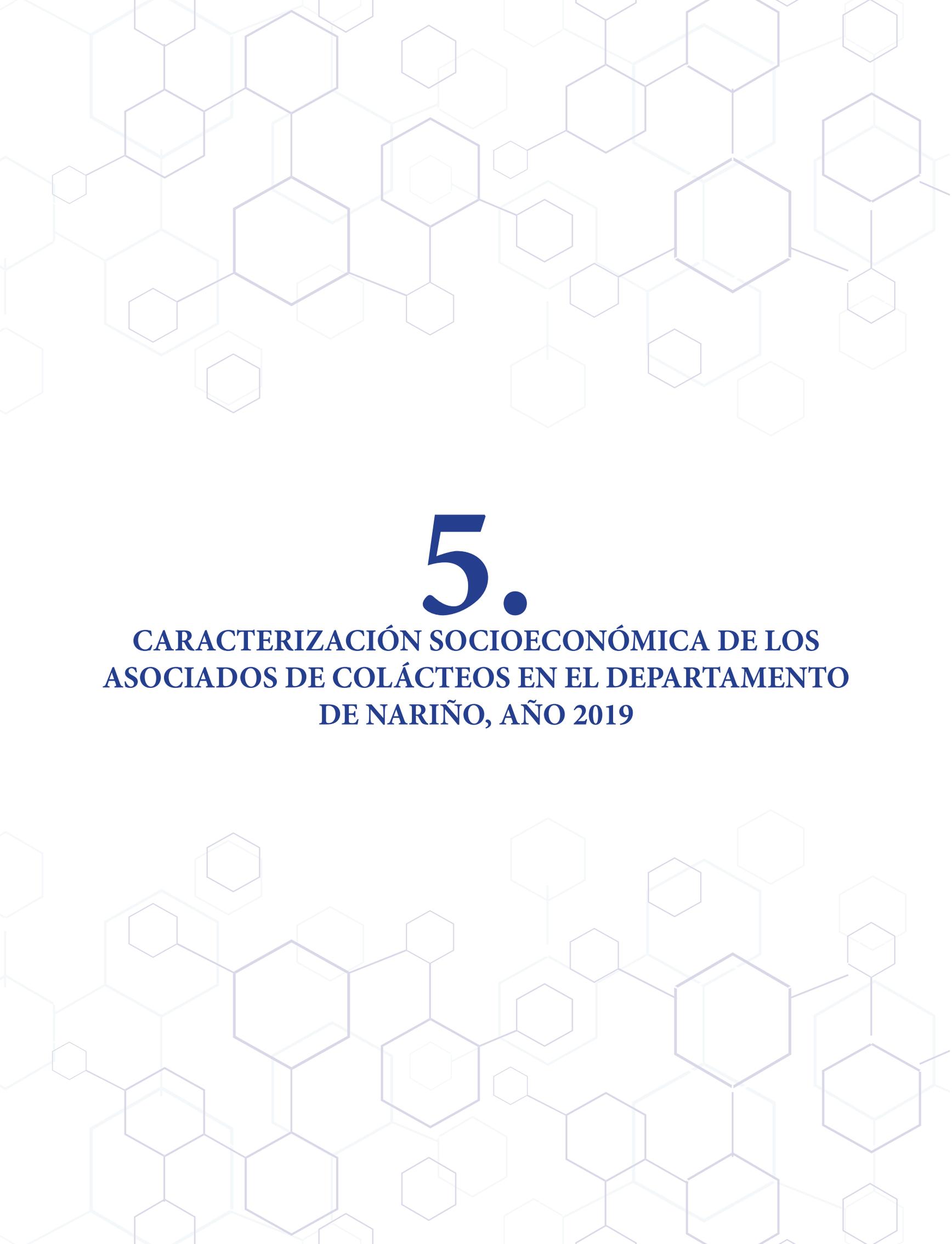
GUEVARA, Diego. Globalización y mercado de trabajo en Colombia: algunas consideraciones en el marco de la flexibilización laboral. Revista derechos humanos y conflicto. Pág. 102- 114.

ORTIZ, Humberto y URIBE, José. (2006). Apertura, Estructura Económica e Informalidad: Un Modelo Teórico. Cuaderno de economía, V. XXV n, 44. Bogotá 2006, P. 143-175.

OIT. Organización Internacional del trabajo (2011). Panorama laboral 2011. OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2011. 144 p

SARMIENTO, Eduardo (1996). Apertura y Crecimiento Económico. De la desilusión al nuevo Estado. Academia Colombiana de Ciencias Económicas. Bogotá.

SARMIENTO, Eduardo (2002). El modelo Propio. Grupo Editorial Norma, Primera Edición 2002. Bogotá Colombia.



# 5.

## **CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS ASOCIADOS DE COLÁCTEOS EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, AÑO 2019**

Fecha de Presentación: 2019/11/18

## AUTOR O AUTORES

Alba Nelly Achicanoy Parra

Albach37@Gmail.Com

Camila Alexandra Benavides Carlosama

Camilabenavides.97b@Gmail.Com

Franklin Efren Chiles Piarpuesan

Frankpiar@Gmail.Com

Institución: Corporación Universitaria Autónoma De Nariño. Pasto (N) Colombia

## 1. RESUMEN EJECUTIVO:

A partir del convenio interinstitucional entre la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño y la Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño COLACTEOS, se realizó la investigación que trata de la caracterización socioeconómica de los asociados de COLACTEOS, a través de la cual se propuso estrategias y planes de mejoramiento que les permitió a los asociados mejorar su calidad de vida, mejorando en primer lugar su condición de vivienda, sus ingresos económicos y el hacer uso de los diferentes beneficios que ofrece la cooperativa, todo con el fin de ofrecer un bienestar personal, de igual manera definir las responsabilidades que tiene la cooperativa para con sus asociados y actuar de manera positiva beneficiando tanto a los asociados como generando un beneficio a la región y su economía, de esta manera brindar un aporte social a la comunidad en general, dando a conocer lo positivo que es la conformación de las cooperativas en medio del desarrollo y de la economía de una región, cumpliendo con la responsabilidad social empresarial que tiene la cooperativa.

Palabras clave: Cooperativa, Asociados, Responsabilidad social empresarial, Caracterización, Socioeconómico

## 2. ABSTRACT

Based on the inter-institutional agreement between the autonomous university corporation of Nariño and the dairy cooperative of Nariño COLACTEOS, research was carried out that deals with the socio-economic characterization of COLACTEOS associates, through which strategies and improvement plans were proposed. which allowed members to improve their quality of life, improving their housing condition, their economic income and making use of the different benefits offered by the cooperative, all in order to offer personal well-being, in the same way define the responsibilities of the cooperative towards its Associates and act in a positive way benefiting both the members and generating a benefit to the region and its economy, thus providing a social contribution to the community in general, making known how positive the formation of cooperatives is in the midst of development and economy of a region, fulfilling the corporate social responsibility of the cooperative.

**Keywords:** Cooperative, Associates, Corporate social responsibility, Characterization, Socioeconomic

## 3. INTRODUCCIÓN

La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño junto con la Cooperativa Colácteos (COLÁCTEOS, 2019), firmaron un convenio interinstitucional de Cooperación, que ha permitido el desarrollo de la presente investigación en el entre el año 2018 y 2019, el cual busca caracterizar socioeconómicamente a los asociados de Guachucal y Pupiales. A partir del ejercicio descrito anteriormente, en la presente investigación se habla de caracterización socioeconómica la cual busca precisar características específicas que definan a cada uno de los asociados de la cooperativa, también se habla de las responsabilidades que tienen las cooperativas para con sus asociados y con la sociedad en general, es por esta razón que se habla de responsabilidad social empresarial, economía solidaria, cooperativismo, asociatividad, entre otros conceptos que unidos forman el concepto y la función de las cooperativas.

En primera instancia se habla de la importancia de realizar esta investigación surge de la necesidad de conocer características que identifican a los asociados, los cuales son la razón de ser de la cooperativa, a causa de las problemáticas identificadas, se busca a través de la investigación ofrecer un plan de mejoramiento que brinde soluciones que beneficien tanto a los asociados, como a la cooperativa.

En segunda instancia, dentro del marco teórico se ha enfocado en el análisis de modelos teóricos de responsabilidad social, trabajo en territorio o comunidad, diagnósticos socioeconómicos, desde la perspectiva de diferentes autores explicando sus aportes y métodos que permitan realizar una caracterización adecuada y verídica que resulte beneficiosa para todas las partes interesadas.

Dentro del marco legal se hablará sobre decretos, normas, leyes, manuales y artículos que rigen a las cooperativas en Colombia, con el fin de conocer bajo que reglamento se desenvuelven estas, y analizar la importancia e incidencia de dichas normas, leyes, decretos o manuales en el proceso de investigación que se lleva a cabo.

Para concluir se realizó un cronograma de actividades, que permitirá coordinar y organizar cada una de las acciones a realizar para el logro de los objetivos, y diseñar estrategias que permitan fortalecer el convenio realizado entre la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño (AUNAR, 2019) y la Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño (COLACTEOS, 2019).

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar el diseño de estrategias para fortalecer el convenio suscrito entre la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño y Colácteos en marco del acuerdo de cooperación interinstitucional en los municipios de Guachucal y Pupiales, se realizará una investigación descriptiva exploratoria concluyente, donde se efectuará una descripción de la situación actual del tema de investigación, de los asociados, eventos, grupos, situaciones que intervienen en el tema.

**Investigación descriptiva:** Refiere o narra características y propiedades de un objeto, sujeto o situación específica, sin emplear juicios de valor y en procura de altos niveles de objetividad, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Predice e identifica las relaciones que existe entre dos o más variables, para analizarlas y ayudar a adquirir nuevos conocimientos.

La población con la que se trabajara en esta investigación son 249 asociados distribuidos así: en el municipio de GUACHUCAL 139 asociados y en PUPIALES 110 asociados para un total de 249 asociados de la Cooperativa.

**POBLACION FINITA:** el tipo de población es finita porque se conoce cuantos asociados existen actualmente en los municipios de GUACHUCAL y PUPIALES.

**MUESTRA:** en esta investigación no se tomará una muestra, sino que se realizará en calidad de censo con un margen de error del 10%.

Se trabajó con un método analítico e inductivo, porque se inició con la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de esta forma se estableció la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de la investigación. Lo que se analizó en la investigación es las causas y efectos que se han llevado a que los asociados estén en la situación actual, también se hizo un análisis de cada una de las variables que se encuentran en los asociados para determinar cuáles son las acciones correctivas que se deben tomar para mejorar la calidad de vida de los asociados.

Método inductivo: procede de fenómenos simples para llegar a lo compuesto, es decir de la causa de los problemas a los efectos que estos causan, en esta investigación se buscó el por qué la cooperativa está en la situación actual y posteriormente se identificó cuáles son los efectos que estos han causado a los asociados que son los principales afectados.

Encuesta: el instrumento para la recolección de información que se utilizó en esta investigación la encuesta, ya que son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar; los datos obtenidos fueron analizados y tabulados a través del paquete estadístico SPSS. La recolección de información se la realizó de manera personal, telefónica y virtual, mediante las herramientas de Google.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de realizar el análisis correspondiente a los resultados obtenidos con la investigación, se evidencia que en la zona urbana se encuentran la mayoría de los asociados que representa el 54,7% y que están ubicados en los estratos 1,2 y 3, representados en 81,2%, lo cual indica que sus recursos son menores y que las condiciones en las que se desenvuelven no son las mejores, y la mayoría de las personas son padres jefes de hogar, ahora teniendo en cuenta que la mayoría de hogares están conformados por más de cuatro personas que representa un 36,9%, la responsabilidad es compartida con las personas del hogar que trabajan y aportan económicamente, de acuerdo a esto se puede indicar que a esto se debe que la mayor parte de asociados están vinculados a la cooperativa hace menos de diez años que son el 50,7%, y como los vinculados son nuevos, el núcleo familiar es pequeño, ya que en la época actual las familias están conformadas por pocas personas.

En cuanto a los ingresos que reciben los asociados, en el 43,8% de los hogares trabajan solo dos personas, y que esos ingresos provienen principalmente de la ganadería según el 59,9% de los encuestados, y el 64,6% no tienen actividad complementaria que utilicen para aumentar sus ingresos, por esta razón los ingresos promedio mensuales oscilan entre 0 a \$5.000.000, porque no es solo el jefe de hogar quien aporta económicamente en el hogar, sino hay ingresos por otras actividades y otras personas, por tal razón en los ingresos familiares el 31,3% está en más de \$5.000.000, lo que les ayuda a poder destinar sus ingresos, el 34% de los encuestados los destina a alimentación, en salud el 51% lo destina a salud, para vivienda el 41,4% destina el 10%, para educación personal el 60% le destina el 10%, para educación de otros el 61,5% destinan el 10% y 20%, para recreación el 59,4% destinan el 10% y para

otros el 75,6% destinan 10%, 20% y 30%, es decir que a lo que más destinan sus ingresos es a otras necesidades, en este caso manifestaban los asociados al mantenimiento de los animales, de las fincas y de los cultivos.

Al referirnos a la salud de los asociados es importante resaltar que la mayoría de ellos, el 46,8% no practica actividades recreativas o deportivas y el 44,8% practica entre una y cuatro veces a la semana, de acuerdo a esta información la actividad que más practican son deportes y lectura. En cuanto a la educación el 57,5% no han asistido a instituciones educativas o llegaron hasta la secundaria, lo que se puede evidenciar que por esta razón el 82,9% no pertenece a ninguna organización de base.

En cuanto a la atención médica el 51,5% considera que ha sido buena, esto debido a que lugar al que han acudido para recibir esta atención es a las EPS el 29,2% el 25,7% a hospital y el 25,2% a medico particular, es decir que a pesar de que los asociados en su mayoría son beneficiarios y subsidiados, acuden a medico particular cuando tienen inconformidad en los centros de atención relacionadas con la salud.

Para corroborar la información del estado de la vivienda con respecto a cómo están conformadas las viviendas se puede analizar que el 74,6% del total de los encuestados coinciden en tener de 1 a 3 dormitorios, y el 10% tienen entre 5 y 6 dormitorios, es decir en este caso como la mayoría de las familias de los asociados están conformadas por más de cuatro personas, en sus viviendas no tienen las habitaciones suficientes para las personas que viven en ellas. El porcentaje más representativo 92% se encuentra en las viviendas que cuentan con una sala, el 97,7% tienen un comedor y el 91,9% cuentan con sala/comedor, es decir cuentan con espacios básicos para las diferentes actividades que se realizan en ellos.

Continuando con la composición de las viviendas de los asociados, el 96,9% que representan 188 personas de las encuestadas, tienen una cocina en su vivienda, en cuanto a los baños el 79,9% cuentan con 1 y 2 baños por vivienda, ante lo cual se puede analizar que la mayoría de las familias de los asociados están conformadas por más de cuatro personas, si estas familias cuentan con un solo baño. Por último, en cuanto a los patios con los que cuentan las viviendas, se evidencia que el 92,3% de los asociados encuestados, tiene un patio en su vivienda. Por esta razón, se puede afirmar que los asociados cuentan con servicios públicos básicos en su vivienda representados en 32,5%, y con los electrodomésticos necesarios para la realización de las labores del hogar que representan el 58%.

Por último, al hablar de la cooperativa es necesario resaltar que la mayoría de asociados tienen un sentido de pertenencia significativo con la cooperativa, porque conocen sus estatutos, han participado de manera activa en las asambleas, consumen los productos de Colácteos, han recibido beneficios de la cooperativa, que los lleva a sentirse bien al pertenecer a esta, en cuanto a las unidades productivas y el tema ambiental el 46,2% tiene 1 y 50 bovinos, de los que el 56,6% producen entre 1 a 50 litros por día, como el número no es alto, el ordeño lo realizan de manera manual, y las hectáreas dedicadas a estas actividades están entre más de diez hectáreas, de la cual destinan entre 10 a 300 metros para la siembra de árboles, siendo conscientes de la importancia de estos dentro de las fincas, es importante utilizar abonos, y tratamientos orgánicos, pero en este caso vemos que la mayoría utilizan mixto, lo ideal sería que se utilicen abonos orgánicos.

## 6. CONCLUSIONES

Se puede concluir, que los resultados obtenidos después de la investigación de caracterización han sido favorables ya que corresponden a una problemática que se puede solucionar; por ejemplo, brindando asesorías y capacitación desde la parte administrativa de la cooperativa, hacia los asociados por convenios y beneficios: teniendo en cuenta

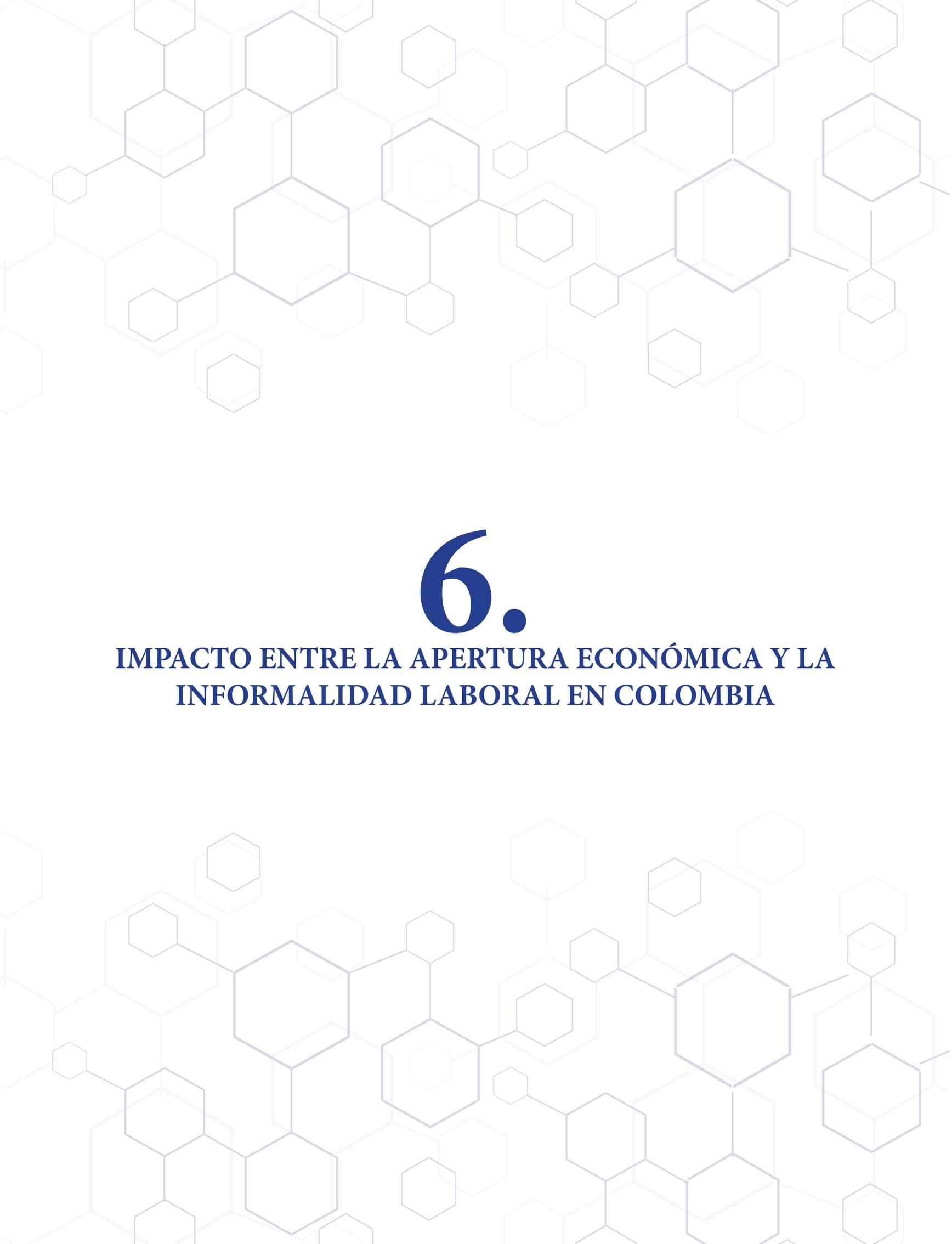
que la mayor parte de los involucrados se encuentran vinculados en tiempo menor a 10 años, con un número importante de técnicos, tecnólogos y profesionales, se pueden aplicar técnicas moderna de capacitación, para los que se encuentran fuera, podrían aplicarse capacitaciones de aprendizaje audiovisual, como teleconferencias, videos autodidactas que sirvan de guía y asesoría para estos asociados.

Se pudo identificar que el principal factor que caracteriza a la mayoría de asociados es el desconocimiento y la falta de asesoramiento por parte de la cooperativa en cuenta a los beneficios que los acogen por pertenecer a Colácteos, y el cómo acceder a estos, por esta razón se mira la necesita de que, dentro de la cooperativa, exista el área de servicios al asociado, que les permita a los asociados contar con un lugar y una persona que se dedique principalmente a atender sus necesidades, y velar porque las personas se sientan bien, y ayudarles en su crecimiento tanto personal como de conocimientos básicos.

Teniendo en cuenta el contexto regional rural de los municipios de Guachucal y Pupiales, se identificó a partir de la encuesta, que el mayor número de asociados son originarios del municipio de Guachucal, en su mayoría los asociados son padres cabeza de hogar que habitan en vivienda propia, ubicada en la zona urbana, pertenecientes a los estratos 1,2 y 3, y en la mayoría de los hogares viven más de cuatro personas, se puede inferir que la principal necesita que presentan es la necesidad de implementar sus ingresos con el fin de vivir en mejores condiciones, esto debido a las problemáticas que afectan el municipio como son la inseguridad y el desempleo como manifestaron los encuestados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AUNAR. (2019). Aunar.edu.com. Pasto.  
COLACTEOS. (2019). Colacteos.com. Pasto  
COLÁCTEOS. (2019). Estatutos. Pasto.



# 6.

## IMPACTO ENTRE LA APERTURA ECONÓMICA Y LA INFORMALIDAD LABORAL EN COLOMBIA

Fecha de presentación: 2019/11/18

## AUTOR O AUTORES

- Diana Marcela Gómez Botina  
diana.gomez@aunar.edu.co
- Karen Alexandra Guerrero Torres  
karen.guerrero@aunar.edu.co
- Roberto Iván Bravo  
roberto.bravo@aunar.edu.co
- Ricardo Andres Sarralde Arellano
- Dayana José Arroyo  
dayana.arroyo@aunar.edu.co

Institución: Corporación Universitaria Autónoma De Nariño. Pasto (N) Colombia

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente artículo expone la relación entre la apertura económica que comenzó en 1990 y el incremento de la informalidad en Colombia, realizando un análisis descriptivo basado en cifras estadísticas de desindustrialización, empleo, tasa de informalidad, participación del sector agrícola y la industria manufacturera. El análisis determina que a raíz de la apertura económica se presentó una drástica disminución de la participación de la industria en el PIB, que puede ser explicada en gran medida por la introducción de productos extranjeros al país, a menor precio y con mayor calidad, esto conlleva a un incremento significativo de la desindustrialización y el deterioro de la calidad del mercado laboral. De este modo, se evidencia relaciones estadísticas que demuestran que en Colombia existió una apertura económica temprana, ya que este proceso impidió la consolidación de la industria y contribuyó a deteriorarla, además los resultados de los análisis determinan que, en el largo plazo, a una menor industrialización le corresponde una mayor informalidad.

Palabras clave: Economía informal, apertura económica, políticas neoliberales, desindustrialización, terciarización.

## 2. ABSTRACT

This article exposes the relationship between the economic opening that began in 1990 and the increase in informality in Colombia, making a descriptive analysis based on statistical figures of deindustrialization, employment, informality rate, and participation of the agricultural sector and the manufacturing industry. The analysis determines that as a result of the economic opening there was a drastic decrease in the participation of the industry in the GDP (Gross Domestic Product), which can be explained to a large extent by the introduction of foreign products to the country, at a lower price and with higher quality, this lead to a significant increase in deindustrialization and deterioration in the quality of the labor market. In this way, statistical relations are evidenced that show that in Colombia there was an early economic opening, since this process prevented the consolidation of the industry and contributed to deteriorating it, in addition the results of the analyzes determine that, in the long term, at a less industrialization corresponds to greater informality.

**Keywords:** Informal economy, economic openness, neoliberal policies, deindustrialization, outsourcing.

Traducido por German Arce – Paola Andrea Vallejo, Departamento de idiomas - AUNAR

### 3. INTRODUCCIÓN

La informalidad laboral se ha convertido en una característica fundamental de las economías de varios países del mundo, en especial de los países en vías de desarrollo, esto como resultado de las políticas económicas implementadas para promover la apertura comercial, sin cuantificar las consecuencias e impactos que estas medidas traerían sobre sus economías, especialmente en el área social, como el empleo y las condiciones de vida de las personas, según lo han señalado varios estudios.

Las cifras demuestran como a partir de la implementación de políticas neoliberales se elevaron los índices de desempleo, obligando a muchas personas a vincularse en el sector informal como única alternativa para obtener una fuente de ingresos. Este sector se caracteriza por la falta de garantías tanto legales como de seguridad social, baja remuneración, largas jornadas de trabajo y condiciones de trabajo precarias.

En el caso particular de Colombia, el sector informal se ha convertido en la principal fuente de empleo. Este fenómeno ha impedido dinamizar el crecimiento económico, perpetuando el estancamiento y la falta de desarrollo en las regiones.

De esta manera, el presente estudio apoyado en referentes teóricos y cifras estadísticas se realiza con el fin de determinar si la apertura económica dejó beneficios económicos y sociales al país, o por el contrario deterioro las condiciones sociales de la población, al incrementar el desempleo y la informalidad.

Concluyendo efectivamente que el proceso de apertura económica lejos de permitir la industrialización del país, y generar empleo digno y de calidad, ha conducido a un deterioro del mercado laboral basado en la terciarización de la economía y el crecimiento del sector informal. Por tanto, existe una relación directa entre apertura económica e informalidad.

### 4. MATERIALES Y METODOS

El estudio realizado es de carácter descriptivo - analítico, ya que se describe y analiza el comportamiento de variables como desindustrialización, sector formal, sector informal, importaciones, productividad industrial, empleo, cuenta corriente y cuenta de capital, consolidando series estadísticas que permiten determinar la relación entre variables, la tendencia histórica y actual, tomando como referente el periodo 1990 a 2018 en Colombia.

Adicionalmente, se combinan elementos cualitativos y cuantitativos, debido a que se aportan cifras estadísticas y se realiza un análisis riguroso de las mismas fundamentados con teorías. Se han empleado cifras estadísticas de fuentes oficiales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

### 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El fenómeno de la informalidad laboral en Colombia ha sido una problemática recurrente con tendencia a agudi-

zarse en los últimos años, sin embargo las causas de este flagelo se remontan tiempo atrás, cuando la economía colombiana adoptó políticas “neoliberales”, con el fin de insertarse a la economía internacional, pues varios estudios e investigaciones señalan que la principal causa del deterioro de la calidad del empleo es la apertura económica y financiera que inicio en la década de los noventa.

Según un estudio realizado por Carlos Humberto Ortiz y José Ignacio Uribe (2006) señala que existe una fuerte interrelación entre apertura económica, desindustrialización y deterioro de la calidad del mercado laboral. En primer lugar, determina que la liberalización económica de la década de los noventa condujo a un proceso de desindustrialización en el país, pues según cifras estadísticas del DANE, cuentas nacionales, en la década de los setenta la participación de la industria manufacturera en el PIB llegaba al 24%, mientras que en los ochenta esta cifra fluctuaba alrededor del 22%, con la implementación de la apertura económica en 1990, esta cifra cayó a 19% y en 1999 con el proceso de liberalización ya en marcha, alcanzó un 14% (Ortiz y Uribe, 2006: 145).

La drástica disminución de la participación de la industria en el PIB, puede ser explicada en gran medida por la introducción de productos extranjeros al país, a menor precio y con mayor calidad. En consecuencia, muchas industrias se vieron en la incapacidad de ajustar sus procesos productivos para poder competir con la industria extranjera y sectores enteros de producción desaparecieron. De ahí que, las cifras de desempleo se incrementaron y muchas familias se vieron en la obligación de buscar un empleo mal remunerado y sin acceso a la seguridad social.

Por consiguiente, la liberalización de la economía nacional llevo a un ajuste del mercado laboral, mediante la aplicación de políticas “flexibilizadoras”, que provocaron un crecimiento en los niveles de desempleo, además del deterioro en la calidad del empleo. Según el DANE, encuesta nacional de hogares, el desempleo urbano en Colombia paso de 9% en 1999 a 21% en el 2000. Así mismo, el empleo informal aumento de manera considerable pasando de 54% en 1994 a 61.4% en el 2003 (Ortiz y Uribe, 2006: 145).

Basándose en cifras estadísticas históricas, la interrelación entre apertura económica, desindustrialización y deterioro en la calidad del empleo, se puede evidenciar claramente. A partir de 1990, año en que se empieza a poner en marcha el proceso de apertura, comienza una disminución gradual de la participación de la industria en el PIB, pasando de 20.4% en 1990 a 13% en 2005, unido a este comportamiento, los índices de informalidad mostraron un crecimiento considerablemente y significativo, en 1990 esta cifra se ubicó en 45.7% y llego a situarse en 64% en 2005.

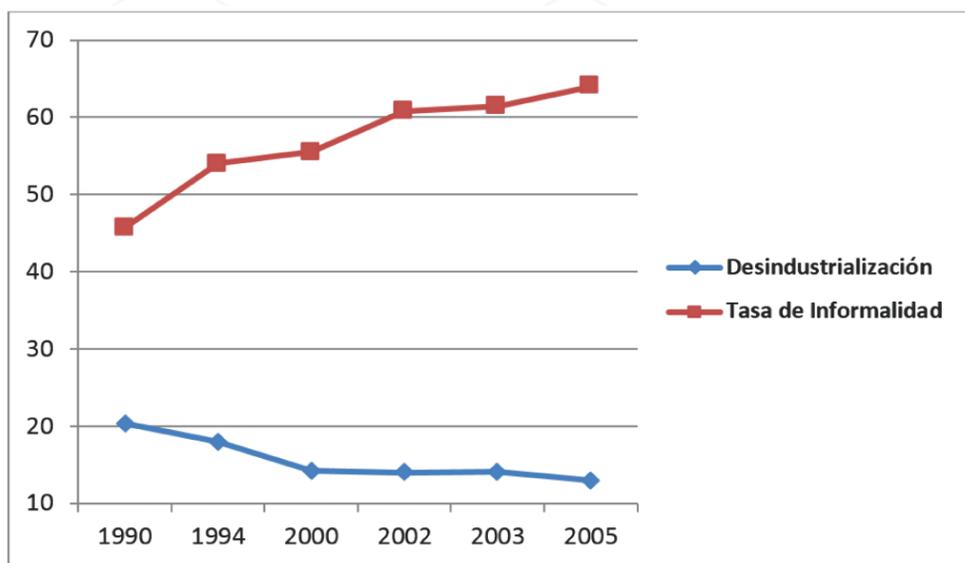


Figura 6. Desindustrialización e Informalidad en Colombia 1990-2005.

Fuente: OIT - Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2006.

De este modo, se puede decir que en Colombia existió una apertura económica temprana, ya que este proceso impidió la consolidación de la industria y contribuyó a deteriorarla, además los resultados de los análisis determinan que, en el largo plazo, a una menor industrialización le corresponde una mayor informalidad.

En concordancia con lo anterior, Eduardo Sarmiento Palacio (1996), ratifica los efectos negativos que causó la apertura sobre la economía colombiana, principalmente en la agricultura, la industria, las exportaciones y el empleo calificado.

Todos estos factores que se vieron afectados, tienen un elemento en común, la pérdida de empleo y su calidad. Esto se explica básicamente porque el país no pasó por un proceso de preparación para afrontar el cambio estructural que se anticipaba con la implementación de la reforma, de ahí que los resultados fueron un menor crecimiento y una caída del empleo.

En el sector agrícola se generó un cambio en la estructura productiva, debido al desmonte de aranceles y la revaluación del tipo de cambio, que propició un incremento de las importaciones, principalmente de bienes de consumo, materias primas y productos intermedios que sustituyeron la producción nacional y la mano de obra. Esto a su vez, aumentó la productividad alrededor de 2.7%. Si se tiene en cuenta que las materias primas y los productos importados corresponden al 20% de la producción (Sarmiento, 1996).

En síntesis, podría decirse que el incremento de las importaciones y la productividad, afectaron negativamente el empleo, pues según el DANE, cuentas nacionales, durante el periodo 1990- 1994 este descendió alrededor de 2.5%. Al igual que el sector agrícola, la industria también sufrió un proceso de reajuste, en donde el mayor deterioro empresarial se presentó en textiles, hierro, cuero y papel, básicamente por el incremento de las importaciones industriales.

Por el contrario, la apertura favoreció a los sectores no transables como las actividades de construcción y ensamble, las cuales no son aptas para la exportación e incorporan mano de obra no calificada, de manera que se benefició a los bienes de alto componente importado. En consecuencia, se desplazó a los sectores de mayor complejidad económica, como los productos industriales tradicionales, las materias primas y los bienes de capital, de esta forma la apertura “indiscriminada” atentó contra la modernidad y el empleo industrial, en particular el calificado.

Dado este contexto, surgió una estructura económica que enfrentaba serias dificultades para penetrar en los mercados externos y altas necesidades de importación. Lo anterior se puede evidenciar en el incremento del déficit comercial del sector industrial, el cual pasó de -772 millones de dólares en 1990 a -3460 en 1995, según los indicadores de productividad del DANE. Este comportamiento, como ya se había explicado antes, no es más que el aumento de la productividad originado por las importaciones. El cambio tecnológico que se originó como consecuencia del incremento de las importaciones y productividad le restó importancia al empleo, pues ahora se necesitaba menos trabajadores, pero altamente calificados. Por consiguiente, la expansión de la fuerza de trabajo en su mayoría no calificada, engrosó las filas de desempleo o se desplazó hacia los sectores informales.

La relación entre apertura económica, importaciones, productividad y pérdida de empleo se ilustra claramente en el siguiente cuadro, donde se observa que las importaciones industriales pasaron de 2364 millones de dólares en 1990 a 5634 en 1994, de igual manera, las importaciones agrícolas ascendieron de 347.3 a 794.8 millones de dólares durante este periodo, a su vez este incremento causó un crecimiento en la productividad industrial, pasando de -1.1% en 1990 a 7% en 1994, este comportamiento produjo un cambio tecnológico que desplazó mano de obra y los niveles de empleo cayeron de 3.5% a 1.9% en 1994.

Año	Importaciones Industriales	Importaciones agrícolas	Productividad Industrial (%)	Empleo (%)
1990	2364	347.3	-1.1	3.5
1991	2673	270.9	3.4	5.5
1992	4593	481.3	6	2.1
1993	5079	581.6	6,5	3.5
1994	5634	794.8	7	1.9

Tabla 3. Importaciones, productividad y empleo 1990-1994

Fuente: DANE, 2005.

Así, el desempeño de la actividad productiva que se vio en gran medida afectado por la liberalización económica, tiene un claro efecto en los niveles de ocupación, pues se generó una estructura económica que favoreció los empleos de baja calidad.

Igualmente, en una investigación realizada por Diego Guevara (2003), analiza como las políticas económicas implementadas después de la liberalización comercial afectaron la estructura del mercado laboral, mediante cuatro procesos relacionados entre sí: privatización, informalización, tercerización, y precarización.

En cuanto a privatización, durante el proceso de apertura se llevó a cabo una reestructuración del papel del sector público, pues desde la década de los 90 su participación en la generación de empleo se vio drásticamente reducida, debido a que se enfocó en reducir el déficit fiscal recortando el gasto público. Por esta razón, a partir de 1990 la participación del sector informal en el total de ocupados del país, presentó un aumento significativo, mientras que el empleo formal mostró una tendencia a la baja. Los resultados de informalización del mercado laboral se ilustran en la siguiente tabla:

Año	Sector Informal (%)			Sector Formal (%)	
	Cuenta Propia	Servicio Domestico	Microempresas	Sector Publico	Empresas Privadas
1990	24.1	2	19.5	9.6	44.7
1998	28.1	2.1	18.8	8.2	42.8

Tabla 4. Estructura del empleo en Colombia 1990-1998

Fuente: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2006.

En el cuadro anterior, se puede evidenciar que el trabajo por cuenta propia es el que más ha crecido en el sector informal, pues pasó de 24.1% en 1990 a 28.1% en 1998, el servicio doméstico muestra un ligero aumento y las microempresas informales disminuyeron de 19.5% a 18.8% durante este periodo. En cuanto a los empleos formales, tanto el sector público como las empresas privadas bajaron su participación en la generación de empleos, pasando de 9.6% a 8.2% y de 44.7% a 42.8% respectivamente.

Teniendo en cuenta estas cifras, es evidente que la informalidad ha ganado participación sobre la economía nacional, principalmente por la limitada capacidad del sector público y privado de generar empleo de calidad, esta situación obligó a las personas a buscar por cuenta propia el sustento para vivir y las que lograron insertarse en pequeñas y medianas empresas en muchas ocasiones carecían de un contrato laboral. De igual manera, la tercerización del mercado de trabajo es claramente visible, pues los empleos de calidad que se generan en el sector secundario presentaron una gran disminución, dando paso al incremento del sector terciario, el cual se caracteriza por crear empleos mal remunerados y sin acceso a seguridad social.

“Durante los años 1994 -2000 la industria redujo su participación en la generación de empleo en 13.7%, mientras que el sector servicios, en especial el comercio y los servicios personales tuvieron un incremento de 26.2% y 67.8% respectivamente. Así mismo, se estima que en el año 2003 había un total de 1.054.685 informales, de los cuales el 44% se encontraba en el comercio, el 37.3% en el sector servicios y el 13.8% en la industria.” (Guevara, 2003:7)

Análogamente, el proceso de apertura propicio la precarización de la fuerza de trabajo, mediante la implementación de nuevas legislaciones laborales que buscaban mejorar la competitividad disminuyendo costos de mano de obra, con el fin de crear un mayor número de empleos, sin embargo, el costo social fue elevado, pues se generaron más puestos de trabajo a costa de su precarización.

De acuerdo a esta investigación, es preciso concluir que la implementación de la liberalización comercial en el país en la década de los 90, genero un desplazamiento de la mano de obra, desde los sectores de mayor complejidad económica como la industria y la construcción hacia las actividades de baja calidad que acentúan la informalidad, la tercerización y la precarización de la fuerza laboral.

Actualmente, la situación del mercado laboral en Colombia no ha cambiado mucho, la balanza comercial desde 1990 sigue siendo deficitaria y el sector informal es el que más fuentes de empleo/ingreso genera. En 2018, la informalidad laboral afectó a 10,8 millones de personas en el país, al ubicarse en 48,2 por ciento. Además, la siguiente figura muestra el déficit en cuenta corriente que desde 1994 se ha incrementado drásticamente, llegando a -9.995 millones de dólares en 2011, y aunque según cifras del DANE en 2018 el déficit comercial disminuyó, sigue siendo significativo, llegando a -6.113 millones de dólares, lo cual representa -3,74 del PIB



Gráfico 3. Cuenta corriente y cuenta de capital en Colombia. 1994 - 2011  
Fuente: Elaboración propia basado en DANE, 2013

De lo anterior, se puede decir que la apertura económica lejos de permitir la industrialización del país, y generar empleo digno y de calidad, ha conducido a un deterioro del mercado laboral basado en la terciarización de la economía y el crecimiento del sector informal. Desde 1990 el Gobierno Nacional no ha podido implementar medidas para contrarrestar los efectos negativos que ha generado el proceso de apertura en el país tanto en el ámbito económico como en el social.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Aunque las condiciones laborales y sociales de la población vinculada a la informalidad laboral son relativamente precarias, este sector ha posibilitado crear una fuente de ingresos que les permite tener un mínimo de necesidades básicas satisfechas.

La apertura económica que comenzó en la década de los noventa causó una entrada masiva de importaciones las cuales no fueron contrarrestadas por el incremento de las exportaciones, lo cual repercutió principalmente sobre los niveles de empleo, al destruir gran parte del sector industrial y agropecuario. Esto llevó a muchas familias a vincularse en actividades informales.

El déficit comercial, el mayor grado de apertura económica y el desempleo, son los principales factores que inciden en el crecimiento de los niveles de informalidad, por lo que es necesario reformular las políticas comerciales.

La informalidad tiene una alta participación en la economía nacional, pues es la que abarca gran parte del empleo en las principales actividades económicas, sin embargo, este fenómeno genera efectos negativos sobre el crecimiento regional, por lo que es conveniente enfocarse en mejorar las condiciones laborales de las personas vinculadas en trabajos informales, ya que de esta manera se podría generar más crecimiento económico y con ello propiciar un desarrollo adecuado que genere bienestar sobre la población en general.

Tanto el Gobierno Nacional como los Gobiernos Municipales deben dar garantía al buen desarrollo de las personas y familias que actualmente sobreviven en un sistema laboral informal. Por este motivo se recomienda aplicar en el corto plazo, políticas de alto impacto para mitigar los efectos nocivos sobre la población vulnerable laboralmente.

Entidades como el DANE y el Banco de la República deben no solo informar sobre los niveles de informalidad y sus variaciones, sino hacer un énfasis en que este sector es uno de los más representativos en la economía del país y que se debe buscar combatirlo para mejorar la calidad de vida de las personas y garantizar el empleo en los sectores formales tanto públicos como privados.

Ahora que Colombia está en el auge de los Tratados de Libre Comercio, se debe ser muy precavidos al momento de concretar estos convenios, con el fin de proteger los sectores productivos más débiles, como el sector agrícola y acuícola, sin centrarse tan solo en la productividad industrial minero energética. Todo esto para que la población en general tenga diversidad al momento de buscar un empleo y garantías de permanecer en su actual actividad de trabajo.

El fomento a crear nuevos empleos formales sería la clave para que la economía colombiana pueda trabajar a los niveles óptimos requeridos para ser competitivos a nivel internacional. El sector Gobierno y la empresa privada deben buscar los medios para atraer toda la mano de obra disponible en el sector informal.

Una evaluación más profunda sobre la realidad de las personas empleadas informalmente es necesaria y vital para



enfocar las posibles políticas hacia las variables de mayor relevancia, con el fin de obtener resultados en el corto y mediano plazo. Esto debe estar en cargo del DANE y del Ministerio del Trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DANE. Encuesta Nacional de Hogares. Varias etapas

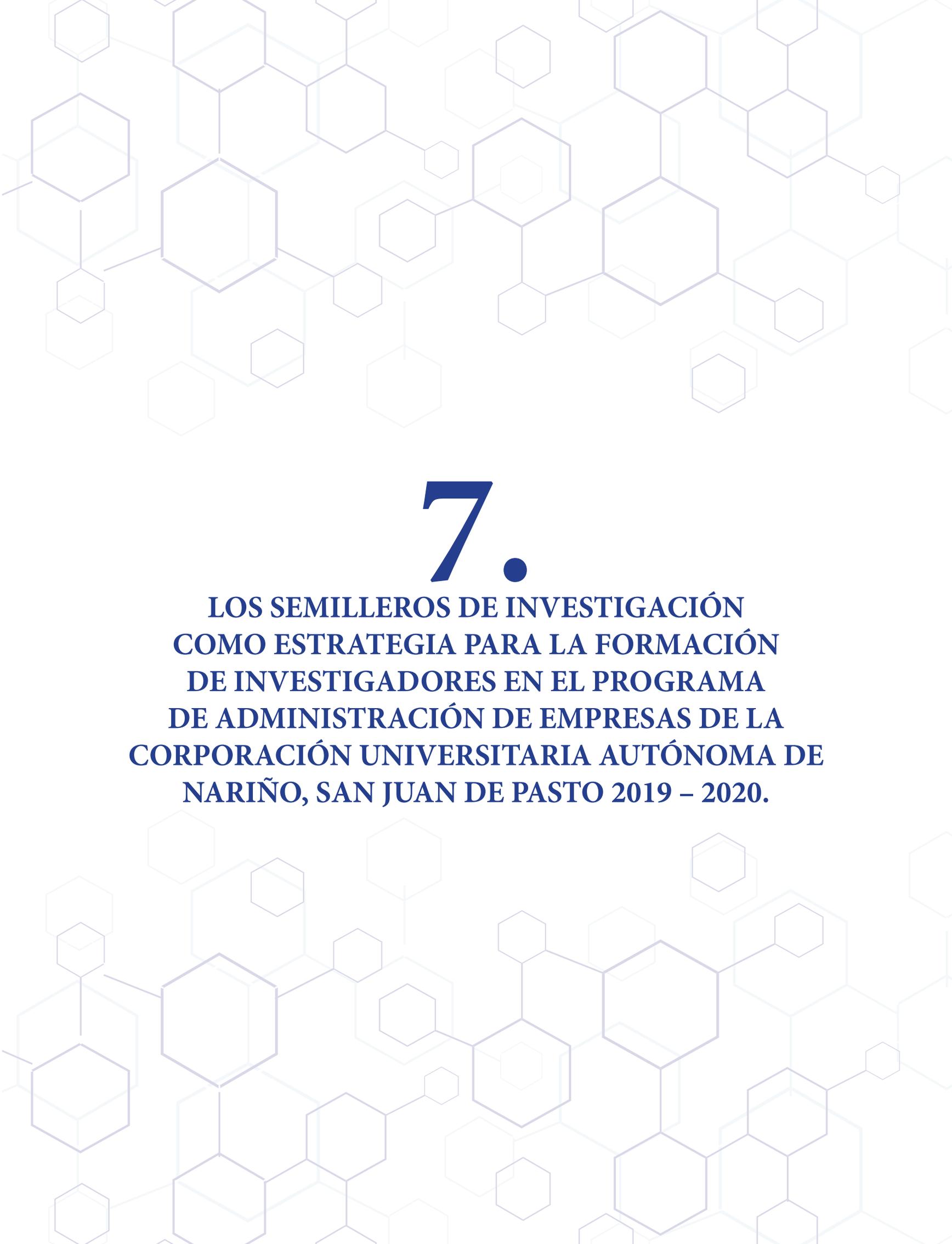
GUEVARA, Diego. Globalización y mercado de trabajo en Colombia: algunas consideraciones en el marco de la flexibilización laboral. Revista derechos humanos y conflicto. Pág. 102- 114.

ORTIZ, Humberto y URIBE, José. (2006). Apertura, Estructura Económica e Informalidad: Un Modelo Teórico. Cuaderno de economía, V. XXV n, 44. Bogotá 2006, P. 143-175.

OIT. Organización Internacional del trabajo (2011). Panorama laboral 2011. OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2011. 144 p

SARMIENTO, Eduardo (1996). Apertura y Crecimiento Económico. De la desilusión al nuevo Estado. Academia Colombiana de Ciencias Económicas. Bogotá.

SARMIENTO, Eduardo (2002). El modelo Propio. Grupo Editorial Norma, Primera Edición 2002. Bogotá Colombia.



# 7.

**LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN  
COMO ESTRATEGIA PARA LA FORMACIÓN  
DE INVESTIGADORES EN EL PROGRAMA  
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE  
NARIÑO, SAN JUAN DE PASTO 2019 – 2020.**



Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Rocío Rosero de la Torre  
Roberto Iván Bravo Sañudo

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de esta ponencia fue plantear una estrategia que solucione un problema, según la revisión documental realizada, es el común denominador en varios países de América Latina, este es la debilidad en las competencias investigativas en los estudiantes de pregrado de las IES, evidenciadas en las deficiencias en la realización de sus proyectos de investigación, propuestas de investigación y trabajos de grado.

Este trabajo favoreció la formación de los estudiantes de Educación Superior como investigadores por medio de una estrategia formulada a partir de las experiencias con seis estudiantes, en quienes se observaron factores claves como: su vinculación al semillero de investigación adscrito al Programa de Administración de Empresas, contar con un equipo interdisciplinario de asesores, siendo uno de ellos el principal quien mantiene comunicación frecuente con ellos, les da la motivación y formación metodológica y específica, los promueve animando a su participación en eventos, la generación de productos de investigación como ponencias y publicación de artículo en revista indexada.

Los resultados observados: los semilleristas a diferencia de sus compañeros del mismo semestre, generaron al menos un producto de investigación, participaron al menos en un evento de investigación y obtuvieron la mención de laureado en su trabajo de grado.

Palabras clave: semillero de investigación, semillerista, competencias investigativas, estrategias, productos de investigación, Educación Superior.

## 2. INTRODUCCIÓN

Esta ponencia busca plantear una estrategia como la solución a un problema, que según la revisión documental realizada, es el común denominador en varios países de América Latina, la debilidad en las competencias investigativas en los estudiantes de pregrado de las IES, esta situación muestra un problema en el desarrollo de competencias investigativas de los estudiantes, a pesar que la malla curricular del programa cuenta con tres áreas: Fundamentación básica, Formación profesional y Formación sociohumanística, esta última conformada por la línea de investigación compuesta por siete cursos: Técnicas de estudio, Epistemología de la Investigación, Metodología de la investigación I, Metodología de la investigación II, Seminario de grado I, Seminario de grado II y Proyecto de grado, suficientes para desarrollar estas competencias en los estudiantes, sin embargo ellos presentan deficiencias en la realización de sus proyectos de investigación, propuestas de investigación y trabajos de grado.

El fin es forjar la formación de los estudiantes de Educación Superior como investigadores a partir de la experiencia con seis estudiantes semilleristas, en quienes se observan factores claves, en primer lugar su vinculación al semillero de investigación adscrito al Programa de Administración de Empresas, contar con un equipo interdisciplinario de asesores, siendo uno de ellos el principal quien mantiene comunicación frecuente con ellos, les

da la motivación y formación metodológica y específica, los promueve animando a su participación en eventos, la generación de productos de investigación como ponencias y publicación de artículo en revista indexada.

Con lo anterior, se espera obtener una estrategia para el fortalecimiento de las competencias investigativas de los estudiantes de pregrado que obedezca a sus necesidades reales y que les permita en futuro consolidarse como investigadores.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 presenta en el diagnóstico de la educación en Colombia una problemática que radica en “La baja calidad y pertinencia en todos los niveles educativos” lo cual incluye a la Educación superior, trayendo como consecuencia la limitación en “la formación y el desarrollo de competencias para el trabajo y para la vida” (Departamento Nacional de planeación, 2014).

El estudio realizado en los departamentos de Nariño, Cauca y Putumayo, concluyeron Paz y Fierro (2015) “la formación en competencias investigativas es muy escasa y requiere ser fortalecida haciendo un énfasis especial en los nuevos paradigmas de investigación...” (p.192).

En cuanto al desarrollo de competencias se encontró que en su estudio en una universidad del sur de Colombia afirman sus autores Buendía, Zambrano e Insuasty (2018): “Los principales hallazgos son la ausencia de un desarrollo balanceado de las competencias investigativas que fueron exploradas en este estudio, así como la falta de articulación entre la práctica pedagógica y la investigación” (p.179)

Es más, en el contexto internacional la situación es similar, en el estudio realizado en la carrera de Ciencias de la Información desde la Universidad de La Habana por Fernández, S. y Cárdenas, M. (2015) encontraron que principales debilidades de la formación en cuestión, la descontextualización de algunos temas de investigación, la poca visión dialéctica de algunos estudiantes ante el proceso de investigación, la carencia de métodos y herramientas más allá de los asociados a la investigación cuantitativa, la disminución de la orientación de investigaciones de campo en las diferentes asignaturas y la discontinuidad en las direcciones de investigación durante la carrera. (p.45)

Compilando las conclusiones obtenidas en al revisar estudios realizados acerca del tema en América Latina se obtiene que: en pregrado se percibieron dificultades en la capacidad de búsqueda, recopilación y selección de información relevante; poco conocimiento sobre las bases de datos para la búsqueda de artículos científicos y para la construcción metodológica de la investigación, porque tenían poco conocimiento sobre los tipos de investigación, los enfoques, así como escoger la muestra; además la descontextualización de algunos temas de investigación, el impedimento de algunos estudiantes en argumentar y discutir, en el empleo herramientas diferentes a las relacionadas con la investigación cuantitativa, la disminución de la orientación de investigaciones de campo en las diferentes asignaturas y la discontinuidad en las direcciones de investigación durante el pregrado.

Por último, las IES requieren proyectarse a la sociedad y el mejor camino es por medio de la identificación de problemas en el contexto regional para proveerles de una solución.

Acorde a lo anterior, así lo considera el CNA (2007), “Asumir la labor investigativa como parte esencial de la función social propia de la universidad; es decir, trascendiendo el ámbito restringido de los intereses y necesidades individuales. Esto significa que una buena parte de los esfuerzos investigativos, deberá estar dirigida a conocer los

problemas regionales y nacionales de todo tipo y a encontrarles alternativas de solución. Quizás la expresión más concreta de la institucionalización de la investigación en las IES Instituciones de Educación Superior, es cuando ésta se asume como función social y en consecuencia sus resultados se someten a la crítica especializada y luego se proyectan para beneficio del hombre y de la sociedad” (p. 14).

La aplicación de la Investigación en la Administración de empresas como en tantas profesiones es muy amplia, así pues, lo afirma Rubio et al., (2018) La competencia investigativa en los profesionales de las distintas disciplinas contribuye al desarrollo social y a la mejora de la innovación y la competitividad de las Organizaciones. En este mismo sentido, Acuña (2017) presenta la investigación como una alternativa para alcanzar el desarrollo económico y social de su país [México] lo cual, por su puesto, aplica a Colombia y de igual manera Tunnerman & Souza (2003) aseveran que en la actual sociedad en que vivimos, tanto a nivel nacional como internacional, se está dando prioridad al desarrollo de competencias, habilidades y destrezas, especialmente para llevar a cabo actividades investigativas.

El Gobierno de la República Mexicana (2013) considera que la vía para alcanzar el progreso económico y social que se necesita, es a través del fomento de “... la investigación científica y tecnológica en las instituciones de educación superior y centros públicos de investigación [así como] la generación y aplicación del conocimiento ...” (SEP, 2013, p. 13).

El boletín estadístico de Colciencias presentado a continuación divide al país en las regiones: Caribe, Centro oriente, Centro sur, Eje cafetero, Llanos, Pacífico. Nariño pertenece a esta última, presenta 256 investigadores reconocidos, según el perfil desde el 2012 al 2016, en total son 1367, Nariño es superado ampliamente por el Valle del Cauca (917) y es mayor que Cauca (166) y Chocó (28).

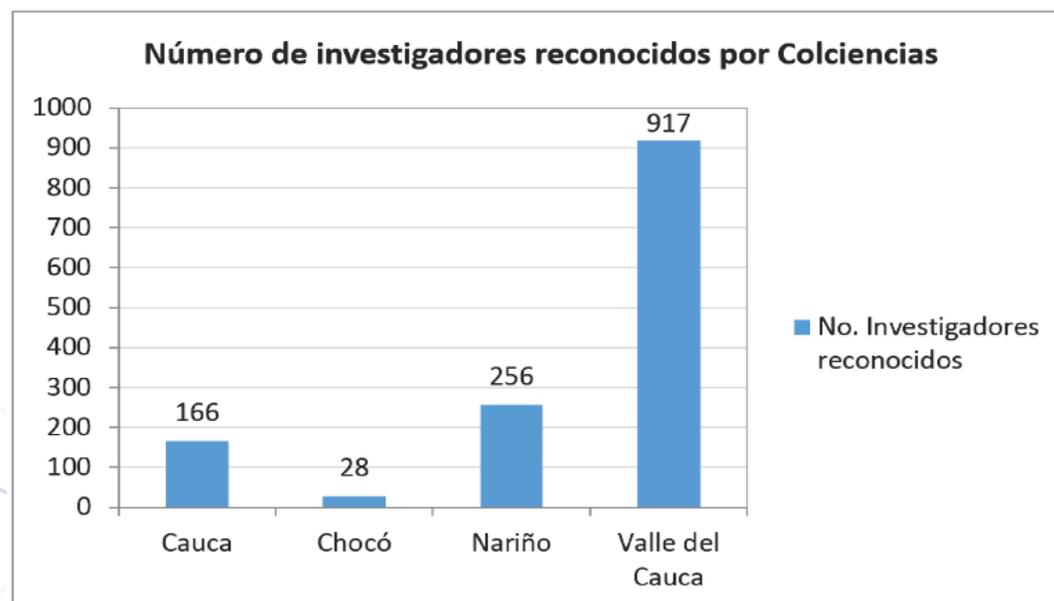


Gráfico 4. Número de investigadores reconocidos por región.  
Fuente. COLCIENCIAS (2017).

Estas cifras evidencian la necesidad de formar investigadores en el departamento de Nariño. La marcada diferencia es ocasionada por la presencia de la Universidad del Valle en la ciudad de Cali, la Agencia de Noticias Univalle publicó en el mes de agosto de 2017 que esta “ocupa el tercer lugar después de la Universidad Nacional Sede Bogotá y la Universidad de Antioquia (...) según el Ranking Sapiens Research que clasifica a las universidades colombianas de acuerdo con sus resultados y productos en investigación científica y oferta de posgrados (...) y cuenta con 237 grupos de investigación científica, de los cuales 66 fueron catalogados en el primer nivel por parte de Colciencias” (Agencia de Noticias UNIVALLE, 2017). Lo anterior evidencia la necesidad de diseñar estrategias para el fortalecimiento de la investigación en las Instituciones de Educación Superior en el departamento de Nariño.

**Formación por competencias.** La Educación Superior contemporánea ha acogido el concepto de competencia en diversos contextos dado que en países como Europa, Norteamérica y Sudamérica se ha establecido como un modelo educativo por seguir Zapata (2015,p.25), Colombia no es la excepción, el MEN da a conocer la “necesidad de una formación en educación superior que sea pertinente para la sociedad” MEN (2009). La satisfacción de esta necesidad se da por medio de la formación por competencias genéricas además de las específicas.

En cuanto a su aparición es importante mencionar que el enfoque de formación por competencias según Dávila et al. (citado por Bedoya et al., 2018) “surge en el ámbito de la disciplina administrativa y empresarial en la década de 1940, como expresión de corrientes de pensamiento humanista de corte antropobiológico y psicosocial, en respuesta a las necesidades de cambio gerencial debido a los retos que el desarrollo científico y técnico planteaba a la psicología del individuo y a los procesos organizacionales y de cooperación. Este enfoque humanista representado por la escuela humano-relacionista de Mayo (1945) permitiría el desarrollo posterior de los antecedentes de las competencias gerenciales como la motivación, el liderazgo, el trabajo en equipo, entre otros. (p.132)

**Competencias investigativas.** La sociedad ha sufrido un cambio esencial, ha pasado de ser la sociedad industrial a la sociedad del conocimiento, en la primera la formación estaba enfocada en las competencias laborales mientras que la segunda lo está en “competencias para gestionar el conocimiento en la resolución de problemas con apoyo de tecnologías actuales y futuras”. En la sociedad del conocimiento es indispensable investigar y para ello se requiere la formación de competencias investigativas en los estudiantes porque generan nuevo conocimiento. (Dipp, 2013, p.7).

La competencia investigativa es el conjunto de conocimientos, actitudes, habilidades y destrezas necesarias para llevar a cabo la elaboración de un trabajo de investigación, Rojas Soriano (1992) sostiene que para lograr el desarrollo de competencias investigativas, los estudiantes deben llevar a cabo un proceso en el que adquieran los fundamentos filosóficos, epistemológicos, metodológicos y técnicos instrumentales, para lograr construir conocimientos científicos en un área determinada, expresar sus trabajos en forma oral y escrita y participen en la aplicación de conocimientos a través de la práctica transformadora.

Por otra parte, el Proyecto Tuning – ALFA considera entre las competencias genéricas la “capacidad de investigación” y otras como: la capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de comunicación oral y escrita, habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad crítica y autocrítica, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, capacidad para formular y gestionar proyectos.

**Estrategias para la formación de investigadores.** En este subcapítulo se pretende mostrar los fundamentos teóricos base para el diseño de una estrategia, en primer lugar se aborda el término estrategia en el marco del desem-

peño, Schunk (citado Tobón, 2008) que la define como “planes orientados hacia la consecución de metas de aprendizaje” (p.165), con este mismo direccionamiento la aborda Bernard (citado por Tobón, 2008) como “el conjunto organizado, conciente y controlado de los procesos realizados por los aprendices con el fin de alcanzar una meta implicada en la realización de una tarea compleja y nueva” (p.166).”

Igualmente es importante identificar las características básicas de las estrategias pueden observarse en la siguiente figura:

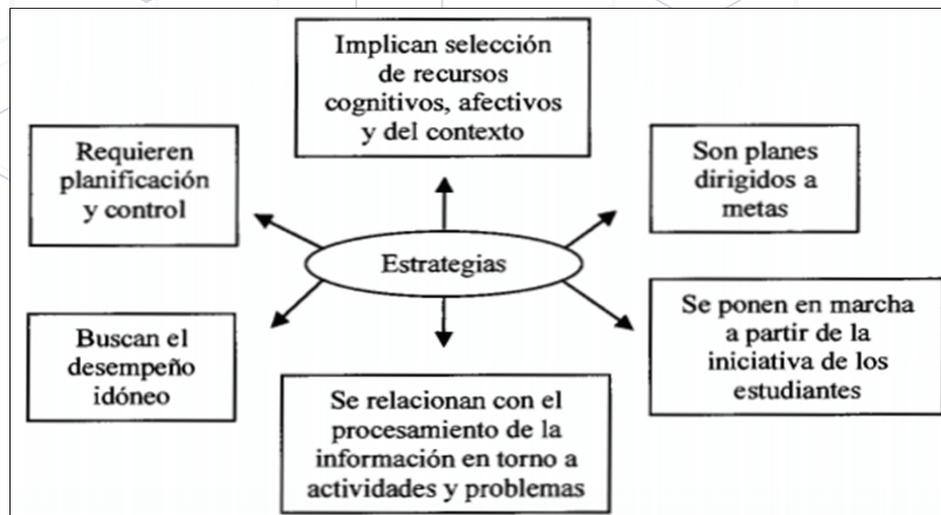


Figura 7. Características básicas de las estrategias.  
Fuente: (Tobón, 2008, p.166)

## • Estrategia y Experiencias

Dipp (2013) desde las experiencias (...) en diferentes países de Iberoamérica, realiza un planteamiento de gran interés:

Más que formar para la investigación, hay que emprender proyectos con los estudiantes donde se aborde la investigación y se logren productos concretos y relevantes como ponencias, artículos, libros, productos, servicios y también la obtención de patentes. De esta manera, los estudiantes se van apasionando por hacer proyectos investigativos y durante el proceso desarrollan las competencias en el área”. Esta es la línea de más impacto: aprender a investigar investigando de forma real, con productos relevantes. Por consiguiente, se recomienda implementar más proyectos de investigación con los estudiantes, que tener asignaturas que aborden elementos de la investigación, como sus aspectos conceptuales, la metodología y la planeación de proyectos. Todo esto se aprende investigando y publicando, no con clases enfocadas en contenidos como todavía sucede en la mayoría de universidades de Latinoamérica.

Actualmente, en las IES existen debilidades en la formación de sus estudiantes como investigadores, se pretende determinar si los estudiantes que pertenecen a los semilleros de investigación y asumen el proceso de formación en él, desarrollan sus competencias investigativas, de ser así estas se constituirían como estrategias para la formación de investigadores.

Con respecto a la Corporación Autónoma de Nariño, el semillero del Programa de Administración de Empresas se llama Graine, nombre que significa semilla en francés, este se constituyó mediante acuerdo institucional el día

14 de febrero de 2017 con los estudiantes de cuarto semestre del Programa de Administración de Empresas, desde su creación se han desarrollado 36 proyectos.

Año	No. Proyectos participan en Encuentro de semilleros Nodo Nariño.	No. Proyectos clasificados a Encuentro Nacional de semilleros.
2017	7	1
2018	19	1
2019	10	1

En el año 2019 se estableció su misión y visión:

**Misión:** Graine es un semillero de investigación perteneciente al Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño buscamos el desarrollo de las competencias investigativas y la creatividad en los estudiantes mediante el Aprendizaje Basado en Problemas con trabajo en equipo para la implementación de proyectos que solucionen problemáticas del contexto educativo y empresarial.

**Visión:** En el año 2024, Graine será un semillero de investigación reconocido a nivel institucional, local y nacional; apoyado en el método de ABP continuará fortaleciendo la formación investigativa de los estudiantes, proporcionando soluciones a problemas del contexto. Contribuyendo al desarrollo espíritu investigador de los estudiantes y renombre de la institución.

**Valores:** trabajo en equipo, espíritu investigativo, honestidad y sentido de pertenencia.

Los estudiantes en su mayoría inician la realización de actividades de tipo investigativas en el semestre octavo, al participar del espacio académico denominado Seminario de Grado, en el que presentan su propuesta de investigación y anteproyecto, mientras que los estudiantes del semillero de investigación generan sus ideas de investigación en primer y segundo semestre y empiezan a desarrollarlas desde tercer semestre con la asesoría de un docente que forma parte del equipo de docentes investigadores del semillero, participando con sus avances de investigación en los encuentros de semilleros de investigación regionales y en la Feria Institucional de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, al llegar a octavo semestre han trabajado en su investigación durante dos años y medio, lo cual marca la diferencia respecto a los demás estudiantes.

Para lograr la formación de los estudiantes como investigadores los docentes de espacios como creatividad y espíritu empresarial, investigación de mercado, evaluación de proyectos, planes de negocios, motivan a los estudiantes a generar ideas de investigación y a vincularse al semillero de investigación para la elaboración de la propuesta de investigación.

El semillero de investigación Graine está conformado por los semilleristas (estudiantes) y por el Equipo Graine conformado por docentes con descarga de investigación encargados de la asesoría personalizada para que los estudiantes avancen en su investigación.

Desde el año 2017, un proyecto de los que participaron en los Encuentros regionales de semilleristas obtuvo un puntaje superior a 90 puntos teniendo entonces la oportunidad de participar en el Encuentro de semilleristas nacional. Estos son:

- Creación de una empresa para la producción y comercialización de gelatinas hechas a base de semilla de chía, San Juan de Pasto. (2018).
- Creación de un GYM con sistema de entrenamiento TRX para madres, con espacios de ludotecas para sus hijos, en la ciudad de San Juan de Pasto. (2018).
- Creación de una empresa productora y comercializadora de un sustituto del café, elaborado con base de habas.

La estrategia que se plantea a partir de la experiencia con dos estudiantes semilleristas José Gabriel Benavides Zarama y Anderson Giovanni Diaz Muñoz quienes reciben el título de administradores de empresas, su trabajo de grado: “Análisis del perfil emprendedor de los estudiantes de primer semestre de los programas profesionales, modalidad presencial, jornada diurna en la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2018 – 2019” que recibió la mención de Laureado, del que ellos realizaron dos ponencias en Congresos Internacionales, un artículo se encuentra en revisión para ser publicado en una revista indexada, el seguimiento muestra que la participación de los estudiantes en actividades extracurriculares relacionadas con la investigación, el papel de asesor no solo como orientador del desarrollo del trabajo de grado sino en la elaboración de sus ponencias, además de su motivación y confianza puesta en los estudiantes, son decisivos, así como la asesoría de otros docentes en el desarrollo de la parte Estadística.

Los estudiantes Gabriela Silvana Moncayo López y Eduar Olmedo Benavides Narváez presentan una idea innovadora en el semillero de investigación la cual se espera obtenga una patente y se consolide una empresa entorno a ella, la cual dejó de ser un proyecto del semillero y es ahora su trabajo de grado, en este caso ha sido fundamental el sentido de pertenencia al semillero, la asesoría de diferentes docentes del equipo de asesores del semillero de investigación, su participación en eventos como el Encuentro Regional de Semilleros en el que obtuvieron su clasificación para participar en el Encuentro Nacional de Semilleros lo cual fue un gran alicientes para ellos, así como la acogida que tuvo el producto en la Feria Institucional, incluso de uno de los pares académicos que se encontraba en la ciudad debido al proceso de Renovación del Registro Calificado del programa.

Los estudiantes Andrés Felipe Jurado y Gabriela Montenegro semilleristas vinculados desde primer semestre que se encuentran en segundo semestre que muestran un gran sentido de pertenencia con el semillero, inician su formación como investigadores, con enorme motivación, generadores de ideas innovadoras, participan en el encuentro de semilleristas regional y en la Feria institucional con su idea de elaborar productos innovadores: aplicativos móviles y la inclusión en la gastronomía de dos plantas con el fin de sazonar carnes rojas y mariscos.

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Alianza de los grupos de investigación de universidades del Ecuador y de universidades colombianas, no solo para el desarrollo de un proyecto aislado, sino para elaborar una planeación estratégica conjunta con el fin de formar a estudiantes investigadores en el programa de administración de empresas, estrategia en la que se favorezca la movilidad tanto de los estudiantes como de los docentes dada la cercanía con la provincia del Carchi, Tulcán donde se encuentra la UPEC, AUNAR Ipiales y AUNAR Pasto. Asesoría mancomunada de proyectos, talleres, seminarios, conferencias según el perfil de los docentes investigadores.

Como estrategia es necesario que los estudiantes se vinculen al semillero de investigación, puesto que es el espacio que le permite la participación en actividades extracurriculares de tipo investigativo como Congresos, Seminarios, Encuentros, Simposios, etc. Así como afianzar el sentido de pertenencia al semillero e incrementar su motivación por medio de la realización de actividades y consolidando lazos de amistad entre los estudiantes, mantener una

excelente relación con el asesor es muy importante, quien además busca promover a los estudiantes.

Los semilleros a diferencia de sus compañeros del mismo semestre, generaron al menos un producto de investigación, participaron al menos en un evento de investigación y obtuvieron la mención de laureado en su trabajo de grado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, L. Barraza, A. y Jaik, A., Formación de Investigadores Educativos en Latinoamérica: Hacia la construcción de un estado del arte, (326)(1ª). México: Red Durango de Investigadores Educativos, A. C. Recuperado de <http://files.pucp.edu.pe/departamento/educacion/2017/05/24145547/formacion-de-investigadores-educativos-en-latinoamerica.pdf>

Bedoya, Á. R. V., Vélez, L. D. D., & Torres, W. C. S. (2018). Análisis prospectivo de las competencias genéricas Tuning-Alfa en la ciudad de Medellín al 2032. *Ágora USB*, 18(1), 131-152.

Buendía, X. P., Zambrano, L. C., & Insuasty, E. A. (2018). El desarrollo de competencias investigativas de los docentes en formación en el contexto de la práctica pedagógica. *Folios*, (47), 179-195. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n47/0123-4870-folios-47-00179.pdf>

CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN CNA (2013). Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado. Colombia: Sistema Nacional de Acreditación.

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (COLCIENCIAS, 2017). Boletín estadístico No. 5-2017. Bogotá: Autor.

Dipp, A.J. (2013). Competencias Investigativas: una mirada a la Educación Superior (1a.ed.). México: Red Durango de Investigadores Educativos. A.C.

Enciso, D. L., Díaz, C. A. Q., & Gaitán, F. V. (2012). Desarrollo de competencias investigativas básicas mediante el aprendizaje basado en proyectos como estrategia de enseñanza. *Actualidades Pedagógicas*, (60), 29-49. Recuperado de [http://repository.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1109/TESIS%20FINAL%2001022018\\_Camila-CuchilloStefanyTorres.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1109/TESIS%20FINAL%2001022018_Camila-CuchilloStefanyTorres.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

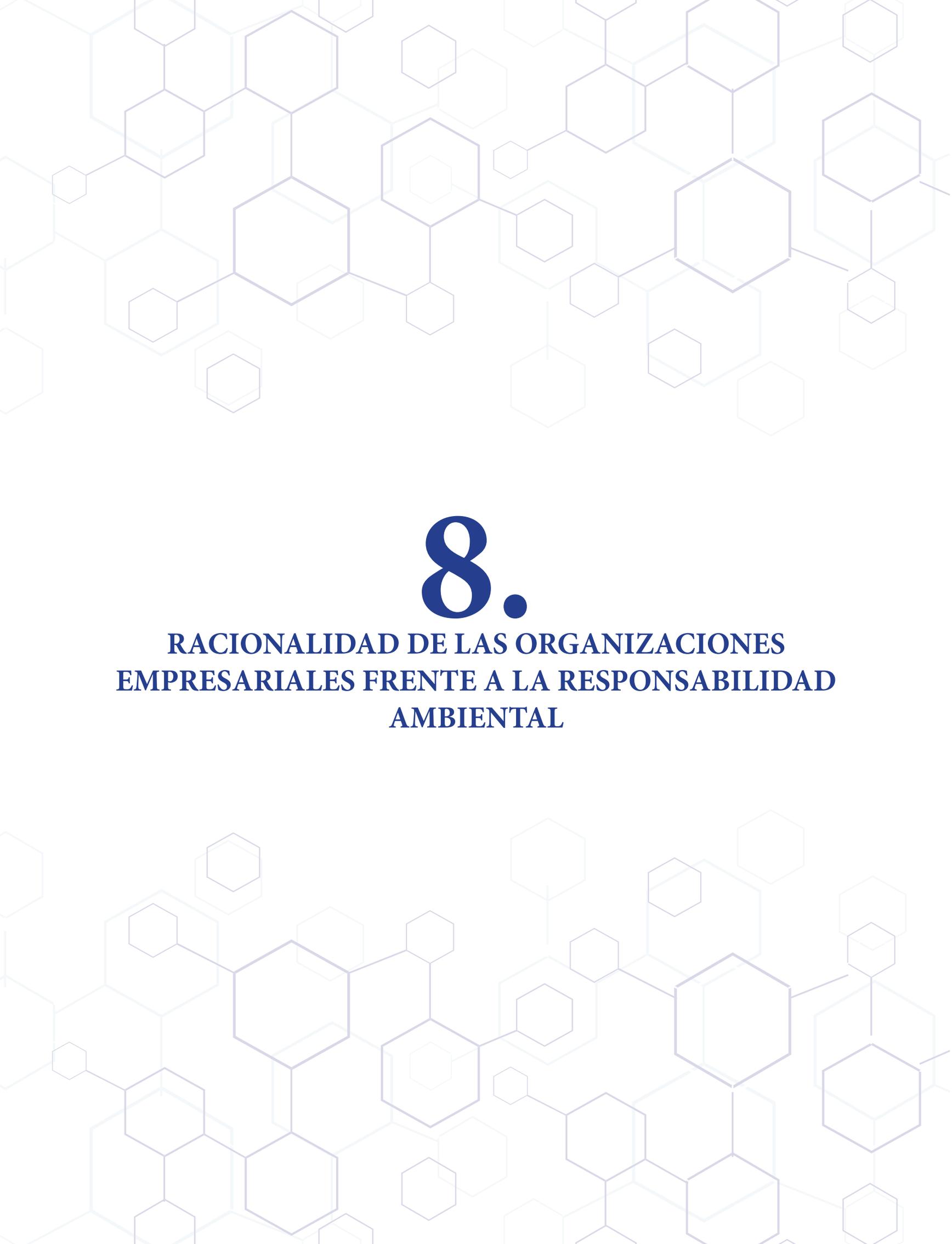
Fernández, S. y Cárdenas, M. (2015). Formación de competencias investigativas en Ciencias de la Información desde la Universidad de La Habana. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 26 (1), p.34-47. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=377645760004>

Grandillo, J. & Gallardo, H. (2016). Prácticas pedagógicas para el desarrollo de competencias investigativas en semilleros de investigación de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería. ACOFI, Cartagena.

Paz, L.E. & Fierro, Y.D. (Junio 2015). Competencias investigativas en los docentes Beneficiados por la estrategia de formación y acceso Para la apropiación pedagógica de las TIC. *Tendencias*, XVI(1), 175-194. Recuperado de <http://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/2147>

Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (Versión electrónica), 23.ª ed. Madrid: Espasa, 2014.

Tobón, S. (2008). Formación basada en competencias. Bogotá: Ecoe Ediciones



# 8.

## **RACIONALIDAD DE LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES FRENTE A LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL**

Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Alejandra Narváz Herrera  
alejandra.narvaez@aunar.edu.co – 3122802328

María Alejandra Rosero  
alejandra.rosero@aunar.edu.co – 3122802328

Oswaldo Caicedo Rosero  
oswaldo.caicedo@aunar.edu.co – 3206449956

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

En el presente ensayo se genera una recopilación y reflexión teórica sobre la responsabilidad ambiental fundamentado en la racionalidad económica. Teniendo en cuenta la problemática ambiental esta visión no solo es limitada, sino que agrava la situación, es por eso que se analizan conceptos que se contraponen, la sustentabilidad como discurso que considera lo cultural, lo político, lo social y lo económico; y la responsabilidad ambiental, como base para constituir un nuevo pensamiento promotor del cambio en la acción empresarial fruto de la comunión entre individuos.

**Palabras clave:** desarrollo sostenible, racionalidad ambiental, racionalidad económica, responsabilidad social y ambiental, empresa, ética.

## 2. ABSTRACT

This essay generates a theoretical collection and reflection on environmental responsibility based on economic rationality. Taking into account the environmental problem, this vision is not only limited, but it aggravates the situation, which is why we analyze concepts that are opposed, sustainability as a discourse that considers the cultural, political, social and economic aspects; and environmental responsibility, as the basis for constituting a new thinking promoting change in business action as a result of communion between individuals.

**Keywords:** sustainable development, environmental rationality, economic rationality, social and environmental responsibility, business, ethics. Redactarlos en pasado, en una extensión máxima de 200 palabras

## 3. INTRODUCCIÓN

Uno de los componentes de la responsabilidad social empresarial, es el ambiente, desde hace varias décadas ha comenzado a hacer parte de la agenda global por los impactos que el ser humano ha generado sobre él, y que afectan cada vez de manera más visible su cotidianidad. La preocupación por los impactos ambientales ha llevado a organizaciones internacionales a plantear conceptos globales como el desarrollo sostenible que pretende garantizar la continuidad de la especie humana y de la tierra en sí misma, sin embargo, este tema se ha convertido en parte de la retórica instrumentalista que no busca el cambio en el modelo de desarrollo para una sociedad de largo plazo, sin dejarnos claro cuál es el objetivo del mismo y la forma como se logrará, lo cierto es que estamos asistiendo a un reverdecimiento de conciencias.

A pesar de esto, la percepción general de la problemática ambiental tiende a categorizarse solo desde lo ecológico obviando factores importantes en esa problemática, como lo cultural, lo social, la justicia y el reconocimiento del otro. Estos cuestionamientos reclaman una visión más amplia de ambiente, para este caso, lo entenderemos como el todo complejo que nos rodea y del cual hacemos parte. Desde un análisis microeconómico, las empresas tienen responsabilidad en esta problemática, la razón está fundamentada en sus supuestos de funcionamiento en aras de lograr el objetivo básico de “maximizar el valor de la empresa”. Esos supuestos promueven la toma de decisiones basados en el egoísmo y la individualidad, han afectado el reconocimiento del otro y esto ha causado los excesos en los actos humanos que terminan afectando al medio ambiente. (Lovelock 1991).

Así mismo, la racionalidad es el concepto que permite establecer la pregunta por la racionalidad del sistema económico, y así evaluar si las acciones que se producen en el seno de su lógica son las mejores y las más adecuadas si se considera el contexto social. La clasificación de la racionalidad de igual manera permite identificar el concepto de racionalidad instrumental con la cual se logra plantear un cuadro en el que encaja la lógica empresarial. Ante la realidad económica y la preeminencia de la racionalidad instrumental, la sociedad de una forma u otra ha planteado críticas al modelo de gestión de muchas organizaciones, debido a los impactos que éstas han causado al medio ambiente, al bienestar social, al medio cultural, al ambiente político del país, entre otros. La reacción que las organizaciones han tenido, se identifica en el campo de la aceptación de éstas en la sociedad, y para ello ha recurrido a la incorporación de valores sociales, entre los cuales se destaca la ética; que es el cómo se ha asumido dicho valor en las acciones y comportamientos organizacionales.

De igual manera se resalta la concepción de la responsabilidad social de las organizaciones, si bien es importante mantener el mejor espíritu por ella, es claro que se cuestiona su existencia en las organizaciones contemporáneas. En dicho cuestionamiento es donde aparece la función de la ética empresarial, como un valor que ha dejado de existir en su concepción clásica para aparecer bajo un nuevo esquema en donde juega un papel distinto, caracterizado por valores posmodernos que entre otras cosas han hecho de la ética un factor cosmético, digno de ser poseído por las organizaciones que son cuestionadas por negar o negarse ante los argumentos de la responsabilidad social empresarial.

#### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Racionalidad económica y ambiental. La racionalidad económica promueve el progreso individual e inicialmente esta promoción no debería ser juzgada, pero Mill (2004) considera “la utilidad como la suprema apelación en las cuestiones éticas; pero la utilidad, en su más amplio sentido, fundada en los intereses permanentes del hombre como un ser progresivo”. Es desde la utilidad que el hombre define si un acto es bueno o no, por ejemplo, partiendo del egoísmo es posible afirmar que todo lo que no me sea útil para lograr mi fin puede ser considerado malo. Al parecer la naturaleza y el mismo hombre en la generalidad de actividades empresariales, solo son un instrumento más, desde una visión utilitarista, son usados para alcanzar un objetivo particular.

El modelo ha llevado a pensar que la racionalidad económica se convierte en la base para conseguir la felicidad en el humano, Weber citado por Habermas (1999) resalta la predominancia de la acción racional – teleológica, aquella que fundamenta su acción para la consecución del éxito; dejando atrás la acción racional – axiológica donde prima el conjunto de valores independientemente del éxito; la racional – afectiva donde dominan la pasión y sentimientos de la gente y la racional – tradicional donde dominan las costumbres donde se ha crecido. Una negación de valores sociales comunitarios argumenta aún más el segundo cuestionamiento hecho a este tipo de racionalidad. Si se aterrizan estas apreciaciones a la empresa, a las decisiones en éstas, se deduce que están fundamentadas en

la racionalidad económica propia del modelo neoclásico, que alimenta al neoliberalismo y que ha promovido el logro de un objetivo específico “maximizar el valor de la empresa” o al menos hacerlo sostenible en el tiempo. Esta racionalidad se concentra en el incremento de rentabilidades y en los flujos de caja como el fin empresarial, pero no reflexiona sobre los medios para conseguirlo, al parecer cualquier medio es válido, siempre y cuando, el inversionista reciba su parte, él se interesa solamente por la acumulación continua y favorable. De esta manera “la mentalidad del capitalismo moderno reúne, como un deber un fin en sí mismo, la búsqueda del beneficio y la renovación incesante del beneficio mediante una actividad capitalista continua, racional” (Marshall, 1982). Así pues, la acumulación continúa en detrimento del otro, es lo que se considerará como el tercer argumento en contra de la racionalidad económica.

En la actualidad existe una crisis del conocimiento, la razón principal es la inconsciencia que nos acompaña en cada uno de nuestros actos y obviar el otro al tomar una decisión, somos una sociedad inconsciente, porque aquellos que tienen el poder han definido nuestra forma de pensar, y por ende, la educación que recibimos en su mayoría está enfocada a satisfacer ese poder. Hoy el poder emplea el saber que poseen sus expertos como la justificación básica fundamental de sus actos injustos” (Ralston, 1995). “La racionalidad capitalista ha estado asociada a una racionalidad científica y tecnológica que busca incrementar la capacidad de certidumbre, predicción y control sobre la realidad, asegurando una eficacia creciente entre medios y fines” (Leff, 2004).

En la racionalidad ambiental cada uno de los actores de este mundo es reconocido, cada uno tiene una percepción sobre el medio ambiente y es a través del diálogo de saberes, a través de la acción comunicativa que permite construir una relación con el otro. Esa relación es la que permitirá actuar de una manera diferente, “el diálogo de saberes se establece dentro de una racionalidad ambiental que rompe el cerco de la racionalidad objetivamente y se abre hacia la otredad; busca comprender al otro, negociar y alcanzar acuerdos con el otro” (Leff,).

La base de la racionalidad ambiental es comprender la complejidad ambiental, que más allá de interpretar lo complejo desde los planteamientos de Morin pretende reconocer la diversidad en una realidad, por eso “la complejidad ambiental genera lo inédito en el encuentro con lo otro, en enlazamiento de seres diferentes y la diversificación de sus identidades. En la complejidad ambiental subyace una ontología y una ética opuestas a todo principio de homogeneidad, a todo conocimiento unitario, a todo pensamiento global y totalizador” (Leff, 2006).

El desarrollo sostenible planteado desde la racionalidad económica no es el camino indicado para la acción empresarial, con el pretexto de responder a la problemática ambiental porque “La racionalidad económica resiste a su deconstrucción y monta un simulacro en el discurso de desarrollo sostenible, una estrategia de simulación, un juego falaz de perspectivas, que burla la percepción de las cosas y pervierte toda razón o acción en el mundo hacia un futuro sustentable” (Leff, 2009). Así, la racionalidad ambiental emerge entonces como esa fuente de reconocer al mundo en el otro, para entenderse a sí mismo, en esta ley mínima, la instrumentalización de la naturaleza y de lo humano y la acumulación continua en detrimento del otro no tiene aplicabilidad, y por ende, no tendrían fuerza los cuestionamientos al tipo de racionalidad que utilizamos para la toma de decisiones. Por esto, el lenguaje para la conversación en la búsqueda de un consenso toma importancia como fuente de racionalidad ambiental, y de allí se genera el cambio individual.

Responsabilidad ambiental y social empresarial. El agente social responsable en mayor parte del crecimiento económico y el desarrollo de la humanidad ha sido la empresa. Por esta misma razón la sociedad en el ámbito mundial ha empezado a ejercer presión para que se presente un proceso continuo de mejora en su comportamiento ambiental. Estas tendencias globales han llevado a que la empresa poco a poco se preocupe no sólo por los intereses de sus accionistas, sino también por los intereses de los grupos de interés que giran alrededor de ella. Cada vez es

más común que al definir la misión, la visión y la estrategia empresarial, las empresas incorporen elementos bajo los cuales se comprometen a velar por los intereses de sus accionistas, sus empleados, sus proveedores, sus clientes, la comunidad a la que pertenecen y la sociedad como un todo.

El reconocer la inclusión de la variable medioambiental en la gestión empresarial es un aspecto que ha adquirido peso y por ende el medio ambiente se ha convertido en un factor de competitividad y de perdurabilidad, lo anterior en un contexto cada vez más globalizado e inmerso en una sociedad que a medida que pasa el tiempo es más consciente de la necesidad de cuidar el entorno y más exigente con las prácticas que atentan contra el mismo. En los países desarrollados la presión social respecto a las prácticas empresariales que afectan el medio ambiente cada vez es más fuerte. Por ello, las empresas que se desenvuelven en estos mercados han avanzado en la implementación de prácticas que buscan hacer que su actividad económica sea sostenible en términos ambientales.

De acuerdo con Bansal y Roth (2000), existen tres motivos principales para dar respuesta a las presiones sociales relacionadas con la problemática ambiental: la posibilidad de alcanzar ventajas competitivas, el deseo de legitimación social y la propia responsabilidad social de la empresa. Es interesante revisar estos tres conceptos a profundidad su interrelación con la estrategia medioambiental.

Ahora bien, al desarrollar una ventaja competitiva ambiental se pretende que la empresa logre una reducción de los costos en sus procesos por una producción eficiente, aproveche mejor los recursos involucrados en el proceso productivo y los desechos originados por el mismo, o agregue valor al producto y lo posicione en el mercado basado en la conciencia social de los consumidores. Desde el punto de vista de los costos las reducciones pueden originarse por la reutilización de componentes en el proceso de producción, el reciclaje, la sustitución de materias primas, el ahorro de agua, entre otros. Los ingresos pueden verse mejorados gracias a la posibilidad de penetrar en mercados con altas exigencias desde el punto de vista medioambiental o el simple posicionamiento de los productos verdes en algunos nichos de mercado.

Una de las políticas más conocidas en relación con la gestión medioambiental empresarial es la adoptada por las compañías con mayor conciencia social: la producción buscando cero emisiones, o cero residuos. Se pueden citar varios casos en los cuales, empresas de manera individual o clústers de empresas buscan encontrar en la política de cero emisiones mejores escalas de costos, mayor rentabilidad y mejor posicionamiento en los mercados que pretenden conquistar o conservar.

En Colombia se presentan múltiples ejemplos de empresas comprometidas con el desarrollo sostenible y que perciben la protección del medio ambiente como generador de ventajas competitivas. El Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible es una asociación empresarial colombiana sin ánimo de lucro, financiada por sus socios: veintiocho empresas pertenecientes a las áreas más importantes de la economía colombiana. Algunas se desempeñan en sectores críticos en cuanto al manejo de políticas medioambientales como la minería o el petróleo. Este grupo de organizaciones busca mejorar sus prácticas empresariales para enmarcarse en políticas de ecoeficiencia y sostenibilidad, y lograr estándares mundiales que superen los requerimientos de la ley colombiana. Lo anterior lleva necesariamente a obtener ventajas competitivas frente a sus competidores.

De igual manera es necesario resaltar que “la responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. Por ello, las empresas deben centrar esfuerzos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de diversas estrategias. Sin embargo, la responsabilidad social o filantropía corporativa ha sufrido tropiezos en los últimos años. Los

directivos cada vez se ven más presionados por los accionistas que desean obtener mayores retornos sobre sus inversiones y destinan menos recursos a actividades que materialicen la responsabilidad social corporativa. Además, en ocasiones las empresas realizan sus actividades filantrópicas esperando obtener beneficios por las relaciones públicas que las mismas generan, descuidando oportunidades de creación de valor social para la comunidad. En todo caso, la discusión sigue abierta en relación con el tema. Se sabe que aún no hay claridad respecto a cómo y hacia dónde enfocar los recursos financieros destinados a las actividades de responsabilidad social.

## 5. CONCLUSIONES

La preocupación por el entorno natural se ha generalizado constituyendo un nuevo reto competitivo que no puede ser olvidado por la alta gerencia de la empresa. Asumir responsabilidad social en la mejora del entorno y la preservación del medio ambiente podría representar una cuestión ética pero igualmente debe ser tenida en cuenta como una posible fuente de ventaja competitiva.

La gestión del medio ambiente puede proporcionar mejoras en el resultado económico empresarial tanto por la vía de la eficiencia y la estructura de costos, como por la vía del posicionamiento y diferenciación. La estrategia que siga la empresa dependerá de los recursos que destine para atender las prioridades medioambientales, pero, en definitiva, de la consciencia de la alta dirección en cuanto a que la razón de ser de la empresa es la generación de riqueza para la sociedad como un todo.

El reconocimiento de la empresa como parte importante del desarrollo de la sociedad, lleva a elevarla también a la postura de principal agente de cambio en las rutas de la racionalidad ambiental propuesta; es la empresa la que al reconocer e interiorizar su influencia en el contexto social, natural y económico, puede responder al mismo y a la vez cambiarlo. Por consiguiente, cambios en la empresa podrían implicar cambios en los individuos que la componen.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Leff, E. (s.f). Racionalidad ambiental y diálogo de saberes: sentidos y senderos de un futuro sustentable. Extraído el 31 de Octubre de 2009 desde: [ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/made/article/download/3042/2433](http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/made/article/download/3042/2433)

Leff, E. (2004). Saber ambiental. Sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder. Cuarta Edición. Siglo XXI Editores, México.

Leff, E. (2006). La Complejidad Ambiental. Extraído el 01 de Noviembre de 2009 desde: [www.revistapolis.cl/polis%20final/16/doc/leff.doc](http://www.revistapolis.cl/polis%20final/16/doc/leff.doc)

Leff, E. (2009). Racionalidad ambiental: la reapropiación social de la naturaleza. Siglo XXI Editores, Buenos Aires

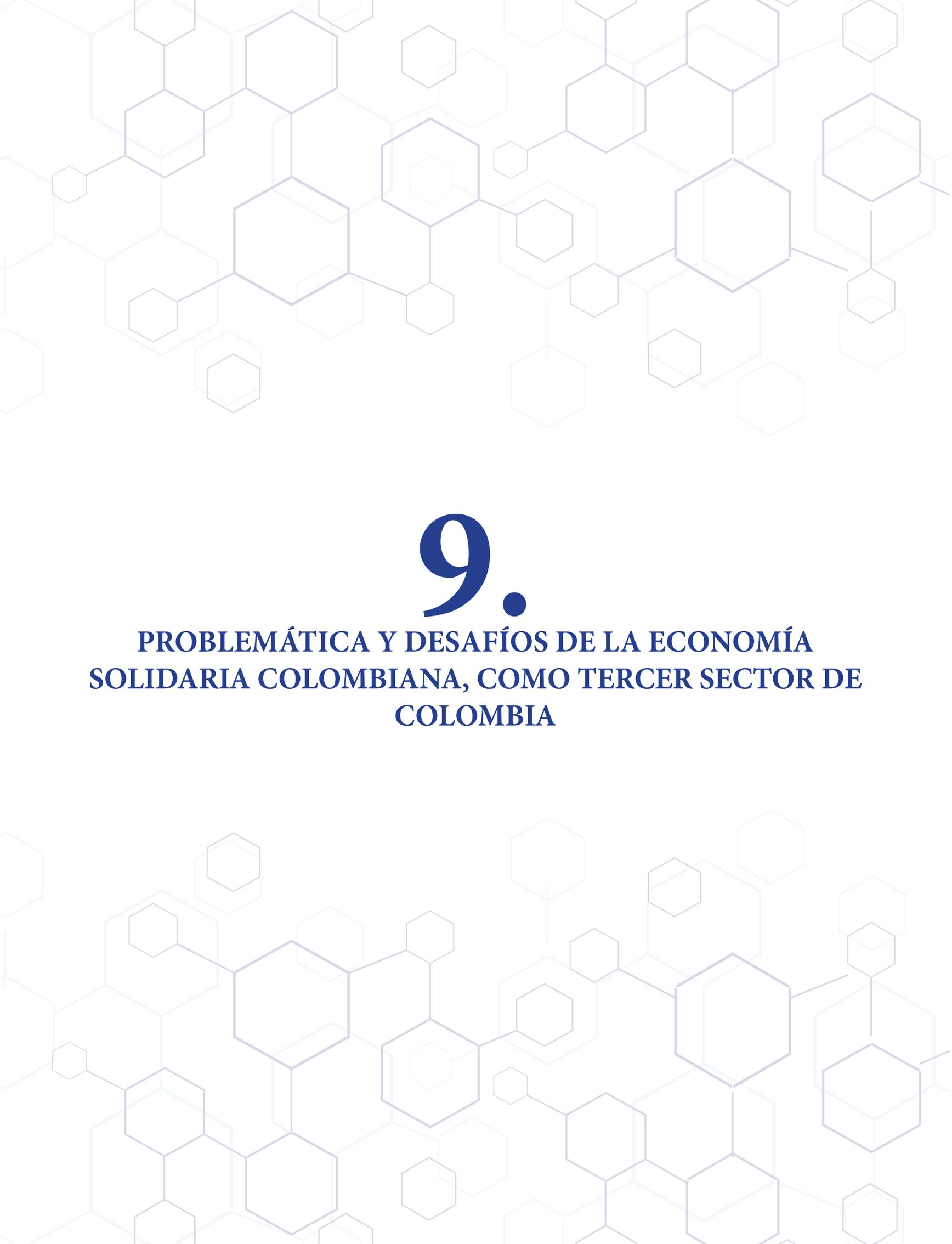
Lovelock, J. (1991). Gaia: una ciencia para curar el planeta. OASIS, Barcelona.

Marshall, G. (1982). En busca del espíritu del capitalismo. Fondo de Cultura Económica, México.

Mill, J. (2004). Sobre la libertad. Extraído el 23 de Octubre de 2009 desde: <http://www.pensamientopenal.com.ar/15062007/mill.pdf>

Ralston, J. (1995). La civilización inconsciente. Editorial Anagrama, Barcelona.

Weber, M. (1997). Economía y Sociedad. (1ªreimpresión). Colombia: Fondo de cultura económica



# 9.

## **PROBLEMÁTICA Y DESAFÍOS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA COLOMBIANA, COMO TERCER SECTOR DE COLOMBIA**

Fecha de presentación: 2019-11-18

## AUTORES O AUTORES

Ana Cristina Martínez Rondón

ana.martinez@aunar.edu.co - 3177887477

Sonia del Carmen Buchely Rodríguez

sonia.buchely@aunar.edu.co - 3183059112

Oswaldo Caicedo Rosero

oswaldo.caicedo@aunar.edu.co - 3206449956

Alejandra Narváez Herrera

alejandra.narvaez@aunar.edu.co - 3122802328

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas solidarias, son un conjunto de organizaciones creadas por iniciativa privada, para abordar sus comunes necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales de propiedad conjunta, controladas democráticamente, quienes desarrollan fines de beneficio colectivo o social sin ánimo de lucro. Tanto a nivel nacional como internacional son reconocidas como el tercer sector de la economía.

Una de los factores más importantes que ha permitido el desarrollo y mantenimiento de este tipo de empresas ha sido los beneficios tributarios otorgados por el gobierno, los cuales cambian con la aplicación de las reformas tributarias, el gobierno en aras de obtener recursos, en las últimas reformas se ha visto en la necesidad de grabar algunas de las actividades desarrolladas por este sector. Lo que implica que este tipo de organizaciones deba enfrentar cambios en temas normativos los cuales las obligan a la transformación e innovación.

Las empresas solidarias son vistas por algunos como un sector rival ya que disminuye las ganancias del sector capitalista; últimamente los gobiernos de turno han emitido disposiciones que limitan a los entes solidarios a trabajar en condiciones favorables, obligándolos a optar por cambios que contradicen su filosofía social y sin ánimo de lucro.

En este documento se explora en un primer momento, algunos referentes teóricos del sector, posteriormente, la problemática de la economía solidaria en Colombia, sus dimensiones, sus formas organizacionales, y en un tercer apartado, se apuntan los desafíos ante las propuestas de renovación organizacional de la economía solidaria.

**Palabras clave:** Organizaciones, solidarios, reforma, administración, beneficio, colectivo, lucro, sector.

## 2. ABSTRACT

Solidarity companies, are a group of organizations created by private initiative, to address their common needs and economic, social and cultural aspirations of joint ownership, democratically controlled, who develop purposes of collective or social profit without profit. Both nationally and internationally they are recognized as the third sector of the economy.

One of the most important factors that has allowed the development and maintenance of this type of companies

has been the tax benefits granted by the government, which change with the application of tax reforms, the government in order to obtain resources, in the last reforms have seen the need to record some of the activities developed by this sector. This implies that this type of organizations must face changes in regulatory issues which force them to transform and innovate.

Solidarity companies are seen by some as a rival sector as it decreases the profits of the capitalist sector; Lately, the governments of the day have issued provisions that limit solidarity entities to work in favorable conditions, forcing them to opt for changes that contradict their social and non-profit philosophy.

In this document, the problem of the solidarity economy in Colombia, its dimensions, its organizational forms, and in a second section, the challenges to the proposals of organizational renewal of the solidarity economy are pointed out

**Keywords:** Organizations, solidarity, reform, administration, benefit, collective, profit, sector.

### 3. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones solidarias de desarrollo (OSD), hacen parte de las entidades sin ánimo de lucro existentes en Colombia, son personas jurídicas creadas por iniciativa privada, donde sus integrantes, de igual forma personas naturales o jurídicas, aportan conocimientos, medios y actividades encaminadas a alcanzar el objetivo social en beneficio de sus asociados.

Las OSD hacen énfasis en el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía que desarrolla con fines de beneficio colectivo o social sin ánimo de lucro; se constituye como el tercer sector económico y aporta significativamente a la economía mundial, frente a las economías capitalistas, no solo por el aporte económico, sino también el desarrollo social, ya que sus principios se fundamentan en desarrollo del ser humano, como eje central, promoviendo el fomento de la solidaridad y cubrimiento de las necesidades de los asociados y sus familias y comunidad en general

A través de la historia de más de dos siglos, las empresas asociativas solidarias, han alcanzado dimensiones mundiales, convocan y organiza multitudes de personas prácticamente en la totalidad de las naciones no obstante la diversidad de los regímenes económico-políticos, y constituye un relevante en la movilización de enormes cantidades de recursos humanos, productivos, financieros y comerciales

En su desarrollo las empresas asociativas solidarias han llegado a ser una realidad compleja y diversificada que incluye organizaciones de tipo y nivel heterogéneos: está presente en los distintos sectores de la producción, las finanzas y consumo, adopta formas de asociación diferentes que van desde unidades menores hasta consorcios tanto en las dimensiones regionales, nacionales y mundiales. Actúa conforme a principios y normas. No obstante, esta expansión y diversificación, el sector solidario, en sus diferentes asociaciones, conserva los rasgos esenciales de un fenómeno unitario dotado de personalidad propia. El sector solidario hoy en día, se ha constituido en un elemento importante para el desarrollo económico, social y democrático de la sociedad, - su incidencia social, cultural y económica es significativo para crear nuevas formas de desarrollo - al considerarse como una alternativa real a muchos de los problemas socioeconómicos de la misma.

El sector solidario en Colombia, se ha venido enfrentando cambios en temas normativos los cuales obligan a la

transformación e innovación, debido a que cada día el mundo globalizado abarca todos los sectores. Las empresas solidarias son vistas por algunos como un sector rival ya que disminuye las ganancias del sector capitalista; últimamente los gobiernos de turno han emitido disposiciones que limitan a los entes solidarios a trabajar en condiciones favorables, obligándolos a optar por cambios que contradicen su filosofía social y sin ánimo de lucro.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### • CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA

Los principales referentes teóricos de la economía solidaria destacan dos corrientes: la latinoamericana y la europea, a continuación, se describen sus principales criterios:

#### Corriente latinoamericana.

El término “economía solidaria” se forjó en América Latina a comienzos de la década de los ochenta del siglo pasado y tuvo como su máximo exponente al sociólogo chileno Luis Razeto. Su pensamiento encontró especial acogida en la iglesia católica; en efecto, en 1987 el Pontífice Juan Pablo II, durante su visita a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), difundió con fuerza la idea de construir una economía solidaria para el continente.

En Latinoamérica, la economía solidaria asume “características más radicales de las que se encuentran en otros contextos y un discurso marcadamente más político” (Guerra, s.f.: 3). Algunos de sus portavoces, como Carbonari, ponen en evidencia los referentes revolucionarios y alternativos de la propuesta: “Lo revolucionario de la organización de la economía popular solidaria está en mezclarse en la estructura productiva, contraponiéndose al sistema capitalista por la construcción en su seno de condiciones para su superación, por la organización social de productores y consumidores, recuperando de alguna forma todo el sentido de los socialistas utópicos” (Guerra, s.f.: 3).

#### Corriente europea.

En Europa, la economía solidaria entraña un sistema de valores que ha conducido a algunos autores a relacionarla con la economía social y, por tanto, a hablar de una “nueva economía social”. Se afirma que “históricamente, se pueden identificar diversas generaciones de economía social, que emergen en su mayor parte en un contexto de crisis económicas y sociales que dan origen a nuevas necesidades” (Demoustier, 2001; Lévesque, 2003: 242). La nueva economía social no se limita a responder a situaciones de urgencia; las asociaciones que se han originado son sostenidas por nuevos movimientos sociales (feministas, ambientalistas, culturales, regionalistas); dichas experiencias e iniciativas son alimentadas por “aspiraciones relativas a otra sociedad o incluso para vivir y trabajar de otro modo [ ... ]; los promotores de la nueva economía social están motivados especialmente por aspiraciones para alcanzar una mayor democracia, por una sociedad que reconoce el lugar

de las mujeres, por una sociedad más equitativa, por un desarrollo sustentable, etc.” (Lévesque, 2003: 243-244).

### Principales aspectos teóricos de la economía solidaria.

La teoría económica de la economía solidaria se fundamenta en: una nueva visión de la ciencia económica; la integración de los conceptos de economía y solidaridad; una reinterpretación de los procesos económicos; una reformulación del concepto de empresa y de los factores de producción. Cabe reiterar que la ciencia económica no puede ser concebida como un cuerpo teórico independiente, sino que debe nutrirse de otras disciplinas como la filosofía y la ética. Debe buscar el desarrollo integral de las personas, de acuerdo con los ideales y valores culturales de cada comunidad y sociedad, para lo cual, es necesario, ante todo, “[...] romper con una visión reductora que confunde economía con economía de mercado” (Laville, 1998: 345). El mercado es sólo uno de los componentes, pues la economía es pluralista y tripolar; aunque la economía de mercado es dominante, la de no-mercado y la no-monetaria tienen su peso en la organización social. Además, estos tres polos no son separados sino se articulan entre sí.

### Entidades relevantes en el tercer sector.

Dentro del sector solidario existen entidades claves para su fomento y gestión. En primera instancia, está el Consejo Nacional de Economía Solidaria (CONES), que es el organismo de integración gremial de grado superior de la economía solidaria es el ente de formulación y coordinación de políticas, estrategias, planes, programas y proyectos pertinentes al sistema de economía solidaria. Por otra parte, existen una serie de organismos solidarios de integración gremial y de ámbito nacional. Para los Fondos de Empleados es la Asociación Nacional de Fondos de Empleados –Analfe– y para las mutuales es el Comité Nacional Mutualista.

Las organizaciones solidarias a nivel nacional se han constituido como una alternativa para alcanzar un beneficio colectivo libre de una ganancia individual, clasificándose en dos sectores: el primer grupo lo ocupan las organizaciones de economía solidaria reguladas por la ley 454 y el segundo grupo está constituido por las organizaciones solidarias de desarrollo formado por las Fundaciones, Corporaciones y Asociaciones, Juntas de Acción Comunal y los grupos de voluntariado. Entre las organizaciones solidarias que se destacan a nivel nacional, porque han contribuido a mejorar la calidad de vida de sus integrantes están:

- Cooperativa de Lácteos Agrolacteos: Funciona en Choachi –Cundinamarca, y está integrada por 25 mujeres emprendedoras que han logrado realizar negociaciones de sus productos a nivel departamental.
- Fondo de Empleados de Vivienda y Ahorro de Alpina: Creado hace más de 50 años, este fondo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de sus asociados y familias.
- Fondo de Empleados del Sena, Fes: Este fondo cuenta con más de 1.500 asociados a nivel nacional, y está acreditado para dar educación en economía solidaria.
- Asociación Mutual Corfeinco: el objetivo de esta asociación está encaminado a contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de los asociados y sus familiares, a través de la educación mutua y la solidaridad.
- Resander: Ubicada en el Dpto de Santander, que por medio de la conformación de una red cooperativa integrada por 35 emisoras comunitarias permite servir a la comunidad garantizando la pluralidad de las voces.

De lo anterior se concluye que las organizaciones solidarias como las cooperativas, asociaciones mutuales y fondos de empleados se encuentran altamente estructuradas organizacionalmente con una gran incidencia en la economía a nivel nacional

## • PROBLEMÁTICA DEL SECTOR SOLIDARIO

La economía social y solidaria en Colombia bajo el contexto descrito anteriormente, y si se tienen en cuenta las ventajas que representan las empresas y organizaciones de economía social y solidaria, muchos gobiernos le han dado prioridad a este tipo de organizaciones.

Por lo tanto, han creado marcos de política para el desarrollo de estas economías en todo el mundo. Atendiendo a tales políticas, durante el 2011, se creó en Colombia la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, la cual tiene como misión promover, fomentar, fortalecer y desarrollar socioempresarialmente las organizaciones solidarias, con el fin de generar progreso en los sectores y regiones del país. Todo esto con una institucionalidad del sector fortalecida y transversal, como parte fundamental de los siguientes cuatro ejes de la nueva organización del Estado: competitividad; política social; inclusión social y reconciliación; eficiencia y buen gobierno.

Además, esta unidad asumió las funciones de Dansocial, organismo que estaba encargado de la promoción, el fomento y el fortalecimiento del sector de la economía social y solidaria en el país, conformado por las cooperativas, los fondos de empleados, las mutuales, los grupos de voluntariado, las asociaciones, las corporaciones, las fundaciones y las organizaciones comunales. Aunado a esto, en Colombia, se cuenta con la Superintendencia de la Economía Solidaria y el Fondo de Garantías para Entidades Cooperativas (Fogacoop), la cual se encarga de asegurar los depósitos para el respaldo a los ahorradores del sector financiero cooperativo. Sin embargo, la actividad cooperativa no debe depender solo de estas entidades, pues este sector es totalmente transversal a la economía y, por ello, se considera que la política pública para el sector no se puede limitar a las instituciones citadas, pues la percepción generalizada es que más allá de las alusiones que hace la Constitución Política, actualmente en Colombia el involucramiento de las cooperativas en programas estratégicos del Gobierno no es claro (Confecoop, 2013b). Precisamente, respecto a la economía solidaria en Colombia, la Constitución Política de 1991 declara que se “garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad...” (Título ii, Capítulo i, artículo 38). Más adelante, en el artículo 58, estipula: “El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad”; y reconoce, finalmente: “La empresa como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones, el Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial” (artículo 333, inciso 3). Por su parte, el director de la Asociación Colombiana de Cooperativas (Ascoop), Carlos Acero Sánchez, según una entrevista concedida en el 2013 al periódico Ecosolidario, considera que es importante crear una política pública incluyente y colectiva para el sector del cooperativismo, así mismo afirmó que el cooperativismo debe integrarse al Estado a través de un nuevo entorno político que esté acompañado de acciones afirmativas, con el fin de permitir la participación y consolidación del movimiento cooperativo.

En este sentido, es importante precisar que la política pública que se está adelantando en Colombia para promover el cooperativismo, está contenida en cinco aspectos: 1. Plan Decenal de Desarrollo Cooperativo 2014-2020. 2. Plan Nacional de Desarrollo Nacional. 3. Promoción de un Frente Amplio Parlamentario. 4. Promoción de las Redes de Servicios y Apoyos Cooperativos. 5. Fortalecimiento institucional. Como ya se precisó, es importante involucrar un mayor número de entidades promotoras del cooperativismo y, sobre todo, se requiere de un amplio compromiso por parte del Gobierno Nacional, los empresarios, el sector público y privado, el sector educativo, el agropecuario y demás organismos, con el propósito de lograr el fortalecimiento del sector de la economía social y solidaria en el país.

Así mismo, la economía solidaria cuenta con 7.141 entidades que generan 102.197 empleos y asocian a casi cuatro millones de personas. De estas entidades son las cooperativas las que mantienen el predominio en asociatividad –80%–, número de empresas –74%– y empleados –92%–; así como también en activos, patrimonio, ingresos y

excedentes. En términos macroeconómicos, las empresas solidarias contribuyen con un 5.4% del producto interno bruto del país, del cual el 93% es realizado por cooperativas.

La estructura de la economía solidaria incluye fundamentalmente las siguientes organizaciones: cooperativas, organismos de segundo y tercer grado que agrupen cooperativas u otras formas asociativas y solidarias de propiedad, instituciones auxiliares de la economía solidaria, empresas comunitarias, empresas solidarias de salud, precooperativas<sup>6</sup>, fondos de empleados, asociaciones mutualistas, empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas y empresas asociativas de trabajo.

El Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria (Dansocial) ha fomentado la estructuración de un tercer sector conformado por empresas de índole mutual y de interés general, bajo la noción de la solidaridad como hilo integrador de las organizaciones sin fines lucrativos. La integración organizacional propuesta se denomina sector ampliado de la economía solidaria o sector social y solidario.

### • DESAFIOS DE LA ECONOMIA SOLIDARIA EN COLOMBIA

Las tendencias en la evolución de la economía solidaria están estrechamente ligada a su desempeño económico y social siguiendo las pautas de equilibrio cooperativo, los desafíos más inminentes se detallan a continuación:

1. La ausencia de planes conjuntos y duplicación de esfuerzos gremiales La integración debe orientar procesos tanto gremiales, como económicos. No es posible una orientación gremial sin un soporte de cooperación económica, ni es posible adelantar procesos de alianzas económicas sin un conductor de confianza y fidelidad. La integración predominante de la economía solidaria en Colombia es la gremial. Esta modalidad de integración reviste fundamental importancia en la consolidación de un horizonte para el cooperativismo y sus pares solidarios; en este sentido no es la cantidad de organizaciones garantía de eficiencia operativa, más si lo es la representatividad en sus organismos de base y la participación en organismos de grado superior. No cabe duda, que la integración gremial, como política de fortalecimiento de la economía solidaria, es una estrategia idónea para enfrentar los riesgos de desnaturalización de empresas que optan por el crecimiento económico como estrategia de supervivencia bajo la apertura de los mercados. Sin embargo, dicha integración tiende a la esterilidad a medida que se forman nichos de representación basados en tecnoestructuras que ofrecen pocas concesiones a la participación. Dichas estructuras no generan mecanismos claros de integración basados en la confianza, fidelidad y cooperación, generando atomización y a la larga descoordinación, asimetrías informativas y realización de acuerdos sin el consentimiento ni la participación del aglomerado solidario.

2. La naturaleza de las empresas solidarias La integración económica de las cooperativas –y las empresas solidarias–, como lo apunta el profesor Birchall (2005), se vuelve crítica dado que la naturaleza de estas empresas se centra en la gente y no en el 198 Juan Fernando Álvarez Rodríguez y Rymel Serrano Uribe Estructuras de integración del cooperativismo y la economía solidaria en Colombia capital, lo que genera dificultades para estructurar integraciones empresariales sin perder la identidad organizacional. Si a este factor se le añade la presencia de agentes buscadores de rentas y evasores de obligaciones tributarias y contractuales, es posible desencadenar una crisis de confianza interempresarial. Hacer frente a las necesidades de capital de las empresas solidarias implica integrar esfuerzos para fortalecer su posición en el mercado, aprovechando las economías de escala, la tecnología instalada, los ámbitos de operación, las cadenas productivas y los procesos administrativos solidariamente más eficientes. Lo

anterior implica, configurar no sólo recursos financieros, sino también recursos humanos altamente cualificados bajo una misma identidad y bajo un mismo propósito. En definitiva, se trata de ganar eficiencia en base a la integración consciente de recursos, orientados a fortalecer la identidad solidaria.

3. Tercer desafío: Diferencias en las dimensiones empresariales Como se apuntó inicialmente, la economía solidaria en Colombia está constituida en un 90% por microempresas y pequeñas empresas; mientras que el 3% son grandes empresas. Esta asimetría en la dimensión empresarial, genera que la presencia de algunas entidades de tamaño desproporcionado, en relación con las demás, cree conflictos al interior de los organismos de integración (Uribe, 1999) y crea que la mayoría de empresas carezca de formas de financiación internas, que posibilita la fusión y absorción empresarial como forma de integración en vez de la conformación de organismos de segundo grado. Por otra parte, cuando las asimetrías de dimensiones empresariales, se unen a organismos de integración gremial dirigidos por las tecnocracias económicamente dominantes, las practicas económicas tienden a involucrar socios de base poco interesados en la cooperación, lo que degenera en competencia interna.

4. La integración ampliada de la solidaridad, propuestas como la constitución de un sector ampliado de la economía solidaria, ratifican la necesidad de estrechar lazos con todas las expresiones organizacionales que practican fines no lucrativos fundados en la solidaridad, para integrar esfuerzos en ciertos espacios en busca de promoción al desarrollo sostenible. No obstante, la existencia de espacios de identidad, no implica la necesaria agrupación de organizaciones con distintas identidades bajo un mismo marco conceptual, económico, sectorial y normativo. Integrar empresas de índole mutua a empresas de interés mutuo puede generar ineficacia operativa del sector, dadas las dificultades para garantizar propósitos comunes, espacios claros para la integración empresarial, orientaciones doctrinales compartidas, políticas y organizaciones que atiendan a una doctrina afín y personas comprometidas bajo una misma causa. Se trata, en definitiva, de integrar y complementar esfuerzos para fortalecer la solidaridad como expresión orientadora de la sociedad civil, pero sin perder la identidad propia de las empresas de índole mutua.

## BIBLIOGRAFÍA

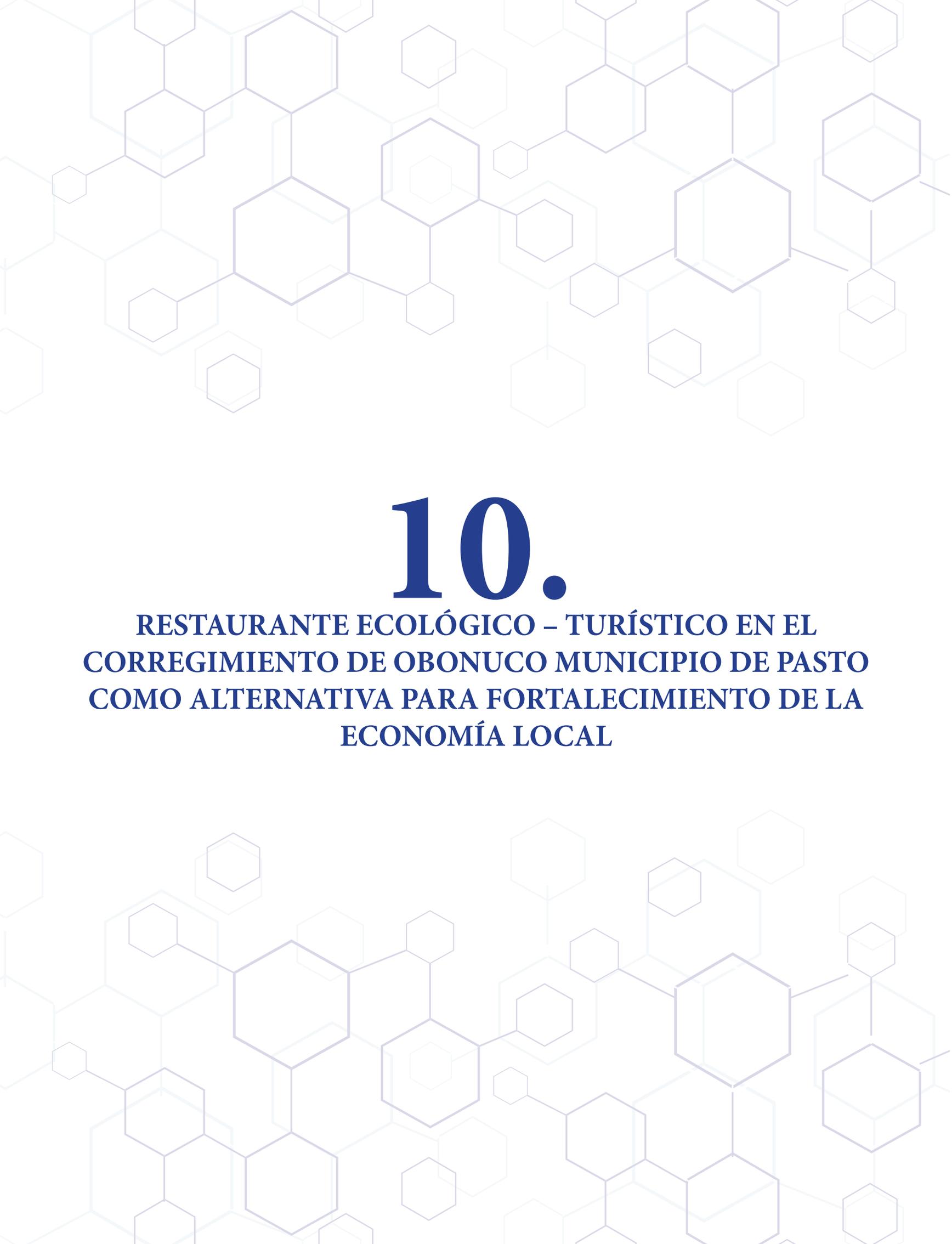
Álvarez, Juan Fernando; Serrano Uribe, Rymel: Estructuras de integración del cooperativismo y la economía solidaria en Colombia, Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, vol. 6, núm. 11, 2006 Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela

Ascoop. (2015). Sector solidario en el Plan Nacional de Desarrollo. Recuperado de: <http://www.ascoop.coop/sector-solidario-en-el-plan-nacional-de-desarrollo/>

Confecoop. (2013a). Desempeño Sector Cooperativo Colombiano, 2012. Recuperado de: <http://confecoop.coop/index.php/noticias?start=4>

Humberto Serna-Gómez\*, Mario Samuel Rodríguez-Barrero. El sector solidario como alternativa para el desarrollo social e inclusivo en el posconflicto colombiano

Rubén Darío Cárdenas Espinosa. Las Organizaciones Solidarias En Colombia Una Experiencia Alternativa En La Modernización Del Estado <https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2018/confecoop-presenta-en-cifras-el-cooperativismo-colombiano/>



# 10.

**RESTAURANTE ECOLÓGICO – TURÍSTICO EN EL  
CORREGIMIENTO DE OBONUCO MUNICIPIO DE PASTO  
COMO ALTERNATIVA PARA FORTALECIMIENTO DE LA  
ECONOMÍA LOCAL**

Ecological - Tourism Restaurant In The Corregimiento De Obonuco Municipio De Pasto As Alternative For Strengthening The Local Economy

Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Jorge Andrés Ruiz Merchancano

Ana Milena Jojoa Males.

Carmen Elena Gomajoa Moreno.

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El sector de los restaurantes y en especial la comida típica adquiere un gran auge que responde a una tendencia creciente del mercado, es así como para estar a la vanguardia y ofrecer nuevas alternativas de comida saludable, se generan propuestas de desarrollo económico con un alto componente innovador y que al mismo tiempo cumplan con las expectativas de una población cada vez más exigente a la hora de consumir alimentos saludables que conjuguen características propias de la gastronomía local, diversidad y producción orgánica, marcando la diferencia en calidad del producto y servicio. Ante esta perspectiva se propuso la creación de ECOSABOR S.A.S como un restaurante ecológico y turístico, ubicado en el corregimiento de Obonuco en el municipio de Pasto, departamento de Nariño; para satisfacer la demanda insatisfecha en el sector. El estudio realizado demostró que el proyecto cuenta con importantes oportunidades de mercado, técnicas, económicas y financieras, además de contribuir al cuidado y conservación del medio ambiente al ofrecer servicios complementarios como sendero ecológico, biodigestor y granja ecosostenible.

**Palabras clave:** desarrollo local, sostenibilidad, innovación, diversidad, mercado

## 2. ABSTRACT

The restaurant sector and especially the typical food acquires a great boom that responds to a growing market trend, this is how to be at the forefront and offer new healthy food alternatives, economic development proposals with a high component are generated innovative and at the same time meet the expectations of an increasingly demanding population when it comes to consuming healthy foods that combine characteristics of local cuisine, diversity and organic production, making a difference in product quality and service. Given this perspective, the creation of ECOSABOR S.A.S was proposed as an ecological and tourist restaurant, located in the municipality of Obonuco in the municipality of Pasto, department of Nariño; to meet the unsatisfied demand in the sector. The study showed that the project has important market, technical, economic and financial opportunities, as well as contributing to the care and conservation of the environment by offering complementary services such as ecological path, biodigester and eco-sustainable farm.

**Keywords:** local development, sustainability, innovation, diversity, market

## 3. INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación describe un plan de negocios para la creación de un restaurante ecológico turístico en el corregimiento de Obonuco en San Juan de Pasto para el año 2019 denominado ECOSABOR S.A.S., una empresa dedicada al servicio de restaurante con un ambiente ecológico que permite incrementar el turismo en el Corregimiento, ofreciendo diferentes alternativas de comida: Típica, diversa y vegetariana, adicional a esto se cuenta con un sendero donde los clientes podrán hacer uso interactuando directamente con las diferentes especies de animales de granja mientras esperan su pedido.

Teniendo en cuenta que hoy en día las familias por la falta de tiempo para cocinar y la oferta cada vez más amplia y variada de opciones gastronómicas, se está optando por comprar comida para llevar o pedir a domicilio, por ello se vio la oportunidad de Innovar en la Ciudad de Pasto con la creación de ECOSABOR S.A.S, esta idea de negocio sale de las expectativas generadas en los últimos años por la amplia cobertura de servicios y al ver la deficiencia que presenta este Corregimiento en un lugar donde las familias puedan disfrutar, compartir, degustar de diferentes alternativas tanto gastronómicas como sociales.

El presente trabajo de grado expondrá aspectos tales como la descripción del problema, el cual da a conocer la situación actual antes de llevar a cabo el proyecto, luego se da paso a la formulación del problema la cual permite la estructuración de la idea de negocio, se realiza la justificación donde se evidenciará por qué y para que del presente trabajo.

Se estipulará el objetivo general y objetivos específicos que le darán desarrollo y cumplimiento al objetivo general señalado. Se elabora un marco contextual que describirá el lugar en el cual se realizará el proyecto en este caso el Corregimiento de Obonuco en la ciudad de San Juan de Pasto, con su ubicación geográfica y su economía. También se tendrá en cuenta la incidencia de ECOSABOR S.A.S. a nivel Nacional e Internacional. Se dará paso a la elaboración del marco teórico el cual es pilar fundamental para el desarrollo del proyecto. Estará conformado por un conjunto de ideas y teorías las cuales se tendrán en cuenta para la realización del trabajo. En el marco conceptual se estipularán los conceptos claves los cuales serán parte del Plan de negocio.

## 4. MATERIALES Y MÉTODOS

**Problemática:** Actualmente en el Corregimiento de Obonuco del Municipio de San Juan de Pasto, los restaurantes no alcanzan a satisfacer algunas necesidades de los habitantes, debido a la escases de establecimientos de comida (típica, vegetariana y diversa), que permite compartir en familia mientras conocen, aprenden y experimentan de la variedad de animales de granja, plantas, entre otras especies que nos ofrece la naturaleza; según el estudio “Diseño de Producto Turístico para el Municipio de Pasto y sus Corregimientos”<sup>1</sup> “la oferta formal de prestadores de los servicios de alojamiento guianza y operación turística se ubican en la zona urbana, tan solo en el Municipio del Encano se identifican dos servicios de alojamiento; y tan solo el 4.12% de los servicios gastronómicos se encuentran en zonas rurales, en los Corregimientos Mapachico, San Fernando, Catambuco, Cabrera y el Encano”, por lo tanto se genera baja participación de los habitantes de Pasto.

1. AVIA SPORT, “Diseño de producto turístico para el Municipio de Pasto y sus Corregimientos”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: ([https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/PRODUCTO\\_TURISTICO\\_Y\\_SUSTENTABLE\\_DE\\_PASTO.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/PRODUCTO_TURISTICO_Y_SUSTENTABLE_DE_PASTO.PDF))

Obonuco no cuenta con restaurantes posicionados que permita satisfacer las necesidades de un alto flujo de turistas, los establecimientos que se encuentran se caracterizan por no cumplir con los estándares de calidad exigidos y son de tipo informal a pesar de que a nivel regional la informalidad disminuyó según el informe mercado laboral urbano – resultados 2018: Pasto 2, el cual afirma que: “i) bajo el criterio DANE-OIT la caída en la informalidad en Pasto fue de 0,2 pp, mientras que la del resto de las 13 áreas fue de 0,1 pp; y ii) bajo la medición por seguridad social la reducción en la ciudad fue de 0,6 pp, mientras que en el resto la cifra se mantuvo estable”. Siendo así, ECO-SABOR S.A.S, al ser una empresa formal contribuirá al crecimiento tanto del corregimiento como del municipio al ser generadores de empleo y de esta manera dinamizar la economía mejorando el indicador de desempleo en Pasto, que según el DANE 3 “Para el mes de julio de 2019, la tasa de desempleo fue 10,7%, lo que representó un aumento de 1,0 puntos porcentuales respecto a julio de 2018 (9,7%)”

Por lo anterior y teniendo en cuenta que la gastronomía ha crecido con el pasar del tiempo, se ve la necesidad que el corregimiento de Obonuco cuente con un lugar para satisfacer algunas de las necesidades tanto de sus habitantes como de los visitantes, aprovechando sus paisajes, manifestaciones culturales y la fertilidad de sus tierras que producen gran variedad de productos agrícolas.

## • Justificación.

La creación de un restaurante ecológico turístico se hace con el fin de aumentar el número de visitantes al Corregimiento de Obonuco a través de un lugar que brinde una nueva alternativa de comida típica, diversa y vegetariana, espacios sociales para reuniones familiares, con amigos, compañeros de trabajo, vecinos y juegos infantiles, además de incluir una propuesta de valor en la inclusión de granjas con animales, que permitan a los visitantes interactuar con el medio ambiente en especial los niños 4 “Para crecer de manera armoniosa, estar sanos y adquirir auténtica conciencia ecológica, hace falta que los niños puedan jugar y vivir en contacto con la naturaleza.”

Teniendo en cuenta que el servicio más demandado en la actualidad es la gastronomía y de acuerdo a la necesidad del mismo en la zona rural, es necesario establecer acciones que permitan generar satisfacción de la población en el aspecto alimentario, ambiental y turístico, pues según el DANE de acuerdo a las estadísticas realizadas en el año 2015 en Pasto 5 “Las ramas de actividad Económica que presentaron mayor demanda de empleo fueron: comercio, hoteles y restaurantes (34,1%) y servicios comunales, sociales y personales (28,0%)” con este reporte es necesario apreciar que la gastronomía, la naturaleza, el turismo religioso y el turismo de salud o de bienestar son parte de lo que más se vende en la región actualmente.

Además de pensar en el bienestar de las personas, el plan de negocios contribuirá al desarrollo empresarial, brindando empleo e innovación, puesto que según el estudio “Diseño de Producto Turístico para el Municipio de Pasto y sus Corregimientos” Obonuco tiene mayor representatividad en el patrimonio cultural y material por oferedor servicios como: 6 “la medicina natural, talleres artesanales (Barniz de Pasto, enchapado en Tamo, trabajos en madera (talla y calado), trabajos en cuero), parcelas agropecuarias y fiestas tradicionales; esta clase de atractivos se manifiestan como elementos diferenciadores en las propuestas de productos y paquetes.”

2. MERCADO LABORAL URBANO – RESULTADOS 2018, “Dirección de estudios económicos, Pasto – Nariño”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: (<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/12%20Informe%20Pasto%202018.pdf>).

3. DANE, “Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>).

4. EL CORREO DEL SOL, “Los niños necesitan naturaleza”. {en línea}. {04 mayo de 2017} disponible en: (<http://www.elcorreodelsol.com/articulo/los-ninos-necesitan-naturaleza>).

5. DANE, “Informe de coyuntura económica regional. departamento de Nariño”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Narino2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Narino2015.pdf).

6. *Ibíd.*, p. 11.

La elaboración de este plan de negocios permite ampliar y fortalecer conocimientos dentro del programa de administración de empresas, dado que, se ha realizado diferentes tipos de investigación, tomando como referencia la observación, información histórica, económica, cultural, geográfica, social del Corregimiento de Obonuco y del Municipio de Pasto; con lo anterior se identificó que este Corregimiento a pesar de tener riqueza ambiental y cultural no se ha explotado turísticamente por lo tanto lo que se busca es instaurar un nuevo concepto de cultura gastronómica, ambiental y social que permita no únicamente la generación de un nuevo negocio si no a la vez el desarrollo de la región fomentando el empleo directo, consolidando un grupo de trabajo capaz de unificar conceptos de atención, servicio e innovación a disposición del consumidor final.

Con los aportes obtenidos en transcurso de la carrera y el apoyo de los profesionales de diferentes áreas ha permitido corregir y avanzar en la propuesta, buscando que sea una realidad y que no se quede como requisito de un proyecto de grado.

## • METODOLOGÍA.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.** Línea de Investigación del Programa: desarrollo y gestión administrativa: busca fomentar en el estudiante, la capacidad de generar espíritu empresarial con el fin de crear unidades empresariales acordes a su carrera o a su formación académica.

Así mismo pretende con la elaboración de proyectos un análisis y evaluación de estos los cuales establezcan su viabilidad en el mercado que garanticen un margen de confiabilidad en la creación, desarrollo e implementación de la empresa. <sup>7</sup>

**SUBLINEA:** Creación y desarrollo empresarial

**TEMA:** Planes de Negocio

**ENFOQUE.** El enfoque es mixto al ser cuantitativo ya que inicialmente se utiliza la recolección de datos cuantificables para establecer un análisis estadístico deductivo y probatorio. y cualitativo porque corresponde a características, propiedades que posee el objeto del estudio. Proporciona información específica de una realidad que se puede explicar y predecir, se recogerán y se analizarán los datos.

**TIPO DE INVESTIGACIÓN.** Este plan de negocio **CREACION DE UN RESTAURANTE ECOLOGICO TURISTICO EN EL CORREGIMIENTO DE OBOUUCO DEL MUNICIPIO DE PASTO AÑO 2019**, se considera como una investigación de tipo exploratoria, ya que el tema de investigación no ha sido estudiado en otras oportunidades, este tipo de estudio permite estudiar aspectos concretos de la realidad que no han sido analizados, y con estos resultados crear las primeras explicaciones.

Considerando que se estudiara las características, situaciones, costumbres y actitudes de la población de estudio mediante los resultados de las encuestas, se implementara una investigación descriptiva.

**MÉTODO.** Conjunto de procedimiento lógicos que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y

7. CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE NARIÑO, CIDAE “Centro de Investigación, desarrollo y asesoría empresarial. Líneas de investigación”. {en línea}. {9 mayo de 2018} disponible en: (<http://cidae.aunar.edu.co/index.php/home/lineas-de-investigacion>).

externas de los procesos con la realidad natural y social, utilizando la observación y la experimentación; el método que se aplica en este caso es inductivo ya que se realiza el estudio del plan de negocios a partir de la generalización de los datos particulares obtenidos por medio de encuestas.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se realizará el análisis de la información teniendo en cuenta las respuestas resultantes en la aplicación de los instrumentos de recolección de información.

Se realizó una encuesta con la finalidad de conocer el grado de aceptación en el mercado para la creación de un Restaurante Ecológico Turístico en el Corregimiento de Obonuco, el cual ofrecerá diferentes platos de comida y servicios buscando mejorar la calidad de vida.

Para este proyecto se realizaron 382 encuestas el cual es la muestra del mercado meta al que se hará enfoque, que dará varios factores claves para conocer qué tan factible es el proyecto y que aspectos serán claves para ser enfatizados, es por esta razón que se muestra a continuación el análisis de las encuestas:



Gráfico 5. ¿Cuántos Integrantes conforman su grupo familiar?

Se puede observar que el mayor porcentaje de la población encuestada conforma un grupo familiar de 3 a 4 y de 4 a 5 integrantes, con un porcentaje del 34% seguido del 30% respectivamente. Esta población objetivo del proyecto, es decir que los servicios de restaurante están dirigidos en promedio al 64% de la población de Pasto, puesto que fueron los datos más relevantes.

## 2. Marcar el Rango de Edad.

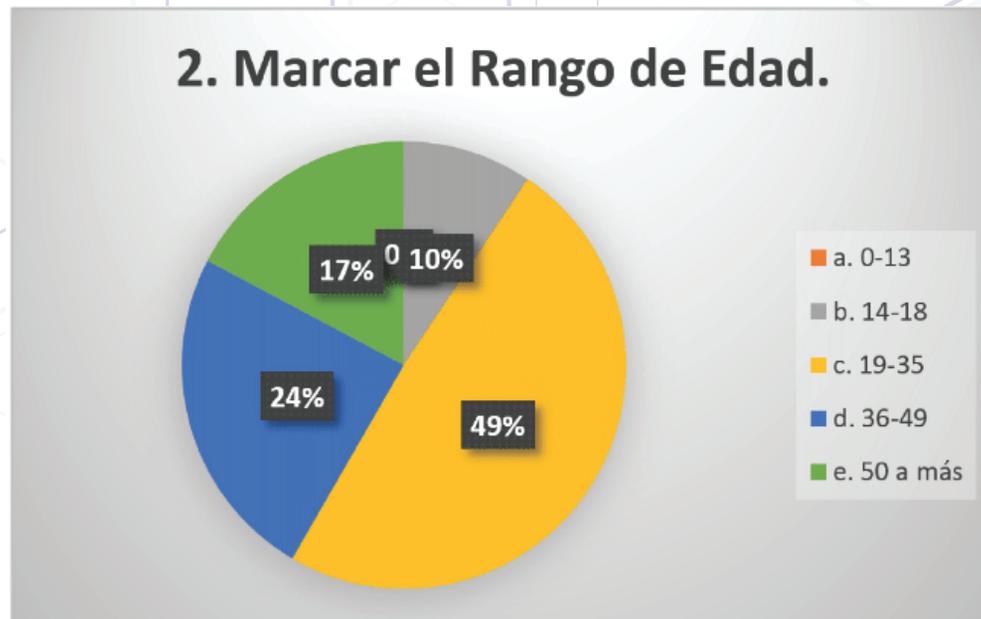


Gráfico 6. ¿Marcar rango de edad?

En el anterior gráfico se puede identificar alrededor del 49% de las personas encuestadas se encuentran entre los 19 y 35 años de edad, siendo así el mercado es demasiado amplio y está formado por población joven interesada en conocer y disfrutar de los servicios que presta el restaurante ECOSABOR S.A.S y que ven en este algo innovador como nuevo tipo de gastronomía y ecología dentro de la Región.

## 3. ¿Suele acudir a restaurantes en familia fuera de la ciudad?



Gráfico 7. ¿Suele acudir a restaurantes en familia fuera de la ciudad?

Se exhibe una representación gráfica de la frecuencia con la que las personas acuden a un restaurante fuera de la ciudad, el cual está representado por un 82% de la población encuestada, siendo este un porcentaje favorable para el proyecto, ya que si existe demanda en este sector.



Gráfico 8. ¿Qué tipo de restaurante usted preferiría?

Como se puede observar, el 51% de las personas prefieren un restaurante ecológico, por lo innovador por lo tanto este resultado es un punto favorable para esta investigación siendo que se busca implementar concientización frente al cuidado y a la vez disfrute del medio ambiente.



Gráfico 9. ¿Cuáles son sus comidas preferidas? (en restaurantes)

Evidentemente, la mayoría de personas compuestas por un 30% opinan que todas las comidas mencionadas en la encuesta deben ser ofrecidas en el restaurante, sin embargo, el 44% de la población prefiere la comida típica, por lo tanto, es un resultado acorde con lo planeado, siendo esta la especialidad ofrecida por el restaurante.

## 6. ¿ Con que frecuencia usted visita los restaurantes ?

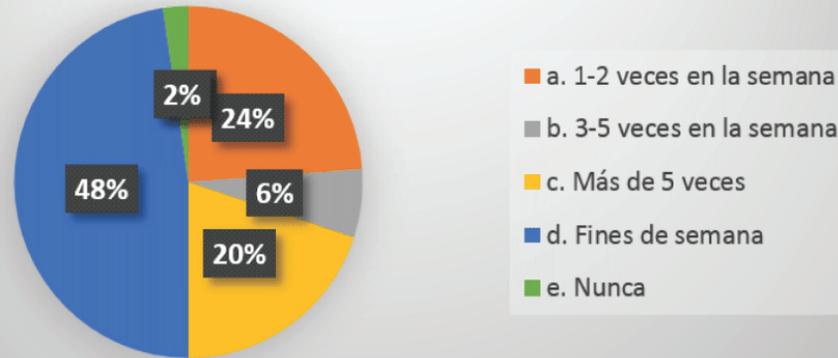


Gráfico 10. ¿Con que frecuencia usted visita los restaurantes?

Se observa que el 48% de los encuestados visitan fines de semana restaurantes, seguido del 24% con una frecuencia de 1 a 2 veces en la semana, se puede identificar un resultado considerable dado que los posibles clientes visitaran el restaurante los fines de semana y algunos días entre semana.

## 7. ¿ Por qué razón prefiere comer en un restaurante?

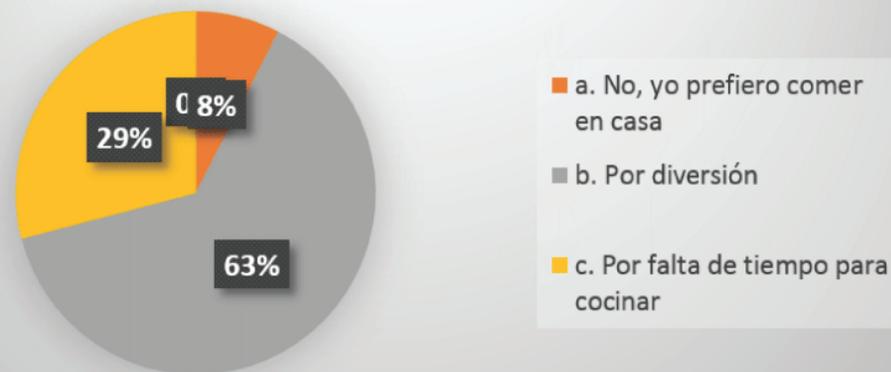


Gráfico 11. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?

En la gráfica se muestra que un 63% visitan los restaurantes por diversión, es un resultado favorable para el presente proyecto porque lo que se busca es mantener un ambiente agradable fuera del trabajo diario, un espacio que permita compartir en familia y con el medio ambiente.

## 8. ¿ Que valora usted en un restaurante ?

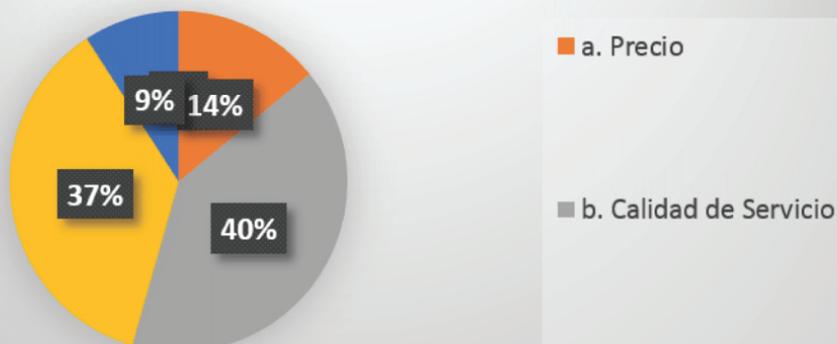


Gráfico 12. ¿Que valora Usted en un restaurante?

En el grafico se identifica que el 40 % de las personas valoran la calidad del servicio, seguido del 37% el cual corresponde a la calidad del producto, estos factores son de gran importancia en la investigación porque permite establecer un sistema de mejora continua en el procesamiento de alimentos, además de la atención diaria a los clientes, buscando siempre la fidelización y el bienestar de los clientes.

## 9. ¿Suele llevar a sus niños a comer en restaurantes?

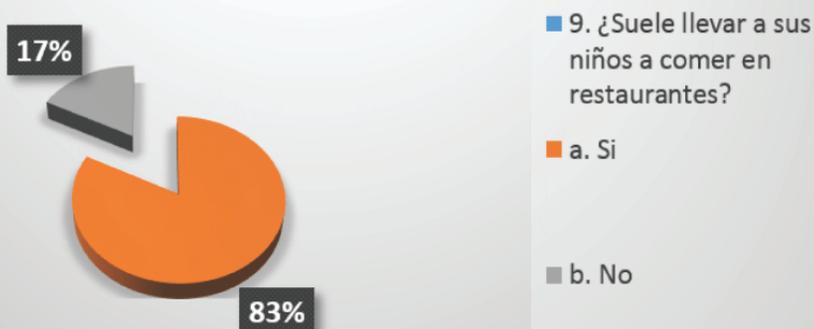


Gráfico 13. ¿Suele llevar a sus niños a comer en restaurantes?

Un 83% de los encuestados llevan a sus niños a comer en restaurantes, considerando este un resultado satisfactorio dado que el objetivo de la presente investigación tiene entre sus servicios diferentes formas de diversión para los niños, los cuales buscan la unión familiar y la interacción con el medio ambiente.

## 10. Que Tipo de juegos infantiles o espacios recreativos le gustaría para sus niños?

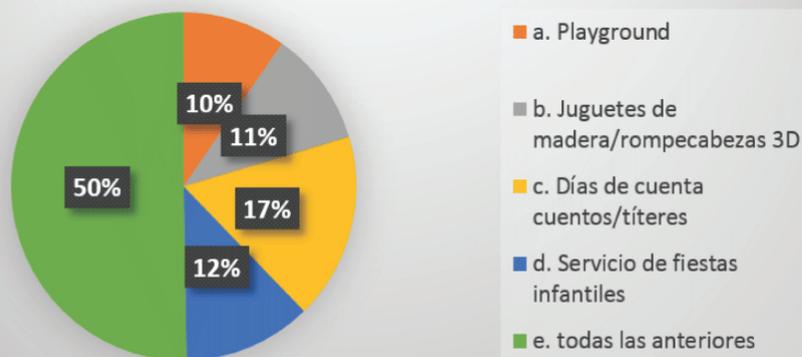


Gráfico 14. ¿Qué Tipo de juegos infantiles o espacios recreativos le gustaría para sus niños

En la presente grafica los servicios de playground, juguetes de madera/rompecabezas, servicio de fiestas infantiles, obtuvieron resultados similares, 10 %, 11% y 12%, a diferencia del servicio de días de cuentos /títeres con un porcentaje del 17% pues este será un servicio que requiere atención al ofrecerlo, sin embargo, la población encuestada prefiere todos los servicios recreativos a su disposición.

## 11. ¿Qué importancia le da a la nutrición de su familia?

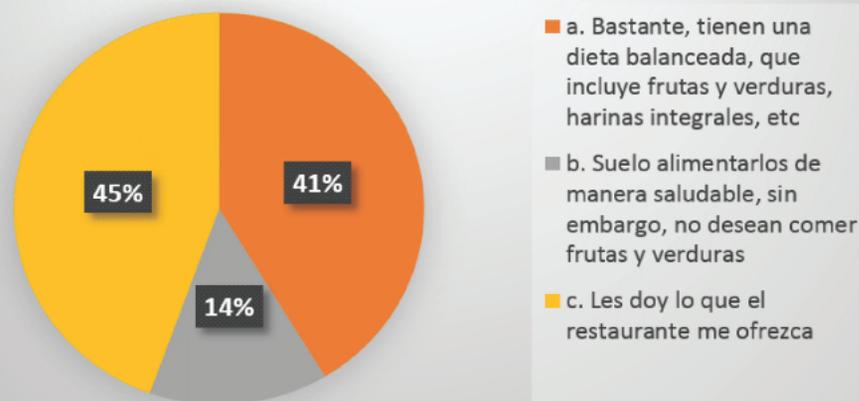


Gráfico 15. ¿Qué importancia le da a la nutrición de su familia?

De acuerdo a la anterior gráfica el 41% de los encuestados cuidan mucho la nutrición de su familia con una dieta balanceada que incluye frutas, verduras y harinas integrales, sin embargo, el 45% prefieren lo que el restaurante les ofrezca, es decir que se encuentran estos porcentajes similares pues los platos deben mantener una alimentación equilibrada en ambos aspectos cuidando así el bienestar y la alimentación de los clientes, manejando alimentos frescos y de calidad.

## 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica?

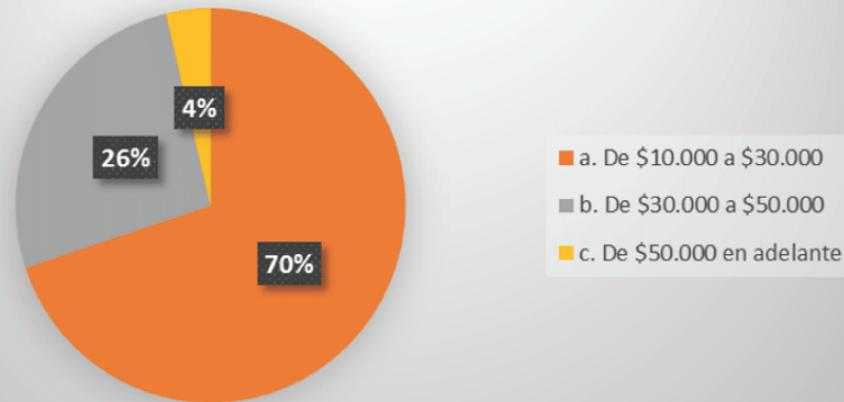


Gráfico 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica?

En cuanto a la pregunta cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica el porcentaje más representativo es del 70% que comprende un valor de \$10.000 a \$30.000 mil pesos, lo que estaría en promedio a lo fijado.

## 13. ¿Considera importante la posibilidad de pagar con tarjeta de crédito?

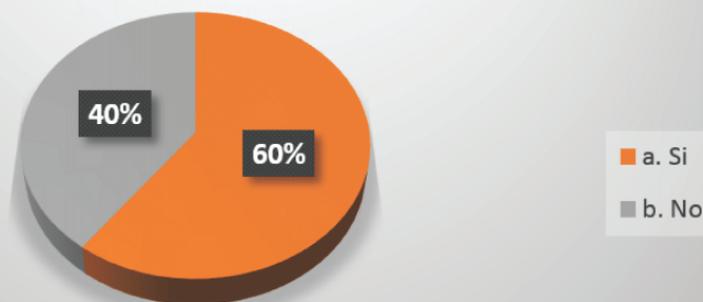


Gráfico 17. ¿Considera importante la posibilidad de pagar con tarjeta de crédito?

El 60% de los encuestados consideran que es importante la posibilidad de pagar con tarjeta de crédito y solo para el 40% consideran que no tiene importancia esta forma de pago, siendo esta una necesidad del cliente como medio de pago por los servicios adquiridos, lo que conlleva a implementar este medio de pago por parte del restaurante.



Gráfico 18. ¿Considera importante un estacionamiento?

La grafica nos indica que para los habitantes de San Juan de Pasto el estacionamiento propio: un factor clave, aunque subvalorado en la mayoría de ocasiones, el 88% de las personas encuestadas considera importante que se tenga un estacionamiento propio en el restaurante.



Gráfico 19. ¿Si el restaurante es ecológico en que zona le gustaría que se encuentre?

En la gráfica podemos observar que el 88% de los encuestados prefieren que el restaurante se encuentre ubicado en la zona rural y un porcentaje mínimo que equivale el 12% prefieren se realicen en la zona urbana, es un dato favorable para la ejecución del proyecto, teniendo que en cuenta que uno de los factores por el cual se desarrolla esta idea de negocio es el aspecto ecológico que se pretende llevar a cabo mediante la conservación del medio ambiente.

## 16. ¿Si su respuesta es la B, ¿Cuál de los siguientes sitios le gustaría que este ubicado?

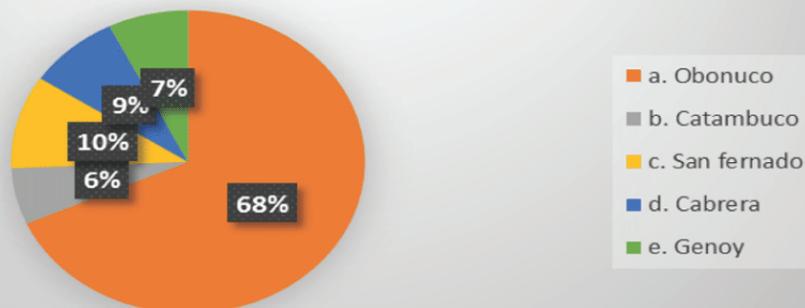


Gráfico 20. ¿Si su respuesta es la B, ¿Cuál de los siguientes sitios le gustaría que este ubicado?

En la gráfica se puede observar que el 68% de los encuestados prefieren que sea ubicado en el corregimiento de Obonuco, siendo este resultado viable para la ejecución del proyecto, porque de las demás alternativas, es este el lugar que no cuenta con un restaurante reconocido por el sector y que ofrezca estos servicios.

## 17. Te gustaría que establecimiento cuente con medios de comunicación online.

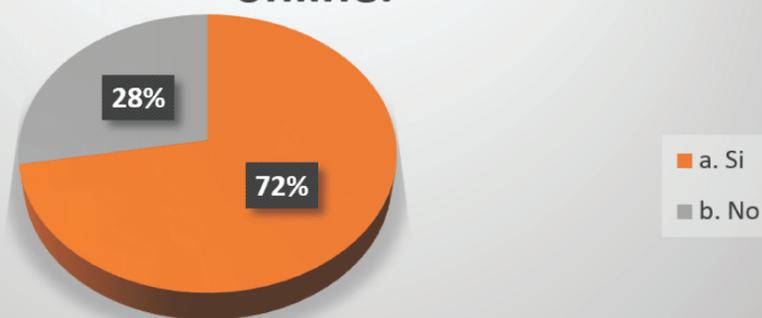


Gráfico 21. Te gustaría que establecimiento cuente con medios de comunicación online.

El 72% de los encuestados consideran importante que el establecimiento cuente con comunicaciones online, y un bajo porcentaje no está de acuerdo que tenga este servicio.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### CONCLUSIONES

El estudio de mercado arroja resultados satisfactorios en cuanto a la aceptación del restaurante ECOSABOR SAS por parte de los habitantes de San Juan de Pasto, lo que permite conocer las características y preferencias del cliente al momento de utilizar el servicio, teniendo en cuenta el trabajo de campo e investigación realizada en la ciudad donde se identifica varios establecimientos que ofrecen el servicio de restaurante, pero les hace falta un valor agregado en cuanto a la conservación del medio ambiente y satisfacción de las necesidades del turista, también proporcionó información acerca de los precios de la competencia con el fin de establecer el valor apropiado a los diferentes platos y servicios ofrecidos.

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos del restaurante es el aspecto ecológico, se implementa la obtención de gas propano por medio de un biodigestor, que permite hacer uso de los residuos de los porcinos para contribuir al medio ambiente, evitando malos olores, la disminución en la utilización de carbón vegetal, mal manejo de los residuos sólidos, generación de humo, proliferación de insectos, entre otros; Por lo tanto el aprovechamiento de las heces de animales en biodigestores es sumamente positivo para el medio ambiente, por otro lado se utilizará empaques ecológicos elaborados con fibra de caña de azúcar. También se resalta la Utilización de frutas y verduras con un proveedor llamado la TULPA, el cual cultiva alimentos sanos con procesos amigables con el campo.

Además de centrar la estrategia en la utilización de alimentos orgánicos, es indispensable la implementación de otros factores que al momento de realizar la encuesta se evidencia la necesidad de tener en cuenta como la Iluminación, la música y una decoración acorde al concepto del restaurante; esto para proveer una experiencia atractiva para los clientes con el fin de que disfruten de una buena comida en torno al compartir con una buena conversación.

De igual manera, se logró determinar ciertos aspectos para la puesta en marcha del proyecto tales como los medios de publicidad mediante los cuales se buscará llegar al mercado objetivo. Para este caso específico, el estudio permitió concluir la importancia de la voz a voz y de la promoción por redes sociales y la web en general, para aumentar la visibilidad de ECOSABOR S.A.S y así atraer una mayor clientela.

Otra estrategia importante es el lugar donde será ubicado el restaurante ya que es cerca a la plaza central de Obonuco, lo cual permite aprovechar un mayor flujo de personas que visitan el corregimiento, sobre todo en eventos como fiestas patronales, obras sociales, bingos, y otros eventos que se realicen durante todo el año.

Teniendo en cuenta el estudio financiero se realizó el cálculo de los indicadores financieros inicialmente de la Tasa Interna de Retorno la cual nos determina el porcentaje de recuperación del proyecto por cada periodo analizado, y para el presente proyecto la tasa de rentabilidad del negocio es del 29% anual.

Se calculó el indicador Periodo de Recuperación de la Inversión, para saber el tiempo en que el proyecto se recupera de manera concreta, la cual corresponde a dos años y ocho meses, es decir que las utilidades e ingresos netos permiten recuperar la inversión oportunamente, este resultado se relaciona con el indicador relación beneficio costo el cual da una ganancia de 1 peso con 84 centavos, es decir que el proyecto es rentable.

En cuanto al estudio ambiental se realiza la Matriz de Leopold la cual contempla los aspectos a tener en cuenta en la actividad productiva de ECOSABOR S.A.S. donde se concluye que las variables positivas en cuanto a la incidencia

ambiental son más relevantes en relación a las negativas, porque disminuye la contaminación ambiental al utilizar las heces de los animales como un generador de gas propano y fertilizante.

## RECOMENDACIONES

Antes de empezar a operar es importante tener en cuenta el análisis DOFA para conocer y comparar las debilidades y fortalezas con las que cuenta el restaurante frente a la competencia.

Dar capacitación previa a todo el personal que vaya ser contratado y de esta manera lograr ofrecer un servicio y atención de calidad.

Establecer un manual de funciones donde se especifiquen, las políticas, normas y reglamento de la empresa, de manera que todo el personal que labora en el restaurante conozca las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo.

Contar con recetas estandarizados con la finalidad de obtener siempre la misma calidad, igual sazón, igual rendimiento, el manejo de los mismos ingredientes, mismas temperaturas, tiempos de cocción. Así como también se sugiere destacarse de la competencia en algunos platos para que la gente se sienta más atraída al asistir al restaurante ECOSABOR SAS.

En cuanto a precio de acuerdo a las encuestas se debe tratar de mantener estándar y no subirle si no es necesario, teniendo en cuenta siempre la calidad de los platos ofrecidos.

Realizar campañas publicitarias, a través de redes sociales (Facebook, wasap, Instagram) en el que se da a conocer los servicios prestados por el Restaurante, los platos con su descripción en precio, así como también recomendar al cliente el voz a voz y tener en cuenta la satisfacción del mismo y un buzón de sugerencias para mejorar.

Explicar e informar rigurosamente por medio de letreros y al ingresar a los clientes acerca de la conservación de los recursos naturales que tiene a servicio el Restaurante ECOSABOR SAS.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA DE PASTO. OBONUCO, “Lugares de interés en Pasto, Nariño”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<http://www.turismopasto.gov.co/index.php/obonuco>).

AMERICA RETAIL. “Colombia: cinco grupos de restaurantes preparan nuevos proyectos”. {en línea}. {16 abril de 2018} disponible en: (<https://www.america-retail.com/colombia/colombia-cinco-grupos-de-restaurantes-preparan-nuevos-proyectos/>).

ARAPACK, “Características de los envases ecológicos para alimentación”. {en línea}. {18 septiembre de 2019} disponible en: (<https://www.arapack.com/caracteristicas-envases-ecologicos-alimentacion/>).

AVIA SPORT, “Diseño de producto turístico para el Municipio de Pasto y sus Corregimientos”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: ([https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/PRODUCTO\\_TU-](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/PRODUCTO_TU-)



RISTICO\_Y\_SUSTENTABLE\_DE\_PASTO.PDF).

BIODIGESTORES, “¿Que son y cómo construirlos?”. {en línea}. {18 septiembre de 2019} disponible en: (<http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/prog-cerdos-biodigestor1.pdf>).

CHIAVENATO, Idalberto “Teoría organizacional de Chiavenato”. {en línea}. {27 febrero de 2018} disponible en: ([http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos\(%20lect%20\)%20CHIAVENATO.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos(%20lect%20)%20CHIAVENATO.pdf)).

CHICAQUE, “Bogotá, Colombia”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<http://www.chicaque.com/>).

CÓDIGO SUSTANTIVO DE TRABAJO. “Ordenada por el artículo 46 del Decreto Ley 3743 de 1950, compilando los Decretos 2663 y 3743 de 1950 y 905 de 1951”. Diario Oficial: Bogotá, 1951. No 27.622. p 1

COLABORADORES DE WIKIPEDIA, “Tasa interna de retorno”. {en línea}. {5 diciembre de 2018} disponible en: ([https://es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_interna\\_de\\_retorno](https://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno)).

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Decreto 1443 “Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Diario Oficial: Bogotá, 2014. p 1

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Decreto 3075 “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial: Bogotá, 1997. p 1.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 1258 “Por la cual se crea la sociedad por acciones simplificada”. Diario Oficial: Bogotá, 2008. No. 47.194. p 1.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 1429 “Por la cual se expide la formalización y generación de empleo”. Diario Oficial: Bogotá, 2010. No. 47.934. p 1

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 1801 “Por la cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia”. Diario Oficial: Bogotá, 2016. No. 49.949. p 1

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 590 “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa”. Diario Oficial: Bogotá, 2000. p 1.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 789 “Por la cual se expiden normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifiquen algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo”. Diario oficial: Bogotá, 2002. No. 45.046. p 1.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1558 “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial: Bogotá, 2006. p 1

COLOMBIA.COM, “Economía”. {en línea}. {28 agosto de 2018} disponible en: (<https://www.colombia.com/colombia-info/informacion-general/economia/>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA, Ley 1014 de 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento”. Diario Oficial: Bogotá, 2006. No. 46.164. p 1

CONCEPTO DEFINICIÓN.DE, “Definición de biodiversidad”. {en línea}. {5 de diciembre de 2018} disponible en: (<https://conceptodefinicion.de/biodiversidad/>).

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA, Decreto 410 DE 1971 “Por el cual se expide el Código de Comercio”. Diario Oficial: Bogotá, 1971. No. 33.339. p 1.

CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE NARIÑO, CIDAE “Centro de Investigación, desarrollo y asesoría empresarial. Líneas de investigación”. {en línea}. {9 mayo de 2018} disponible en: (<http://cidae.aunar.edu.co/index.php/home/lineas-de-investigacion>).

CORREGIMIENTO DE OBONUCO. “Historia el corregimiento de Obonuco”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<http://corregimientobonuco.blogspot.com.co/2013/11/historia.html>).

CRECE NEGOCIOS, “Definición de creatividad”. {en línea}. {4 diciembre de 2018} disponible en: (<https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>).

CRECE NEGOCIOS, “El modelo de las cinco fuerzas de Porter”. {en línea}. {5 diciembre de 2018} disponible en: (<https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>).

CYBERCLICK: Marketing, (consultado el 21 de septiembre de 2019). Disponible en internet: (<https://www.cyberclick.es/marketing>).

DANE, “Estadísticas municipio de Pasto”. {en línea}. {01 marzo de 2019} disponible en: <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio/estadisticas-municipio-de-pasto>).

DANE, “Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

DANE, “Informe de coyuntura económica regional. departamento de Nariño”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Narino2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Narino2015.pdf).

DANE, “Perfil municipal de Pasto. Proyección de población. Boletín de censo general”. {en línea}. {10 febrero de 2019} disponible en: ([https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL\\_PDF\\_CG2005/52001T7T000.PDF](https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/52001T7T000.PDF)).

DANE. “estimaciones de población 1985 - 2005 y proyecciones de población 2005 - 2020 total municipal por área”. {en línea}. {19 noviembre de 2018} disponible en: ([https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proye-pobla06\\_20/Municipal\\_area\\_1985-2020.xls](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proye-pobla06_20/Municipal_area_1985-2020.xls)).

DANE. Estadística por demografía y población. (consultado el 20 de agosto de 2019) (Disponible en internet: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>).

DANE. Estadística por demografía y población. (consultado el 20 de agosto de 2019). (Disponible en internet: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

ECOHOTEL, “Bogotá, Colombia”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<http://www.taironaka.com/servicios>).



- ECONOMIA EN SAN JUAN DE PASTO, “Pasto, Nariño”. {en línea}. {27 febrero de 2018} disponible en: (<http://apartahotelvincentsuites.com/turismo-pasto/notas-de-interes/361-economia-en-san-juan-de-pasto>).
- ECONOMIPEDIA, “Valor actual neto (VAN)”. {en línea}. {5 diciembre de 2018} disponible en: (<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>).
- EL CORREO DEL SOL, “Los niños necesitan naturaleza”. {en línea}. {04 mayo de 2017} disponible en: (<http://www.elcorreodelsol.com/articulo/los-ninos-necesitan-naturaleza>).
- EL TIEMPO, “Universidad de la Sabana. Niños y tecnología ¿oportunidad o amenaza?”. {en línea}. {04 mayo de 2017} disponible en: (<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/relacion-entre-los-ninos-y-la-tecnologia-84130>).
- EMPAQUES Y PROYECTOS SACKPROM S.A.S., “Cotización y especificaciones técnicas y lista de precios de productos”. {en línea}. {21 septiembre de 2019} disponible en: (correo electrónico)
- EMPRENDER ES POSIBLE, “Definición de creatividad”. {en línea}. {4 diciembre de 2018} disponible en: (<http://www.emprenderesposible.org/creatividad>).
- ENCOLOMBIA. “Conservación del medio ambiente, proteger, mantener y cuidar los recursos naturales”. {en línea}. {2 junio de 2018} disponible en: (<https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/conservacion-ambiental-proteger-mantener-cuidar-recursos-naturales/>).
- EROSKI CONSUMER, “Los alimentos y sus componentes”. {en línea}. {2 junio de 2018} disponible en: (<http://trabajoyalimentacion.consumer.es/documentos/componentes1.php>)
- ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN DE UN PROYECTO. {en línea}. {10 de febrero de 2019} disponible en: ([http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11\\_a05.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf))
- ESTUDIO TÉCNICO. “Temas de administración de empresas”. {en línea}. {10 febrero de 2019} disponible en: (<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>).
- FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA. “Plan de desarrollo turístico de Nariño”. {en línea}. {24 julio de 2018} disponible en: (<http://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2017/03/Plan-de-desarrollo-turistico.pdf>).
- FONTUR COLOMBIA, “Diseño de producto turístico para el municipio de pasto y sus corregimientos”. {en línea}. {16 septiembre de 2019} disponible en: ([https://www.fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/PRODUCTO\\_TURISTICO\\_Y\\_SUSTENTABLE\\_DE\\_PASTO.PDF](https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/PRODUCTO_TURISTICO_Y_SUSTENTABLE_DE_PASTO.PDF)).
- GOBERNACION DE NARIÑO, “Reserva Natural la Macarena. Nariño, Colombia”. {en línea}. {2 mayo de 2018} disponible en: (<http://xn--nario-rta.gov.co/turismo/reserva-natural-la-macarena.html>).
- MENENE, Luis, “El mercado: Concepto, tipos, estrategias, atractivo y segmentación”. {en línea}. {4 diciembre de 2018} disponible en: (<https://luismiguelmanene.wordpress.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentación/>).

MERCADO LABORAL URBANO – RESULTADOS 2018, “Dirección de estudios económicos, Pasto – Nariño”. {en línea}. {20 octubre de 2017} disponible en: (<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/12%20Informe%20Pasto%202018.pdf>).

NARIÑO.INFO. Los 10 lugares fantásticos que debes visitar en Nariño. [En línea]. [Pasto, Nariño]. (Consultado: 28, Abr., 2018). Disponible en internet: (<http://narino.info/2016/10/09/los-10-lugares-fantasticos-debes-visitar-narino/>)

OPCIONBIO, “Restaurantes ecológicos”. {en línea}. {2 junio de 2018} disponible en: (<http://opcionbio.es/blog/es/2012/02/28/restaurantes-ecologicos/>)

PARADOR COBA NEGRA, “Pasto, Nariño”. {en línea}. {27 febrero de 2018} disponible en: (<https://placesmap.net/CO/Parador-Coba-Negra-192817/>).

PARQUE ECOLOGICO JERICO, “Cundinamarca, Colombia”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<http://www.parqueecologicojerico.com/>).

PEQUEÑAS PLANTAS DE BIOGAS – Sistema Biodigestor Biobolsa Colombia. Consultado el 20 de marzo de 2019. Disponible en internet: (<http://www.promoenergia.co/biodigestores/index.html>)

PINTO ARROYO, Santiago “Valoración de impactos ambientales, Matriz Sorensen”. {en línea}. {27 febrero de 2018. Disponible en: ([http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf))

POPULATION.CITY, Pasto “Población”. {en línea}. {20 junio de 2019} disponible en: (<http://poblacion.population.city/colombia/pasto/>).

PORTALDEENCUESTAS, Encuestatick “Que es una encuesta”. {en línea}. {5 diciembre de 2018). disponible en: (<https://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>)

PROMONEGOCIOS.NET, “Definición de Empresa”. {en línea}. {5 diciembre de 2018} disponible en: (<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>).

SIGNIFICADOS, “Definición de innovación”. {en línea}. {4 diciembre de 2018} disponible en: (<https://www.significados.com/innovacion/>).

SMART, “La Fertilidad del suelo”. {en línea}. {18 septiembre de 2019} disponible en: (<https://www.smart-fertilizer.com/es/articulos/soil-fertility>).

TEORÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL LEOPOLD. {en línea}. {27 febrero de 2018} disponible en: ([http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf))

TEORÍA DE KLOTER POSICIONAMIENTO DEL MERCADO. {en línea}. {27 febrero de 2018} disponible en: ([http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818\\_5184.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf)).

TEORÍA ENCADENAMIENTO DE EFECTOS. {en línea}. {26 febrero de 2019} disponible en: (<https://tarwi.lamolina.edu.pe/~tvelasquez/SEMANA%205.doc>).

TEORIA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, “Técnicas CRM”. {en línea}. {26 febrero de 2019} disponible en: ([http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:45104/componente45102.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45104/componente45102.pdf))

TODA COLOMBIA, “Departamento de Nariño. Bogotá, Colombia”. {en línea}. {28 abril de 2018} disponible en: (<https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/narino.html>).



UNIVERSIDAD DE NARIÑO, “Proyecto de grado: Creación de restaurante Tuquerres – Nariño”. {en línea} {18 marzo de 2019} disponible en: (<http://sired.udenar.edu.co/3953/1/85170.pdf>).

UNIVERSIDAD DE NARIÑO. “Proyecto de grado: Ipiales – Nariño”. {en línea} {20 septiembre de 2019} disponible en: (<http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/85625.pdf>).

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. “Plan de Negocios de un restaurante orgánico en Villa de Leyva. Bogotá 2017”. {en línea}. {20 septiembre de 2019} disponible en: ([https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/763/1/BAA-spa-2017\\_Plan\\_de\\_negocios\\_de\\_un\\_restaurante\\_organico\\_en\\_Villa\\_de\\_Leyva.pdf](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/763/1/BAA-spa-2017_Plan_de_negocios_de_un_restaurante_organico_en_Villa_de_Leyva.pdf))

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO, convenio universidad de Nariño, “Proyecto de grado: Plan de negocio restaurante multicultural Fusión Gourmet”. {en línea}. {18 marzo de 2019} disponible en: (<http://sired.udenar.edu.co/4327/1/91826.pdf>). WEB Y EMPRESAS, “Que son las funciones administrativas”. {en línea}. {12 febrero de 2019} disponible en: (<https://www.webyempresas.com/que-son-las-funciones-administrativas/>).



# 11.

**EL EMPRENDIMIENTO SI APORTA ESTRATEGIAS  
INNOVADORAS PARA FORTALECER EL MARKETING  
EDUCATIVO**



Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Elizabeth Caicedo Madroño

Irina Margarita Jurado Paz

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años la educación superior atraviesa un desafío significativo por la reducción de matriculados en los programas de pregrado presencial, razón por la cual es necesario desarrollar estrategias de marketing educativo innovadoras y altamente diferenciadoras para acercar a las universidades con su mercado potencial.

Entendiendo este desafío, desde el equipo de trabajo del grupo de investigación Equipo CREA se inició en el año 2018 a diseñar unas estrategias de mercadeo articuladas a la gestión en emprendimiento, comprendiendo que en este amplio tema se pueden encontrar temas de amplio interés para la mayoría de jóvenes.

En el segundo semestre de 2019 se inició a implementar la estrategia diseñada, la cual empieza con la aplicación de un test de emprendimiento, del cual se construye una propuesta de taller ajustada a las condiciones del mercado, con ello no solo se busca posicionar la universidad entorno a la formación en emprendimiento, sino que los mismos estudiantes identifiquen en este tema oportunidades para desarrollar su crecimiento personal y profesional.

En total se han aplicado más de 250 test en seis Instituciones Educativas del municipio de Pasto, con base en el cual se han diseñado cinco talleres, de los cuales tres ya se han desarrollado con resultados altamente significativos para los estudiantes, los colegios y la universidad.

**Palabras clave:** emprendimiento, gestión de emprendimiento, perfil emprendedor, test de emprendimiento.

## 2. ABSTRACT

In recent years, higher education has been facing a significant challenge due to the reduction in enrollment in face-to-face undergraduate programs, which is why it is necessary to develop innovative and highly differentiating educational marketing strategies to bring universities closer to their potential market.

Understanding this challenge, from the work team of the CREA Team research group started in 2018 to design marketing strategies articulated to the management in entrepreneurship, understanding that in this broad topic you can find topics of wide interest for the majority of young people

In the second semester of 2019, the designed strategy began to be implemented, which begins with the application of an entrepreneurship test, from which a workshop proposal adjusted to market conditions is built, with this, not only is the university's position sought around entrepreneurship training, but that the students themselves identify in this topic opportunities to develop their personal and professional growth.

In total, more than 250 tests have been applied in six Educational Institutions in the municipality of Pasto, based

on which five workshops have been designed, of which three have already been developed with highly significant results for students, colleges and the university.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurship management, entrepreneurial profile, entrepreneurship test.

### 3. INTRODUCCIÓN

Con el paso de los años el sistema educativo empieza a experimentar importantes desafíos, las cuales han conllevado a que éste servicio social deba ser “comercializado” cumpliendo con ciertas condiciones de cantidad y de calidad, que resulta muy complejo mantenerlas en conjunto. De hecho, en la actualidad tanto las entidades públicas, privadas o mixtas están afrontando la necesidad de incorporar, bajo diferentes necesidades, estrategias comerciales para obtener los ingresos económicos necesarios para mantener, sostener o proyectar sus labores misionales.

Entendiendo que el marketing educativo engloba muchas acciones y estrategias desarrolladas por las instituciones de educación encaminadas a atraer la atención de los posibles estudiantes, y que finalmente, puedan hacer de ellos unos usuarios reales, además de establecer desde este enfoque modificaciones organizacionales que les permitan adaptarse a las condiciones que exige el mercado tanto de los estudiantes como de los padres de familia y la sociedad en general, de este tipo de servicios.

Por otro lado, existen teorías organizacionales que sostiene la hipótesis que ninguna institución es capaz de generar todos los recursos que necesita, lo cual significa que ellas deben depender del ambiente para obtenerlos. La premisa básica del modelo de la dependencia de los recursos cuestiona los supuestos de adaptación automática al entorno. Para este enfoque dichos procesos provienen de una interfaz política que se produce tanto en el seno mismo de las organizaciones, como en sus relaciones interorganizacionales. Desde esta perspectiva, las organizaciones intentan relacionarse activamente con el contexto y de esta manera manipularlo para su propio beneficio.

Bajo estos criterios, los cambio que afronta el ambiente del sistema educativo en la actualidad conlleva a que las Instituciones Educativas, y entre ellas las universitarias, desarrollen estrategias para ser más eficientes al momento de atraer la atención de los posibles usuarios, a tal punto que se genera un desconocimiento o muy poca importancia a la orientación vocacional del mismo; en síntesis, se genera un dilema ético en el cual por un lado está la necesidad de cumplir con unos indicadores de productividad, y por el otro, la responsabilidad de vincular a jóvenes que realmente cuenten quieran estudiar y formarse profesionalmente bajo un programa en particular.

En este sentido, es importante establecer mecanismos éticos que realmente permitan cumplir con el reto de ampliar el número de personas formadas profesionalmente, y a la vez, se cuente con una filosofía de contribución en la orientación vocacional de los estudiantes posibles usuarios; de manera tal que este proceso de vida tan importante no se sustente en decisiones netamente mercantilistas, sino que responda a una verdadera contribución social.

En los siguientes apartados de este documento, los autores de la misma, quieren compartir con la comunidad académica una reflexión sobre la importancia de incorporar elementos éticos a los procesos cotidianos de marketing educativo, además, de cómo desde la gestión en emprendimiento universitario, se puede contribuir para establecer estrategias pedagógicas que ayuden a los estudiantes a elegir su vocación profesional basado en sus capacidades, habilidades, destrezas, actitudes y aptitudes personales; y de esta manera, sea posible contrarrestar los problemas efecto de una mercantilización de la educación superior.

Compartiendo la implementación de la estrategia diseñada desde el segundo semestre de 2018 y puesta en marcha en el 2019B, en donde el emprendimiento entra a fortalecer el marketing educativo aplicando un test de emprendimiento a estudiantes de grados décimo y undécimo de instituciones educativas del municipio de Pasto, con base en sus resultados se diseñan talleres de emprendimiento ajustados a los requerimientos del público objetivo y a partir de allí, hacer una interacción universidad-estudiante para que él conozca sus potencialidades emprendedoras, la posibilidad de desarrollarlas en conjunto con la Institución Universitaria y con ello fortalecer la capacidad de la universidad para atraer a nuevos usuarios.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El emprendimiento se ha convertido en una herramienta que además de despertar las habilidades, destrezas, actitudes y aptitudes, impulsa a las personas a encontrar oportunidades de mejorar su calidad de vida con un proceso concienzudo respecto de que va hacer toda su vida. Es así como empieza una investigación para renovar el marketing educativo, en el recinto de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño “AUNAR” de la ciudad de Pasto. Parte de identificar que las estrategias del marketing educativo se quedan cortas en un entorno tan cambiante y donde la juventud carece de interés.

Mediante un estudio cualitativo y teniendo en cuenta el ingreso de los estudiantes a las Instituciones de Educación Superior en Colombia, se entendió que unas prácticas tradicionales de marketing como es el volanteo, las ferias institucionales, visitas a colegios, promoción radial, entre otras; no resultaban ser tan efectivas puesto que las cifras de ingreso a la Institución estaban en descenso.

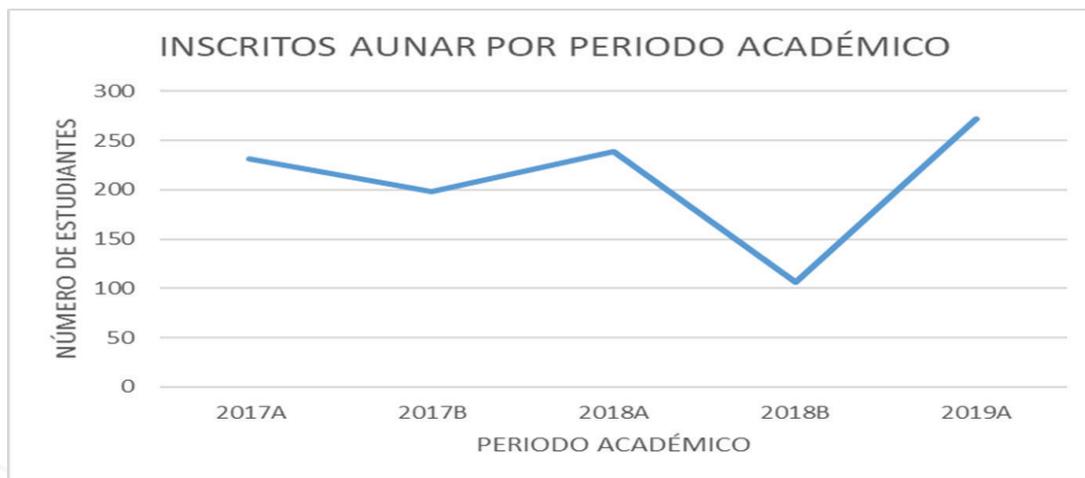


Figura 8. Inscritos 2017A -2019B.

Fuente: Investigación ¿El emprendimiento podría aportar estrategias innovadoras para fortalecer el marketing educativo?

La investigación que nació con el interrogante de que ¿El emprendimiento podría aportar estrategias innovadoras para fortalecer el marketing educativo?, demostró que los jóvenes no toman las decisiones con base a su orientación vocacional, si no por aspectos netamente mercantiles que no agregan valor a sus vidas.

Gracias a los resultados obtenidos tras la experiencia de los talleres de “mesa de retos” aplicados en el Encuentro Nacional de Semilleros de Investigación en el sur occidente de Colombia, para el proceso de promoción del año

2019, se implementó la primera etapa del emprendimiento, es decir la motivación y sensibilización no solo en los estudiantes, sino también en las personas que orientan sus procesos de formación de educación media.

Así también se tuvo en cuenta la investigación realizada por dos estudiantes del programa de Administración de Empresas de AUNAR la cual se denominó “análisis del perfil emprendedor de los estudiantes de primer semestre de los programas profesionales, modalidad presencial, jornada diurna en la corporación universitaria autónoma de Nariño de la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2018”; donde se definió la batería de preguntas para analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de primer semestre.

Preguntas perfil emprendedor	
NO.	PREGUNTAS
1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse
2	Cuando me enfrente a un problema difícil, invierto mucho tiempo en encontrar una solución
3	Termino mi trabajo a tiempo
4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente
5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final
6	Me gusta pensar sobre el futuro
7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, recaudo toda la información posible antes de darle curso
8	Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura
9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones
10	Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar
11	No importa con quien esté hablando, siempre escucho muy atentamente
12	Hago lo necesario sin que otros tengan que pedírmelo
13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero
14	Soy fiel a las promesas que hago
15	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo
16	No me involucro en algo nuevo a menos que haya hecho todo lo posible por asegurar el éxito
17	Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida
18	Busco el consejo de personas que son especialistas en las áreas en que yo me estoy desempeñando
19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen las diferentes alternativas antes de llevar a cabo una tarea
20	No pierdo mucho tiempo pensando cómo puedo influenciar a otras personas
21	Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista
22	Me resiento cuando no logro lo que quiero
23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades
24	Cuando algo se interpone en lo que estoy intentando hacer, persisto en mi cometido



24	Cuando algo se interpone en lo que estoy intentando hacer, persisto en mi cometido
25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo
26	Me molesta cuando pierdo el tiempo
27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar
28	Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito
29	Tomo acción sin perder tiempo buscando información
30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y pienso lo que haría si se suscitan
31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas
32	Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento con fiado en mi triunfo
33	He sufrido fracasos en el pasado
34	Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro
35	Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo hacia otras actividades
36	Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial por lograr que quede satisfecha
37	Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas; siempre considero que hay una mejor manera de hacerlo
38	Llevo a cabo tareas arriesgadas
39	Cuento con un plan claro de mi vida
40	Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona
41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos
42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema
43	El trabajo que realizo es excelente
44	En ocasiones he sacado ventajas de otras personas
45	Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado
46	Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas
47	Mi familia y vida personal son más importantes para mí que las fechas de entregas de trabajos que yo mismo determino

Tabla 5. Preguntas perfil emprendedor

Fuente: Proyecto de Grado Análisis Del Perfil Emprendedor De Los Estudiantes De Primer Semestre De Los Programas Profesionales, Modalidad Presencial, Jornada Diurna En La Corporación Universitaria Autónoma De Nariño De La Ciudad De San Juan De Pasto En El Año 2018. José Gabriel Benavides Zarama, Anderson Giovanni Díaz Muñoz

La batería de preguntas hoy es la base para conocer la situación actual de los estudiantes de grado decimo y once y para definir cuáles son las estrategias más adecuadas para desarrollar el marketing educativo de AUNAR.

Hasta la fecha se han implementado 283 baterías en colegios privados y públicos de la ciudad de Pasto, los resultados obtenidos se analizan y se agrupan en diez factores que son parte de tres grandes dimensiones, la siguiente tabla resume esta agrupación.

DIMENSIONES	FACTORES
LOGRO	Iniciativa
	Persistencia
	Cumplimiento
	Exigir eficiencia y calidad
	Correr riesgos calculados
PLANIFICACIÓN	Fijar metas
	Búsqueda de información
	Planificación sistemática
PODER	Persuasión y redes de apoyo
	Autoconfianza e independencia

Tabla 6. Dimensiones y factores del perfil emprendedor. Fuente: Proyecto de Grado Análisis Del Perfil Emprendedor De Los Estudiantes De Primer Semestre De Los Programas Profesionales, Modalidad Presencial, Jornada Diurna En La Corporación Universitaria Autónoma De Nariño De La Ciudad De San Juan De Pasto En El Año 2018. José Gabriel Benavides Zarama, Anderson Giovanni Díaz Muñoz

Esta agrupación nos permite emitir un diagnóstico individual por estudiante y adicional un informe general por colegio, donde se evidencia las fortalezas y/ o debilidades de las dimensiones del perfil emprendedor, y a su vez formular las estrategias para maximizar las fortalezas y contrarrestar las debilidades en los jóvenes que les permita tomar decisiones respecto de qué camino seguir para aprovechar las oportunidades del mercado laboral.

A partir de este diagnóstico se formulan talleres para fortalecer las competencias en los estudiantes y desarrollar las dimensiones del perfil emprendedor que los conduzca a alcanzar las cinco etapas del proceso de emprendimiento.

CONCEPTO	DETALLE
Nombre de la actividad	Taller de emprendimiento innovador.
Duración	6 horas
Fecha	A convenir. Se propone miércoles 23 o 30 de octubre.
Temas a trabajar:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El emprendimiento una opción de vida.</li> <li>• Quién soy y hacia dónde voy.</li> <li>• Mesas de retos: Yo propongo.</li> </ul>
Metodología a desarrollar	<p>Los temas propuestos se trabajarán a partir de talleres dinámicos y participativos, en los que se incorporarán juegos que facilitará la conexión de los chicos con la formación.</p> <p>Al finalizar se hará una evaluación de la actividad y se entregará una certificación a cada estudiante participante de la actividad.</p>
Requerimientos	<p>Disponibilidad del tiempo por parte de los estudiantes.</p> <p>Acompañamiento de dos docentes de la institución.</p> <p>Fotocopia del material de trabajo.</p>

Tabla 7. Descripción taller de emprendimiento. Fuente: Este proyecto.

En el desarrollo de los talleres interactúan docentes, estudiantes de AUNAR y estudiantes de los colegios de la ciudad de Pasto. Este acercamiento le permite al futuro aspirante no solo fortalecer sus actitudes y aptitudes, si no encontrar una idea más clara sobre las diferentes profesiones y su opción de vida.



Ilustración 1. Taller de emprendimiento y finanzas.

Fuente: Este proyecto.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El emprendimiento es una excelente alternativa para acercar a las universidades a las nuevas generaciones, en especial, porque sin importar qué ellos quieran hacer en adelante, encontrarán en este tema, un espacio para conocerse, proyectarse y orientar su crecimiento tanto personal como profesional.

En términos generales, los test de emprendimiento han podido ratificar que la gestión en tema que se hace en los colegios influye para que el perfil emprendedor de los estudiantes se vaya fortaleciendo y puedan potencializar sus capacidades, habilidades, destrezas, así como también su actitud.

Finalmente, es necesario continuar fortaleciendo este tipo de estrategias, que van mucho más allá de vender un programa o una institución, sino de ejercer con mayor responsabilidad la relación de la institución con sus posibles usuarios.

## BIBLIOGRAFÍA. UTILIZAR NORMAS APA SEXTA EDICIÓN

- Armstrong, K. P. (2007). Marketing versión para Latinoamérica. Mexico: Pearson Educación.
- Bur, A. (2004). Marketing Educativo. Buenos Aires.
- Busto, H & Becker, R. (2013). El libro lila del Marketing Educativo: El alumno es el cliente. Modelo Bucket.
- García, J. (2014). Fundamentos del Marketing Educativo. España: Wolters Kluwer .
- Global Entrepreneurship Research Network. (2016). Innovations. Technology, Government and Globalization. USA: Global Entrepreneurship Congress 2016.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. México: McGrawHill Education.
- López, B. (2010). Ambiente y modelo de comportamiento organizacional. . México.
- Mesa, J. H. (2016). Innovación a la M. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Sierra, V. A. (2014). Mercadotecnia de servicios.
- Tarapuez, E. (2006). Creatividad Empresarial en la Universidad. Una propuesta metodológica. Pasto: Cámara de Comercio de Pasto.
- Zalazar, R. J. (2011). Introducción a la administración: paradigmas en las organizaciones. Enciclopedia Virtual.



# 12.

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UN  
SUSTITUTO DEL CAFÉ, ELABORADO A BASE DE HABAS.**



Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Gabriela Silvana Moncayo Lopez  
Eduar Olmedo Benavides Narvaez  
Carlos Fernando Vela Zambrano

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Esta idea nace a partir de la necesidad que tienen las personas al consumir café en diferentes cantidades, que con el transcurrir del tiempo y consumo diario éste repercute en problemas en el estómago y corazón, por cuanto contiene cafeína, polisacáridos, triglicéridos, ácido linoleico etc; teniendo en cuenta lo anterior se ha pensado crear un producto sustituto natural a base de habas, que aparte de ser saludable por su contenido en proteínas, fósforo, magnesio y hierro no repercute en la salud de las personas amantes del café.

**Palabras clave:** café, empresa, producto sustituto, habas.

## 2. ABSTRACT

This idea is born from the need that people have when consuming coffee in different amounts, which with the passing of time and daily consumption this affects problems in the stomach and heart, because it contains caffeine, polysaccharides, triglycerides, linoleic acid etc. ; taking into account the above, it has been thought to create a natural substitute product based on beans, which apart from being healthy because of its protein, phosphorus, magnesium and iron content does not affect the health of coffee lovers.

**Keywords:** coffee, company, substitute product, beans.

## 3. INTRODUCCIÓN

El café es una bebida que se obtiene a partir de la mezcla en agua caliente de granos tostados de la planta de café. A pesar de que comercialmente es la bebida número uno del mundo se estima que un tercio de la población mundial la consume sin importar condiciones sociales, sexo, edad, etc.

La idea del presente proyecto es elaborar un café de haba de una forma diferente, ya que sería hecho a base de habas secas 100% natural, diferenciándose del café tradicional principalmente por no contener cafeína. Estará dirigido a todas las personas que gustan del café, incluyendo a aquellas que por problemas de salud tienen prohibido su consumo, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad cuencana, a partir de una nutrición apropiada sin riesgos para la salud.

La comercialización de este café permitirá deleitar a todas esas personas que aman la calidad de vida prefiriendo una alternativa saludable, que les permita disfrutar de las mismas bondades del café con beneficios en su salud.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### • Antecedentes

El café es una bebida estimulante, propiedad conferida a la cafeína, y su consumo en exceso podría causar dolores de cabeza, ritmos cardíacos anormales u otros problemas tales como ansiedad o irritación, según estudios realizados por expertos.

Hoy en día los consumidores se preocupan más por su salud y por ende buscan productos saludables y con aportes nutritivos. Por tales motivos existen en el mercado alternativas diferentes en café como el café de quinua y de soya.

Se ha identificado como principal problema la falta de producción de alimentos orgánicos que cuiden y beneficien la salud humana, es por ello que el mercado actual requiere ofrecer productos sanos y nutritivos, capaces de satisfacer las necesidades y exigencias del consumidor.

En el mercado local no se comercializa ningún tipo de café hecho a base de habas como alternativa al café tradicional con las características principales de no tener cafeína y ser altamente nutricional. Tomando en cuenta la diversidad agrícola que posee nuestro país; el comercializar un producto que permita la utilización de materia prima como es el haba para ser industrializado es un paso muy importante para el desarrollo agroindustrial y económico, el cual permite añadirle un valor agregado al transformarlo en producto terminado. Los beneficiarios indirectos en la producción del café serán los trabajadores y los agricultores que producirán la materia prima. Los beneficiarios directos del proyecto serán los consumidores del café de haba gracias a su alto nivel nutricional, sabor exótico, costo accesible.

### • Justificación

Durante siglos, la industria alimenticia ha diseñado diversas alternativas del café, por necesidad o novedad. Actualmente la búsqueda de sustitutos está más motivada por problemas de salud con la cafeína, que puede causar úlceras pépticas, exacerbar las migrañas y contribuir a patologías fibroquísticas del seno.

Es por este motivo que el presente proyecto pretende resolver la necesidad de las personas de consumir productos saludables y que no afecten a su salud. El propósito es determinar la factibilidad económica de producir un café hecho a base de habas, un producto saludable con propiedades nutritivas y ventajas sobre el café clásico, principalmente por no contener cafeína. Podrá ser consumido por todas las personas, ya sean niños, jóvenes o adultos sin restricción alguna, consumidores o no del café tradicional, ya que no genera ningún perjuicio para la salud.

Las habas, la principal materia prima de este producto, siguen siendo hoy en día muy apreciadas por sus propiedades alimenticias. Son ricas en carbohidratos de carbono, proteínas, calcio, magnesio, hierro y zinc. Se destacan también por ser fuente de vitaminas, sobre todo del complejo B (B1 y B2), ácido fólico y por su elevado aporte en fibra. Las habas son diuréticas, limpian los riñones y depuran la sangre. El consumo de esta leguminosa ayuda a combatir las dolencias reumáticas y a eliminar grasas de las arterias, disminuyendo el nivel de colesterol. Como todas las legumbres, las habas poseen un índice glucémico bajo, lo que las convierte en un plato muy adecuado para las personas que padecen diabetes.

Unas de las ventajas de elaborar el café hecho a base de habas es que el precio de la materia prima (el haba) es económico dado a que existe suficiente oferta y su producción se incrementa cada año.

## • Descripción del Mercado

Se ha identificado y determinado como clientes potenciales a aquellas personas que por diferentes cuestiones no pueden tomar café ya que este podría tener ciertas repercusiones en su salud, en la mayoría de casos a causa de la cafeína; hoy en día es muy común ver a las personas preocuparse más por el aspecto saludable, es por eso que se pretende llegar a ellos con el café a base de habas, éste producto no requiere de los mismos procedimientos ni componentes con los cuales se procesa el café que se demanda en el mercado, el aspecto diferenciador se solidifica en los componentes del producto propuesto, café a base de habas, contiene proteína vegetal, hidratos de carbono que dan energía, vitaminas, fibra que ayuda a regular el tránsito intestinal y es bajo contenido en grasas, el cual resulta ser un alimento saludable. Como competencia se puede identificar a todas aquellas empresas productoras y comercializadoras de café tanto regionales (Café Morasurco, café San Juan, café Nariño, entre otros) y nacionales (café águila roja, café sello rojo, Juan Valdéz, Colcafé, etc), estos a su vez son barreras de entrada ya que se han posicionado en el mercado con muchos años de experiencia, siendo conocidos por los consumidores, otra opción sería el no contar con el capital para el desarrollo de nuestro producto y la expansión del mismo; el consumidor como tal también puede ser una barrera de entrada ya que al ser nuevos en el mercado resultaría difícil llegar a tener aceptación y posicionarse en su mente. Este producto como ya se había mencionado antes es producido naturalmente y puede ser consumido por la mayoría de personas, desde los 3 en adelante que es la edad en la que ya empiezan a ampliar sus hábitos alimenticios hasta personas ancianas que a veces por el consumo de medicamentos tienen que dejar la cafeína a un lado y al ser personas que la mayoría de su vida han tomado café les puede resultar difícil dejar de consumirlo, es ahí donde se pretende llegar con nuestro producto que tiene un sabor semejante al café pero sin los mismos efectos.

## • Marco Legal

- Ministerio de Salud Pública (Ley 09 de 1979 – Decreto 3075 de 1997) Concepto Sanitario: Documento expedido por la Secretaría Distrital de Salud, debe incluir constancia de capacidad de elaboración del producto.  
Registro Sanitario: Expedido por el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, o su autoridad delegada), tiene vigencia de 10 años.
- Ministerio del Medio Ambiente (Ley 99 de 1993 y decreto 1753 de 1994) Licencia Ambiental Son expedidas por el Ministerio del Medio Ambiente, las Corporaciones Autónomas Regionales, los Municipios, Distritos y Áreas Metropolitanas. - autoridades locales Permiso de Planeación Municipal: Obtener permiso de la Oficina de Planeación Municipal.
- Propiedad Industrial Registro de marca: Acreditar el registro de la marca, expedido por la Superintendencia de Industria y comercio. Término de duración del registro de la marca y su renovación: “El registro de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años”. La renovación deberá solicitarse dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro.  
Cámara de Comercio: Certificado expedido por la Cámara de comercio. Registro Mercantil Certificado expedido por la DIAN, en que el representante legal, así como el propietario o propietarios no se encuentran registrados como infractores de las normas aduaneras. (Federación nacional de cafeteros, División estratégica de proyectos de comercialización).



## • Aspecto Técnico

Requerimientos para el proyecto: Se ha planeado ubicar la empresa en el corregimiento de Catambuco ubicado a 4 km del sur de Pasto, se piensa en este lugar por las normas y lineamientos que hay que cumplir y teniendo en cuenta que la empresa realiza procesos de producción para la transformación del haba. Respecto a la obtención de materia prima se tiene proyectado hacer contratos con agricultores de municipios productores de haba, teniendo en cuenta que este producto se desarrolla en clima frío, en especial con agricultores del municipio de Gualmatán - Nariño ubicado a 86 km del sur de Pasto y de esta manera generar ingresos a los campesinos; para la obtención de los materiales para el proceso de producción se espera encontrar algún o algunos proveedores que cumplan con las características que se busca (calidad, garantía y economía). Se espera conseguir una máquina para el tostado del haba, molino, máquinas para el sellado del empaque. El talento humano que va a dar cumplimiento al objetivo: Gerente, director financiero, auxiliar contable, director de mercado, auxiliar de ventas interno, auxiliar de ventas externo, director de producción, auxiliar de tostado, auxiliar de molido, auxiliar de empaquetado.

## • Aspectos Organizacionales

El proyecto estará organizado de la siguiente manera:

-Gerente: quien es el encargado de llevar a cabo el proceso administrativo, debe tener el perfil de un administrador de empresas y preferiblemente una maestría en gerencia del talento humano, tiene a cargo todas las áreas de la empresa.

-director financiero: encargado de realizar el análisis e interpretación de la información financiera, distribución de los recursos de la empresa, debe ser contador, tiene a su cargo al auxiliar contable.

-auxiliar contable: se encarga de registrar y dar el tratamiento necesario a la información contable, para ser revisada posteriormente por el contador. Tecnólogo en Administración financiera

-Director de mercado: es el encargado de posicionar el producto y la empresa en el mercado teniendo en cuenta las diferentes estrategias.

Administrador de negocios internacionales y especialización en marketing estratégico, tiene a cargo a los auxiliares de ventas internas y externas.

-Auxiliar de ventas interno: tener la capacidad para establecer relaciones interpersonales,tecnólogo en conocimientos afines al cargo.

-Auxiliar de ventas externo: encargado de captar nuevos clientes, mantener o mejorar la participación en su zona de venta.

Tecnólogo en conocimientos afines al cargo.

-Director de producción: Responsable de la planificación y el control de la producción, de acuerdo con los planes logísticos de la empresa y los recursos humanos implicados. Debe ser Ingeniero industrial, agronomo o ingeniero agro-industrial y tener especialización en gerencia de procesos y calidad, tiene a cargo a los auxiliares de tostado, molido y empaquetado.

-Auxiliar de tostado: encargado de llevar el proceso del tostado del haba. Debe ser tecnólogo en conocimientos afines al cargo.

-Auxiliar de molido: encargado de llevar el proceso de molido del haba. Debe ser tecnólogo en conocimientos afines al cargo. -Auxiliar de empaquetado: Se encarga de llevar el proceso de empaquetado y sellado del producto terminado.

## • Viabilidad Financiera

Inversión: -máquina tostadora: \$3.200.000 aprox. -molino eléctrico: \$1.200.000 aprox. -máquina de empaquetado y sellado: \$760.990 aprox. -arrendamiento: \$1.500.000 -materia prima inicial: \$2.000.000

## • Descripción Plan de Mercado

CAFBAS pertenece al sector industrial y comercial, pues nuestro objetivo será producir y comercializar nuestro distintivo producto como es el café a base de habas, por consiguiente el mercado objetivo al cual nos vamos a dirigir será a personas consumidoras de café y bebidas similares que, de una u otra forma buscan una alternativa más saludable sin necesidad de prohibir a su paladar del exquisito sabor del café; además tal beneficio será nuestro valor agregado sin dejar de un lado la oportunidad de poder degustar de un producto nuevo de buen sabor y sobre todo muy saludable, el ciclo de vida de nuestro producto es incierto pues como sabemos siempre existirán personas que estén dispuestas a disfrutar una buena bebida y aún más si no tiene repercusiones para su salud.

## 5. CONCLUSIONES

CAFBAS contribuye el desarrollo social y económico de la sociedad por medio de su desenvolvimiento en el mercado que le permitirá ser generadora de empleo ayudando a recibir ingresos a un cierto número de personas, por otra parte, se está comprometidos con el medio ambiente pues en sus procesos se tiene en cuenta como prioridad el uso responsable de la materia prima, además existe un beneficio social con respecto a la salud el cual se encuentra enfocado en brindar una alternativa sana y natural al momento de consumir una bebida, en este caso nuestro delicioso café a base de habas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Columbus Ponce, Pulgarin Luna (2002) "Proyecto de producción de café orgánico para exportación como una nueva alternativa comercial para Ecuador" en <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3807/1/6334.pdf>

Compañías, S. I. (s.f.). Ley de Compañías. Obtenido de [www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf)



# 13.

## **DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COSTEO ABC CASO: EMPRESA DISTRIBUIDORA**



## AUTOR O AUTORES

Ricardo Alonso Colmenares Flórez  
Diego Fernando David Guerrero  
Oswaldo Caicedo Rosero

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Un adecuado sistema de costos, es una herramienta fundamental de control y gestión que brinda una ventaja competitiva, permitiendo un mejor entendimiento de los procesos y actividades, identificando aquellas que no generan valor, que por el contrario contribuyen con sobrecostos, para mejorarlas o definitivamente eliminarlas. El presente capítulo se realiza en una empresa Distribuidora, que se dedica a la comercialización de insumos comestibles y productos desechables en el departamento de Santander. Tiene como objetivo establecer un sistema de costos como herramienta de información que permita fijar precios de venta, logrando crecimiento, rentabilidad y competitividad en el mercado, complementando las características de la información financiera y contable. El mismo se desarrolla a través de un estudio con enfoque cualitativo y método descriptivo, ya que, por medio de la descripción, análisis e interpretación, de los costos ABC, se pretende realizar un diseño e implementación en una empresa Distribuidora, analizando las diferentes actividades relacionadas en la comercialización de los productos. Los resultados obtenidos arrojan, que la implementación del sistema de costos ABC, permite fijar precios de venta competitivos brindando información relevante y oportuna para la toma de decisiones.

**Palabras claves:** Costos ABC, Actividades, Recursos, Conductores.

## 2. INTRODUCCIÓN

Los sistemas de gestión contable han sido una herramienta fundamental en el desarrollo económico de las organizaciones en cualquier lugar del mundo, teniendo claro que contar con información precisa y en el momento exacto es absolutamente valioso tanto para las empresas industriales, comerciales como de servicios, especialmente en la economía del siglo XXI, donde la globalización, la competencia, las tendencias globales y la tecnología, exige estar a la vanguardia con técnicas y habilidades que permitan tomar decisiones estratégicas y operativas de manera acertada.

Según Cooper & Kaplan (1998), el nuevo entorno exige una información más precisa sobre los costos y la forma de proceder en cuanto a actividades, procesos, productos, servicios y clientes de la organización. Por esto el sistema de costos basado en actividades ABC, se ha convertido en una gran herramienta para los directivos que desean innovar para satisfacer los clientes, determinar falencias y realizar las mejoras necesarias, pero al mismo tiempo lograr rentabilidad, direccionando la empresa con procesos eficientes y eficaces, con información oportuna y relevante para la toma de decisiones.

Es así como las empresas distribuidoras, se han visto en la necesidad de implementar un sistema de costos, que sea idóneo y eficiente, pues el entorno exige información precisa, pues carecer de una herramienta confiable lo expone a múltiples dificultades.

El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis detallado de la empresa para diseñar un sistema de costos por medio de 5 fases. Así:

**Fase I: Reconocimiento inicial de la entidad**

**Fase II: Identificar actividades**

**Fase III: Determinar los recursos**

**Fase IV: Establecer los inductores y la tasa**

**Fase V: Asignar el costo a las actividades y al producto final**

Antes de iniciar con el desarrollo de estas fases, el capítulo inicia con la revisión de estudios similares realizados con anterioridad. Posteriormente se analiza las fuentes consultadas, para entender mejor en qué consiste el sistema de costeo ABC. Estas etapas serán abordadas con diversos gráficos y tablas que muestran las diferentes actividades, recursos, inductores y finalmente la asignación de costos a los productos que se comercializan.

### 3. MATERIALES Y MÉTODOS

#### • Marco teórico

El sistema de costos basado en actividades (Activity Based Costing), es un método utilizado para costear productos o servicios. Según la hipótesis de Robert Kaplan, las distintas actividades que se desarrollan en las empresas son las que consumen los recursos y las que originan los costos, no los productos, estos solo demandan las actividades necesarias para su obtención.

Según Toro (2010), es una metodología relativamente nueva que surge a principios de la década de los 90 y consiste fundamentalmente en asignar costos a los insumos necesarios para ejecutar todas las actividades de un proceso productivo. Para esto se identifican las actividades, los recursos y los inductores requeridos, teniendo en cuenta que las actividades son el conjunto de acciones o de operaciones realizadas de manera dinámica y consecutiva, desempeñadas por las personas para la obtención de un bien o un servicio. Estos recursos son distribuidos a través de los inductores, también conocidos como drivers, esta es la unidad de medida mediante la cual se le asigna el costo consumido a cada actividad, que debe tener una relación causa-efecto entre el driver y el consumo de éste por parte de cada actividad y cada objeto de costo.

Según López (2005), el método de Costos basado en actividades (ABC) mide el costo y desempeño de las actividades, fundamentado en el uso de recursos, así como organizando las relaciones de los responsables de los centros de costos, de las diferentes actividades. Al implementar este sistema será fácil identificar las actividades que generan valor a la cadena de producción o venta de un producto o servicio, haciendo notable que los encargados de estas actividades las realicen de manera oportuna y aprovechan al máximo los recursos, para evitar desperdicio de insumos y tiempos.

Según Cárdenas (1995), el costeo ABC es un proceso gerencial que ayuda en la administración de actividades y procesos del negocio, en y durante la toma de decisiones estratégicas y operacionales. El sistema ABC, es un modelo gerencial y no contable, ya que la información de costos es más exacta, lo que brinda a la administración herramientas confiables para la planeación y la toma de decisiones.

El sistema ABC, es una gran herramienta para identificar los costos en los que realmente se incurre para la ela-

boración de un producto o la prestación de un servicio, pues muestra de manera detallada las actividades que se realizan en la entidad, las cuales consumen los recursos que posteriormente serán asignados al objeto del costo, permitiendo calcular con mayor exactitud los precios de venta.

Este sistema ha sido muy utilizado en los últimos años por muchas empresas, gracias a que es idóneo y eficiente a la hora de fijar precio a los productos o servicios, brindando información oportuna y confiable para la toma de decisiones. Aunque su implementación es costosa y requiere de mucho tiempo, debe analizarse las actividades que se ejecutan y la cantidad de recursos consumidos.

## • Metodología

Este capítulo se desarrolla a partir de la necesidad de un sistema de costos que permita la correcta asignación de precios de venta en una empresa comercial, llevándose a cabo un estudio con enfoque cualitativo y con el método descriptivo, puesto que, por medio de la descripción, análisis e interpretación, de los costos ABC, se pretende realizar un diseño e implementación en una empresa distribuidora.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Es de esta manera que mediante la técnica de la observación a través de visitas a las instalaciones para apreciar cada uno de los procesos llevados a cabo en la empresa, igualmente por medio de entrevistas semiestructuradas dirigidas a los directivos y empleados accediendo a información que posibilite la identificación y establecimiento de las actividades que allí se realizan, lo cual es fundamental a la hora del diseño de un sistema ABC. Así mismo con la ayuda de fuentes secundarias como los referencias bibliográficas y documentos de la empresa, logrando conocer un histórico de las erogaciones en los que incurre la distribuidora para la realización de su actividad comercial, alcanzando el diseño e implementación de un sistema de costos que le brinde información confiable y oportuna, como instrumento para la toma de decisiones, al igual que es una herramienta importante a la hora de fijar precios para que estos sean justos y competitivos.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El diseño e implementación del sistema de costos basado en actividades (ABC) en una empresa distribuidora, se conformará de 5 fases que serán detalladas durante el proceso para un mayor entendimiento.

**Fase I: Reconocimiento inicial de la entidad**

**Fase II: Identificar actividades**

**Fase III: Determinar los recursos**

**Fase IV: Establecer los inductores y la tasa**

**Fase V: Asignar el costo a las actividades y al producto final**

No obstante, antes de iniciar o desarrollar cualquier sistema de costos, en una entidad lo primero que se requiere es la responsabilidad y el compromiso de toda la organización y en especial del área administrativa durante el proceso.

El procedimiento para implementar un sistema de costos basado en actividades implica, compromiso por parte de la dirección de la organización, ella no solo debe estar dispuesta a aportar los recursos necesarios para hacer posible la implementación, sino a liderar el proyecto y servir de ejemplo para todas las áreas en el proceso. Arbeláez & Marín (2012). Este compromiso requiere de la colaboración de todos los empleados y directivos de la empresa, por lo que es importante informar las características y ventajas que aportara la implementación del sistema ABC, logrando la mayor disposición y empeño de cada uno de los colaboradores de la entidad.

## Fase I: Reconocimiento inicial de la Entidad

El primer paso para implementar un sistema de costos, cualquiera que este sea, es conocer la entidad, identificando claramente los procesos, actividades, tareas y tiempos que se llevan a cabo en la cadena del proceso productivo o de comercialización de los productos o servicios que son el objeto del costo. Para realizar este proceso en empresa de distribución, es necesario la realización de constantes visitas a las instalaciones, al igual que diferentes entrevistas a los empleados y directivos, que de acuerdo al instrumento aplicado fue posible reconocer claramente el proceso de comercialización facilitando el diseño del Sistema de costos ABC.

La siguiente figura evidencia el proceso de implementación del sistema ABC en la distribuidora,

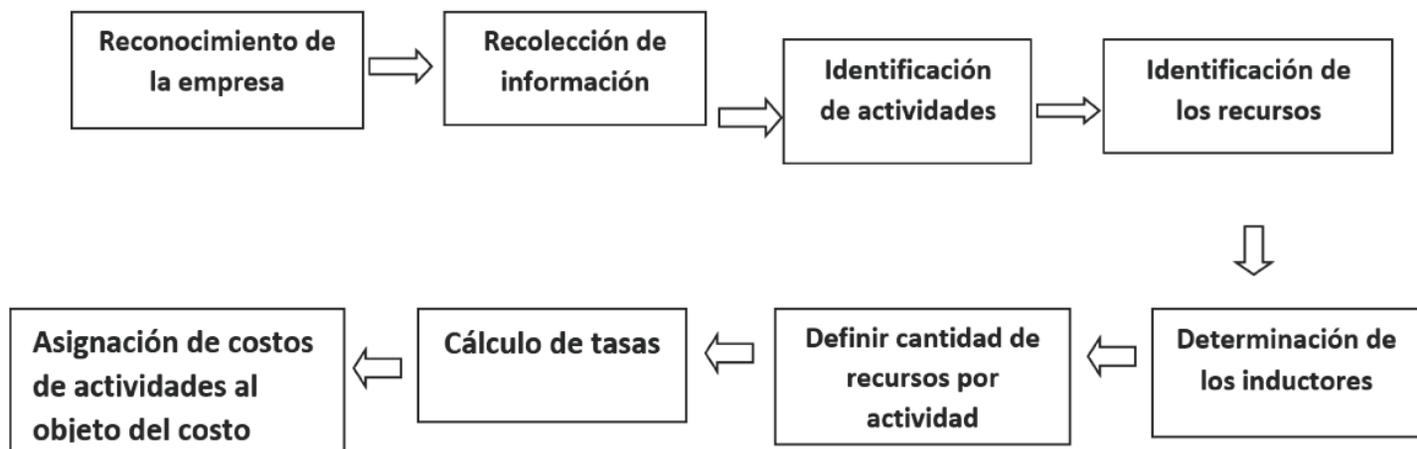


Figura. 1 Generación del sistema ABC

Fuente: elaboración propia, con base en Douglas, (2006)

## Fase II: Identificación de las actividades

Teniendo en cuenta que las actividades son todas aquellas tareas o procesos que se realizan para desarrollar la actividad económica de la empresa. Por esto para el diseño del Sistema de costos ABC, se inicia con la identificación de las actividades que se llevan a cabo durante el proceso de comercialización de los productos, esta identificación permitirá evaluar las que no generan valor para mejorarlas o definitivamente eliminarlas.

Las siguientes son las actividades realizadas en la empresa distribuidora,

<b>Actividades</b>	
Coordinar y dirigir	Comprar
Vender	Facturar
Tanquear motos	Almacenar producto
Realizar gestión del SG-SST	Inspeccionar cumplimiento de SG-SST
Liquidar y pagar nómina	Liquidar y pagar prestaciones sociales
Organizar pedidos	Entregar domicilios
Pesar productos	Limpiar y surtir estanterías
Tomar pedidos por teléfono	Recibir pedidos de proveedores
Verificar estado de inventarios	Revisar pedidos para entrega

Tabla 8. Definición de actividades

Fuente: elaboración propia

Una vez claras las actividades realizadas de manera continua, el paso a seguir es clasificar en actividades primarias y de apoyo, según Riquelme (2018), las primarias son aquellas que contribuyen directamente a la misión de la empresa, mientras que las secundarias son las que sirven de apoyo a las primarias y son de carácter general.

Actividades	Primarias	De Apoyo
Coordinar y dirigir		X
Vender	X	
Tanquear motos		X
Realizar gestión del SG-SST		X
Liquidar y pagar nómina		X
Organizar pedidos		X
Pesar productos		X
Tomar pedidos por teléfono		X
Verificar estado de inventarios		X
Comprar	X	
Facturar	X	
Almacenar producto	X	
Inspeccionar cumplimiento de SG-SST		X
Liquidar y pagar prestaciones sociales		X
Entregar domicilios	X	
Limpiar y surtir estanterías		X
Recibir pedidos de proveedores		X
Revisar pedidos para entrega		X

Tabla 9. Determinación de actividades primarias y de Apoyo  
Fuente: elaboración propia

Después de reconocer las actividades y clasificarlas en primarias y secundarias, es importante revelar los componentes del costo o recursos que estas consumen, pues son las actividades las que realmente demandan costos, permitiendo con mayor exactitud la asignación de los mismos al objeto del costo y así proceder a identificar los inductores o drivers, que son los que establecen una relación de causalidad entre el consumo del recurso y la producción obtenida.

### Fase III: Identificación de los Recursos

Para identificar los costos y gastos (recursos) en los que incurre la empresa distribuidora, es indispensable la experiencia y el conocimiento del personal que labora tanto en el área administrativa como en el comercial, así como los registros de contabilidad que facilitaron la identificación de los gastos fijos, variables, directos e indirectos.

Cabe recordar que los costos fijos de acuerdo a Molina (2007), son aquellos en los cuales el costo total permanece constante, sin importar el volumen de producción o de servicios prestados, mientras que los costos variables son los que tienden a cambiar en proporción directa a los cambios del volumen o producción.

Según Toro (2010), entre tanto los costos directos son los que están directamente relacionados a un determinado objeto de costo reconociéndose fácilmente. Por el contrario, los costos indirectos están vinculados colateralmente con el objeto del costo y no es sencillo reconocerlos.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación de estos gastos:

Costos y Gastos	Fijos	Variables	Directos	Indirectos
Póliza responsabilidad civil	X			X
Impuestos a la renta		X		X
Arrendamiento	X		X	
Energía eléctrica		X		X
Acueducto y alcantarillado		X		X
Telefonía	X			X
Internet	X			X
Salario área ventas	X		X	
Salario área administrativa	X			X
Seguridad social	X		X	
combustible		X		X
Depreciación equipos	X			X
Papelería e insumos de oficina		X		X
Dotación	X		X	

Tabla 10. Identificación de Recursos  
Fuente: elaboración propia

## Fase IV: Establecer los inductores

Los inductores son aquellas variables que influyen en la forma como las actividades consumen los recursos. Según Arbeláez & Marín (2012), para la selección de los inductores más adecuados debe tenerse en cuenta que su ocurrencia da lugar a un costo, es decir que representa una causa de la actividad.

El siguiente gráfico muestra algunos recursos que son consumidos en la empresa distribuidora y el inductor seleccionado para conducir una porción del costo a cada actividad, que después será absorbido por el objeto del costo o producto a comercializar.

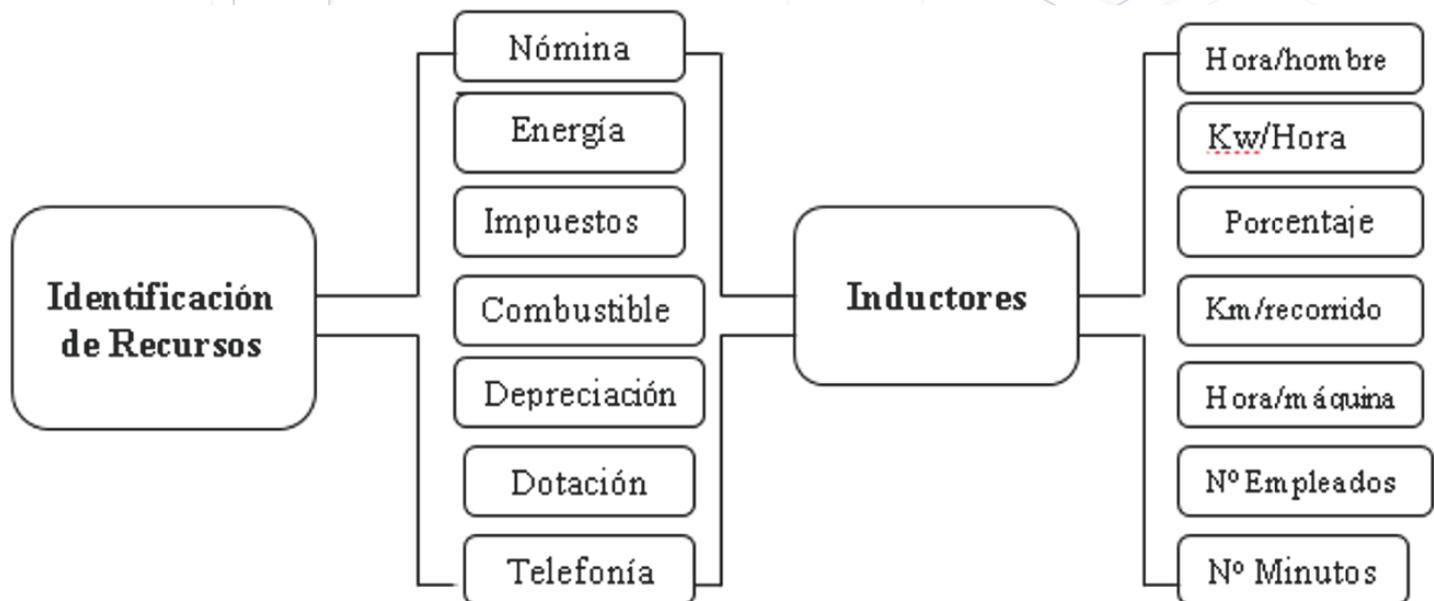


Tabla 11. Relación del recurso con su inductor

Fuente: elaboración propia

Determinación de la tasa de cada recurso

Luego de identificar las actividades, los recursos y los inductores, se determina la tasa, que es el valor de una unidad de medida del recurso, el cual se calcula dividiendo el valor del recurso entre la cantidad del inductor. Así:

**Valor Recurso/cantidad inductor = tasa**

**Arrendamiento** 1.465.000 / 130 mt<sup>2</sup> = 11.269 tasa

**Nómina** 1.569.630 / 206 horas = 7.619 tasa

Los ejemplos anteriores muestran el cálculo de la tasa de cada recurso, que será asignado a cada una de las actividades dependiendo la cantidad que demande.

Recurso	Valor	Conductor primario	Cantidad inductor	Tasa
Arrendamiento	\$1.465.000	Mt <sup>2</sup>	130	\$11.269
Energía eléctrica	\$828.796	Kw/h	1.454	\$570
Nómina (Aux. logística)	\$1.559.630	Hora	206	\$7.571
Depreciación computo	\$61.111	Hora	206	\$297
Combustible	\$300.000	Km/recorrido	1300	\$231
Seguro motos	\$69.333	Horas	206	\$336

Tabla 12. Cálculo de tasa de cada recurso

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla muestra la primera etapa de generación de un sistema de costos en una empresa, iniciando con la identificación y clasificación de las actividades, que son la esencia del sistema de costos ABC, teniendo en cuenta que estas son las consumidoras de recursos, teoría que ya ha sido mencionada anteriormente. Por otra parte, se hace indispensable determinar los recursos y los valores exactos, que serán asignados a las actividades a través del inductor más apropiado dependiendo la cantidad requerida.

## Fase V: Asignar costo a las actividades y al producto final

Según Arbeláez & Marín (2012), para fijar el costo de cada actividad, es necesario determinar los recursos consumidos por cada una, diseñando un formato donde muestre la relación de los recursos, con las actividades y los objetos del costo hasta obtener el costo definitivo de cada producto.

Por consiguiente, se estiman los recursos que consumen cada una de las actividades, observando que algunas incurren en costos altos y demanda un número amplio de recursos, mientras otras solo requieren de unos cuantos y en poca proporción.

Según Gbenedji (2017), estimar los recursos de las actividades del cronograma implica determinar las personas, equipos y/o materiales necesarios para llevarla a cabo. Qué cantidad de cada recurso se utilizará y cuándo estarán disponibles dichos recursos. Por esto se debe realizar un estudio muy juicioso de cada una de las actividades, logrando estimar que tiempo y que cantidad de recursos consume cada una de ellas.

Este análisis es sin duda uno de los más dispendiosos pero importantes durante el desarrollo, pues la correcta determinación de los recursos consumidos depende en gran medida de la correcta asignación de costos a cada producto. Por esta razón se debe examinar de manera detallada y cuantitativa los costos de los recursos.

Actividades	Nómina	Recursos Para Comercializar 50 Bultos de Harina										Total
		Conductor	Arriendo	Conductor	Energía	Conductor	Depreciación	Conductor	Combustible	conductor		
Primarias	1.559.630	206	1.650.000	130	828.796	1454	61.111	206	300.000	1000		
Comprar	7.571	1	12.692	1	1.710	3	890	3	-	0	22.863	
Vender	37.855	5	25.385	2	2.850	5	1.483	5	-	0	67.573	
Almacenar	15.142	2	50.769	4	2.280	4	-	-	-	0	68.191	
Entregar cliente	30.284	4	-	0	-	0	-	0	1.800	6	32.084	
<b>Total Recurso</b>	<b>90.852</b>	<b>12</b>	<b>88.846</b>	<b>7</b>	<b>6.840</b>	<b>12</b>	<b>2.373</b>	<b>8</b>	<b>1.800</b>	<b>6</b>	<b>190.712</b>	

Tabla 13. Asignación de recursos a las actividades primarias

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior, muestra algunos recursos que son necesarios para la realización de las actividades primarias en la distribución de un producto, tomando como ejemplo la cantidad de espacio necesario para la comercialización de 50 bultos de harina. Su costo es hallado dividiendo el valor del arrendamiento el cual es \$1.650.000, entre el inductor, que para el caso son 130 mt<sup>2</sup> y el resultado multiplicado por 8.5 mt<sup>2</sup>, estimando que son los necesarios para la realización de las actividades primarias, arrojando como resultado un valor de \$88.846.

En efecto, este proceso se realiza con cada uno de los recursos y para cada una de las actividades, tanto primarias como secundarias.

Actividades	Recursos Para Comercializar 50 Bultos de Harina										Total
	Nómina	Conductor	Arriendo	Conductor	Energía	Conductor	Depreciación	Conductor	Combustible	conductor	
Secundarias	1.559.630	206	1.650.000	130	828.796	1454	61.111	206	400.000	1000	
Hacer orden de compra	1.893	0,25	3.786	0,5	7.571	1	7.571	1	-	0	20.820
Tomar pedidos por teléfono	3.786	0,5	7.571	1	15.142	2	7.571	1	-	0	34.070
Recibir producto a proveedores	3.786	0,5	-	0	-	0	-	0	-	0	3.786
Verificar pedido para entrega	1.893	0,25	7.571	1	-	0	-	0	-	0	9.464
<b>Total Recurso</b>	<b>11.357</b>	<b>2</b>	<b>18.928</b>	<b>3</b>	<b>22.713</b>	<b>3</b>	<b>15.142</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>68.139</b>

Tabla 14. Valor de actividades secundarias según consumo de recursos

Fuente: elaboración propia

Al igual que en la tabla 5, la tabla 6 muestra los recursos que consumen las actividades secundarias para la comercialización de 50 bultos de harina de 50 kg. El valor total de estas actividades, las cuales serán asimiladas por las primarias, de manera que deben tener relación de materialidad unas con las otras.

Para realizar el costeo de manera más ágil en la entidad se clasificó los productos en 6 grandes grupos: Harinas, grasas y aceites, dulces y glasés, desechables, refrigerados y salsas, lo que permite una asignación de recursos con mayor precisión, evitando cargar valores de gastos en los que no incurre determinados productos. Como, por ejemplo, destinar el valor de la energía a todos los productos sin tener en cuenta la cantidad realmente consumida, sabiendo que los productos refrigerados son los mayores demandantes de este recurso.

Una vez calculado el valor de las actividades secundarias que serán absorbidas por las primarias, se totalizan para llevar este valor al objeto del costo, que son los productos comercializados en la distribuidora. Como puede observarse en el siguiente gráfico.

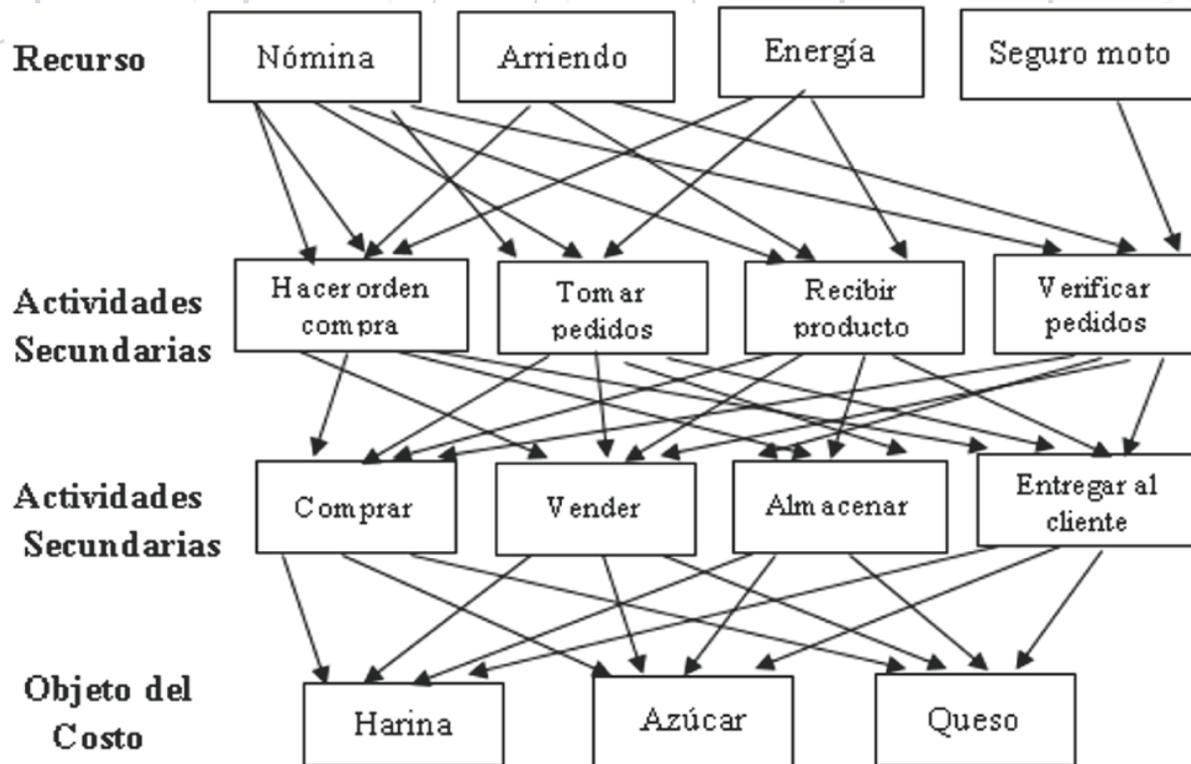


Figura 9. Asignación de recursos a las actividades y al objeto del costo  
Fuente: elaboración propia, con base en, Arbeláez & Marín (2012)

La figura anterior ejemplifica como se asigna los diferentes recursos a cada una de las actividades, que son las consumidoras de estos, según la teoría del ABC, posteriormente serán distribuidos al objeto del costo, tomando como caso, los productos comercializados en la empresa.

	Actividades		Valor	Total actividades
	Primarias	Secundarias		
Comprar	22.863	Hacer orden de compra	20.820	43.683
Vender	67.573	Tomar pedidos por teléfono	34.070	101.643
Almacenar	68.191	Recibir producto a proveedores	3.786	71.977
Entregar cliente	32.084	Verificar pedido para entrega	9.464	41.548
<b>Total</b>	<b>190.711</b>		<b>68.140</b>	<b>258.851</b>

Tabla 15. Valor total de las actividades  
Fuente: elaboración propia

El último paso en todo el diseño es calcular el costo al producto final, teniendo en cuenta el precio de compra del producto, más los costos incurridos por las actividades, permitiendo una correcta asignación de precio de venta, siguiendo las políticas de la empresa para establecer el margen contributivo de cada uno de los productos.

El costo unitario de un bulto de harina se halla, sumando el valor del lote y los costos totales de las actividades, dividiéndolo entre los 50 bultos de harina comercializada. Así:

<b>Valor lote de harina</b>	\$3.375.000
<b>Costos totales Incurridos</b>	\$389.908
<b>Total Costos</b>	3.7764.908
<b>Costo Unitario</b>	\$75.298

Finalmente, se ha obtenido el costo unitario del producto, quedando en manos de la administración establecer el precio de venta dependiendo la política de rentabilidad, que permita ser competitivo y contribuya con la supervivencia de la empresa a largo plazo.

## 5. CONCLUSIONES

El sistema de costeo por actividades (ABC) es una herramienta de gestión que permite crear estrategias para la mejora continua en la empresa distribuidora, ya que los datos logrados son confiables y relevantes, permitiendo además determinar la rentabilidad de las líneas de los diferentes productos comercializados. Permitiendo la toma de decisiones y la oportunidad de proyectar la empresa a corto y largo plazo.

Usualmente las empresas distribuidoras no cuentan con un sistema de costos que permitan calcular el costo de los productos comercializados, ya que el manejo de esta era realizados por estimación y de forma manual, lo que genera diversas dificultades, es por esto que la implementación del método ABC, brinda grandes beneficios al fijar precios de venta con mayor precisión.

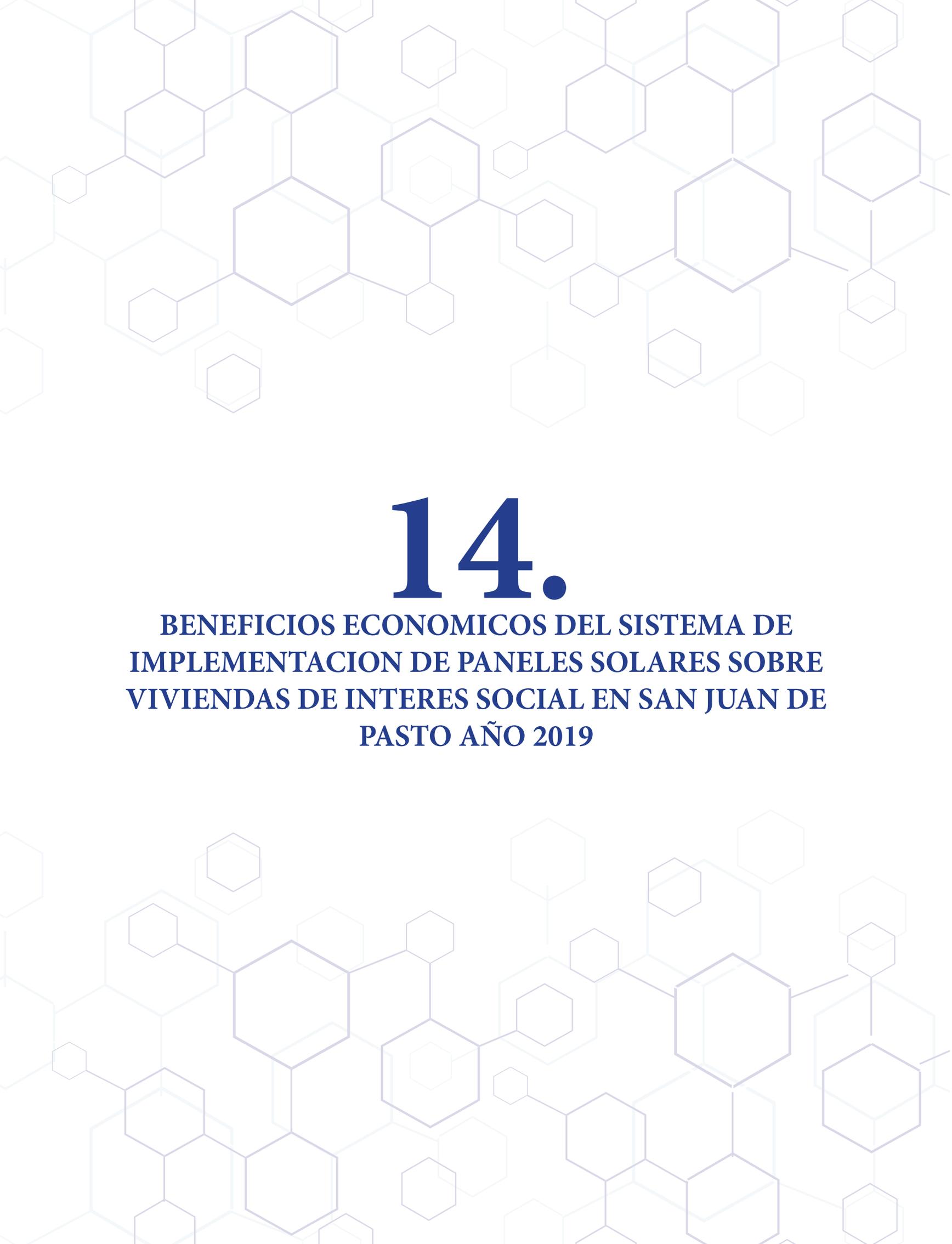
Los sistemas de costos tradicionales distribuyen los costos fijos con base al volumen y no de acuerdo al consumo de recursos de las actividades, ocasionando un sobrecosto a productos de pequeño volumen, como el caso del arrendamiento que es cargado en forma general sin tener en cuenta el espacio realmente ocupado. Igualmente pasa con productos que no requieren refrigeración, el valor de la energía es imputado de forma general, provocando sobrecostos a algunos productos.

Con el diseño de este sistema de costos, fue posible determinar que la entrega de pedidos a domicilio tiene un alto costo, donde se debe entregar pedidos hasta con 15 km de distancia, con facturas de menor cuantía, lo que genera pérdidas notables.

El sistema de costos basado en las actividades es útil y recomendable utilizarlo en pequeñas empresas, el mismo no es exclusivo para las grandes compañías, lo que puede comprobarse en la en la aplicación de una empresa distribuidora

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, P. & Romero, P. (2016). Implementación de un sistema de costos ABC para la determinación de la rentabilidad por producto en la empresa Corporación Libertad SAC en Trujillo, 2015.
- Arbeláez, L., & Marín, F. (2012) Sistema de costeo ABC aplicado al transporte de carga. *Revista Universidad EA-FIT*, 37 (124), 10-20.
- Arellano, O., Quispe, G., Ayaviri, D., & Escobar, F. (2017). Estudio de la Aplicación del Método de Costos ABC en las Mypes del Ecuador. *Revista de investigación Altoandinas*, 19(1), 33-46.
- Berrío Guzmán, D., Castrillón Fuentes, J. (2008). *Costos para gerenciar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicios 2ed.* Universidad del Norte.
- Cárdenas, R. (1995). *La lógica de los costos 1.* IMPC. ANFECA. Editorial México: Instituto Mexicano de contadores públicos.
- Cooper, R., & Kaplan, R. (1998) *Coste y Efecto: Cómo usar el ABC, el ABM y el ABB para mejorar la Gestión, los Procesos y la Rentabilidad.* (No.657.47). *Gestión* 2000.
- Córdova, S. (2017). Sistema de costeo por actividades y su efecto en la rentabilidad de la empresa de transporte Dankas Perú.
- Cuevas, C. (2001) *Contabilidad de Costo: Enfoque Gerencial y de Gestión.* Pearson Educación de Colombia Ltda. Bogotá D.C.
- Del Río, G. (2000). *Costos III, 4ta Edición,* Thomson, México.
- Douglas, H. (2006) *El Sistema de costos basado en las actividades (ABC), Guía para su implementación en pequeñas y medianas empresas.* Barcelona, España: Alfaomega.
- Duque, M., Gómez, L. & Osorio, J. (2009). Análisis de los costos utilizados en las entidades del sector salud en Colombia y su utilidad para la toma de decisiones. *Revista Digital del Instituto Internacional de Costos*, (5), 495-525.
- Duque, M. & Osorio, J. (2013). Estado Actual de la investigación en costos y contabilidad de Gestión en Colombia. *Revista del Instituto Internacional de costos*, (11), 26.
- Horngrén, T. Sundem, G. & Stratton, W. (2001) *Introducción a la Contabilidad Administrativa.* Undécima Edición, México, Editorial Pearson Educación.
- Gbegnedji, G. (2017) *Estimar los recursos de las actividades.* Recuperado de <https://www.gladysgbegnedji.com/estimar-recursos-de-las-actividades/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación.* México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A de C.V
- Laredo, J., Ferreiro, V., & López, C. (2009). Sistema de costos basado en actividades en la fabricación de campanas industriales: aplicación del modelo ABC como herramienta de gestión. XV Congreso internacional de Contaduría, administración e informática, México.
- López, M. (2005). Costo basado en actividades ABC para toma de decisiones. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/costo-basado-actividades-abc-toma-decisiones/>
- Molina, A. (2007). *Contabilidad de costos.* Grafitext. Chile. Instituto Profesional Diego Portales, AUTÓNOMO.
- Pérez, G. (2007). Sistema de costos ABC. Una propuesta para procesos industriales. *Contribuciones a la economía.* Recuperado de [http://www.eumed.net/ce/\(15/07/2013\)](http://www.eumed.net/ce/(15/07/2013)).
- Riquelme, M. (2018) La cadena de valor de Michael Porter. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Salvador, V. (1998). Base conceptual de los nuevos modelos de costes: perfeccionamiento e innovación. *Revista española de financiación y contabilidad*, (96), 679-708.
- Toro, F. (2010) *Costos ABC y presupuestos.* Ecoe ediciones. Recuperado de <https://books.google.es>



# 14.

**BENEFICIOS ECONOMICOS DEL SISTEMA DE  
IMPLEMENTACION DE PANELES SOLARES SOBRE  
VIVIENDAS DE INTERES SOCIAL EN SAN JUAN DE  
PASTO AÑO 2019**

Fecha de presentación: 2019-11-18.

## AUTOR O AUTORES

Elizabeth Narvárez Burbano

Diego Arturo Delgado Moncayo

Carlos Fernando Vela Zambrano

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Por medio del presente trabajo de investigación, se pretende confirmar y estudiar la factibilidad de funcionamiento de un panel solar al implementarlo sobre una vivienda y determinar cuáles son los beneficios económicos que conlleva su uso e implementación. Así mismo, la propuesta en curso de investigación pretende dar una solución económica a las necesidades energéticas de las comunidades involucradas en los proyectos de vivienda de interés social, que son las familias más vulnerables del país, donde no tienen los recursos necesarios para la obtención de esta energía o en algunos casos hay familias que en el momento no tienen esta fuente de energía u otra.

**Palabras clave:** paneles solares, idea de negocios, factibilidad, viviendas

## 2. ABSTRACT

Through this research work, it is intended to confirm and study the feasibility of operating a solar panel by implementing it on a house and determining what are the economic benefits of its use and implementation. Likewise, the current research proposal aims to provide an economic solution to the energy needs of the communities involved in social interest housing projects, which are the most vulnerable families in the country, where they do not have the necessary resources to obtain this energy or in some cases there are families that at the moment do not have this source of energy or another.

**Keywords:** solar panels, business idea, feasibility, housing

## 3. INTRODUCCIÓN

La energía solar es la energía obtenida mediante la captación de la luz y el calor emitidos por el Sol. La radiación solar que alcanza la tierra puede aprovecharse por medio del calor que produce a través de la absorción de la radiación. En la actualidad, la tendencia mundial se enfoca al uso de energías renovables, mismas que son amigables con el medio ambiente, aprovechando los recursos naturales para generarlas (Vega, 2010). Las fuentes de energía renovable, son aquellas que por sus características se convierte en inagotable, aunque sea intermitente su disponibilidad, y su aprovechamiento no causa alteraciones graves al medio ambiente. Este tipo de energía, se define como aquella que, administrada en forma adecuada, puede explotarse ilimitadamente, es decir, su cantidad disponible no disminuye a medida que se aprovecha (Hermosillo, 1995). El fundamento de la energía solar fotovoltaica es el efecto fotoeléctrico o fotovoltaico, que consiste en la conversión de la luz en electricidad. Este proceso se consigue con algunos materiales que tienen la propiedad de absorber fotones y emitir electrones. Cuando estos electrones libres son capturados, el resultado es una corriente eléctrica que puede ser utilizada como electricidad. (Sunedison 2010). Ley 1715 del 2014 tiene como objetivo promover el desarrollo y la utilización de las fuentes no convencio-



nales de energía principalmente aquellas de carácter renovable en el sistema energético nacional, donde hacen que la emisión de gases sea menor.

## 4. DESARROLLO DE LA PONENCIA

**Objetivo General:** Ofrecer una nueva alternativa de fuente de energía que sirvan para atender las necesidades de las familias más vulnerables las cuales reciben subsidios de vivienda en San Juan de Pasto año 2019

### Objetivos Específicos

Evidenciar el bajo nivel de cobertura del servicio de energía eléctrica que se presenta en las familias más vulnerables de San Juan de Pasto

Identificar los beneficios ambientales y económicos que genera la solución de implementar el suministro de energía eléctrica a viviendas de interés social en San Juan de Pasto.

### Metodología

La metodología que se piensa aplicar para este estudio es de tipo cuantitativa y cualitativa, la primera debido a que se pretende examinar los datos de forma numérica para determinar el número de familias que serán beneficiadas con el subsidio de vivienda en San Juan de Pasto y la segunda, para obtener la información correspondiente a los problemas que impactan la población a causa de la falta del suministro adecuado de electricidad.

### Resultados Esperados

En la ciudad de San Juan de Pasto el gobierno entrega el rededor 416 viviendas en cada año aproximadamente a las familias más vulnerables de esta comunidad. Con esta propuesta en curso las familias tendrán en un 90% una calidad de vida mejor lo que hace es que su dinero que obtienen por medio del trabajó les alcance para sostenimiento de ellas mismas.

## 5. CONCLUSIONES

Este proyecto seria de una solución alternativa del servicio de energía hacia las familias que reciben el subsidio de vivienda en San Juan de Pasto año 2019 otorgado por el gobierno, lo cual hace que las familias tengan una mejor calidad de vida y una alta disminución en su aspecto económico. Y se estará dando un gran beneficio y son amigables para el medio ambiente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Energía solar fotovoltaica (2015). recuperado de <https://www.accion.com/es/energias-renovables/energia-solar/fotovoltaica/>
- Energía solar en Colombia (2016). recuperado de <https://www.sunsupplyco.com/> • PERALES BENITO. Tomás. Instalación de paneles solares. Alfaomega grupo editor. S.A de C.C México. 2017.p37.
- BARRIO. Mónica. Instalación de solares fotovoltaicos. Alfaomega grupo editor S. A de C.V México. 2018.P43.

