

Casos aplicados:

Gestión y competitividad empresarial



Universidad
Mariana

Res. MEN 1362 del 3 de febrero de 1983

Paola Andrea Rosero Muñoz
Andrea Lorena Arteaga Florez

Compiladores

Rosero Muñoz, Paola Andrea, autora, compiladora

Casos aplicados: gestión y competitividad empresarial / Paola Andrea Rosero Muñoz [y otros veinticuatro]; compiladoras, Paola Andrea Rosero Muñoz, Andrea Lorena Arteaga Florez. -- San Juan de Pasto, Nariño: Editorial Unimar, 2024.

1 recurso en línea. -- (Evento)

Incluye datos curriculares de los autores -- Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo.

ISBN 978-628-7548-55-8

1. Administración de empresas - Investigaciones - Colombia - Siglo XXI - Congresos, conferencias, etc. 2. Competitividad empresarial - Colombia - Congresos, conferencias, etc. 3. Éxito en los negocios - Colombia - Congresos, conferencias, etc. I. Arteaga Florez, Andrea Lorena, autora, compiladora II. Alvear Castañeda, Yamile, autora III. Arciniegas López, Diego Mauricio, autor IV. Arteaga Flórez, Andrea Lorena, autora V. Benavides Chamorro, Karla Giovanna, autora VI. Cerón Rosales, Ana María, autora VII. Córdoba Martínez, Jorge Xavier, autor VIII. Dorado Goyes, Jorge Arturo, autor IX. Garcés Castillo, Nicolás, autor X. Gomez Achicanoy, German Alfredo, autor

CDD: 658.009861 ed. 23

CO-BoBN– 00095



Universidad
Mariana

Res. MEN 1362 del 3 de febrero de 1983

Título del libro: *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*

e-ISBN: 978-628-7548-55-8

DOI: <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255>

Formato: 18 x 26 cm – Digital

Páginas: 115

Año: 2024

© Editorial Unimar, Universidad Mariana

© Paola Andrea Rosero Muñoz

© Andrea Lorena Arteaga Florez

© Yamile Alvear Castañeda

© Diego Mauricio Arciniegas López

© Andrea Lorena Arteaga Flórez

© Karla Giovanna Benavides Chamorro

© Ana María Cerón Rosales

© Jorge Xavier Córdoba Martínez

© Jorge Arturo Dorado Goyes

© Nicolás Garcés Castillo

© German Alfredo Gomez Achicanoy

© Miguel Angel Gomez Chavez
© Álvaro Hugo Gómez Rosero
© Ingrid Brigitt González Muñoz
© Alejandra Hidalgo Cerón
© Víctor Hugo López Díaz
© Maria Alejandra Lopez Insuasty
© Nelson Armando Mora Gomez

© Luis Miguel Mora Guerrero
© Yuliana Marcela Pérez Chacón
© Josué German Rivera Burbano
© Donny Liseth Rodríguez Bolaños
© María Fernanda Sarasti Reyes
© Vanuza da Silva Figueiredo (Brasil)
© Jose Luis Villarreal

Comité Editorial

Rosero Muñoz Paola Andrea
Arteaga Florez Andrea Lorena

Comité Científico

Mora Gomez Nelson Armando
Rosero Muñoz Paola Andrea
Arteaga Florez Andrea Lorena
Gonzalez Lopez Anabelly Fernanda
Gomez Chavez Miguel Angel

Comité Organizador

Peña Salas Ana María
Rosero Muñoz Paola Andrea
Arteaga Florez Andrea Lorena
Andrade Santander Andrés Fernando
De la rosa Salazar Diego Marcel
Rosero Acevedo Diego

Editorial Unimar

Luz Elida Vera Hernández
Coordinadora editorial

Ana Cristina Chavez López
Corrección de estilo

Johan Esteban Botina Portillo
Diseño y diagramación

Correspondencia:

Editorial Unimar, Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia, Calle 18 No. 34 – 104

Tel: 6027244460 - Ext. 185

E-mail: editorialunimar@umariana.edu.co

Depósito Digital

Biblioteca Nacional de Colombia, Grupo Procesos Técnicos, Calle 24, No. 5 - 60 Bogotá D.C., Colombia.

Biblioteca Hna. Elisabeth Guerrero N. f.m.i. Calle 18 No. 34 - 104 Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Colombia.

Disponible en: <http://editorial.umariana.edu.co/libros>

Cítese como: Rosero-Muñoz, P. A. y Arteaga-Florez, A. L. (comps.). (2024). *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255>



Las opiniones contenidas en el presente libro no comprometen a la Editorial Unimar ni a la Universidad Mariana, puesto que son responsabilidad única y exclusiva de los autores; de igual manera, ellos han declarado que, en su totalidad, es producción intelectual propia, en donde aquella información tomada de otras publicaciones o fuentes, propiedad de otros autores, está debidamente citada y referenciada, tanto en el desarrollo del documento como en las secciones respectivas a la bibliografía.

El material de este libro puede ser reproducido sin autorización para uso personal o en el aula de clase, siempre y cuando se mencione como fuente su título, autores y editorial.



Este libro está bajo licencia internacional:

CC BY-NC-SA Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual

Contenido

Presentación	7
Capítulo 1. Resultados de aprendizaje para la preparación de informes de sostenibilidad en contaduría pública	8
Vanuza da Silva Figueiredo, José Luis Villarreal, Jorge Xavier Córdoba Martínez	
Capítulo 2. Estructura y tendencia del capital de trabajo en grandes empresas del sector comercio en Colombia	23
Miguel Ángel Gómez Chaves, Karla Giovanna Benavides Chamorro	
Capítulo 3. Análisis del comportamiento de compra, outfits, segmento universitario	33
Andrea Lorena Arteaga Flórez, Yamile Alvear Castañeda, María Fernanda Sarasti Reyes, Josué German Rivera Burbano	
Capítulo 4. Análisis de la cultura tributaria del impuesto sobre la renta, sector médico especializado de Pasto	50
Ana María Cerón Rosales	
Capítulo 5. Prácticas financieras en el subsector transporte de carga pesada en la ciudad de Ipiales (Nariño)	63
Nicolás Garcés Castillo, Luis Miguel Mora Guerrero, Víctor Hugo López Díaz	
Capítulo 6. La realidad de la diversidad e inclusión laboral en el contexto nacional e internacional	75
Nelson Armando Mora Gómez, Donny Liseth Rodríguez Bolaños, Ingrid Brigitt González Muñoz	
Capítulo 7. Caracterización de población distribuidora ilegal de combustibles líquidos en los municipios de Ipiales, Pupiales y Gualmatán	90
Álvaro Hugo Gómez Rosero, Germán Alfredo Gómez Achicanoy, Jorge Arturo Dorado Goyes, Alejandra Hidalgo Cerón, Yuliana Marcela Pérez Chacón	
Capítulo 8. Política de emprendimiento Mipymes y Jóvenes emprendedores - Comuna 5 de San Juan de Pasto	104
Diego Mauricio Arciniegas López, María Alejandra López Insuasty	

Presentación

La gestión y la competitividad empresarial son aspectos fundamentales para el éxito de las organizaciones. Estas dos variables están estrechamente relacionadas, siendo la gestión un factor determinante en la competitividad de una empresa. Es fundamental dedicar tiempo a identificar las variables críticas que pueden llevar al crecimiento y rentabilidad del negocio para establecer estrategias efectivas y alcanzar el éxito empresarial mediante la generación de valor agregado.

El libro *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial* compila los trabajos presentados en el VII Encuentro Internacional de Innovación Aplicada a la Empresa, desarrollado por la Cámara de Comercio de Pasto, el Comité Universidad-Empresa-Estado- CUEEN, la Universidad Mariana, la Universidad de Nariño y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, los días 27 y 28 de noviembre de 2023.

En este evento se contó con la participación de Fabián Tobar Muñoz, Derly Viviana Valencia y Carlos Morales como conferencistas y expertos en temas relacionados con la innovación y gestión empresarial. La pertinencia de los temas se hizo evidente dada la necesidad de incorporar herramientas de innovación aplicada a los diferentes tipos de empresa de la región. Es así, que el evento contó con la asistencia de líderes de empresas con reconocimiento regional, así como emprendedores y comunidad académica. Dentro del evento, profesores de las universidades organizadoras presentaron ponencias que mostraron resultados de investigación referidos a casos de estudio contemplados en la línea temática de gestión empresarial.

Capítulo 1.

Resultados de aprendizaje para la preparación de informes de sostenibilidad en contaduría pública¹

Vanuza da Silva Figueiredo²

José Luis Villarreal³

Jorge Xavier Córdoba Martínez⁴

Cítese como: Da Silva-Figueiredo, V., Villarreal, J. L. y Córdoba-Martínez, J. J. (2024). Resultados de aprendizaje para la preparación de informes de sostenibilidad en contaduría pública. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial* (pp. 8-22). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c411>

Resumen

A nivel de las instituciones de educación superior, en los últimos años ha tomado relevancia el proceso de resultados de aprendizaje (RA), considerados un proceso continuo y progresivo y, una metodología educativa que centra el desarrollo del conocimiento en el estudiante y fortalece el aprendizaje autónomo. El futuro profesional contable debe ser formado frente a una compleja realidad en aspectos políticos, económicos, sanitarios y de crisis socioambiental; esto implica procesos de reflexión frente a la educación tradicional y un compromiso educativo desde los RA para formarse profesionalmente con mejor criterio social.

¹ La primera versión del documento fue presentada como ponencia en la convocatoria sobre Investigación Cualitativa y Contabilidad Crítica (QRCA) 2022 - Conferencia y Consorcio: Construyendo una red QRCA en América Latina, desarrollada del 15 al 17 de noviembre de 2022 en la ciudad de Medellín, Colombia.

² Doctor en Ciencias Contables, Universidad de Brasilia. Magíster en Ciencias Contables, Universidad Estatal de Río de Janeiro (2013). Especialista en Gestión Pública Municipal, Universidad Federal Fluminense (UFF, 2015). Licenciado en Ciencias Contables, UFF (2005). Profesor Universidad Federal Fluminense. Brasil. Correo electrónico: vanuzafigueiredo@hotmail.com 

³ Contador Público. Universidad Mariana. Magíster en Gestión Empresarial, Universidad Libre, Cali. Investigador asociado Minciencias. Profesor Universidad Mariana y Universidad de Nariño. Colombia. jlvarreal@umariana.edu.co. 

⁴ Candidato a Doctor en Ciencias Contables, Universidad de los Andes, Venezuela. Especialista en Pedagogía e Investigación en la Educación Superior, Universidad Mariana. Profesor – Investigador, programa de Contaduría Pública, Universidad CESMAG. Colombia. jxcordoba@unicesmag.edu.co. 

El objetivo es proponer los RA para la preparación de informes de sostenibilidad en contaduría pública. La metodología se fundamenta en el paradigma cualitativo, de tipo descriptivo, al presentar un acercamiento al estado del arte que permitió reflexionar sobre la educación contable como generadora de valor económico, social y ambiental. Se concluye que los RA en el tema de sostenibilidad son declaraciones claras y concretas de lo que el profesional contable será, sabrá y podrá hacer para una toma de decisiones, acompañado de principios de ética, responsabilidad social y ambiental para cuidar la vida en el planeta.

Palabras clave: generación de valor; desarrollo sostenible; grupos de interés; informes de sostenibilidad; resultados de aprendizaje.

Introducción

Una mejor educación contable frente al contexto de posmodernidad y globalización requiere avances del modelo educativo, donde los estudiantes aprenden y se desarrollan en la medida en que pueden construir significados adecuados en torno a los contenidos y perfil profesional (Romero, 2019).

Bien es conocido que, los RA fortalecen el aprendizaje autónomo y, las competencias profesionales y personales, como un proceso continuo y progresivo; además, acompañan la transformación de personas y profesionales para una mejor gestión socio empresarial. Desde el ejercicio de la contaduría pública, se vinculan con el fortalecimiento del conocimiento contable para respaldar el interés y la confianza pública.

Al respecto, Coll (2010) manifiesta:

Sin negar la especificidad del fenómeno ni la importancia que pueden tener en este caso otros factores –como, por ejemplo, el énfasis en los resultados y en la rendición de cuentas de los servicios públicos, incluidos los educativos; o en la calidad entendida no tanto en términos de «inversiones» y de «recursos» como de «resultados»–, la rapidez y la amplitud con las que se han extendido los enfoques basados en competencias no son una excepción en la evolución de las ideas y de los planteamientos pedagógicos. (p. 34)

Entonces, es un compromiso integrar los RA a las competencias (ser, conocer y saber hacer) vinculadas con el perfil profesional. Restrepo (2008, como se cita en Valero et al., 2013) sostiene que,

en el marco del nuevo contexto se introduce conceptos como competencias, currículo flexible y sistema de créditos, lo cual genera un impacto en el sistema

de educación superior, en especial en América Latina, por la heterogeneidad de su implementación. (p. 13)

En este sentido, en palabras de Tapia (2019), “en la época actual, se visibilizan problemas de la humanidad, gracias a los avances tecnológicos y la comunicación global, tales como la pobreza, el cambio climático, concentración de la riqueza, y la injusticia social” (p. 27). A esto se unen los planteamientos de Chomsky (Página 12, 2020) quien plantea las multi crisis acentuadas en las primeras décadas del siglo XXI, representadas en crisis ecológica, social y económica y, acentuadas por la pandemia del COVID-19:

el presente representa un “punto de confluencia de distintas crisis muy graves”, entre las que se incluye una amenaza de guerra nuclear, cambio climático, la pandemia del coronavirus, una gran depresión económica y una contraofensiva racista que tiene como epicentro a los Estados Unidos. (párr. 1)

Así las cosas, parafraseando a Spencer (2003), para la aproximación en los RA en el proceso de formación contable, se debe conducir a los estudiantes a un mejor entendimiento de la realidad de los temas tratados, a fortalecer las competencias y, a establecer alternativas para la solución de problemas, incluyendo una mayor automotivación.

Por su parte, organismos internacionales vinculados con formación contable como el Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C. (2017), establecen la importancia de la educación contable y el desarrollo de capacidades para un mejor desempeño: “La competencia profesional va más allá del conocimiento de principios, normas, conceptos, hechos, y procedimientos; es la integración y aplicación de: (a) competencia técnica, (b) habilidades profesionales y (c) valores, ética y actitudes profesionales” (p. 37).

Entonces, la educación contable requiere de procesos de enseñanza y aprendizaje de la disciplina contable, donde se reconozca aspectos de sustentabilidad (desde lo financiero social y ambiental) frente a los riesgos y oportunidades para la sostenibilidad empresarial para la creación de valor, junto a los impactos generados por su actuar.

Sin embargo, desde una mirada crítica frente a los procesos de estandarización de la educación en ciencias contables, Rueda (2010) manifiesta que “los procesos de convergencia se enmarcan en la lógica hegemónica predominante de la globalización, que tiene profundas raíces no sólo económicas, sino políticas ligadas a los ciclos históricos del capitalismo” (p. 157).

De ahí surge la importancia de reflexionar sobre los RA frente a temas de sostenibilidad; así, el profesional contable tendrá un mayor compromiso en la búsqueda de soluciones. Este documento tiene como objetivo, proponer los RA para la preparación de informes de sostenibilidad en contaduría pública.

Para el abordaje metodológico, el texto se fundamenta en el paradigma cualitativo, de tipo descriptivo, al presentar aspectos documentales con un acercamiento al estado del arte que permitió describir aspectos de los RA y la importancia de los informes no financieros (sostenibilidad). En el desarrollo del texto, en el primer apartado se establece la introducción, seguidamente el desarrollo del tema y, se cierra con las conclusiones.

Desarrollo del tema

Fundamentos básicos de los resultados de aprendizaje

A nivel mundial, la educación superior presenta múltiples desafíos y retos por causa de diferentes fenómenos propios del contexto actual, como: la globalización económica y financiera, el cambio climático, las tecnologías disruptivas, la crisis social y política, la transformación empresarial, la gestión de competencias blandas (habilidades comunicativas, adaptación al cambio, capacidad de aprendizaje, orientación a resultados, entre otros).

Cabe resaltar que, uno de los temas de estudio en la educación superior son los RA, considerados como un medio y no como un fin en educación, donde se busca transitar, según Aponte y Calle (2020), hacia un paradigma diferente en el que se privilegia el aprendizaje centrado en el estudiante y se abandona el modelo tradicional de contenidos desarrollados por el docente.

De acuerdo con El European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS, como se cita en Aponte y Calle, 2020), los RA “son enunciados acerca de lo que se espera que un aprendiente conozca, comprenda y/o sea capaz de demostrar una vez terminado su proceso de formación” (p. 12). En concordancia, se podría decir que los RA son enunciados que un estudiante sabe, comprende y demuestra durante el proceso de aprendizaje o, una vez termina su formación profesional. Por tanto, deben ser comprensibles en el ámbito de la disciplina en lo académico y el campo de acción del ejercicio profesional.

En el caso de Colombia, el gobierno nacional expidió el Decreto 1330 de 2019, donde estableció los lineamientos para el trámite relacionado con la obtención de registro calificado de los programas de pregrado y posgrado y, la expedición del Acuerdo 02 de 2020 (Mineducación, 2020) referente a la acreditación de alta calidad.

En este sentido, los RA en educación superior son un aspecto fundamental para la valoración de los avances que los estudiantes van alcanzando en su proceso formativo y, un mecanismo para la cualificación permanente de los procesos educativos (Ministerio de Educación Nacional MEN, Consejo Nacional de Acreditación CNA y, Comisión Nacional Intersectorial de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior CONACES, 2022), “las instituciones de educación superior – IES - ofertan sus programas académicos para dar respuesta a las necesidades sociales identificadas, los sectores económicos y productivos del país” (p. 6).

Según la Resolución 021795 del MEN (2020), los RA “harán referencia a lo que el estudiante sabrá, comprenderá y será capaz de hacer, como resultado integral de su proceso formativo” (p. 22). Por lo anterior, estos deberán centrarse en el proceso de enseñanza y aprendizaje, específicamente en lo que el estudiante aprenderá y que puede demostrar que sí aprendió. Además, deben ser claros, concretos y verificables y, estar en correspondencia con el plan general de estudios y el perfil de egreso.

En ese sentido, la construcción de los RA son el resultado de un proceso de reflexión, indagación y creación por parte de la comunidad académica de los programas académicos en las universidades. Los programas de contaduría pública no son la excepción a estos retos educativos y, deberán definirlos e implementarlos en los planes de estudio del programa y del curso que orienten el proceso educativo.

Educación para la sostenibilidad

Hace más de tres décadas que se publicó el Informe Bruntland (1987) con el cual surgió el concepto de desarrollo sostenible; desde ese momento, ha sido una de las preocupaciones importantes para los diferentes grupos de interés como instituciones globales, los gobiernos y responsables políticos, las empresas, las ONG y la sociedad en general (Larrinaga et al., 2019).

No obstante, la educación en general es responsable en parte, de la degradación del medio ambiente y el agotamiento de los recursos naturales, el cambio climático, la biodiversidad, los derechos humanos y las condiciones de trabajo, porque no fue capaz de formar a un ser humano con pensamiento crítico, ético y, sobre todo, humano, que sea consciente del daño ambiental que genera su huella de carbono a lo largo de su vida por este mundo.

En el caso de la educación contable, Bebbington et al. (2017) enfatizan:

La necesidad de educar a los futuros contadores, gerentes y ciudadanos en los desafíos que presenta la lucha por el desarrollo sostenible; esto demanda un proceso de reformulación pedagógica y cultural que debe apoyarse en los pilares de la justicia social, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad. (p. 24)

Cabe resaltar que, los contadores públicos pueden ser formados en la rama de la contabilidad social y ambiental, para contribuir al desarrollo sustentable en las organizaciones; además, este campo cumple el rol de mejorar el desarrollo ético e intelectual y, despierta la sensibilidad por el contexto en el que habitan. Como profesionales, deben reconocer, medir y revelar los impactos sociales y ambientales de las organizaciones y la incidencia que tiene esta información en la toma de decisiones.

Es claro que, en el contexto actual, para su gestión empresarial, las organizaciones deben analizar la información financiera y no financiera, para orientar su presente y futuro, donde el contador es el actor clave para preparar y presentar este tipo de información que requieren las empresas, sin olvidar el interés público y el bien común de la sociedad.

Tipos de reportes no financieros

A nivel internacional, existen diversos tipos de reportes de sostenibilidad emitidos por sus respectivos organismos emisores. Es relevante explicar que, un reporte de sostenibilidad es un documento formal dirigido a los grupos de interés de una organización, que contiene información del desempeño económico, social, ambiental y de gobierno corporativo de la organización; por tanto, este reporte, como afirma Deloitte Touche Tohmatsu Limited (2018), representa una herramienta de gestión relevante que contribuye al proceso de mejora continua hacia un negocio sostenible y sustentable. Es necesario precisar por qué reportan las organizaciones; como respuesta, plantea que las organizaciones buscan:

- Promover la transparencia y rendición de cuentas
- Fortalecer la gestión y el desempeño de la empresa
- Permitir la retroalimentación y, responder a las expectativas de los grupos de interés
- Construir y mantener la imagen y reputación
- Fortalecer la competitividad.

A continuación, se describe los estándares internacionales de reportes de sostenibilidad más relevantes y sus respectivos organismos emisores.

Tabla 1

Organismos emisores de estándares de sostenibilidad

No.	Emisor	Estándar	Origen
1	Global Reporting Initiative (GRI)	Memorias de Sostenibilidad	1997
2	Internacional Integrated Reporting Council (IIRC)	Reportes Integrados	2010
3	The Financial Stability Board (TSB)	Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)	2017
4	IBC Metrics	Stakeholder Capitalism Metrics	2020
5	Sustainability Accounting Standards Board (SASB)	Estándares Internacionales de Sostenibilidad	2021

Nota. A partir de Hernández et al. (2015).

Síntesis del proyecto de norma de requerimientos generales para la información a revelar sobre sostenibilidad

En los primeros meses de 2022 se presentó el informe de sostenibilidad puesto a discusión mundial por la Fundación International Financial Reporting Standard (IFRS, 2022a) relacionado con la información financiera, mediante requerimientos generales para la información a revelar sobre sostenibilidad, documentos publicados por el Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB, por su sigla en inglés).

Así, se publicó documentos arquetipos, abiertos para comentarios del público en general: el primero, NIIF S1, Requisitos generales para la revelación de información financiera relacionada con la sostenibilidad (IFRS, 2022a); el segundo, corresponde a NIIF S2, Información a revelar relacionada con el clima (IFRS, 2022b).

Con lo anterior, se pretendió analizar el valor empresarial de una organización bajo el fenómeno de la globalización y sus impactos, el desempeño del talento humano, el capital intelectual que haya desarrollado y, sus interrelaciones con los grupos de interés e impacto en el medio ambiente (flora, fauna, agua, aire y demás ecosistemas vivos).

El objetivo del NIIF S1 es que una entidad revele información sobre sus riesgos y oportunidades significativas relacionadas con la sustentabilidad. Dicha información debe ser útil, relevante, comparable, completa y neutral para los principales usuarios de los informes financieros de propósito general, cuando evalúen el valor de la empresa y decidan proporcionar recursos a la entidad.

La información deberá tener una base suficiente para evaluar las implicaciones de los riesgos y oportunidades a sus asociados con la sostenibilidad en el valor comercial de la entidad, el cual refleja las expectativas del valor, oportunidad y certeza de los flujos de efectivo futuros a corto, mediano y largo plazo y, el valor de esos flujos de efectivo a la luz del perfil de riesgo de la entidad y su acceso a financiamiento y costo de capital. Los estados financieros y no financieros serán una de las piezas esenciales para evaluar el valor de la empresa.

La información asociada con la sustentabilidad brinda mayor detalle que la información reportada en los estados financieros (IFRS, 2022a):

(a) el gobierno de una entidad de los riesgos y oportunidades relacionados con la sustentabilidad, y su modelo estratégico;

(b) decisiones tomadas por la entidad, que podrían permitir entradas y salidas (futuras) que aún no han cumplido los criterios de reconocimiento en los estados financieros;

(c) la reputación, el desempeño y las perspectivas de la entidad como resultado de las acciones realizadas, incluyendo sus diálogos y acciones con sus grupos de interés, el planeta Tierra y la economía; y

(d) el desarrollo de la entidad de activos basados en el conocimiento.

Una entidad proporcionará información a presentar sobre (a) gobierno, (b) estrategia, (c) gestión de riesgos y, (d) métricas y objetivos.

El NIIF S2 IFRS (2022b) establece los requisitos para identificar, medir y presentar riesgos y oportunidades relacionadas con el clima. Su propósito es exigir que una entidad proporcione información significativa sobre su exposición a los riesgos y oportunidades relacionadas con el clima, lo que permite a los usuarios de los informes financieros de propósito general de una entidad

(a) analizar y evaluar los efectos de los riesgos y oportunidades significativos relacionados con el clima y su valor empresarial;

- (b) comprender cómo el uso de los recursos y las entradas, actividades, salidas y resultados de la entidad respaldan la respuesta y la estrategia para gestionar sus riesgos y oportunidades; y
- (c) analizar y evaluar la capacidad de la entidad para adaptar su planeación, modelo de negocio y gestión de riesgos.

El NIIF S2 se aplica a riesgos relacionados con el clima a los que está expuesta la entidad, incluidos, entre otros: riesgos físicos del cambio climático, riesgos asociados con la transición a una economía baja en carbono (riesgos de transición) y, oportunidades relacionadas con el clima, disponibles para la entidad.

La Directiva 2014/95/UE fomenta un intenso debate sobre la importancia de que las grandes empresas den a conocer su contribución al desarrollo sostenible y su eficacia. Académicos y legisladores coincidieron en la necesidad de repensar los informes no financieros obligatorios para aumentar la contribución a la Agenda 2030; solo un número limitado de empresas divulga explícitamente información sobre su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Pizzi et al., 2022).

A esto se suma lo indicado por Castaño (2018) quien, respecto a la nueva educación, expresa:

Un segundo elemento a considerar es la información financiera y no financiera. Aspectos como el gobierno corporativo, los reportes integrados, la contabilidad social y ambiental, ganan espacio en la lógica de las organizaciones y hacen que el profesional requiera una formación pertinente, actualizada y útil para elaborar este nuevo tipo de reportes, revisarlos y, dar una opinión sobre su razonabilidad. (p. 11)

Los aspectos relacionados con la sostenibilidad empresarial incluyen tres componentes: Gobernanza (controles y procedimientos para supervisar y gestionar los riesgos y oportunidades); Estrategia corporativa (planes estratégicos y de acción); y, Gestión y evaluación del riesgo relacionados con la sostenibilidad.

El proceso de globalización económica está transformando los principios de educación ambiental, al privilegiar los mecanismos del mercado como medio para transitar a un futuro sustentable (Leff, 1998). Así, los estándares de sostenibilidad de ISSB o los reportes integrados pueden ser considerados informes, donde prima el mercado (racionalidad económica) sobre el interés socio ambiental.

Si bien desde la Conferencia Mundial de 1972 en Estocolmo (Naciones Unidas, 2002) se establece la necesidad de generar procesos de educación ambiental, la

pregunta es: ¿con los reportes de sostenibilidad se logra avanzar en la educación contable para el cuidado del ambiente? De esta manera, parafraseando a Leff (1998) y frente a las dificultades generadas por los límites del crecimiento económico y la concentración del poder en el Estado y las corporaciones, la sociedad reclama, desde la educación superior “un enfoque sistémico y un conocimiento holístico, frente a la destrucción ecológica y la desigualdad social” (p. 15).

La universidad debe ser el espacio para la reflexión y discusión de temas trascendentales para la humanidad, que requiere la obtención de resultados cuantificables que puedan ser patentados, transferidos y explotados y, que procuren una buena colocación en los índices de productividad investigadora y permitan estar en la parte alta del *Academic Ranking of World Universities*, habitualmente conocido como ranquin de Shanghai (Díez, 2018).

Atendiendo lo planteado, para educar a un profesional contable frente a la compleja realidad que atraviesa el mundo ya no solo en temas de competitividad y rentabilidad empresarial, es necesario enfatizar en temas que, si bien no son nuevos, deben ser vinculados con el verdadero interés público y bienestar de la ciudadanía, en tanto las decisiones empresariales tienen influencias a niveles microeconómicos y macroeconómicos (Hernández et al., 2015).

La educación contable debe avanzar cada vez más hacia los impactos generados por las organizaciones y la necesidad de conocer el territorio y el impacto social de las decisiones. En este sentido, Bebbington et al. (2017) plantean que la educación contable enfatiza en la necesidad de educar a los futuros contadores, auditores, asesores y ciudadanos en los desafíos que presenta la lucha por el desarrollo sostenible, procesos educativos que deben apoyarse en pilares de la justicia social, el respeto por los derechos humanos y el cuidado de la vida del planeta.

Además de educar para construir e interpretar informes no financieros, se pretende introducir un cambio en la cultura organizativa, de modo que el eje sobre el que gira la estrategia de la empresa es el proceso de creación de valor. Entre los cambios pretendidos con este nuevo modelo se encuentra la “utilización de la información estratégica (económica, social y medioambiental) en la toma de decisiones diaria y el fortalecimiento de las relaciones con los distintos stakeholders” (Brusca y Labrador, 2017, p. 13).

Finalmente, como resultado de la reflexión realizada en el presente texto, se propone los siguientes RA de sostenibilidad, donde el profesional contable será capaz de:

1. Comprender los desafíos sociales y ambientales contemporáneos, que permitan una interpretación objetiva y su compromiso para hacer parte del cuidado del patrimonio natural.
2. Evaluar riesgos financieros por la incidencia del cambio climático en las operaciones de las organizaciones, de modo que faciliten el desarrollo sostenible y sustentable.
3. Preparar informes no financieros de alta calidad con base en estándares internacionales de sustentabilidad, que sirvan de apoyo a las organizaciones en la toma de decisiones.
4. Asegurar información no financiera con base en estándares internacionales de sustentabilidad que permitan construir confianza pública en los grupos de interés (*stakeholders*).
5. Establecer políticas de divulgación de información social y ambiental en las organizaciones para el fomento de la transparencia corporativa y la justicia ambiental.

Conclusiones

Una vez avanzado el desarrollo del documento y, en atención al objetivo formulado, existen innumerables informes de sostenibilidad que son útiles para la toma de decisiones; existe la necesidad de conocer, investigar y desarrollar una constante actualización sobre estos instrumentos contables, considerando que constantemente surgen nuevos estándares; ejemplos: NIIF S1 y NIIF S2 y, normas que necesitan ser monitoreadas, aprehendidas y bien desarrolladas a partir de los RA, donde el estudiante es protagonista del acceso al conocimiento, desde un enfoque técnico, crítico y de forma permanente.

Según la reflexión propuesta en este artículo, se puede afirmar que los RA en el tema de sostenibilidad, son declaraciones claras y concretas de lo que el profesional contable será, sabrá y podrá hacer con este saber en el ejercicio profesional, como resultado de su proceso formativo, bajo principios de ética y responsabilidad social y ambiental. Lo anterior hace parte del nuevo perfil de egreso de los contadores que demanda el contexto presente y futuro, donde se requiere del profesional, un alto compromiso y sensibilidad social en búsqueda del cumplimiento de los ODS 2015.

No cabe duda que las Normas Internacionales de Sostenibilidad y Clima (NIIF S1 y NIIF S2) hacen parte de un nuevo marco de reporte financiero global y sirven de base para preparar información contable de las empresas, por dos motivos

principales: primero, ahora se puede contar con un marco integral único que promueva la responsabilidad social y ambiental; segundo, este marco utiliza un lenguaje estandarizado, buscando que sea entendible para quienes elaboran y utilizan los reportes financieros. Por tanto, estas normas serán parte del contenido de los RA que los contadores deberán estudiar y aplicar en su ejercicio profesional.

El plan de estudios para la formación de un profesional contable con un verdadero compromiso educativo que esté por encima de un modelo mercantilista que arrasa con la naturaleza, promueve la desigualdad social y violación de los derechos humanos, al tiempo que genera efectos que pueden llegar a un punto de no retorno.

Referencias

- Acuerdo 02 de 2020. (2020). Ministerio de Educación Nacional. https://www.cna.gov.co/1779/articles-402848_documento.pdf
- Aponte, M. C. y Calle, J. M. (2020). Internacionalización del currículo a partir de Resultados de Aprendizaje. <https://claudiaaponte.com.co/wp-content/uploads/2018/12/2020-CAponte-y-JMCalle-IdC-y-resultados-de-aprendizaje.pdf>
- Bebbington, J., Russell, S., & Thomson, I. (2017). Accounting and sustainable development: Reflections and propositions. *Critical Perspectives on Accounting*, 48, 21-34. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2017.06.002>
- Brusca, I. y Labrador, M. (2017). El marco conceptual de la información integrada y su aplicación en el sector público. *Revista Española de Control Externo*, 19(57), 13-38.
- Castaño, C. E. (2018). Algunos aspectos sobre el futuro de la educación contable. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (70), 11-12. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.331293>
- Coll, C. (2010). Las competencias en la educación escolar: algo más que una moda y mucho menos que un remedio. *Aula de Innovación Educativa*, (161), 34-39.
- Correa, J. A., Hernández, M. C., Vásquez-Arango, L. y Soto, Y. M. (2017). Reportes integrados y generación de valor en empresas colombianas incluidas en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. *Cuadernos de Contabilidad*, 17, 43. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc17-43.rigv>
- Decreto 1330 de 2019. (2019, 25 de julio). Ministerio de Educación Nacional. https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-387348_archivo_pdf.pdf
- Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (2018). Reportes de sostenibilidad: ¿Qué están comunicando las empresas en Uruguay? <https://www2.deloitte.com/uy/es/pages/risk-advisory/Reporte-de-sostenibilidad-que-estan-comunicamndo-las-empresas-en-Uruguay.html>
- Díez, E. J. (2018). Universidad e investigación para el bien común: la función social de la Universidad. *Aula Abierta*, 47(4), 395-402. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.4.2018>

- Fundación International Financial Reporting Standard (IFRS). (2022a). Proyecto de Norma. Requerimientos generales para la información a revelar sobre sostenibilidad relacionada con la información financiera. <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/general-sustainability-related-disclosures/spanish/es-issb-exposure-draft-2022-s1-general-requirements.pdf>
- Fundación International Financial Reporting Standard (IFRS). (2022b). Proyecto de Norma. Información a revelar relacionada con el clima. <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/climate-related-disclosures/spanish/es-issb-ed-s2-march-2022.pdf>
- Hernández, M. C., Soto, Y. M. y Vásquez, L. (2015). Caracterización de las revelaciones contenidas en los reportes integrados de las empresas colombianas incluidas en los índices de sostenibilidad dow jones. *Revista UdeA*, 9(1).
- Informe Bruntland. (1987). *Informe Bruntland*. Oxford University Press.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C. (2017). *Pronunciamientos internacionales de formación*. Federación Internacional de Contadores (IFAC).
- Larrinaga, C., Moneva, J. M. y Ortas, E. (2019). Veinticinco años de Contabilidad Social y Medioambiental en España: pasado, presente y futuro. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 48(4), 387-405. <https://doi.org/10.1080/02102412.2019.1632020>
- Leff, E. (1998). *Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*. Siglo XXI.
- Ministerio de Educación Nacional, Consejo Nacional de Acreditación y Comisión Nacional Intersectorial de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. (2022). Nota orientadora. ¿Cómo formular e implementar los resultados de aprendizaje? https://www.mineduacion.gov.co/1780/articles-408425_recurso_5.pdf
- Naciones Unidas (UN). (2002). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo. <https://www.un.org/spanish/conferences/wssd/unced.html#:~:text=La%20Conferencia%20de%20Estocolmo%20de,y%20la%20'contaminaci%C3%B3n%20transfronteriza'>
- Página 12. (2020, 31 de agosto). Noam Chomsky: “Tenemos poco tiempo para decidir si la vida humana sobrevivirá”. <https://www.pagina12.com.ar/288631-noam-chomsky-tenemos-poco-tiempo-para-decidir-si-la-vida-hum>

Casos aplicados:

Gestión y competitividad empresarial

- Pizzi, S., Del Baldo, M., Caputo, F., & Venturelli, A. (2022). Voluntary disclosure of sustainable development goals in mandatory non-financial reports: The moderating role of cultural dimension. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 33(1), 83-106. <https://doi.org/10.1111/jifm.12139>
- Resolución 021795 de 2020. (2020, 19 de noviembre). Ministerio de Educación Nacional. https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-402045_pdf.pdf
- Rueda, G. (2010). El papel de la contabilidad ante la actual realidad económica, social y política del país. Más allá de la convergencia de prácticas mundiales. *Cuadernos de Contabilidad*, 11(28), 149-169.
- Romero, F. (2019). Aprendizaje significativo y constructivismo. *Revista Digital para profesionales de la enseñanza*, (3), 1-8.
- Spencer, K. (2003). *Approaches to learning and contemporary accounting education*. University of Salford.
- Tapia, B. (2019). Tendencias internacionales en la formación del contador de gestión. En Pérez, O. y Petrovic, N. (coord.). *Las tendencias en contabilidad y gestión empresarial: visión de Ibero-América* (pp. 26-35). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8396809>
- Valero, G. M., Patiño, R. A. y Duque, O. J. (2013). Competencias para el programa de Contaduría Pública: una aproximación conceptual. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 62, 11-36. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.18910>

Capítulo 2.

Estructura y tendencia del capital de trabajo en grandes empresas del sector comercio en Colombia⁵

Miguel Ángel Gómez Chaves⁶

Karla Giovanna Benavides Chamorro⁷

Cítese como: Gómez-Chaves, M. Á y Benavides-Chamorro, K. G. (2024). Estructura y tendencia del capital de trabajo en grandes empresas del sector comercio en Colombia. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial* (pp. 23-32). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c412>

Resumen

Uno de los principales problemas que enfrentan las grandes empresas del sector comercio en Colombia es el limitado flujo de caja, necesario para hacer frente a obligaciones de corto plazo, condicionando así su permanencia en el mercado, debido a una ineficiente gestión del capital de trabajo. El objetivo del presente documento es identificar las estructuras de capital de trabajo y su tendencia en las grandes empresas del sector comercio en Colombia entre 2016 y 2022.

Se propone una investigación desde un paradigma cuantitativo, con un enfoque empírico-analítico. El método utilizado es deductivo con un tipo de investigación descriptiva. Se tomó como población estudiada los informes financieros proporcionados por las grandes empresas del sector comercio en Colombia ante la Superintendencia de Sociedades durante los años 2016, 2017, 2018, 2019, 2020,

⁵ Capítulo resultado de la investigación titulada: Análisis de la incidencia de las estructuras de capital de trabajo en la rentabilidad de las grandes empresas del sector comercio en Colombia, entre los años 2016-2022.

⁶ Magíster en Gerencia y asesoría financiera, Universidad Mariana. Docente investigador Universidad Mariana. Integrante del grupo de investigación ELITE EMPRESARIAL, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Correo electrónico: magomez@umariana.edu.co 

⁷ Estudiante del programa de Administración de Negocios internacionales, Universidad Mariana de Pasto 

2021 y 2022, que suman 666, 664, 657, 698, 653, 729 y 759, respectivamente, obteniendo como resultado significativo, que la mayoría de la inversión se ubica en capital de trabajo bruto (KTB), siendo más representativa la inversión en capital de trabajo operativo (KTO), es decir, en inventario y cartera. A su vez, las estructuras de capital de trabajo se mantendrán igual, dado que no presentan una variación significativa.

Palabras clave: grandes empresas; gestión financiera; liquidez; capital de trabajo.

Introducción

Las grandes empresas del sector comercio hacen parte fundamental del tejido empresarial colombiano; la Encuesta Anual de Comercio (EAC) en Colombia, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2019) reveló la existencia de 9.859 empresas con ingresos de, al menos, \$1.820 millones. Entre ellas, 5.307 están involucradas en el comercio mayorista, 3,598 en el comercio minorista y, 954 en actividades relacionadas con vehículos, su mantenimiento y reparación.

A su vez, los macrosectores de comercio y servicios aportan la mayor parte de los ingresos operativos, que son de \$339 billones y \$301 billones, respectivamente, con un 27,9 % en comercio y un 24,7 % en servicios (Superintendencia de Sociedades, 2024). Además, el sector comercio en Colombia experimentó un crecimiento del 4,9 %, superando el del 2,7 % registrado el año anterior; esto demuestra la relevancia de la población objeto de estudio de esta investigación.

Sin embargo, según Duque et al. (2019), una de las principales razones para el cese de actividades de estas empresas es no obtener el financiamiento necesario para sus operaciones; por esta razón, el 27 % de los negocios nuevos y el 25 % de los negocios establecidos, cerraron. Dentro de esta problemática se enmarca la administración de recursos y financiamiento en el corto plazo; por ello, el presente documento tiene como objetivo, identificar las estructuras de capital de trabajo y su tendencia en las grandes empresas del sector comercio en Colombia entre 2016 y 2022.

Complementando lo anterior, la importancia de una administración eficiente del capital de trabajo es incuestionable porque, la viabilidad de las operaciones de la empresa depende de administrar con eficiencia el inventario, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar, de suerte que se pueda lograr un equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo (Gitman y Zutter, 2012).

Las políticas de gestión del capital de trabajo incluyen cómo administrar los activos circulantes de una empresa y cómo obtener el financiamiento más adecuado. Los administradores deben considerar esta decisión táctica como esencial para lograr el objetivo final de maximizar la riqueza de los accionistas (Schmidt, 2020).

Adicionalmente, un elemento fundamental a tener en cuenta con respecto a la suficiencia de capital de trabajo, es que este brinda a la empresa, la capacidad para conducir sus operaciones sobre la base más económica sin restricciones financieras y, para hacer frente a emergencias, sin peligro de un desastre financiero. Asimismo, esta suficiencia permite otorgar condiciones de crédito favorables a los clientes y, operar sin demoras por dificultades con el crédito en la obtención de materiales, servicios y suministros y, soportar períodos de depresión (Jimenez et al., 2019).

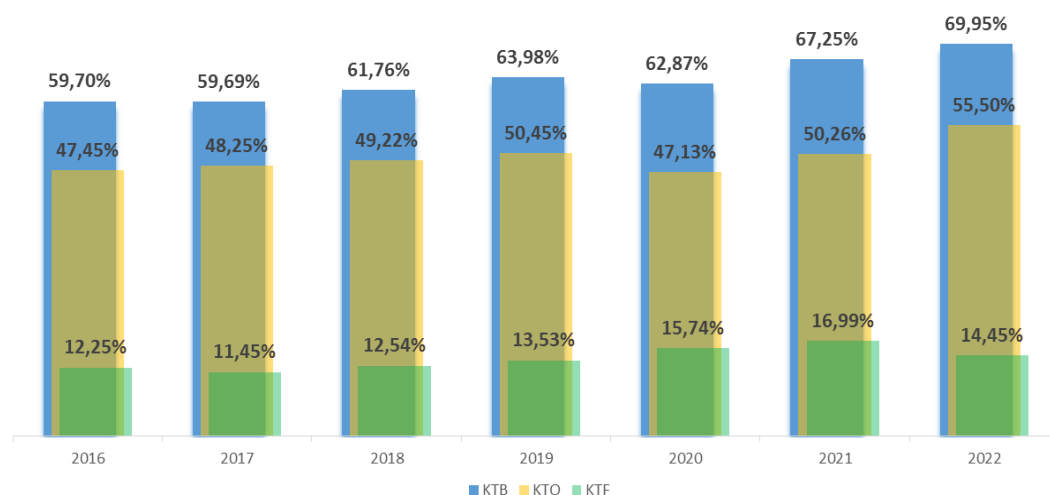
Para lograrlo, se propone una investigación desde un paradigma cuantitativo, porque busca medir las variables como el capital de trabajo bruto, operativo y financiero, entre otros, con un enfoque empírico-analítico, porque se basa en la realidad objetiva que se refleja en la información de los estados financieros. Además, el método utilizado es deductivo con un tipo de investigación descriptiva. Se tomó como población estudiada, los informes financieros proporcionados por las grandes empresas del sector comercio en Colombia ante la Superintendencia de Sociedades durante los años 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022, que suman 666, 664, 657, 698, 653, 729 y 759, respectivamente.

Desarrollo del tema

Bajo la anterior información, a continuación, se presenta los resultados de las estructuras de capital de trabajo; se indica el porcentaje de inversión en KTB (activos corrientes), KTO (inventario y cartera) y capital de trabajo financiero (efectivo, inversiones financieras, entre otros), con relación a la inversión en activos totales.

Figura 1

Estructura de capital de trabajo bruto, operativo y financiero de las grandes empresas del sector comercio en Colombia 2016-2022



Nota. Porcentajes de participación de capital de trabajo bruto, operativo y financiero. Información calculada a partir de la base de datos de la Superintendencia de Sociedades.

Como se observa en la Figura 1, la inversión en KTB de las grandes empresas del sector comercio supera el 50 %, indicando que su mayor inversión se ubica en los activos de corto plazo.

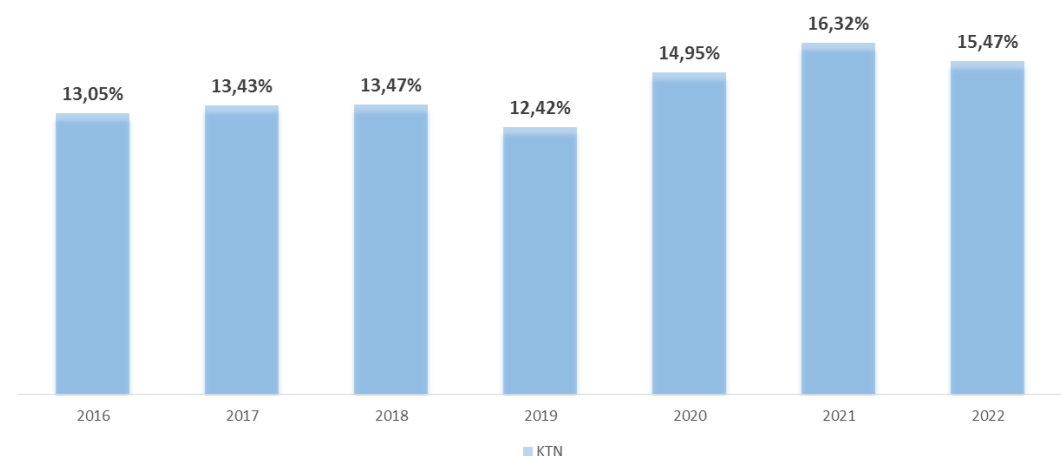
En cuanto a la inversión en capital de trabajo, el porcentaje más representativo se encuentra en el KTO, el cual corresponde a la suma de inventario y cartera; es decir, la mayoría de las grandes empresas del sector comercio en Colombia invierte más en inventario y cartera en el corto plazo.

Por su parte, en lo que hace referencia al capital de trabajo financiero, es donde se destina menos inversión en los siete años analizados.

A continuación, se presenta el capital de trabajo neto (KTN), calculado a partir de la diferencia entre los activos corrientes menos los pasivos corrientes. El resultado indica la capacidad que tienen las empresas para afrontar sus compromisos de corto plazo, con recursos de corto plazo.

Figura 2

Estructura de capital de trabajo neto de las grandes empresas del sector comercio en Colombia 2016-2022



Nota. Porcentajes de participación de KTN. Información calculada a partir de la base de datos de la Superintendencia de Sociedades.

En la Figura 2 se puede apreciar que, en todos los periodos analizados, el porcentaje de participación fue positivo en lo que atañe al KTN, lo que significa que sus activos corrientes exceden a sus pasivos corrientes. Este resultado se resalta dado que lo que las grandes empresas en Colombia pretenden convertir a efectivo en un periodo menor a un año, es superior a lo que deben pagar en el mismo periodo, garantizando su supervivencia.

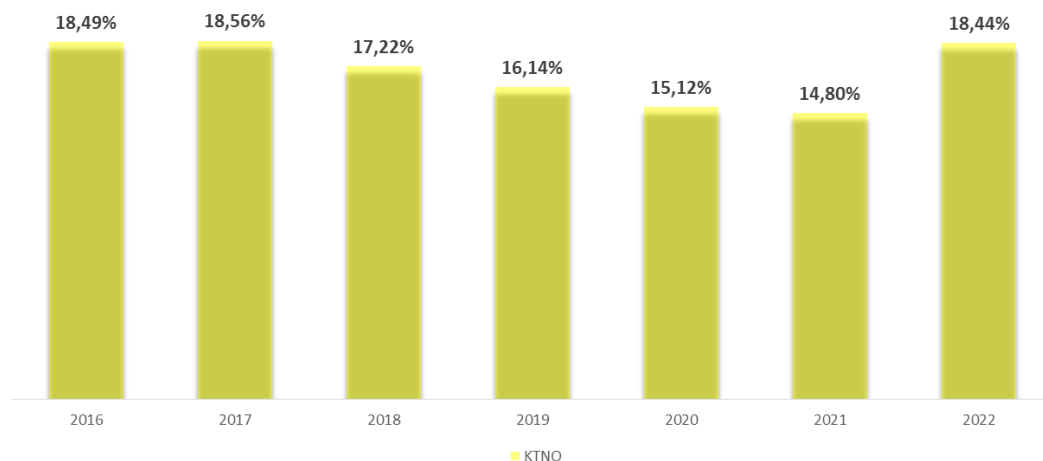
Ahora bien, si por una parte es importante que las empresas cuenten con los recursos corrientes, el KTN debe ser lo suficientemente óptimo para cubrir las obligaciones de corto plazo, sin sacrificar altos niveles de rentabilidad.

Es así cómo, las empresas que tienen activos corrientes productivos, es decir, que se están convirtiendo rápidamente a efectivo, necesitan menos KTN, dado que tienen la confianza en que la inversión corriente se convertirá en efectivo. A su vez, aquellas que tienen activos corrientes improductivos o lentos, esto es, que se demoran en convertir en efectivo, deberán mantener niveles de capital de trabajo más altos, lo que les posibilita contrarrestar la lenta recuperación de su inversión corriente.

En seguida, se muestra el capital de trabajo neto operativo (KTNO), calculado a partir de la diferencia entre el capital de trabajo financiero (Inventario + cartera) y los proveedores. El resultado indica la participación de la financiación operativa en la inversión operativa.

Figura 3

Estructura de capital de trabajo neto operativo de las grandes empresas del sector comercio en Colombia 2016-2022



Nota. Porcentajes de participación de KTNO. Información calculada a partir de la base de datos de la superintendencia de sociedades.

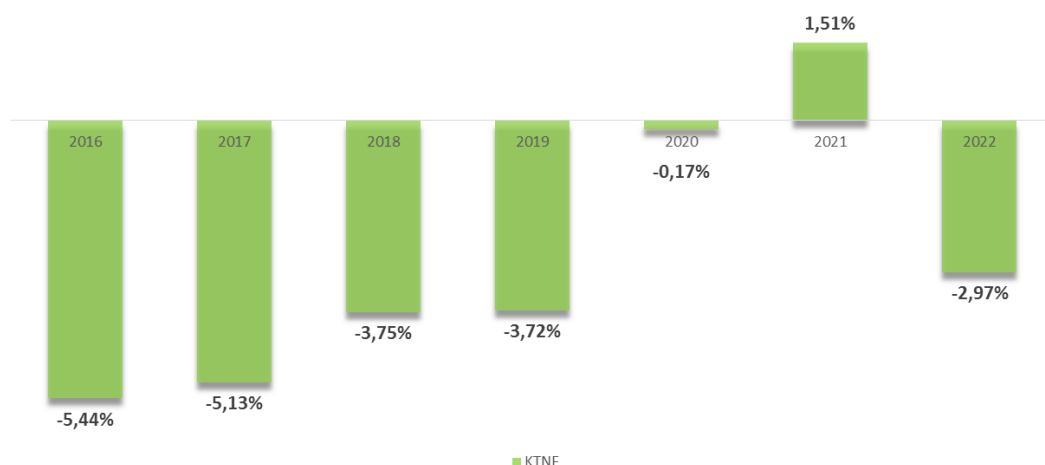
En la Figura 3 se observa que, en los periodos analizados, el resultado de KTNO fue positivo en las grandes empresas del sector comercio, lo que permite inferir que sus proveedores no alcanzan a financiar la inversión operativa, llevando a las empresas del sector a buscar financiación con fuentes financieras para el desarrollo de sus operaciones. Esto último incurre en un mayor costo de financiación.

Con relación a lo anterior, el KTNO beneficia a las empresas del sector cuando es negativo, debido a que mostraría que los proveedores financian la totalidad de la inversión operativa, reflejándose en un menor costo de financiación.

A continuación, se muestra el capital de trabajo neto financiero (KTNF) calculado a partir de la diferencia entre el capital de trabajo financiero (Efectivo, inversiones temporales, entre otros) y los pasivos financieros. El resultado indica la participación de las fuentes financieras en la inversión financiera.

Figura 4

Estructura de capital de trabajo neto financiero de las grandes empresas del sector comercio en Colombia 2016-2022



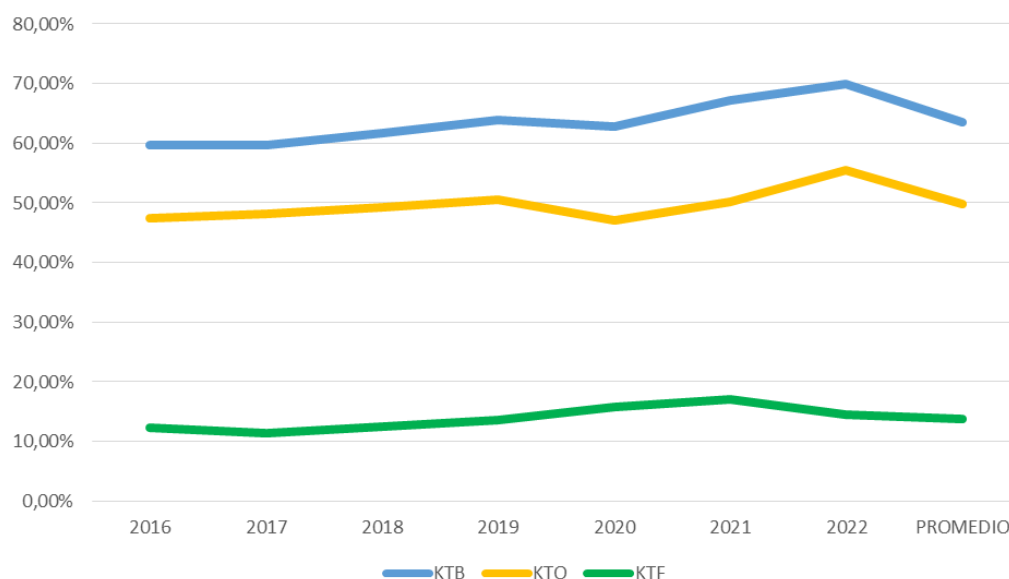
Nota. Porcentajes de participación de KTNF. Información calculada a partir de la base de datos de la superintendencia de sociedades

Lo que se resalta en la Figura 4 es que, de los siete periodos analizados, en seis se observa KTNF negativo, demostrando que sus fuentes financieras fueron superiores a sus activos financieros corrientes. Esta valoración negativa evidencia que parte del KTO cuenta con financiación financiera.

Finalmente, se indica la tendencia del capital del KTB, operativo (KTO) y financiero (KTF), resultado que indica la evolución de las estructuras de capital de trabajo.

Figura 5

Tendencia del capital de trabajo bruto, operativo y financiero de las grandes empresas del sector comercio en Colombia 2016-2022



Nota. Porcentajes de participación de KTNF. Información calculada a partir de la base de datos de la Superintendencia de Sociedades.

En la Figura 5 se muestra la tendencia de las estructuras de capital de trabajo de las grandes empresas del sector comercio en Colombia. Lo que se puede resaltar es que, en los siete años analizados, estas no presentan una variación significativa de sus estructuras.

Por lo anterior, se puede deducir que las políticas de negociación con proveedores, clientes y fuentes financieras están establecidas de manera que sus estructuras puedan ser estandarizadas.

Conclusiones

En promedio, las grandes empresas del sector comercio en Colombia invierten el 63,60 % en KTB, siendo más representativa la inversión en KTO, es decir, en inventario y cartera.

Las grandes empresas del sector comercio en Colombia obtuvieron un porcentaje de participación positiva en lo que respecta al KTN. Se resalta este resultado dado que, lo que ellas pretenden convertir a efectivo en un periodo menor a un año, es superior a lo que deben pagar en el mismo periodo, garantizando su supervivencia.

El KTNO fue positivo en todos los periodos analizados, lo que indica que incurren en fuentes financieras para desarrollar las operaciones. Esto último se confirma dado que, en seis de los siete periodos analizados, el capital de trabajo financiero fue negativo.

Las estructuras de capital de trabajo de las grandes empresas del sector comercio en Colombia se mantendrán igual, dado que no presentan una variación significativa.

Referencias

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2019). Encuesta Anual de Comercio (EAC). https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/bol_eac_2019.pdf
- Duque, G. M., Espinoza, O., González, K. y Sigüencia, A. (2019). Influencia de la administración del capital de trabajo. *INNOVA Research Journal*, 4(3.1), 1-17. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1060>
- Gitman, L. J. y Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera*. (A. E. Brito, Trad.; 12.ª ed.). Pearson Educación.
- Jimenez, F. E., Ramirez, C. C. y Leyva, L. (2019). La administración del capital de trabajo en una empresa de materiales de la construcción. *Tlatemoani, Revista Académica de Investigación*, 10(30), 147-169.
- Schmidt, M. A. (2020). *El capital de trabajo como determinante del desempeño corporativo: una relacion cuadrática cóncava* [Tesis Doctoral, Universidad Nacional del Sur]. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5746>
- Superintendencia de Sociedades. (2024). 1000 empresas más grandes. Informe Interactivo 2023. https://www.supersociedades.gov.co/noticias/-/asset_publisher/atwl/content/supersociedades-presenta-el-informe-de-las-1.000-empresas-m%C3%A1s-grandes-del-pa%C3%ADs-4

Capítulo 3.

Análisis del comportamiento de compra, outfits, segmento universitario⁸

Andrea Lorena Arteaga Flórez⁹

Yamile Alvear Castañeda¹⁰

María Fernanda Sarasti Reyes¹¹

Josué German Rivera Burbano¹²

Cítese como: Arteaga-Flórez, A. L., Alvear-Castañeda, Y., Sarasti-Reyes, M. F. y Rivera-Burbano, J. G. (2024). Análisis del comportamiento de compra, outfits, segmento universitario. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial* (pp. 33-49). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c413>

Resumen

En los últimos años, la moda parece estar fortaleciéndose en cada uno de los rincones del entorno que nos rodea. La ropa y los accesorios son la expresión de cada individuo, de cómo se siente, de cómo se ve a sí mismo y de cómo desea que lo traten los demás.

El presente artículo tiene como propósito, analizar el comportamiento de los consumidores universitarios de prendas de vestir en la ciudad de Pasto, Colombia, conocer sus conductas, cambios en su comportamiento, expectativas y decisión de compra. En este sentido, este escrito es el resultado de una investigación

⁸ Capítulo resultado de la investigación titulada: *Comportamiento del consumidor universitario de prendas de vestir en la ciudad de Pasto*, desarrollada desde febrero de 2019 hasta junio de 2021, en el departamento de Nariño, Colombia.

⁹ Magíster en Administración de Negocios. Docente tiempo completo, Universidad Mariana. Correo electrónico: larteaga@umariana.edu.co 

¹⁰ Magíster en Administración. Docente tiempo completo, Universidad Mariana. Correo electrónico: Yalvear@umariana.edu.co 

¹¹ Magíster en Mercadeo. Investigadora, Universidad de Nariño. Correo electrónico: mariafernanda.sarasty@gmail.com 

¹² Magíster en Mercadeo. Investigador, Universidad de Nariño. Correo electrónico: josuerivera14@gmail.com 

cuantitativa, de tipo de estudio descriptivo y un método deductivo a través de herramientas de recolección de información como el cuestionario y la observación.

Se concluye que, las empresas del mercado de la moda deben contar con estrategias agresivas como el fortalecimiento de sus canales digitales, con información de interés para el consumidor joven, además de ampliar la presencia en redes sociales y aumentar la oferta de productos según las nuevas tendencias de moda, para así fortalecer el sector y ser más competitivas en el mercado, enfocándose en los consumidores considerados como las generaciones centenal y milenial.

Palabras clave: márquetin; comportamiento del consumidor; sector de la moda; hábitos de consumo.

Introducción

Analizar un sector de la economía y conocer sus características es un tema de importancia en el área de negocios; por ejemplo, en el área de márquetin, el principal objetivo es conocer a los consumidores. Según Anzures (2020), el nuevo márquetin está obligado a ajustarse a una nueva realidad en la cual el consumidor, aparte de ser mucho más exigente y analítico, es el principal emisor de las noticias; por lo tanto, depende en gran parte de este y del conocimiento de su comportamiento para usar las estrategias correctas al abordarlo, el éxito de las empresas.

Kotler (2012) menciona cuáles son los errores más frecuentes en los que se suele incurrir en el márquetin: la segmentación errónea del mercado y, que las empresas no conocen totalmente a sus clientes objetivo. Por lo tanto, para no caer en ellos en el área de mercadeo y tener éxito en una empresa, se debe hacer una adecuada investigación de mercados y entender las tendencias de la moda para jóvenes y el comportamiento del consumidor; esto permite a la administración de la empresa, desarrollar estrategias y elegir los medios adecuados para la difusión del producto en oferta, aportando para un óptimo desarrollo y su crecimiento en el mercado.

Este documento de investigación lleva a una aproximación al contexto del mercado de las prendas de vestir; conocer al consumidor y su entorno son los factores a evaluar, los cuales puedan llevar a generar estrategias innovadoras que tengan como objetivo, generar diferenciación e identidad de marca frente al cliente. En este sentido, en el escrito se desarrolla generalidades como resumen, introducción, fundamentación teórica y, se explica la metodología. Posteriormente, se hace un análisis de los resultados que arrojó la aplicación de instrumentos como la encuesta y la observación a los jóvenes estudiantes, empezando a analizar comportamientos y características. Y, se enmarca unas conclusiones y recomendaciones de carácter académico y práctico.

Metodología

Desde el punto de vista del planteamiento metodológico, el presente escrito tiene un enfoque cuantitativo. Ricoy (2006) señala que, “bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir” (p. 121). El método de estudio en función de su fin posee una concepción deductiva orientada a los resultados y, advierte que, primero, se conoce las premisas, para llegar a una conclusión. En cuanto al tipo de estudio, es descriptivo; según Hernández et al. (2006), los estudios descriptivos buscan especificar las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, que se somete a un análisis. De este modo, se busca conocer el mercado de la comercialización de prendas de vestir y las tipologías de los consumidores del sector de la moda en la ciudad de Pasto.

Se tomó como fuente de información primaria, a estudiantes de las universidades de la ciudad de San Juan de Pasto; se utilizó como técnicas de recolección de información, la encuesta y observación y, como instrumentos, el cuestionario y la guía de observación. Así, la población objetivo corresponde a 27.512 estudiantes de las universidades Cesmag, de Nariño, Mariana y, Cooperativa. Se utilizó un tipo de muestreo probabilístico estratificado, correspondiente a un total de 379 estudiantes, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. Asimismo, se realizó el proceso de observación a un grupo de jóvenes universitarios que visitaron cinco tiendas de ropa juvenil.

Desarrollo del tema

Investigación de mercados y segmentación. El éxito en las empresas depende de la identificación y satisfacción de las necesidades del cliente de manera eficiente, a partir de la recopilación de información que permite conocer aspectos importantes del usuario o consumidor para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos, siendo una herramienta dentro del mercadeo, más conocida como ‘Investigación de mercados’, que posibilita a las empresas realizar una adecuada toma de decisiones en cada organización, con el propósito de lograr la satisfacción de sus clientes.

Como dice Chisnall (1996), la investigación de mercados es un método analítico crucial que proporciona una administración con información vital, estratégica y táctica, para la toma de decisiones; abarca factores relacionados con el mercadeo de productos y servicios donde surgen dos tipos de investigación: la investigación de producto la cual, según este autor, concierne al diseño, desarrollo y pruebas de nuevos productos, el progreso de producto y el pronóstico de tendencias comunes en las preferencias del cliente y, la investigación del consumidor, que abarca los aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor. De ahí que sea una

herramienta para las organizaciones, que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información, en aras de mejorar la toma de decisiones administrativas y de mercadeo.

Por otra parte, es importante considerar la segmentación de mercados en la que se divide el mercado en grupos con necesidades y características similares para poder ofrecer productos y servicios con las estrategias correctas y una oferta diferenciada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y desarrollar correctamente un plan de mercadeo. Siendo así, Chisnall (1996) afirma que la segmentación de los mercados permite a los fabricantes y distribuidores, diseñar y proporcionar productos y servicios que llaman la atención a cierto tipo de compradores en particular, necesaria para explorar la demanda de mercados total y, subdividirla en sectores significativos con características distintas.

De los recursos disponibles y de los objetivos que se tenga establecidos dependerá exclusivamente el grado de segmentación que adopte cada empresa, donde se halla diferentes enfoques para la segmentación de mercados, como: márketing masivo, de segmentos, de nichos y, personalizado. Espinosa (2020) define el márketing masivo como el punto de partida de la segmentación, que se caracteriza por producir, comunicar y distribuir masivamente un único producto para todos los clientes; el márketing de segmentos adapta la oferta de la empresa a las necesidades de estos grupos; el márketing de nichos trata de reducir aún más el enfoque de segmentación, buscando mercados más pequeños con necesidades que no están correctamente satisfechas.

Comportamiento del consumidor. Según Rivas y Grande (2016), el concepto de comportamiento del consumidor surge cuando cualquier empresa, desde su creación, intenta mantener relaciones permanentes con sus mercados, que están integrados por consumidores. Así, si una empresa trabaja con enfoque de márketing, debe anticiparse al cliente y, desarrollar aquellos productos que puede vender, porque los consumidores los necesitan y desean. Peter y Olson (2006) señalan que:

El término comportamiento se refiere a las acciones físicas de los consumidores, que otras personas pueden observar y medir directamente; también se le llama comportamiento evidente para distinguirlo de actividades mentales, como el razonamiento, no susceptibles de observación directa, donde el comportamiento es crítico en la estrategia de marketing, ya que sólo a través de él ocurren las ventas y se obtiene utilidades. (p. 51)

El mayor enfoque con influencia en el márketing ha sido el estudio de las necesidades; los productos tienen atributos funcionales y simbólicos, ya que no

son solo una suma de características físicas y, son lo que en realidad les interesa a los consumidores. Por ende, se puede asegurar que las necesidades son la base de la relación entre empresa y consumidor. Según Rivas y Grande (2016), en el fondo, una necesidad es una tensión derivada de una carencia de algo; constituye un desequilibrio en el estado normal de las personas quienes, procuran con su conducta, recuperar su equilibrio, eliminar sus carencias, aliviar intranquilidad y, en definitiva, solucionar algunos problemas con actos de compra.

En este punto, conviene mencionar la jerarquía de las necesidades humanas y los aportes de Maslow (1943), quien propuso una teoría psicológica sobre la motivación humana, analizando que las necesidades no son todas iguales y, que existen diferencias de importancia y nivel de exigencia. Esta realidad que plantea defiende que, una vez satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados. Distingue cinco niveles de necesidades humanas jerarquizadas por prioridades en la búsqueda de satisfacción, a menos que sean satisfechas mínimamente, para que las demás se activen. En la pirámide de necesidades desarrolladas, Maslow propone cinco escalas, donde la base son las necesidades fisiológicas, seguidas en su orden de las de seguridad, pertenencia, estima y autorrealización. Así, permite categorizar los comportamientos de los seres humanos, siendo esta una información vital en el estudio del comportamiento del consumidor, de manera que este es considerado desde el márketing como un factor base a quien las organizaciones buscan, en cierto modo, satisfacer sus necesidades mediante estrategias y tácticas.

La industria de la moda: tiene una participación importante en el mundo; las tendencias obligan día a día a acelerar el proceso de adaptación y toma de decisiones por parte de las empresas. En los últimos años, el mercado ha pasado por procesos drásticos como el uso de nueva tecnología para la producción tanto de materias primas como de telas y prendas de vestir, al mismo tiempo que la globalización ha permitido que el consumidor final esté más enterado de la gran variedad de nuevas opciones de productos que ofrece el mercado. Los medios de comunicación y la internet no solo han sido puertas de información, sino que han facilitado la adquisición de nuevas prendas, nuevas marcas, accesorios e, incluso, han permitido que el modo de vestirse no sea solo eso, sino un estilo de vida. Las marcas tratan de conocer e influenciar la decisión de compra de sus diferentes objetivos.

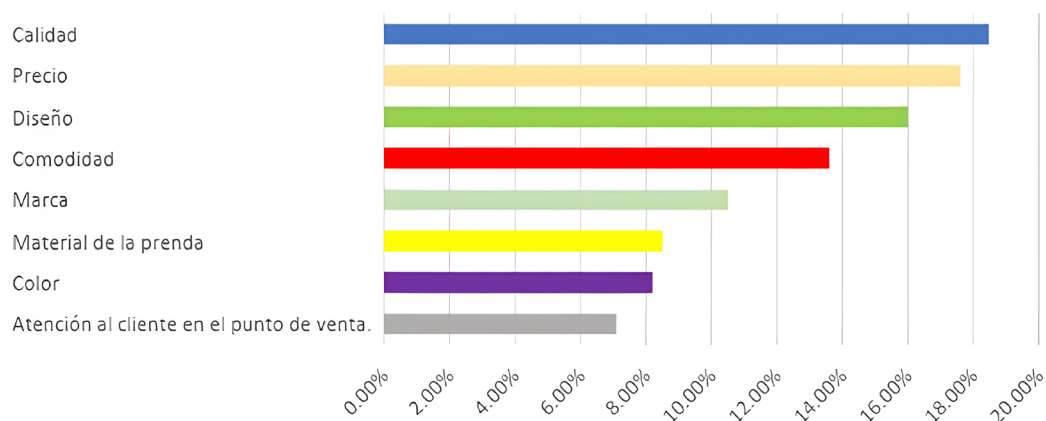
En un reporte de IndustriAll Global Union (2018) se afirma que algunos sectores tienen gran protagonismo en la economía de países como China, Bangladesh, Vietnam, India, entre otros del continente asiático, considerando que factores como la mano de obra barata, la producción de algodón, materias primas y maquinarias, les dan una ventaja competitiva frente a otros países; por ello, su participación en

el mercado es un factor clave, ya que empresas alrededor del mundo recurren a la contratación de maquilas en estos países, para reducir sus costos. Por otra parte, China y Estados Unidos son los países que reportan el mayor gasto, alcanzando cifras de 374.595 y 334.789 millones de euros respectivamente, para el año 2017 (ISSUU Inc., 2017).

Características que influyen a la hora de comprar prendas de vestir. Para los estudiantes universitarios, la principal característica es la calidad, con un 18,4 %, seguida por el diseño, con un 16 %, el precio con 15,7 %. La influencia medianamente importante se define en la comodidad, con un 13,6 % y la marca, con un 10,55 %. Entre las características con menor importancia sobre la influencia para elegir una prenda de vestir se ubica el material, con el 8,2 %; el color, con 8,6 % y, por último, la atención en el punto de venta con un 7,8 % (ver Figura 1).

Figura 1

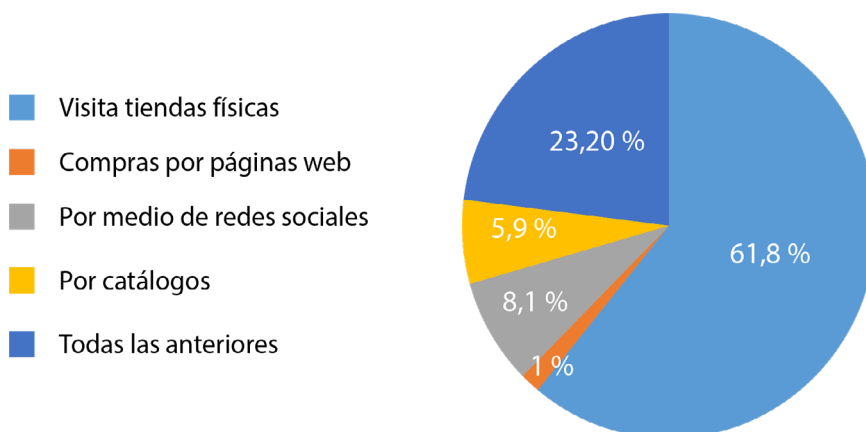
Características que influyen a la hora de comprar prendas de vestir



Medio de compra de prendas de vestir. De los estudiantes encuestados, el 61,8 % compra sus prendas de vestir en tiendas físicas (punto de venta); el 23,2 % no tiene una preferencia; por lo tanto, utiliza todos los medios, evidenciando una pequeña preferencia por la compra digital: redes sociales y páginas web (ver Figura 2)

Figura 2

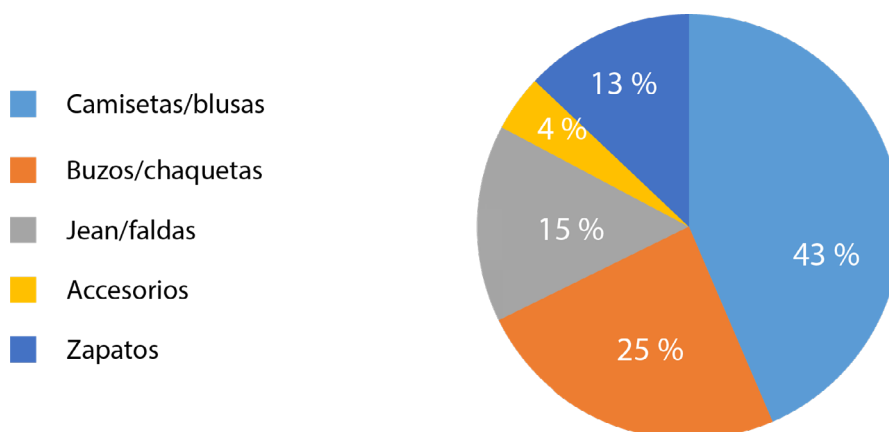
Medio de compra de prendas de vestir



Frecuencia de compra. Los estudiantes universitarios están comprando con mayor frecuencia camisetas o blusas, en un 43 %, seguidas por buzos o chaquetas con un 25 % en una proporción intermedia y, por último, se aprecia la compra de jeans con un 15 % y, zapatos con un 13 %, con menor frecuencia (ver Figura 3).

Figura 3

Frecuencia de compra



Lista de tiendas. Para los estudiantes encuestados, hay una mayor frecuencia de compra en tiendas con reconocimiento a nivel nacional con un 74 %. Según los resultados, la de mayores menciones es la tienda Tennis, seguida por Koaj. El 25 % frecuenta tiendas regionales, en las cuales las más mencionadas son las tiendas Zone Wear, seguidas por Turco Pastuso. Se pudo definir que la menor frecuencia

de compra es en tiendas de tipo grandes superficies como Éxito o Alkosto con 1 % (ver Tabla 1).

Tabla 1

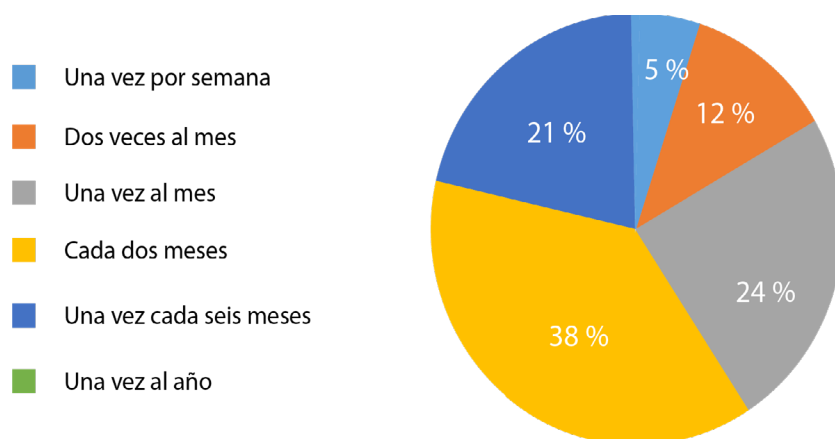
Preferencia de tiendas en la ciudad de Pasto

Donde compra	Porcentaje
Tiendas regionales	25 %
Tiendas nacionales	74 %
Grandes superficies	1 %
Total	100 %

Frecuencia de compra de prendas de vestir (ropa, zapatos, accesorios). La frecuencia se da cada dos meses, con un 38,2 %, seguido de un 23,6 % que las compra cada mes; la menor frecuencia es una vez cada seis meses, con un 21,1 %, aunque una minoría -11,8 %- tiene una frecuencia de compra de dos veces al mes (ver Figura 4)

Figura 4

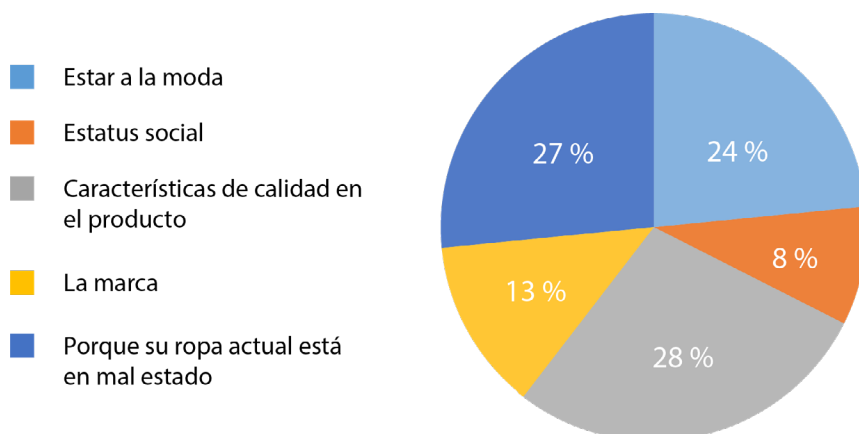
Frecuencia de compra prendas de vestir (ropa, zapatos, accesorios)



Razones que motivan a comprar prendas de vestir. Para los encuestados, la mayor motivación para comprar prendas de vestir son las características de calidad del producto, con un 28,3 %, continuando con que se tiene la ropa en mal estado, con un 26,8 %, seguida de quienes quieren estar a la moda, con un 23,9 %, la marca un 12,7 % y, el estatus social con un 8 % (ver Figura 5).

Figura 5

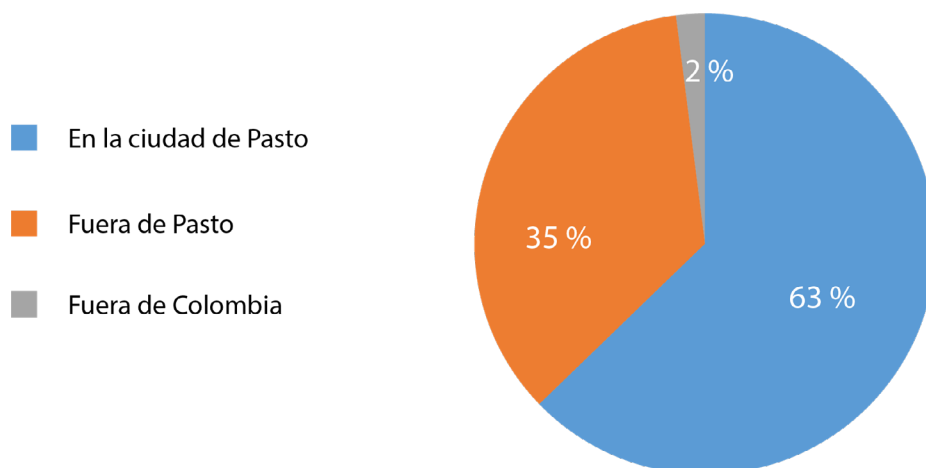
Razones que motivan a comprar prendas de vestir



Lugar donde prefiere comprar las prendas de vestir. Si bien el 62,9 % de la población encuestada prefiere comprar sus prendas de vestir en la ciudad de Pasto, un 35,1 % prefiere hacerlo por fuera de la ciudad (ver Figura 6).

Figura 6

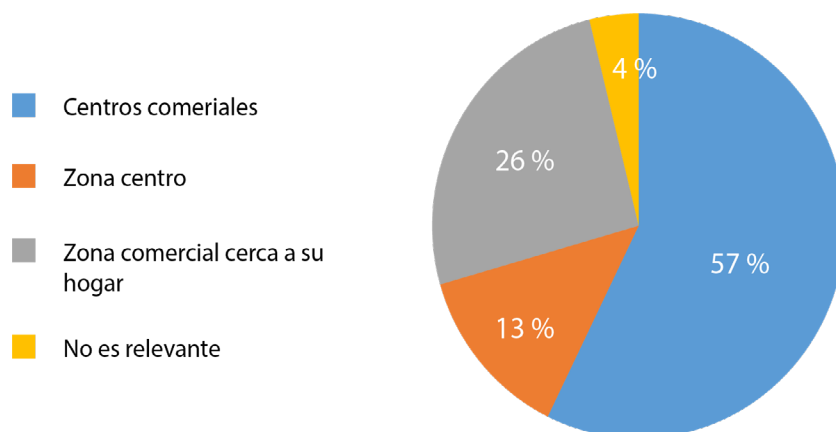
Lugar donde prefiere comprar las prendas de vestir



Sitios de frecuencia para comprar en la ciudad de Pasto. La mayoría de la población encuestada frecuenta los centros comerciales para realizar sus compras de prendas de vestir, con un 57,3 %; para el 25,6 % de los universitarios no es relevante y, el 13 % prefiere la zona centro de la ciudad (ver Figura 7).

Figura 7

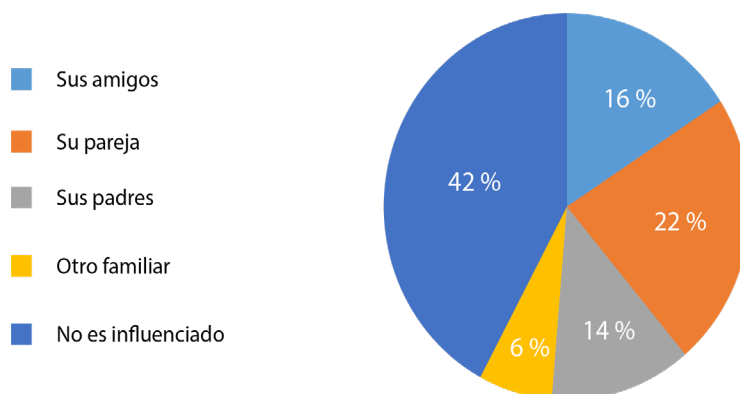
Sitios de frecuencia para comprar en la ciudad de Pasto



Influencia en la decisión de compra. Los estudiantes afirman no ser influenciados al realizar sus compras de prendas de vestir, con un total del 42 %; un 22 % siente influencia por parte de su pareja, mientras que el 16,3 % son influenciados por sus amigos y, por último, un 13,5 % lo es por parte de sus padres (ver Figura 8).

Figura 8

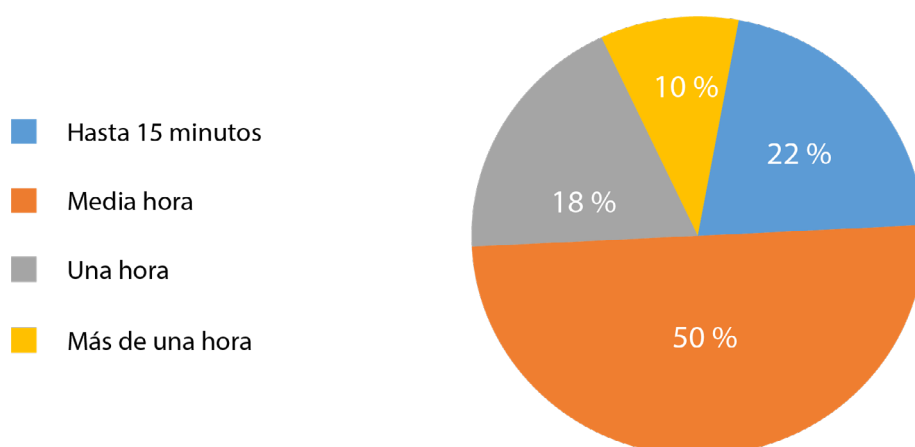
Influencia en la decisión de compra



Tiempo de permanencia en un almacén de prendas de vestir. En general, los estudiantes encuestados permanecen media hora en el almacén, cuando realizan compras de prendas de vestir, con el 50,2 % de respuesta, seguido por 15 minutos con un 22,2 %, mientras que el 17,7 % permanece una hora y, el 9,9 % más de una hora. Otros se toman el tiempo necesario para encontrar los que les gusta, sin determinar el tiempo (ver Figura 9).

Figura 9

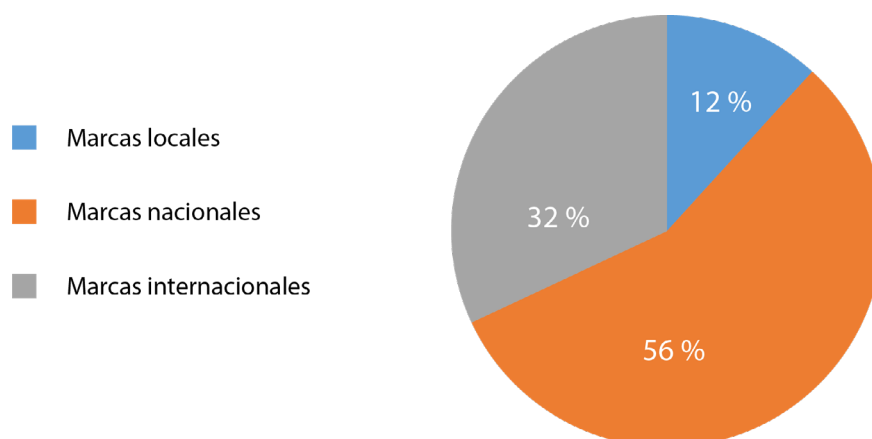
Tiempo de permanencia en un almacén de prendas de vestir



Preferencia de marcas. En un 56 %, los estudiantes encuestados prefieren comprar marcas nacionales; un 31,7 %, marcas internacionales y, un 11,9 % elige prendas locales (ver Figura 10).

Figura 10

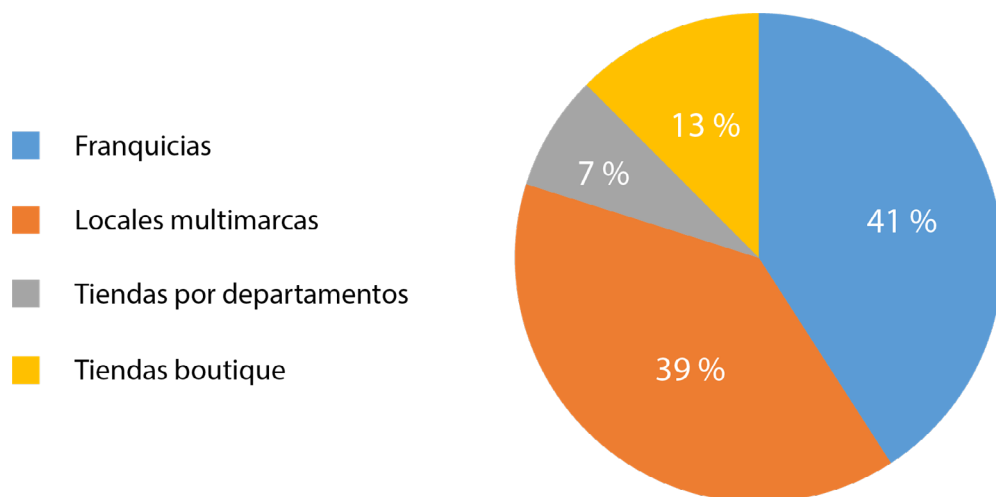
Preferencia de marcas



Preferencia en el formato de tiendas de prendas de vestir. Se pudo definir que los estudiantes encuestados prefieren franquicias para realizar las compras de prendas de vestir, con un 40,9 %, seguida por la preferencia por locales multimarca con un 38,8 %, mientras que el 12,8 % prefiere comprar en tiendas boutique (ver Figura 11).

Figura 11

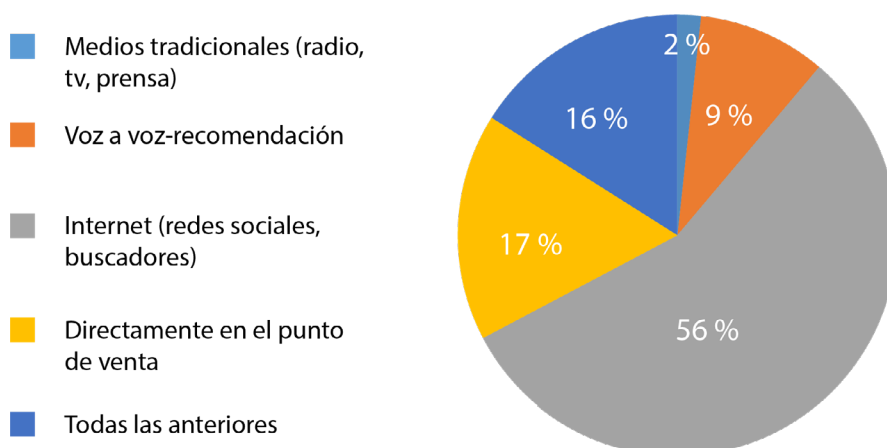
Preferencia en el formato de tiendas de prendas de vestir



Medios publicitarios utilizados para promociones. Se definió que el medio más visto por los estudiantes encuestados es la internet (redes sociales y buscadores) con un 56,6 % de respuestas, seguidos por el punto de venta con un 16,8 %, aunque el 16 % afirma que se enteran de promociones por todos los medios expuestos: tradicionales, voz a voz, internet y, directamente en el punto de venta; por último, un 9 % sostiene que se enteran por medio del ‘voz-a-voz’ (ver Figura 12).

Figura 12

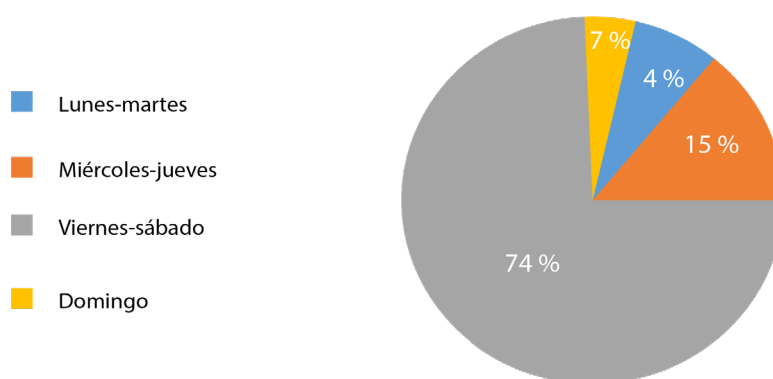
Medios publicitarios utilizados para promociones



Día de la semana que frecuenta para comprar prendas de vestir. Los días en los cuales los estudiantes encuestados realizan compras de prendas de vestir son los viernes o sábados, con una afirmación del 74,5 %, seguido con un 14,8 % que prefieren realizarlas en miércoles y jueves; mientras que la minoría como un 10,7 % frecuentan los días Domingo, lunes o miércoles para realizar sus compras de prendas de vestir (ver en la Figura 13).

Figura 13

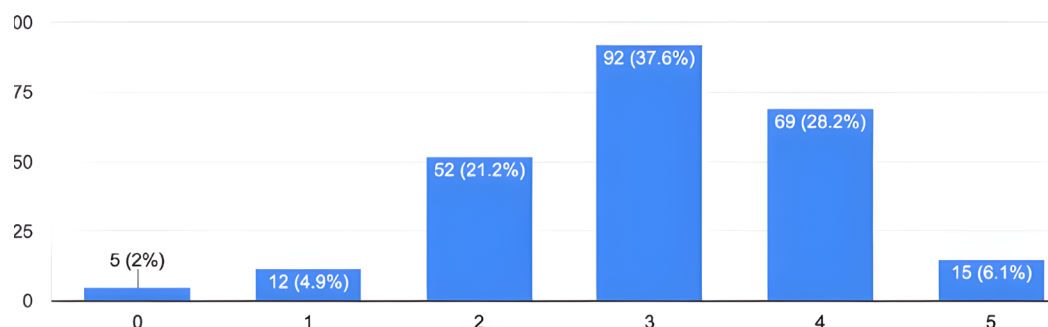
Día de la semana que frecuenta comprar prendas de vestir



Oferta actual de prendas de vestir en la ciudad de Pasto. El 37,6 % de los estudiantes considera que la oferta actual de prendas de vestir en la ciudad de Pasto es regularmente buena; para el 28,2 % es buena y, para el 21 % de los encuestados es regularmente mala (ver Figura 14).

Figura 14

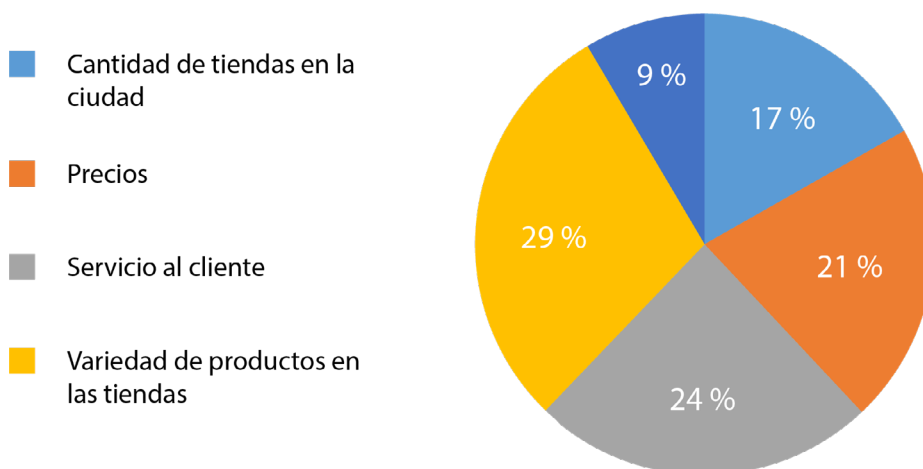
Oferta actual de prendas de vestir en la ciudad de Pasto



Mejoras de la oferta de prendas de vestir en la ciudad de Pasto. Se pudo determinar que, para los estudiantes encuestados, la oferta de prendas de vestir en la ciudad de Pasto mejoraría con la variedad de productos que se encuentran en las tiendas, con una afirmación del 29,42 %; para el 24 % mejoraría con el servicio al cliente en la tienda, seguido con el 21 % que considera que mejoraría con el precio, mientras que para el 16,8 % lo haría con la cantidad de tiendas en la ciudad; la minoría de los encuestados (8,5 %) cree que mejoraría con el envío de la información (promociones, nuevas colecciones) por parte de las tiendas. En la pregunta abierta donde se pide mencionar otra opción para mejorar la oferta de prendas de vestir, se nombró con frecuencia la variedad de productos en cuanto a su estilo, como el número de unidades que se pide por prenda (ver Figura 15).

Figura 15

Mejora de la oferta de prendas de vestir en la ciudad de Pasto

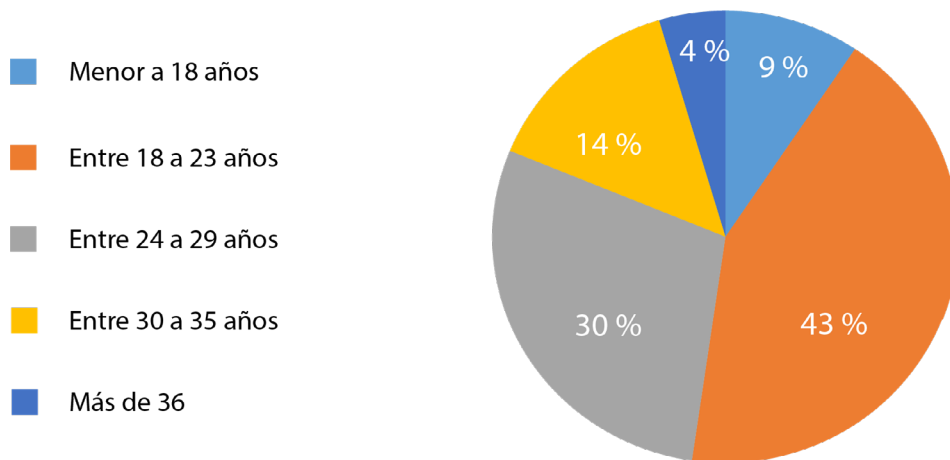


Edad de los consumidores universitarios de prendas de vestir. Los estudiantes se ubican, en la mayoría, entre los 18 a 23 años, con un 42 %; se determina que son la generación z o centenal (aquellos nacidos entre 1995 y 2010, y otros desde la década de 2000). A partir del artículo publicado por la revista Semana (2019), titulado “Así es la generación de centennials en Colombia”, se afirma que es una generación de nativos digitales, dado que, desde el momento cero tuvieron acceso al mundo digital y, han estado expuestos a una hiperinformación enorme desde que tienen uso de razón. Por eso, son mucho más conscientes del cuidado del medio ambiente. “Es la generación que más especies naturales ha visto desaparecer en el mundo, la que ha visto mayor escasez de agua y mayor cambio climático” (párr. 11). Tienen una identidad mucho menos regional. El 30 % de los encuestados tiene edades entre los 24 y 29 años, donde encontramos a los *millennials*, (personas nacidas entre 1981 y 1993). Se caracterizan por dominar la tecnología como

una prolongación de su propio cuerpo, ya que casi todas sus relaciones básicas cotidianas están mediadas por una pantalla. Para ellos, la realidad y la virtualidad son dos caras de la misma moneda; prefieren internet a la televisión convencional. Es evidente que ni el *prime time* ni la publicidad clásica son buenas estrategias para llegar a este colectivo. Utilizan múltiples canales y dispositivos digitales para sus actividades. Finalmente, las menores poblaciones de los encuestados se hallan en un rango de edad de 30 - 35 y, mayores de 36 años (ver Figura 16).

Figura 16

Edad de los consumidores universitarios de prendas de vestir



De acuerdo con el proceso de observación, se resume que el perfil del universitario está muy marcado, dependiendo de la edad. La población joven universitaria se ve realmente influenciada a la compra, por la información que recibe por medio de las redes sociales, aunque la generación a la que pertenecen los encuestados los motiva el estar a la moda y vestir ropa en buen estado. La fidelidad con las marcas va ligada a la calidad, el precio y el diseño de los productos. En cuanto a los productos ofrecidos, aspectos como la calidad el precio y la comodidad son factores clave para ofrecer los productos tanto en las tiendas como en postventa, lo que puede crear fidelización de las personas hacia las compañías. Se tiene presente que las empresas no prestan gran importancia a las tiendas electrónicas o páginas web bien establecidas o diseñadas, que no brinden confianza al comprador y, este comercio virtual está actualmente en una curva ascendente, lo que puede ser una problemática a corto y mediano plazo.

Conclusiones

Con relación a las preferencias de consumo, las motivaciones para adquirir nuevas prendas de vestir son: características del producto, el estar a la moda, la calidad, el diseño, el precio y, el servicio al cliente. De acuerdo con la distribución, hay una notoria preferencia por las tiendas en centros comerciales, en los formatos de franquicias o tiendas multimarca, que cuenten con el respaldo del posicionamiento de marcas nacionales o internacionales. El tiempo que los estudiantes destinan en estos espacios está en un promedio de 30 minutos; prefieren visitar los establecimientos los viernes y los sábados y, realizan más compras en los meses de noviembre y diciembre.

Si bien el sector del comercio de prendas de vestir y accesorios está en una etapa estable que hay que mantener y mejorar, puede presentar una probable amenaza con la incursión de nuevos centros comerciales o grandes establecimientos con capacidad de generar más competencia al mercado local y nuevas ofertas a los compradores, pero que, al mismo tiempo, podrían traer empresas y marcas tanto nacionales como extranjeras que, posiblemente, disminuyan la participación en ventas de empresarios locales. La utilización de la tecnología y el aprovechamiento de programas para recoger información sobre clientes, las redes sociales, páginas web propias e incluso influyentes, permitirán la creación de tendencias y nuevos estilos, sin dejar atrás la importancia de la comunicación entre vendedores y compradores, como primera medida.

Las oportunidades que el mercado ofrece, en las que se utilice estrategias correctas para abordar a la población universitaria como las redes sociales, los canales de distribución en línea, la generación de experiencias en las tiendas tomando referencias de los formatos de tiendas tipo franquicia, permitirán mejorar la oferta actual según las tendencias de moda y, generará un incremento en el posicionamiento en el mercado; por ende, mayor sostenibilidad de las empresas.

Para toda empresa es indispensable conocer los principales factores que afectan el mercado cambiante y su capacidad de respuesta para enfrentar oportuna y acertadamente estos cambios, logrando mantenerse en el sector. Es importante identificar y conocer el mercado meta que se va a atender, para canalizar los esfuerzos de forma efectiva, generando estrategias de márketing orientadas a crear confianza y experiencias positivas para el consumidor, en función de lograr a mediano plazo, la preferencia y el posicionamiento de la marca en el mercado.

Referencias

- Anzures, F. (2020). *El consumidor es el medio*. Liquid Thinking.
- Chisnall, P. (1996). *La esencia de la investigación de mercados* (L. J. Díaz, Trad.). Prentice Hall Hispanoamericana.
- Espinosa, R. (2020). Estrategias de Marketing. Conceptos, tipos y ejemplos. <https://es.scribd.com/document/466358170/Estrategias-de-Marketing-Roberto-Espinosa>
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4.ª ed.). McGraw-Hill
- IndustriAll Global Union. (2018). Cambia el aspecto de la industria textil y de la confección mundial. <https://www.industrialall-union.org/es/cambia-el-aspecto-de-la-industria-textil-y-de-la-confeccion-mundial>
- ISSUU Inc. (2017). Informe sectorial de la economía española (2017). https://issuu.com/cesce.es/docs/isectorial_00entorno_economico__28
- Kotler, P. (2012). *Los 10 pecados capitales del marketing. Signos y soluciones* (A. García, Trad.). Gestión 2000.
- Maslow, A. H. (1943). *Una teoría sobre la motivación humana*. Paidós Ibérica.
- Peter, J. P. y Olson, J. G. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing* (J. L. Blanco y C. Magallanes, Trad.; 7.ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana de México.
- Revista Semana. (2019, 02 de marzo). Así es la generación de centennials en Colombia. <https://www.semana.com/educacion/articulo/caracteristicas-de-la-generacion-de-centennials/603165/>
- Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação, Revista do Centro de Educação*, 31(1), 11-22.
- Rivas, J. A. y Grande, I. (2016). *Comportamiento del consumidor. Decisión y estrategia de marketing* (8.ª ed.). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.

Capítulo 4.

Análisis de la cultura tributaria del impuesto sobre la renta, sector médico especializado de Pasto¹³

Ana María Cerón Rosales¹⁴

Cítese como: Cerón-Rosales, A. M. (2024). Análisis de la cultura tributaria del impuesto sobre la renta, sector médico especializado de Pasto. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. (pp. 50-62). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c414>

Resumen

El artículo se realizó con el objetivo de determinar y analizar los factores que surgen a partir de la ausencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias que le corresponde al gremio médico especializado. La metodología se basó en un modelo cuantitativo, dado que el instrumento de obtención de datos fue desde una encuesta efectuada a la población elegida. La información suministrada permitió determinar el grado de conocimiento acerca de las obligaciones tributarias, valores y conductas frente al pago y, declaración del impuesto de renta. A partir de la población escogida, se contó con una muestra poblacional de 74 médicos especialistas de la ciudad de Pasto para dar cumplimiento a los tres objetivos propuestos en el desarrollo de la investigación, basados en el diagnóstico respecto al conocimiento de las obligaciones tributarias, factores críticos que inciden en la cultura tributaria y generación de estrategias formativas que contribuyen con la creación de nuevos saberes.

Palabras clave: fiscalidad; cultura tributaria; personas naturales, personal médico especialista, evasión; impuesto de renta.

¹³ Capítulo resultado de la investigación titulada: *Análisis de la incidencia de la cultura tributaria del impuesto sobre la renta y complementario de las personas naturales del sector de la salud (médicos especialistas) de la ciudad de Pasto*, desarrollada desde el 1 de agosto de 2020 hasta el 30 de noviembre de 2021, en el departamento de Nariño, Colombia

¹⁴ Maestrante en Gerencia y Auditoría Tributaria. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente del programa de Contaduría Pública, Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Correo electrónico: anam.ceron21@umariana.edu.co 

Introducción

De acuerdo con Arévalo y Cerón (2020):

La tributación es el principal mecanismo de financiación para mantener las funciones del Estado en todos sus niveles, permitiendo de esta manera la sostenibilidad de los gastos de funcionamiento de la administración pública y cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la sociedad los servicios básicos que esta requiere; y, para conseguirlo necesita como fuente principal, el recaudo de los impuestos pagados por los contribuyentes; por ende, el incumplimiento de la responsabilidad tributaria por parte de una persona, pone de manifiesto su falta de compromiso. (p. 52)

Por tal razón, el recaudo de los impuestos de los contribuyentes es uno de los criterios analizados para determinar los factores que se dan a partir de la ausencia de una cultura tributaria que genera la evasión.

La metodología para dar cumplimiento a los objetivos y al planteamiento del problema se desarrolló de acuerdo con un modelo cuantitativo, dado que se ejecutó un análisis a partir de la encuesta aplicada al gremio especializado de la salud, partiendo de una experiencia real de las prácticas, valores y expectativas de los médicos especialistas, explicando las razones causales que permitan determinar los factores que conllevan determinar la ausencia de cultura tributaria.

Fuentes teóricas legales y fuentes secundarias como investigaciones ya realizadas, fueron la base para fundamentar el presente artículo, tomando como referencia autores como Corredor (2009), la Constitución Política de Colombia de 1991, el Estatuto Tributario de 2022 e investigaciones existentes relacionadas con el tema de estudio, como la de Arciniegas et al. (2012).

Por consiguiente, la investigación se da con el fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos: realizar un diagnóstico con respecto al conocimiento de las obligaciones tributarias, identificar los factores críticos que inciden en la cultura tributaria y, generar estrategias formativas que contribuyan a la formación de conocimiento.

Desarrollo del tema

En Colombia, tomando como referencia las estimaciones efectuadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) unidad administrativa especial de orden nacional y entidad encargada de recaudar y fiscalizar los impuestos, a partir del informe de rendición de cuentas, se muestra que:

Las estimaciones muestran que la evasión del impuesto de renta en las personas naturales podría superar los 42 billones de pesos en 2021, cifra que es mayor en 3 billones de pesos a la de 2020, año que tiene una connotación especial por la situación de pandemia, pero que es levemente menor que la registrada en 2019. (Reyes, 2022, p. 18)

Por consiguiente, nace el interés de la realización del artículo de investigación, de manera que se lleve a cabo el análisis del perfil del contribuyente, logrando identificar a través del instrumento de aplicación, el grado de conocimiento respecto a la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

El sistema tributario en Colombia está conformado por tres elementos: El Estado, quien es el sujeto activo que administra y percibe los tributos; los contribuyentes, ya sean personas naturales o jurídicas, quienes son el sujeto pasivo, obligados al pago de impuestos y, finalmente, el recaudo, que es el pago del impuesto.

El sujeto pasivo, al cumplir con la obligación de declarar renta, contribuye al desarrollo económico y bienestar del país, de suerte que los elementos del sistema tributario están estrechamente relacionados para dar cumplimiento a la ejecución del plan nacional de desarrollo.

Teniendo en cuenta la última base de datos elaborada en el año 2018 respecto al sector de la salud por parte del Observatorio Laboral para la Educación (OLE, 2021), se observa que el número total de los graduados de especializaciones de medicina en Colombia es de 1.889.

Según MD Society LLC (s.f.):

El 27 % de los médicos generales gana entre 4,1 y 7,4 millones de pesos, (de 5 a 9 SMMLV) y tan solo el 2 % devenga hasta 12,4 millones (más de 9 SMMLV). Por su parte, el 31 % de los médicos especialistas recibe mensualmente entre 7,4 y 12,4 millones; el 29 % supera los 12,4 millones; el 24 % entre 4.1 y 7.4 millones e incluso un 4 % tiene salarios que no superan los 2,4 millones. (párr. 2-3)

Por lo anterior, la investigación se ha delimitado al sector médico especializado de la ciudad de Pasto, como uno de los gremios que percibe un alto grado de ingresos anuales y, que obtiene de esta manera, responsabilidades y obligaciones tributarias.

Se trabaja mediante un paradigma cuantitativo, siendo una “metodología de investigación que busca cuantificar los datos/información y por lo regular, aplica una forma de análisis estadístico” (Gómez, 2010), de manera que se realiza por medio de análisis cuantificables a través de recursos de estudios estadísticos al

grupo poblacional escogido, un análisis de objeto, empleando elementos de medición mediante encuestas.

El método empleado es a través de un enfoque empírico-analítico, pues se parte de una experiencia real de percepciones, prácticas, valores y expectativas del sector médico especializado. A partir del análisis de esta experiencia, se establece las posibles causas que dan a lugar a la ausencia de una cultura tributaria. Se desarrolla dentro del marco de investigación descriptiva-explicativa, puesto que busca identificar y detallar las características y comportamiento del objeto de estudio, teniendo en cuenta distintas variables y, con la obtención de los resultados, identificar las causas y buscar las posibles medidas de solución a la problemática expuesta.

La población escogida surge de los datos suministrados por el Instituto Departamental de Salud de Nariño (Arévalo y Cerón, 2020), durante el año 2020, el cual contaba con un número de registros de 510 médicos especializados en algún área, de los cuales 191 corresponde a médicos especialistas que se encuentran activos en la ciudad de Pasto. Se contó con una muestra poblacional de 74 médicos especialistas, aclarando que, algunos ya no se encuentran en el municipio, debido a la terminación de los contratos o el cambio de residencia, otros que ya se han pensionado y otros que han fallecido.

Tabla 1

Personal de salud – Especialistas registrados en bases de datos del Instituto Departamental de Salud

Año	Cantidad de registros (médicos especialistas)	%
2014	117	1,36 %
2015	713	8,30 %
2016	1744	20,29 %
2017	1738	20,22 %
2018	1900	22,11 %
2019	1872	21,78 %
2020	510	5,93 %
Total, Nariño	8594	100 %
Total, Pasto	191	

Resultados

De acuerdo con la información suministrada a partir de las 74 encuestas aplicadas a la muestra poblacional del gremio médico especializado que se encuentra activo y registrado en la base de datos del Instituto Departamental de Salud de Nariño, se aplicó el instrumento con aspectos relacionados con valores y conductas frente a la presentación del impuesto de renta y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Para ejecutar el primer objetivo e instaurar un diagnóstico respecto al conocimiento de las obligaciones tributarias del personal médico especializado, se hizo uso de la matriz DOFA, donde se pudo determinar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, fundamentales para comprender y analizar la situación del contribuyente, información que fue de gran utilidad, dado que permitió identificar los puntos por mejorar y los riesgos que se puede presentar, con el fin de generar y formular estrategias formativas que proporcionen saberes nuevos.

De lo anterior, se obtuvo la siguiente información:

Tabla 2

Análisis FODA - Gremio médico especializado

Fortalezas	Oportunidades
-Interés por obtener conocimiento tributario	-Beneficios tributarios
-Cumplimiento voluntario	
Debilidades	Amenazas
-Ausencia de asesoramiento	-Sanciones
-Desconfianza del recaudo del impuesto.	-Cambios normativos.

Previamente, se partió de la identificación de variables, para aplicar el instrumento de recolección de datos a través de una encuesta, siendo insumo para el análisis e interpretación de resultados, procesando la información por medio de la tabulación y sistematización de los datos obtenidos, de la siguiente manera:

Tabla 3

Identificación de variables

Variable	Indicador
Cultura tributaria	Conocimiento tributario
	Nivel de cumplimiento fiscal
	Comportamiento del cumplimiento tributario
	Valores y conductas frente a la tributación
Obligaciones tributarias	Cumplimiento tributario
	Presentación declaraciones de impuesto de renta.

Se formula el instrumento aplicativo, analizando desde la variable de cultura tributaria, el grado de conocimiento tributario, nivel de cumplimiento fiscal, comportamiento del cumplimiento tributario y valores y conductas frente a la tributación, por medio de preguntas formuladas que sean insumo para medir y cuantificar la información anterior. Entre las más relevantes, se destaca la siguiente información, que fue fuente de análisis, aplicación y formulación de estrategias.

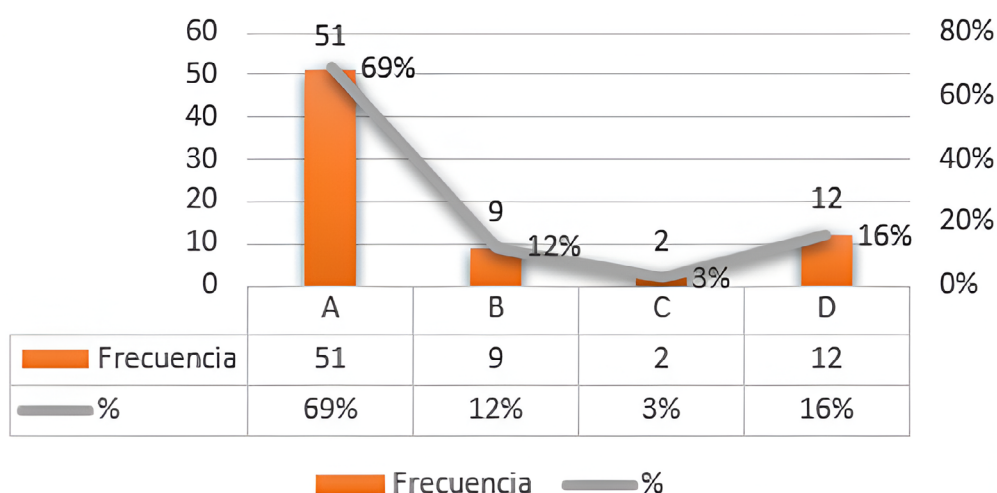
Tabla 4

Instrumento de aplicación. Entidad encargada de recaudar los impuestos nacionales.

1	Respuestas	Frecuencia	%
A	DIAN	51	69 %
B	Gobierno	9	12 %
C	Bancos	2	3 %
D	Ministerio de Hacienda	12	16 %
Total		74	100 %

Figura 1

Entidad encargada de recaudar los impuestos nacionales



La información suministrada permite evidenciar los resultados clave aplicados a partir del instrumento, para determinar el nivel de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de forma que, el 69 % del personal médico especializado, conoce la entidad encargada de recaudar los impuestos y, un 31 % no; esto implica, principalmente, la poca familiaridad con la Unidad Administrativa Especial, de modo que el desconocimiento imposibilita al acceso de canales de información o recursos que sean emisores de información de interés de dicha entidad.

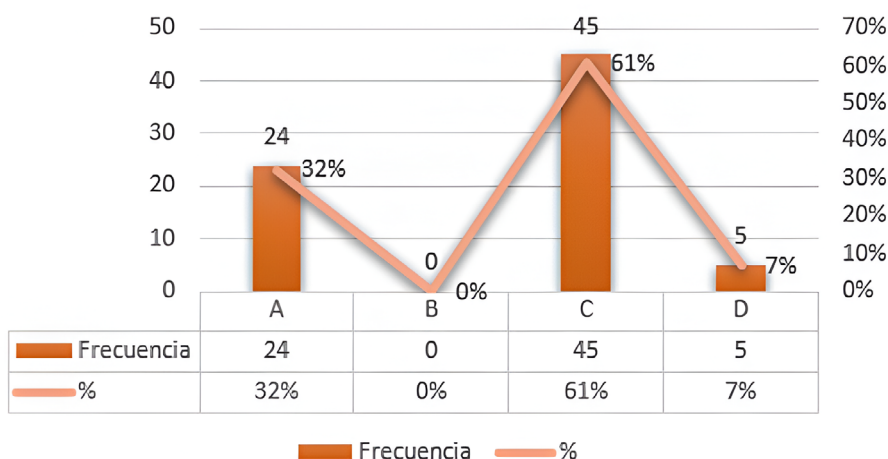
Tabla 5

Instrumento de aplicación. Destinación del recaudo del impuesto de renta

2	Respuestas	Frecuencia	%
A	Uso exclusivo para la deuda externa	24	32 %
B	Uso exclusivo a asistencia social	0	0 %
C	Gasto Público	45	61 %
D	Ninguna de las anteriores	5	7 %
Total		74	100 %

Figura 2

Destinación del recaudo del impuesto de renta



Es importante conocer el grado de conocimiento según la destinación del impuesto de renta, el cual maneja una estrecha relación con la cultura tributaria, debido a que el 32 % de la muestra poblacional considera que su destinación es exclusivamente para la deuda externa y el 61 % para el gasto público; así, se establece y formula estrategias formativas que contribuyan con este factor, promoviendo la transparencia, participación de los contribuyentes en el marco fiscal y tributario, generando confianza con la entidad recaudadora.

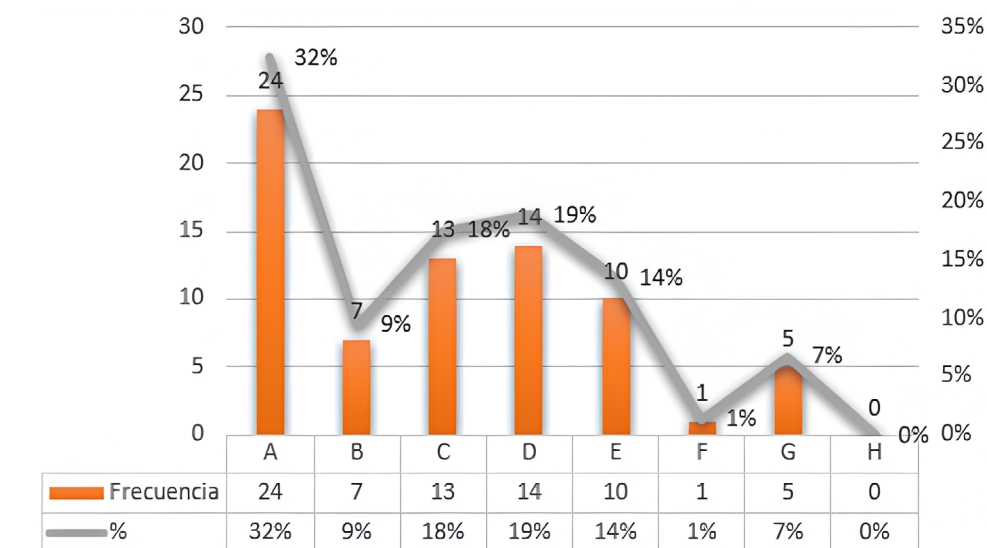
Tabla 6

Instrumento de aplicación. Valores aplicados a la hora de tributar.

3	Respuestas	Frecuencia	%
A	Responsabilidad	24	32 %
B	Cooperación	7	9 %
C	Compromiso	13	18 %
D	Honestidad	14	19 %
E	Integridad	10	14 %
F	Solidaridad	1	1 %
G	Todas las anteriores	5	7 %
H	Ninguna de las anteriores	0	0 %
Total		74	100 %

Figura 3

Valores aplicados a la hora de tributar



Dentro de la cultura tributaria y los valores aplicados a la hora de tributar, son fundamentales valores como: la responsabilidad, cooperación, compromiso, honestidad, integridad y solidaridad, los cuales, en conjunto, promueven la cultura tributaria; su aplicación garantiza el buen funcionamiento en el recaudo del impuesto. La mayoría de la muestra poblacional elegida para el análisis, que corresponde al 32 %, cumple con el valor de la responsabilidad y el 7 % dio respuesta a todas las anteriores, enfatizando la importancia de todos los valores que se hace mención en la pregunta, los cuales se complementan entre sí y promueven una correcta conducta en cuanto al recaudo del impuesto sobre la renta.

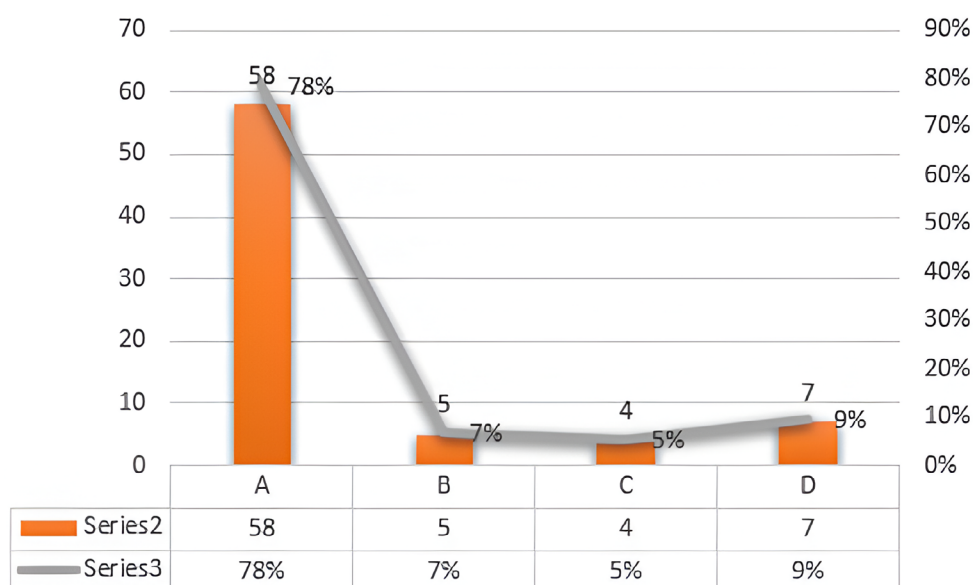
Tabla 7

Obligaciones tributarias que cumple como médico especialista

4	Respuestas	Frecuencia	%
A	Declaración y pago de impuesto sobre la renta	58	78 %
B	Pago de seguridad social	5	7 %
C	Pago de impuesto sobre las ventas	4	5 %
D	Todas las anteriores	7	9 %
Total		74	100 %

Figura 4

Obligaciones tributarias que cumple como médico especialista



Finalmente, se determina el nivel de cumplimiento acerca de las obligaciones tributarias que les compete a los médicos especialistas como contribuyentes. El 78 %, que corresponde a 58 personas de la muestra poblacional elegida, está en la obligación de declarar y pagar el impuesto de renta, teniendo en cuenta que, por sus ingresos, están sujetas al impuesto; el 5 % cuenta con la obligación relacionada con el impuesto sobre las ventas o valor agregado, teniendo presente que, a partir del análisis y elección de la muestra poblacional, cuatro médicos se dedican a actividades comerciales o servicios gravados con el impuesto en mención, haciendo la claridad sobre el artículo 476 del Estatuto Tributario de 2022 en el cual se exceptúa del IVA los servicios médicos.

Factores críticos que inciden en la cultura tributaria de las personas naturales del sector médico especializado de la ciudad de Pasto

Para el desarrollo del segundo objetivo planteado se parte de los resultados expuestos, donde fue indispensable conocer el grado de conocimiento respecto a la cultura tributaria y las obligaciones tributarias. Los factores críticos que influyen en la cultura tributaria son clasificados de la siguiente manera:

Tabla 8

Factores críticos que inciden en la cultura tributaria del gremio médico especializado

Bajo nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias	Desconocimiento de la destinación del impuesto de renta	Costumbres, valores y creencias	Desconocimiento de beneficios tributarios
- Errores en las presentaciones del impuesto de renta. - Disminución del recaudo destinado al gasto público.	- Desinterés - Falta de confianza con la entidad recaudadora del impuesto	- Responsabilidad del contribuyente con la sociedad - Responsabilidad de las personas en cuanto al cumplimiento de sus deberes	- Incentivos por cumplimiento de pago y declaración - Confianza por parte de la Unidad Administrativa recaudadora.

Conclusiones

De acuerdo con el primer objetivo planteado, se determinó los aspectos a considerar en cuanto al comportamiento del gremio médico especializado, estableciendo, por medio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, los factores por mejorar a través de estrategias que contribuyan al conocimiento y cultura tributaria. El diagnóstico permitió identificar las causas de la ausencia de cultura tributaria, por medio del perfil del contribuyente, con el fin de fortalecer la transparencia, el conocimiento y el aprovechamiento de oportunidades, analizando la identificación de amenazas y las causas del problema.

La investigación hizo posible establecer los factores críticos que inciden en la cultura tributaria en el gremio médico especializado, que fueron insumo para permitir evaluar las causas del nivel de cultura en cuanto al cumplimiento de obligaciones tributarias y el nivel de conocimiento relacionado con el tema. Esto permitió formular estrategias de acuerdo con el análisis desarrollado para promover la cultura tributaria, aportando por medio del estudio actual, aspectos referentes al desarrollo del país por medio del recaudo del impuesto de renta, destinado a gastos públicos como: educación, salud, infraestructura, entre otros.

A partir de la encuesta realizada a los médicos especialistas de la ciudad de Pasto, se vio la necesidad de brindar a estos profesionales, por medio de estrategias formativas y didácticas, herramientas que les permitan fortalecer el nivel de conocimiento en cuanto a obligaciones tributarias y cultura tributaria. Por esta razón, uno de los productos que nacen a partir de la investigación, es la creación de una cartilla didáctica que se implementó para generar o ampliar los conocimientos tributarios de los profesionales del sector de la salud, de suerte que les permita obtener los conocimientos necesarios para lograr la cultura tributaria y, que su conducta esté acorde con los procedimientos y normas vigentes.

Referencias

- Arciniegas, Á. E., Duque, L. E. y Parra, M. C. (2012). *Cultura tributaria del gremio médico especializado de la ciudad de Pasto año 2012* [Tesis de Especialización, Universidad Mariana]. <https://repositorio.umariana.edu.co/handle/20.500.14112/24149?show=full>
- Arévalo, M. J. y Cerón, A. M. (2020). Análisis de la cultura tributaria del impuesto de renta en médicos especialistas en Pasto. *Boletín Semilleros de Investigación*, 12, 50-61.
- Corredor, J. O. (2009). *El impuesto de renta en Colombia: parte general* (4.ª ed.). Centro Interamericano Jurídico-Financiero.
- Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Bogotá, Colombia. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
- Gómez, Á. (2010). Paradigmas, enfoques y tipos de investigación. https://issuu.com/ahgr98/docs/unidad_1_iintf
- Legis. (2022). *Estatuto Tributario* (29.ª ed.). Legis.
- Observatorio Laboral para la Educación (OLE). (2021). Tasa de cotizantes (Recién graduados). <https://ole.mineducacion.gov.co/portal/>
- Reyes, L. C. (2022). Informe 2022. Rendición de cuentas. Prospectiva 2023-2026. <https://www.dian.gov.co/dian/entidad/Documents/Informe-2022-Rendicion-de-Cuentas-Prospectiva-2023-2026.pdf>

Capítulo 5.

Prácticas financieras en el subsector transporte de carga pesada en la ciudad de Ipiales (Nariño)¹⁵

Nicolás Garcés Castillo¹⁶

Luis Miguel Mora Guerrero¹⁷

Víctor Hugo López Díaz¹⁸

Cítese como: Garcés-Castillo, N., Mora-Guerrero, L. M. y López-Díaz, V. H. (2024). Prácticas financieras en el subsector transporte de carga pesada en la ciudad de Ipiales (Nariño). En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. (pp. 63-74). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c415>

Resumen

El presente artículo pretende recopilar los resultados producto de la investigación denominada 'Análisis de las prácticas financieras en las pyme del subsector Transporte de Carga Pesada en la ciudad de Ipiales 2019 - 2020', intentando dar una interpretación más práctica a los lectores sobre las problemáticas encontradas y sus respectivas estrategias de solución.

La investigación se llevó a cabo a través de la aplicación de un paradigma cuantitativo; tuvo un enfoque empírico-analítico que sirvió como base para identificar las causas del problema planteado, bajo el método deductivo, dado que se obtuvo conclusiones, partiendo de una discusión de resultados. Se tuvo en

¹⁵ Capítulo resultado de la investigación titulada: Prácticas financieras en el subsector transporte de carga pesada en la ciudad de Ipiales (Nariño), desarrollada desde noviembre de 2019 hasta junio de 2020 en el departamento de Nariño, Colombia.

¹⁶ Magíster en Gerencia y Asesoría Financiera. Docente Universidad Mariana, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. San Juan de Pasto – Colombia. Correo electrónico: ngarces@umariana.edu.co

¹⁷ Magíster en Gerencia y Asesoría Financiera. Docente Universidad Mariana, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. San Juan de Pasto – Colombia. Correo electrónico: lmmg0725@hotmail.com

¹⁸ Doctorando en Proyectos, Universidad Internacional Iberoamericana. Magíster en Gestión Empresarial. Especialista en Gerencia Financiera, Universidad Libre – Seccional Cali. Especialista en Docencia Universitaria. Economista, Universidad de Nariño. Docente Investigador Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Universidad Mariana. Correo electrónico: vlopez@umariana.edu.co

cuenta la aplicación de un tipo de investigación descriptivo-analítico para analizar la información recolectada a partir de una muestra poblacional conformada por 30 pyme del subsector ‘Transporte de carga pesada de la ciudad de Ipiales’.

Respecto a los resultados de la investigación, se analizó las prácticas financieras como elementos esenciales para el direccionamiento estratégico de las empresas objeto de estudio, concluyendo como factor común, la inaplicabilidad de las herramientas financieras, dificultando la toma de decisiones en los campos de inversión, financiación, dividendos y operación.

Por otra parte, se identificó las percepciones de los empresarios respecto a las finanzas, arrojando como resultado, un gran interés sobre el tema y el reconocimiento de la importancia y la transversalidad del área financiera en las demás dependencias; asimismo, sus expectativas, denotando una ausencia de conocimientos que conlleva la carencia de aplicabilidad de la planeación financiera.

Finalmente, se genera un plan de mejora que actúa como herramienta para los empresarios del subsector en mención, facilitando la toma de decisiones y otorgando una posible solución a las falencias encontradas en el estudio realizado.

En conclusión, se reconoce la importancia de las prácticas financieras, de las percepciones y expectativas en el desarrollo de las actividades comerciales de las empresas del subsector, rescatando la trascendencia de su aplicación a través de las herramientas financieras en la toma de decisiones y su relación con todas las áreas funcionales.

Palabras clave: prácticas financieras; operación; inversión; financiación; capital de trabajo.

Introducción

El artículo presenta los resultados que arrojó la investigación denominada ‘Análisis de las prácticas financieras en las pymes del subsector Transporte de Carga Pesada en la ciudad de Ipiales 2019 – 2020’, estudio enmarcado dentro de la investigación profesoral *Análisis de las prácticas financieras frente a la utilidad y rentabilidad de las pymes en el municipio de San Juan de Pasto (Colombia) y en el estado de Colima (México)*, desarrollada por Arturo et al. (2022). Así mismo, se proyecta exponer las principales falencias de las pyme del subsector en mención, como: escases de registros contables, ausencia de estrategias bien definidas, falta de organización administrativa, desaprovechamiento de las fortalezas y las oportunidades que ofrece el mercado, bajo nivel de conocimiento sobre herramientas financieras, entre otros hallazgos, todas

enmarcadas en torno a las prácticas financieras, percepciones y expectativas de los empresarios del subsector.

Para cumplir con el correcto desarrollo de la investigación, se empleó un paradigma cuantitativo, estudiando un problema delimitado y concreto; a su vez, un enfoque empírico-analítico debido a la investigación del comportamiento de variables que permitan conocer la aplicación de las prácticas financieras dentro de las empresas objeto de estudio, llevando a los investigadores a identificar una relación causa – efecto; como resultado, se pretende reconocer los factores críticos dentro de la gestión financiera de las compañías.

La investigación se basó en un método deductivo para la consecución de conclusiones a partir de la evaluación de premisas. Los investigadores desarrollaron el método deductivo a partir de datos estadísticos sobre las prácticas financieras y los conocimientos financieros de las empresas objeto de estudio, que permitieron generar discusiones entre los resultados objetivos.

El estudio se enmarcó dentro de un tipo de investigación descriptivo-analítico que permitió conocer las características detalladas en cuanto a actividades realizadas por las pyme del subsector, dando paso a la descripción, correlación y análisis de las mismas. El tipo de investigación analítica permitió generar estrategias de mejoramiento y acciones correctivas, efectuando el análisis de las variables estudiadas, teniendo en cuenta la naturaleza de las empresas que fueron objeto de estudio.

Las prácticas financieras, según Begazo y Rivera (2020), son una rama de las finanzas corporativas que estudia la correcta administración del dinero en las organizaciones a lo largo del tiempo, lo cual va a permitir que el agente económico, que, para este caso son las empresas, puedan tomar correctas decisiones en torno al gasto, inversión, financiación y ahorro de sus recursos económicos.

Por otra parte, según Flores (2019), las percepciones son el proceso de analizar todo un caudal de datos y de información que reciben los empresarios, facilitando su interpretación para predecir acciones futuras a partir de la experiencia de la realidad del medio en el cual se desenvuelven.

Eco-finanzas (s.f.) aporta un concepto esencial sobre las expectativas financieras, afirmando que son todas aquellas previsiones que generan los agentes económicos sobre el comportamiento futuro de la economía con el uso racional de la información.

La intención del presente artículo es socializar los resultados para que los lectores interesados conozcan la actualidad del subsector Transporte en Ipiales

(N), permitiendo agrupar los datos y hallazgos más relevantes y, tomarlos como herramienta para la identificación de cada situación en particular, generando una posible solución a la problemática descrita.

Cabe destacar el proceso académico de tipo investigativo que conlleva una serie de beneficios que aportan al sector económico al cual está dirigida la investigación y, que apoya el proceso académico de los investigadores a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos en la academia.

Métodos y Materiales

La investigación estuvo enmarcada bajo un paradigma cuantitativo puesto que, inicialmente, se planteó un problema base concreto, el cual fue resuelto a través de un estudio teórico de los elementos fundamentales del estudio y, posteriormente, a través de la realización de un análisis de variables medibles aplicadas en campo para generar resultados veraces y concisos.

Se precisa que, el estudio tiene un enfoque empírico-analítico, dado que se busca medir los fenómenos o varianzas que puedan tener una serie de variables como las prácticas financieras, percepciones y expectativas a través de la medición y verificación e, incluso, de la observación de las mismas, con el fin de encontrar los orígenes y su respectiva descripción.

La metodología utilizada fue descriptiva-analítica, usada expresamente para describir las principales características de los pilares de la investigación; en este caso en concreto, los pilares son las prácticas financieras, percepciones y expectativas. De igual manera, cabe mencionar que, en el desarrollo de la investigación, se correlacionó las principales variables con el fin de describirlas y conocer su comportamiento dentro del subsector estudiado.

El proceso de recolección de la información se hizo a través de una encuesta a una muestra de 30 empresarios del subsector en la ciudad de Ipiales. Es preciso mencionar que se aplicó una prueba piloto para generar una validez de la herramienta estadística utilizada. La encuesta aplicada constó de 29 preguntas con las cuales se indagó a profundidad sobre las variables inmersas dentro de los pilares de la investigación.

Igualmente, cabe señalar que se recurrió a fuentes de información secundaria para lograr los objetivos propuestos; por tal motivo, se utilizó bases de datos para la identificación de cada uno de los empresarios del subsector y, de este modo, la posterior aplicación de la herramienta estadística para la identificación de su comportamiento en cuanto a las prácticas financieras de sus organizaciones.

Resultados

Para dar a conocer los principales resultados de la investigación, es preciso indicar que se presentan por cada uno de los objetivos planteados, señalando los factores más importantes y sobresalientes del estudio.

Una vez aplicada la herramienta estadística, se recopiló ciertos comportamientos fundamentales a considerar para su posterior análisis como, por ejemplo, que la mayoría de los empresarios indagados tiene falencias en prácticas financieras esenciales como llevar una contabilidad sistematizada y que esté acorde con las actuales normas que rigen en Colombia.

Esos resultados, que significan desorganización en la información financiera, son constantes a través de toda la aplicación de la herramienta estadística. En este sentido, la principal problemática que tienen los empresarios del subsector transporte de carga pesada en torno a las prácticas financieras, es la confusión de la información contable y financiera, al igual que la ausencia de aplicación de algunas herramientas financieras. Ahora bien, la problemática encontrada puede tener diversos motivos; sin embargo, el análisis de las características indagadas a cada uno de los empresarios arrojó que, a pesar de que existe un conocimiento básico de las herramientas financieras, los conceptos no son aplicados con total claridad.

También se pudo evidenciar, a través del análisis realizado a los resultados, que todas las herramientas financieras no son aplicadas, dado que su experiencia en el sector no ha generado la necesidad de emplearlas; por el contrario, los conocimientos adquiridos en su trayectoria de trabajo priman al momento de tomar decisiones complejas que pueden repercutir en el futuro financiero de las empresas. Algo semejante ocurre con el apalancamiento financiero, pues el patrón predominante en esta variable es sustentar sus recursos a través de aportes de socios de la empresa, seguido de préstamos bancarios, aunque, el desconocimiento de otro tipo de apalancamientos por parte del Estado colombiano o de los proveedores, puede fracturar las finanzas corporativas, pues los empresarios recurren a métodos antiguos y conservadores que, de cierta manera, no están mal, pero no son lo óptimo para que la empresa goce de una buena salud financiera y que sus accionistas puedan generar valor.

Como consecuencia se denota que, a partir de la problemática descrita, se desprende otro tema sensible dentro de las organizaciones: específicamente, el riesgo financiero. Las herramientas financieras son de gran utilidad para la mitigación del riesgo, pues se puede simular distintos escenarios generados

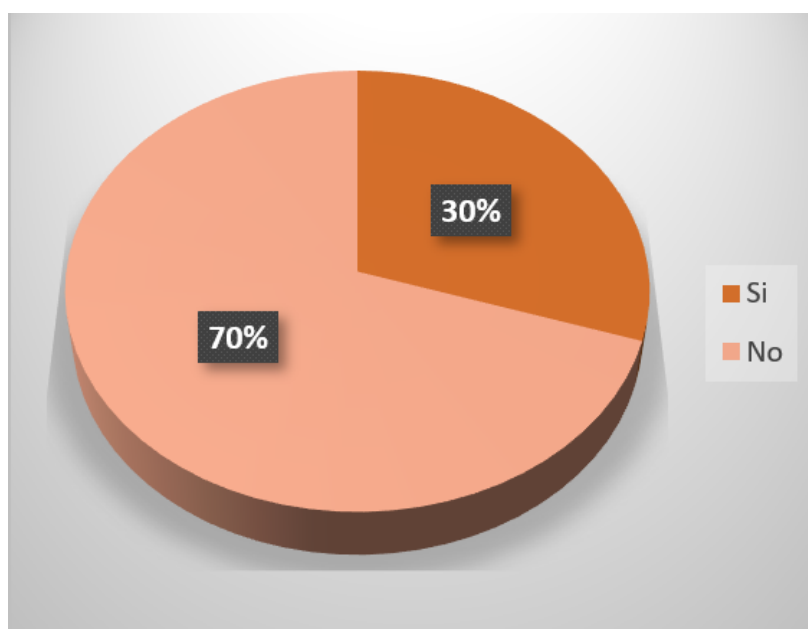
Casos aplicados:

Gestión y competitividad empresarial

a partir de la actualidad de la empresa, pero eso no está sucediendo, lo cual lleva a un aumento significativo de la incertidumbre y, por ende, del riesgo que traen consigo todas las decisiones tomadas por los directivos, situación que se puede corroborar en la Figura 1, con el nivel de conocimiento que tienen estos empresarios respecto al riesgo financiero, quienes en un 70 % manifiestan no conocerlo y, tan solo el 30 % sí.

Figura 1

Conocimiento del riesgo financiero

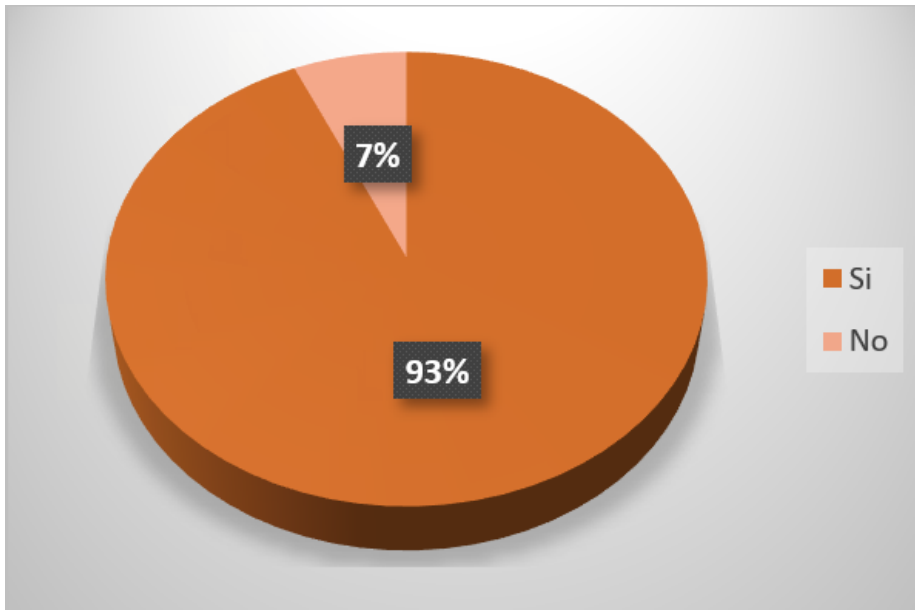


Percepciones

Al momento de indagar las percepciones sobre las finanzas a los empresarios, se evidenció una situación particular que ya se había mencionado: en la gran mayoría se pudo notar bastante interés (93 %) por las finanzas, pues estaban de acuerdo con que dicha área de la empresa es uno de los pilares para que su compañía tenga éxito en el mercado en el cual se desenvuelven; así mismo, se halló una fuerte relación entre variables y características importantes como la de las finanzas y otras áreas de la empresa (ver Figura 2).

Figura 2

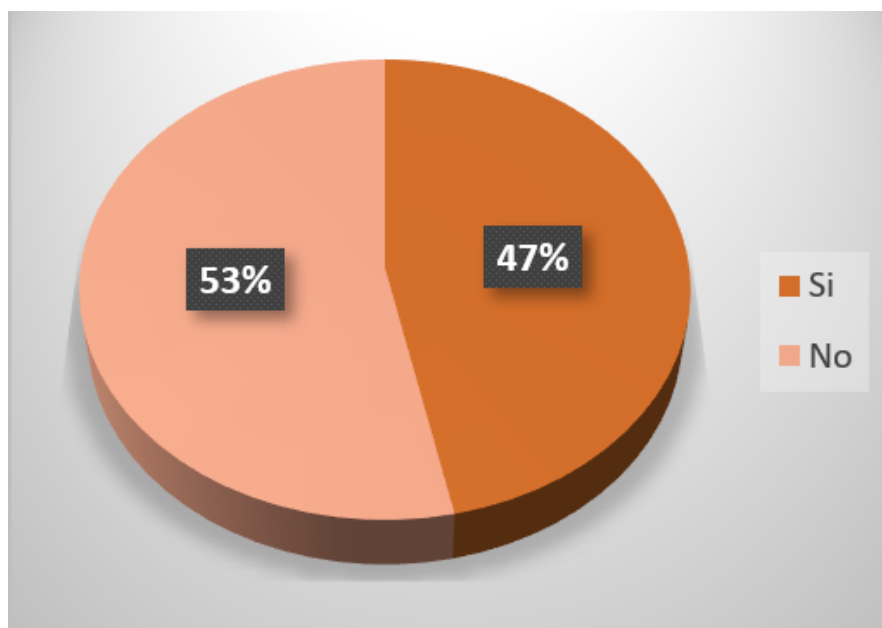
Las finanzas son uno de los pilares para el éxito de una empresa



A pesar de tener interés, conocer la importancia de las finanzas y resaltar su utilidad en el desarrollo empresarial, gran parte de los empresarios no cuenta con un área dentro de sus empresas dedicada específicamente a la contabilidad y a las finanzas, como se aprecia en la Figura 3, problema derivado de la falta de presupuesto, del desconocimiento de estructuras administrativas o, simplemente, porque actualmente no es utilizada con la importancia que debería tener, conllevando prácticas gerenciales recalcitrantes que impiden el crecimiento como empresa y, por qué no, el crecimiento de los colaboradores que trabajan en ella. Este problema trae consigo otras circunstancias que no deben ser menospreciadas, pues todas las variables identificadas en la presente investigación deben ser trabajadas en sinergia para un óptimo manejo financiero y una efectiva gestión gerencial, entre las que se destaca la ausencia de una persona idónea para ocuparse de las finanzas corporativas, que va de la mano con la ausencia del área financiera.

Figura 3

Área financiera bien definida en la empresa



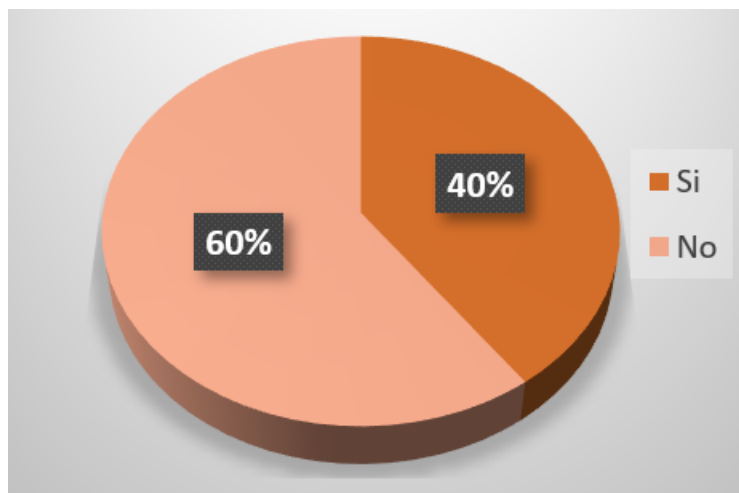
El conjunto de todos los hallazgos descritos genera una disfunción administrativa, organizacional y, sobre todo, financiera, pues todos los esfuerzos están dirigidos a incrementar la competitividad en el mercado; pero, si bien es cierto que dicho componente es primordial, se descuida totalmente la capacidad financiera; por lo tanto, esas acciones de individualismo entre las áreas funcionales de la empresa pueden crear un declive de la curva en el ciclo de vida de la empresa.

Expectativas

Como se puede apreciar en la Figura 4 concerniente a las expectativas identificadas en los empresarios del subsector transporte de carga pesada de la ciudad de Ipiales, se observó que existe una alta tendencia hacia la falta de planeación financiera (60 %), puesto que los gerentes o administradores y los contadores son las principales personas que participan en la elaboración de los planes financieros (Saavedra y Espíndola, 2016). Cabe resaltar que, solamente aplicaría en las empresas que lo realizan; se debe agregar que, esta falencia es evidenciada como una acción fundamentada en la carencia de conocimientos y en la ausencia de las herramientas financieras como base de su información y de sus operaciones.

Figura 4

Realización de planeación financiera en la empresa



Seguidamente, se revela que la mayoría de los empresarios que sí hacen planeación financiera, la efectúan a mediano plazo, tomando como prioridad en su administración, el pago de cuentas por pagar a proveedores y adquisición de activos; no obstante, se aprecia una falencia en el uso y la asignación de los recursos, dado que no es clara la utilización de inversiones de corto, mediano y largo plazo, pudiendo descabalar los planes estratégicos que la compañía esté ejecutando.

Simultáneamente a la identificación de los factores críticos de las compañías analizadas, se generó una herramienta gerencial que sirve como base de un mejoramiento continuo a cada empresa, y así mismo, para que la persona que funja como adalid de la misma, tome las mejores decisiones a la hora de dirigir la compañía, proporcionando un bienestar interno a sus colaboradores y, la generación de valor para los socios y/o accionistas.

Plan de mejoramiento

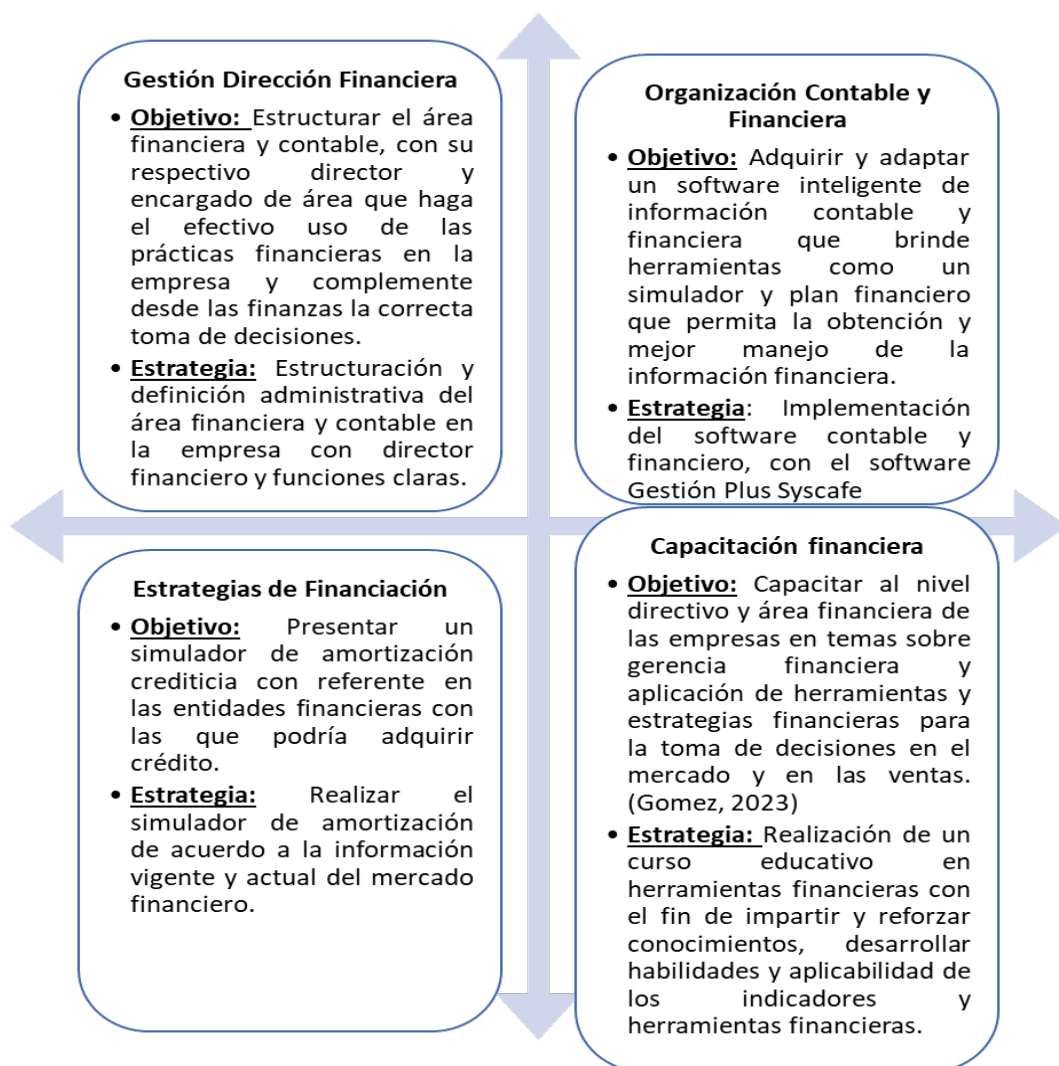
Por último, se presenta el plan de mejoramiento como una herramienta alterna que servirá de apoyo para la toma de decisiones de los gerentes o empresarios del subsector estudiado. Entre las problemáticas detectadas están:

- Ausencia de un área financiera definida en la empresa
- Contabilidad e información financiera no sistematizada ni acorde con la normatividad vigente
- Desconocimiento de alternativas de financiación y
- Ausencia de conocimientos y aplicabilidad de las herramientas financieras (estados financieros, indicadores, capital de trabajo, entre otras).

Después de identificar las principales falencias que tienen en común las empresas objeto de estudio, se estableció una serie de acciones y estrategias encaminadas a la mejora de las operaciones internas, aprovechando los recursos disponibles en el medio.

Figura 5

Plan de mejoramiento empresarial



Nota. Investigación 'Análisis de las prácticas financieras en las pymes del subsector Transporte de Carga Pesada en la ciudad de Ipiales 2019–2020'.

Conclusiones

Después del diagnóstico realizado, que compiló la información del empresario, información contable y financiera de las pyme objeto de estudio, sus conocimientos financieros y caracterización de las prácticas financieras, es beneficioso denotar que las empresas sí toman decisiones de financiación e inversión apoyadas en las necesidades que cada una presente; sin embargo, en este aspecto se observa que la toma de decisiones no se hace con base en el uso y aplicación de herramientas financieras apropiadas ni de cálculos técnicos que pueden dar una mejor orientación a la organización.

Después de identificar las percepciones del nivel directivo sobre las prácticas financieras, se detectó que la mayoría de las pyme no cuentan con un área financiera definida ni con un director o personal a cargo de esta área. Algo por destacar es que valoran la percepción de que el éxito de una organización y en especial la de ellos, depende de un buen director financiero.

Con la identificación de las percepciones de los empresarios en este tipo de empresas se ve que reconocen la importancia de las finanzas y de las estrategias financieras para alcanzar el éxito empresarial, aunque esta percepción se ha visto limitada debido a la manera empírica como han llevado sus organizaciones.

Respecto a las expectativas de los directivos de estas empresas, se detectó que en la planeación financiera que realizan en cada compañía se tiene en cuenta la participación del administrador, el contador, los socios. En algunos casos se toma la participación de especialistas financieros y, en menor y poca proporción, de un director financiero, asesores externos, revisor fiscal y trabajadores, para lo cual se debería contemplar si esta forma es la más apropiada para la elaboración de planes financieros y, si contribuye a crear una empresa financieramente sólida.

Un aspecto a resaltar en este tema es que las empresas realizan su planeación financiera a un corto y mediano plazo; muy pocas lo hacen a largo plazo y otras no lo realizan, para lo cual se debe determinar cuál es el plazo más apropiado de acuerdo con las necesidades de cada una. El plan de mejoramiento resultante de la identificación de principales falencias a mejorar arrojó cuatro estrategias; para ello se presenta una herramienta administrativa que sirva como ayuda para los empresarios en la toma de decisiones, donde se identificará una a una cada estrategia, su responsable, las acciones a realizar, el presupuesto y su indicador de medición para cada acción.

Referencias

- Arturo, B., Ceballos, H. F., Gómez, M. Á., López, V. H., Flores, J., Rebolledo, A. R. y Vidrio, S. B. (2022). *Análisis de las prácticas financieras frente a la utilidad y rentabilidad de las pymes en el municipio de San Juan de Pasto (Colombia) y en el estado de Colima (México)*. Casia Creaciones, S.A. de C.V.
- Begazo, P. y Rivera, A. L. (2020). *Características e importancia de la administración financiera*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Eco-finanzas. (s.f.). Expectativas racionales. http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/EXPECTATIVAS_RACIONALES.htm
- Flores, E. (2019). Percepción del éxito empresarial, desde la perspectiva de planeación en el microempresario en Puebla. <https://ri.ujat.mx/jspui/handle/20.500.12107/3710>
- Saavedra, M. L. y Espíndola, G. (2016). El uso de la planeación financiera en las PYME de TI de México. *Ciencias Administrativas*, (8), 15-33.

Capítulo 6.

La realidad de la diversidad e inclusión laboral en el contexto nacional e internacional¹⁹

Nelson Armando Mora Gómez²⁰

Donny Liseth Rodríguez Bolaños²¹

Ingrid Brigitt González Muñoz²²

Cítese como: Mora-Gómez, N. A., Rodríguez-Bolaños, D. L. y González-Muñoz, I. B. (2024). La realidad de la diversidad e inclusión laboral en el contexto nacional e internacional. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. (pp. 75-89). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c416>

Resumen

En la contemporaneidad, numerosas empresas consideran viable la instauración de una política de responsabilidad social que coadyuve al desarrollo de oportunidades laborales, con enfoque en la diversidad. Desde la perspectiva de la inclusión, se genera oportunidades de vinculación y ascenso en diversos campos de acción al interior de las organizaciones. Este escenario refleja el compromiso institucional y, en este sentido, el presente artículo, fruto de la revisión documental de la investigación denominada *'Incorporación y desarrollo del talento humano con enfoque de diversidad e inclusión en las medianas y grandes empresas del municipio*

¹⁹ Artículo de revisión de la investigación titulada: 'Análisis de la incorporación y desarrollo del talento humano con enfoque de diversidad e inclusión en las medianas y grandes empresas del municipio de Pasto 2022 – 2024', desarrollada desde el 27 de julio de 2022 hasta el 27 de julio de 2024 en el departamento de Nariño, Colombia.

²⁰ Administrador de empresas. Especialista en Alta Gerencia y Docencia Universitaria. Magíster en Gerencia de Talento Humano. Integrante del grupo de investigación Elite empresarial, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Correo electrónico: nelsonmora77@gmail.com 

²¹ Administradora de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana, Magíster en Administración y Dirección de Empresas de EUDE Business School, España. Integrante del grupo de investigación Elite empresarial, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Correo electrónico: donnylisethrodriguez@hotmail.com

²² Administradora de Empresas. Especialista en Marketing y Modelo de Negocios. Certificada en Competencias Laborales en Agua y Saneamiento Básico. Integrante del grupo de investigación GIADEM, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Correo electrónico: ibrgittgonzalez@gmail.com

de Pasto', pretende evidenciar cómo la realidad presenta una perspectiva alternativa a dichos planteamientos.

El artículo evidencia una perspectiva en los temas de diversidad e inclusión que es importante mencionar como temática novedosa y de la que no se encuentra muchas referencias bibliográficas, ya que es un tema en construcción en materia de prácticas de incorporación y desarrollo de talento humano a nivel regional, nacional e internacional; también, en la articulación laboral que se vivencia actualmente, en sintonía con la tendencia mundial respaldada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como el objetivo 5: Igualdad entre los géneros y empoderamiento a mujeres y niñas, que constituye un aporte significativo a los planes de desarrollo nacional y territorial.

Palabras clave: diversidad; inclusión; talento humano; género.

Introducción

Muchas empresas hoy en día consideran como política de responsabilidad social, aportar al desarrollo de oportunidades laborales con enfoque de diversidad; adicional a ello, desde el enfoque de inclusión se genera oportunidades de vinculación y ascenso en los diferentes campos de acción en las organizaciones. Si bien esta situación es reflejo del compromiso institucional, la realidad muestra un panorama alterno a dicho planteamiento.

Este artículo de revisión tiene como propósito, hacer un acercamiento a la incorporación y desarrollo del talento humano con enfoque de diversidad e inclusión, como un tema novedoso del cual se encuentra escasos estudios a nivel regional, lo cual es hoy una tendencia de carácter mundial, como lo justifican los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre ellos el 10, Reducción de la desigualdad como un aporte a los planes de desarrollo nacional y territorial y, el 5, que busca la igualdad de género y empoderamiento de mujeres y niñas, aportando así al desarrollo nacional y territorial.

Adicionalmente, se aborda la relación entre diversidad poblacional y prácticas de contratación en las empresas, considerando aspectos como género, edad, discapacidad, etnia, educación y experiencia laboral. La premisa subyacente es que la diversidad requiere equilibrio, exigiendo la inclusión de enfoques sociales al definir el talento humano.

Se puede considerar la diversidad, como la distinción entre individuos, abarcando características únicas como personalidad, estilo de vida, experiencia laboral, edad, orientación sexual, género, discapacidad y etnia.

En este contexto, el papel de actores públicos y privados es crucial en el ámbito laboral. Desde la esfera pública, se destaca la necesidad de promover políticas de diversidad para lograr un enfoque social inclusivo. Por otro lado, en el ámbito privado, las empresas desempeñan un papel fundamental al demandar talento humano sin importar el enfoque de diversidad.

Colombia ha avanzado significativamente en la inclusión de mujeres en el ámbito laboral y equidad salarial. Aunque la brecha salarial promedio entre hombres y mujeres es del 12,5 %, inferior al promedio regional del 17 %, aún representa un desafío. Las empresas deben aspirar a salarios dignos y seguridad laboral, especialmente para la población diversa (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, 2020).

La pandemia ha tenido un impacto negativo en la paridad de género a nivel global, según el informe del Foro Económico Mundial (2021), aumentando el tiempo estimado para cerrar la brecha de género a 135,6 años. Así mismo, el Observatorio Colombiano de las Mujeres (2022) en Colombia, refleja cifras altas en la tasa de desempleo de 2021, donde para las mujeres fue de 18,1 % y para los hombres de 10,6 %; la tasa de ocupación fue del 64,6 % para hombres y del 40,4 % para mujeres (DANE, 2020).

A pesar de los logros en acceso a la educación, con una calificación positiva de 97 puntos, en el Informe global de la brecha de género (Foro Económico Mundial, 2023), las oportunidades laborales para las mujeres no reflejan estos avances.

En el sector privado, la Encuesta de Equidad de Género de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI, 2022) muestra que el porcentaje de mujeres en juntas directivas y cargos empresariales altos no supera el 30 %.

Aunque existen acciones como la 'Iniciativa de Paridad de Género' del gobierno nacional, 'Equipares' del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y el programa WEPs de la ONU Mujeres y el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), las medianas y grandes empresas no han aprovechado suficientemente estos programas que promueven la inclusión y participación en decisiones cruciales, esenciales para maximizar sus derechos y contribuciones positivas a la comunidad. En la comunidad LGTBQI+, la discriminación y abusos en el ámbito laboral son frecuentes.

Aunque las empresas tienen autonomía en el diseño de sus políticas de reclutamiento, el grado de inclusión en sus procesos internos de selección de personal y ajuste con el personal actual es desconocido. La atención a este aspecto sigue siendo un desafío, junto con la necesidad de diseñar e implementar políticas que fomenten la inclusión de personal con enfoque de diversidad, como un reflejo

de la realidad social. A pesar de los avances, la paridad de género sigue siendo un objetivo lejano. La falta de iniciativa empresarial para ofrecer oportunidades laborales considerando la diversidad, el desconocimiento de políticas públicas, la idiosincrasia del empresario y las políticas de reclutamiento y selección, son razones clave que contribuyen a las brechas en la generación de empleo.

Desde la perspectiva nacional, investigaciones y estudios basados en teorías feministas y enfoques de diversidad proporcionan algunas ideas. Además, programas como 'Equipares', buscan la equidad de género en empresas, aunque, su falta de indicadores de género afecta su impacto.

En términos normativos, la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley 1496 de 2011 establecen principios de igualdad de género en el ámbito laboral. La Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y varias políticas públicas nacionales respaldan la equidad de género.

A nivel internacional, estudios en el sector industrial analizan la equidad de género en empresas, como generadoras de empleo, brindando una perspectiva evolutiva entre 2014 y 2020.

Antecedentes de la diversidad e inclusión laboral

En materia laboral, la brecha, indiferentemente del enfoque de la diversidad, se ve marcada por el género, enfatizando en hombres y mujeres, a pesar de los avances en la construcción de una sociedad más equitativa. La poca participación en política y las altas cifras de desempleo siguen siendo los grandes obstáculos a vencer.

La diversidad se refiere a la diferencia o distinción entre personas, la desemejanza, dado que tenemos características únicas que nos hacen quienes somos, por personalidad, estilo de vida, experiencia laboral, edad, orientación sexual, género, discapacidad, etnia. En este orden de ideas, el rol de los diferentes actores públicos y privados es de vital importancia en el contexto laboral. Desde lo público, porque las políticas de diversidad deben ser promovidas para dar el enfoque social de inclusión que el país y la comunidad en específico requieren y, desde lo privado, puesto que, de las empresas depende la demanda de talento humano convocado y aceptado, indiferentemente del enfoque de diversidad.

Para conformar su talento humano, las empresas son autónomas en el diseño de sus propias políticas de reclutamiento de personal, pero desconocen el grado de inclusión que puede existir en sus procesos internos de convocatoria tanto de talento nuevo, como para el reajuste del actual. Hoy en día sigue siendo un reto

la atención que ello requiere en cuanto al diseño y puesta en acción de políticas que incentiven, a nivel organizacional, la vinculación de personal con enfoque de diversidad, característico de la realidad social.

Aún hay un largo camino por recorrer a fin de lograr la paridad de género. La falta de iniciativa por parte de las empresas para brindar oportunidades laborales considerando el enfoque de diversidad, el desconocimiento de políticas públicas, la idiosincrasia del empresario y las políticas de reclutamiento y selección de personal, son algunas de las principales razones por las cuales existen brechas para generar empleo en las empresas.

Metodología

Es apreciable mencionar que la temática es reciente y novedosa y, por tanto, no hay muchas referencias bibliográficas, ya que es un tema en construcción en materia de prácticas de incorporación y desarrollo de talento humano, especialmente en el contexto regional, nacional e internacional. Por lo tanto, en la fase de identificación de fuentes, se llevó a cabo la revisión final de diez artículos provenientes de diversas revistas y libros académicos, todos accesibles a través de plataformas de bases de datos virtuales. Este proceso se ejecutó mediante la aplicación de criterios específicos para la selección de la literatura relevante, incluyendo la consideración de factores como la indexación, el impacto de las fuentes y la actualidad de la información recuperada.

Para las subvariables, se consideró los siguientes conceptos:

- Enfoque de diversidad: hace referencia a la población LGTBIQ+
- Enfoque de inclusión: se refiere a la población en situación de discapacidad, edad, género, grupo étnico, religión y nacionalidad.

Tabla 1

Resumen de las características relevantes desde la diversidad e inclusión de acuerdo con diferentes autores

Título	Resumen	Autores
Los objetivos de desarrollo sostenible y su inclusión en Colombia	El desarrollo económico de una nación implica la consideración de múltiples factores. En el caso de Colombia, las iniciativas de las Naciones Unidas relacionadas con el medio ambiente llevaron al país a participar y liderar activamente el proceso. La implementación del desarrollo sostenible en áreas de trabajo, tanto a nivel nacional como internacional, surge como una alternativa positiva. La modernización e innovación de los programas derivados de las Naciones Unidas fomentan la conservación y preservación ambiental a nivel global, permitiendo a los países adoptar este enfoque para lograr un bienestar social, económico y ambiental. La inclusión de los ODS no solo es un compromiso del Estado, sino que implica un esfuerzo colaborativo entre instituciones educativas, políticas públicas, entidades públicas y privadas, así como la participación ciudadana, en pro del bien común.	Luis Marino Perea Hinestroza (2019)
Inclusión laboral en población LGBTI desde el marco de la responsabilidad social empresarial	Se destaca la tendencia global ‘Friendly’ para promover empresas saludables. Si bien la ISO 26000 impulsa la responsabilidad empresarial, la inclusión laboral LGBTI carece de reconocimiento definido que impulsen estrategias en un proyecto integrador. Varias entrevistas revelan que, empresas locales priorizan ambientes equitativos, enfocándose internamente en reconocer la diversidad. Aunque la inclusión formal LGBTI carece de políticas y estrategias, la investigación destaca la lucha de movimientos sociales por los derechos humanos. La falta de interés estatal en políticas públicas contrasta con la participación LGBTI en procesos desconocidos para la ciudadanía. La conclusión enfatiza la necesidad de investigaciones conjuntas para sensibilizar y lograr cambios significativos en la sociedad.	María Alejandra Avendaño, María Fernanda Álvarez Luna, Erika Luna Moreras. (2019)

Título	Resumen	Autores
Inclusión laboral: acceso al trabajo de personas con discapacidad en Colombia	El marco de la investigación se enfoca en el derecho al trabajo de personas con discapacidad, fundamentado en igualdad, tratados internacionales y normativa legal. Se analiza los cimientos históricos y sociales que demuestran la evolución del estigma hacia la responsabilidad social y jurídica. La inclusión laboral se presenta como clave para el desarrollo individual y social de personas con discapacidad, desafiando prejuicios. Aunque las políticas públicas intentan abordar la formación y la inclusión, persisten desafíos, como la falta de información, el temor de empleadores y la necesidad de estudios específicos para respaldar la inclusión laboral. La jurisprudencia respalda la protección especial y la igualdad en el entorno laboral.	Shirley Zapata Pérez (2019)
Fortalecimiento de la inclusión financiera en la población rural de Colombia	La investigación revela que el 22 % de la población colombiana reside en zonas rurales, siendo el grupo de 18 a 25 años el más significativo (52 %), pero con una menor incorporación al sistema financiero. Se requiere dirigir políticas y estrategias para alcanzar el objetivo del 68 % de inclusión financiera en áreas rurales para 2022, frente al 61 % en 2018. A pesar de los avances del gobierno, la investigación destaca la necesidad de esfuerzos continuos para alcanzar al menos el 70 % de inclusión financiera en estas áreas. El análisis subraya el papel crucial de la tecnología en impulsar la inclusión financiera rural, permitiendo servicios eficientes y reducción de costos.	Leydi Viviana Serrano Serrato (2021)
Pobreza e inclusión financiera en el municipio de Montería, Colombia	Los resultados del estudio revelan que el fenómeno se asimila eficientemente mediante un análisis de regresión binomial, demostrando una relación inversa entre pobreza monetaria e inclusión financiera. Se concluye que los factores que aumentan las probabilidades de inclusión son los niveles educativos más altos del jefe del hogar y su ubicación en el área urbana del municipio.	Alfredo Anaya, John Arturo Buelvas, Yaneth Romero (2019)

Título	Resumen	Autores
Inclusión laboral: una forma de promover la ciudadanía emancipada	Reconocer la diversidad, no como un patrimonio estático, sino como un proceso que garantiza la supervivencia de toda la humanidad, es aceptar el valor fundamental que esto representa contra todo tipo de conductas discriminatorias. La declaración universal de la UNESCO insiste en que cada sujeto reconozca no solo la alteridad en todas sus formas, sino el carácter plural de su propia identidad.	Nelly María Castillo Asprilla, Luz Marina Romero Morales, Alexandra Agudelo. (2011)
Inclusión laboral: factores de éxito en la incorporación de personas con discapacidad. Caso EPM, Colombia	Caracterizar el proceso de inclusión laboral de personas con discapacidad llevado a cabo en una empresa antioqueña prestadora de servicios públicos domiciliarios (EPM), a partir de las percepciones de las personas involucradas en el mismo.	Natalia Mejía Valencia, Melisa Pérez Uribe. (2020)
La discriminación como barrera que impide la incorporación de personas con discapacidad física al área laboral de una empresa privada	Identificar los factores de discriminación que ocasionan las barreras que enfrentan las personas con discapacidad física para acceder a un trabajo, así como determinar las políticas que se requiere en las empresas privadas para vincular a sus actividades laborales personas con discapacidades físicas.	Esther Monserrate Bayas Anchundia, Melani Dayana Moreno Santana. (2020)

Título	Resumen	Autores
Inserción laboral de personas en situación de discapacidad en América Latina	Este artículo presenta una revisión bibliográfica sobre la inserción laboral de las personas en situación de discapacidad en América Latina. Se analiza leyes, informes técnicos y artículos científicos. Los resultados muestran un marco para la inserción laboral de las personas en situación de discapacidad, constituido por la existencia de distintos instrumentos legales. Sin embargo, el desempleo, la pobreza, la desigualdad y la falta de oportunidades afectan a este colectivo. Las discusiones giran en torno a la necesidad de consolidar políticas públicas con el propósito de mejorar las condiciones de vida de estos seres humanos.	Eddy Paz Maldonado, Ilich Silva Peña. (2020)
Retos para la inclusión laboral de personas con discapacidad en Costa Rica	Este artículo busca motivar la igualdad de oportunidades de empleo, por lo que es importante analizar las implicaciones de la inclusión laboral, identificando las repercusiones en las empresas y en los empleados con discapacidades. Para este propósito, se realizó una investigación descriptiva a través de una revisión literaria, aplicando encuestas y entrevistas, revelando la poca experiencia de las compañías y el desconocimiento de sus beneficios; surge la percepción general de que no existe una promoción efectiva de la inclusión por parte del gobierno costarricense.	Héctor Andrés Canossa Montes de Oca. (2020)

Como resultado de la revisión, se considera que el 80 % de los artículos refleja datos significativos desde el punto de vista de la inclusión laboral, lo cual permite inferir, en cierta forma, que tanto el Estado como las empresas están considerando el enfoque de diversidad e inclusión, pero, es necesario crear entornos laborales inclusivos, puesto que, cuando se promueve un lugar de trabajo diverso e inclusivo para los colaboradores, se asegura que todos, sin importar sus antecedentes o identidad, se sientan cómodos y puedan expresarse y desarrollarse profesional y personalmente. La creación y fortalecimiento de una cultura inclusiva y diversa es vital porque permite a las empresas hacer frente a la creciente diversidad de género, sexo, edad, etnia, en materia de demanda y fuentes de talento. Una empresa con una cultura diversa e inclusiva mejora el rendimiento y producción. Por otro lado, el concepto de *employer branding* (marca empleadora) toma fuerza, optimizando su reputación al volverse atractivo en procesos de reclutamiento y selección de personal; además, se promueve la motivación laboral, fomentando la innovación y la eficiencia de los empleados.

La inclusión y la diversidad son necesarias en todos los niveles de gestión de las empresas, particularmente en equipos directivos, en donde se puede gestar oportunidades para el avance profesional, crear un ambiente de trabajo más acogedor y, reconocer el valor de las diferentes experiencias y perspectivas en la toma de decisiones.

Según las anteriores consideraciones, la creciente demanda de trabajo, la incapacidad del sector productivo de absorber esta fuerza laboral, un mercado que exige empresas más competitivas, las nuevas tendencias organizativas y tecnológicas y, las reformas de flexibilidad laboral, son algunas de las principales razones que han generado formas atípicas de empleo, como: empleo temporal, a tiempo parcial, temporal a través de agencia y otras relaciones de trabajo multipartitas, relaciones de trabajo encubiertas y empleo por cuenta propia económicamente dependiente.

El trabajo enfático de la presente investigación se centra en las medianas y grandes empresas, por ser estas, de acuerdo con su tamaño, generadoras de empleo; no obstante, el estudio permite arrojar información sobre si pueden ofrecer o no empleo y en qué condiciones, según sus políticas o capacidad para crear iniciativas de inclusión.

Las investigaciones demuestran que el empleo atípico se desarrolla en circunstancias desfavorables con relación a las formas típicas de empleo, ante lo cual es bueno conocer qué fuentes existen en el mercado para atender las

necesidades poblacionales y vincular población desde los diferentes oficios o profesiones, su facilidad para hacerlo y las garantías que estas empresas brindan a los ya vinculados con carácter de inclusión con características de diversidad.

Finalmente, se desconoce estudios específicos sobre la inclusión por población focalizada por su diversificación ya sea en género, etnia, edad, discapacidad; por ende, se plantea la necesidad de profundizar en el análisis del empleo en estos temas, con el fin de hacer frente a los desafíos que trae esta nueva y creciente forma de ocupación en la que puedan profundizar las medianas y grandes empresas, principalmente en Pasto.

El presente artículo de revisión trae una propuesta innovadora que permite ahondar en el factor empleo como una herramienta generadora de desarrollo social. Trabajar en asociación con las personas de interés, la comunidad empleada y sin empleo en el municipio de Pasto con enfoque de diversidad, hace posible identificar las garantías de igualdad que puede brindar una empresa en su accionar, permitiendo la participación central de las personas en la toma de decisiones, apoyando sus capacidades y esfuerzos para que sus derechos sean reconocidos y viables, promoviendo el papel de las mujeres y los hombres y demás comunidad diversa de todas las edades y orígenes, como agentes de cambio social positivo en sus propias familias y comunidades.

Se busca, además, incentivar a las empresas que no cuentan con el enfoque de diversidad, a generar un grado de responsabilidad social o, a fortalecer el actual; se espera que todo el personal comprenda e integre la sensibilidad de edad, género y diversidad en sus prácticas de trabajo. Los altos funcionarios deben garantizar su accionar en pro de sus empleados y de la comunidad vinculante, de suerte que favorezca a la empresa en su totalidad.

En cuanto a las capacidades, es esencial que las empresas promuevan el desarrollo de capacidades y la competencia del personal en el análisis de la edad, género y diversidad. Este estudio brindará a las medianas y grandes empresas, orientación adicional y nuevas oportunidades de aprendizaje para el personal en todos los niveles, principalmente en su nivel directivo, para la toma de decisiones sobre factores de reclutamiento, inclusión y desarrollo con diversidad.

De igual manera, la investigación aporta información a las medianas y grandes empresas sobre talentos humanos y recursos financieros que se deba asignar, adecuados para la implementación de la transversalización de edad, género y diversidad, en aras de lograr los resultados deseados; o, al menos, para que sean

tenidos en cuenta en su proceso de fortalecimiento organizacional. Esto implica aportar una propuesta para una mejor utilización de los recursos existentes en el aspecto de reclutamiento y formación de personal, asignación de recursos adicionales cuando sea necesario y, alineación de recursos con los resultados esperados, obviamente ligados a las condiciones y acogimiento de la empresa bajo sus propias directrices.

Conclusiones

Cabe mencionar que, en el desarrollo del presente artículo de revisión, se observó datos importantes de los actuales procesos de incorporación del talento humano, destacando la imperante necesidad de llevar a cabo una planificación estratégica en las organizaciones, para asegurar una transición fluida y exitosa de los colaboradores hacia la nueva tendencia de la cultura y estructura organizacional, que incluya mecanismos desde la perspectiva de la inclusión y la diversidad.

Incluir procedimientos considerando minuciosamente las necesidades de inclusión y diversidad, optimiza la adaptación y potencia la conexión emocional de los colaboradores. Se enfatiza tener en cuenta programas de capacitación y desarrollo, fortaleciendo así las habilidades y competencias del personal, preparándolo para contribuir eficazmente en una sociedad inclusiva.

La comunicación efectiva, transparente y continua se erige como un pilar esencial para establecer expectativas claras, proporcionar información relevante y facilitar una integración efectiva en el equipo y la cultura empresarial, considerando las nuevas tendencias de inclusión y diversidad.

El monitoreo, la evaluación y la retroalimentación son elementos clave en los procesos de incorporación y desarrollo del talento humano con enfoque de diversidad e inclusión, permiten crear estrategias, identificar áreas de mejora y, garantizar una experiencia positiva, asegurando la retención del talento y la adaptación de políticas y prácticas para mantener un entorno laboral inclusivo y satisfactorio.

Desde la temática de inclusión y diversidad en las empresas, es de vital importancia el fomento desde el reconocimiento y valoración de las diferencias individuales, con el fin de fortalecer la innovación y la productividad.

En cuanto al impacto en el clima laboral, la creación de ambientes saludables e inclusivos contribuye al bienestar y la satisfacción de los colaboradores, generando un entorno propicio para el trabajo colaborativo y el desarrollo profesional.

Desde la perspectiva de las ventajas competitivas, las empresas que priorizan la inclusión se benefician al atraer y retener talento diverso, mejorando su capacidad para adaptarse a entornos cambiantes y satisfacer las necesidades del mercado.

La promoción de igualdad de oportunidades es un componente esencial de la inclusión, garantizando que todos los colaboradores tengan las mismas oportunidades, independientemente de su género, orientación sexual, raza u otras características, promoviendo la equidad en el ámbito laboral.

Referencias

- Anaya, A., Buelvas, J. A. y Romero, Y. (2019). Pobreza e inclusión financiera en el municipio de Montería, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 128-143.
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). (2022). “Se debe actuar más decididamente y en conjunto para eliminar la brecha de género”: ANDI en resultados de la Encuesta de Equidad de Género 2022. <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17198-se-debe-actuar-mas-decididamente-y-en-c>
- Avendaño, M. A., Álvarez, M. F. y Luna, E. (2019). *Inclusión laboral en población LGBTI desde el marco de la responsabilidad social empresarial* [Tesis de Especialización, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10568>
- Bayas, E. M. y Moreno, M. D. (2020). *La discriminación como barrera que impide la incorporación de personas con discapacidad física al área laboral de una empresa privada* [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil]. https://rraaecedia.edu.ec/Record/UG_caf23f537eda6268d7c40de22378e9aa
- Canossa, H. A. (2020). Retos para la inclusión laboral de personas con discapacidad en Costa Rica. *Economía y Sociedad*, 25(58), 50-68. <https://dx.doi.org/10.15359/ey.25/58.4>
- Castillo, N. M., Romero, L. M. y Agudelo, A. (2011). Inclusión laboral: una forma de promover la ciudadanía emancipada. *Aletheia*, 3(2), 70-79. <https://doi.org/10.11600/ale.v3i2.48>
- Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2020). Brecha salarial de género en Colombia. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/nov-2020-brecha-salarial-de-genero-colombia.pdf>
- Foro Económico Mundial. (2021). Según un estudio, la pandemia hace retroceder la igualdad una generación. <https://es.weforum.org/press/2021/03/segun-un-estudio-la-pandemia-hace-retroceder-la-igualdad-una-generacion>

- Foro Económico Mundial. (2023). Las crisis económicas están frenando los avances en igualdad de género: Informe Global sobre la Brecha de Género 2023. <https://es.weforum.org/agenda/2023/06/las-crisis-economicas-estan-frenando-los-avances-en-igualdad-de-genero-informe-global-sobre-la-brecha-de-genero-2023/>
- Ley 1496 de 2011. (2011, 29 de diciembre). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45267>
- Mejía-Valencia, N. y Pérez-Urbe, M. (2020). *Inclusión laboral: factores de éxito en la incorporación de personas con discapacidad. Caso EPM, Colombia* [Tesis de Pregrado, Universidad EAFIT]. <https://repository.eafit.edu.co/items/cd1ded4b-1a11-417b-8252-953b5bedd1fa>
- Observatorio Colombiano de las Mujeres. (2022). Boletín de empleo de mujeres en Colombia. https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/Publicaciones/Publicacion_290.pdf
- Paz-Maldonado, E. y Silva-Peña, I. (2020). Inserción laboral de personas en situación de discapacidad en América Latina. *Saúde soc*; 29(4), e190724. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902020190724>
- Perea, L. M. (2019). Los objetivos de desarrollo sostenible y su inclusión en Colombia. *Producción + Limpia*, 14(1), 122-127. <https://doi.org/10.22507/pml.v14n1a8>
- Serrano, L. V. (2021). Fortalecimiento de la inclusión financiera en la población rural de Colombia. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, 5(2), 18-30.
- Zapata, S. (2019). *Inclusión laboral: acceso al trabajo de personas con discapacidad en Colombia* [Tesis de Pregrado, Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17740/2019shirleyzapataperez.pdf?sequence=1>

Capítulo 7.

Caracterización de población distribuidora ilegal de combustibles líquidos en los municipios de Ipiales, Pupiales y Gualmatán²³

Álvaro Hugo Gómez Rosero²⁴

Germán Alfredo Gómez Achicanoy²⁵

Jorge Arturo Dorado Goyes²⁶

Alejandra Hidalgo Cerón²⁷

Yuliana Marcela Pérez Chacón²⁸

Cítese como: Gómez-Rosero, Á. H., Gómez-Achicanoy, G. A., Dorado-Goyes, J. A., Hidalgo-Cerón, A. y Pérez-Chacón, Y. M. (2024). Caracterización de población distribuidora ilegal de combustibles líquidos en los municipios de Ipiales, Pupiales y Gualmatán. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. (pp. 90-103). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c417>

Resumen

La distribución de combustible por fuera del marco regulatorio ha surgido como respuesta a la necesidad de generación de ingresos y empleabilidad dentro de la comunidad ‘pimpinera’. Cumpliendo con uno de los objetivos de la investigación

²³ Capítulo resultado de la investigación titulada: “Ruta de generación de emprendimiento e innovación social para los pimpineros de Ipiales, Pupiales y Gualmatán”, desarrollada desde el 17 de marzo de 2022 hasta el 9 de febrero de 2024 en el departamento de Nariño, Colombia.

²⁴ Magíster en E-Learning, Universidad Autónoma de Bucaramanga – UOC. Profesor asociado, docente investigador, Universidad Mariana. Correo electrónico: agomez@umariana.edu.co 

²⁵ Magíster en Gestión Empresarial, Universidad Libre. Docente investigador Universidad Mariana, Pasto. Correo electrónico: ggomez@umariana.edu.co 

²⁶ Magíster en Pedagogía. Docente investigador Universidad Mariana, Pasto, Colombia. Correo electrónico: jdorado@umariana.edu.co 

²⁷ Estudiante de Administración de Negocios Internacionales, Universidad Mariana, Pasto, Colombia. Correo electrónico: alejandra.hidalgoce@umariana.edu.co 

²⁸ Estudiante de Administración de Negocios Internacionales, Universidad Mariana, Pasto, Colombia. Correo electrónico: yulianama.perez@umariana.edu.co 

profesoral *Ruta de generación de emprendimiento e innovación social para los pimpineros de Ipiales, Pupiales y Gualmatán* se ha caracterizado a 140 vendedores informales de combustible líquido. Dicha caracterización arrojó datos acerca del bajo nivel de escolaridad, la predominancia de mujeres, cabezas de hogar y adultos jóvenes que desempeñan estas tareas. No obstante, un elevado porcentaje demuestra interés por abandonar estas prácticas ilícitas e iniciar un emprendimiento que gire en torno a la venta y comercialización de víveres.

Palabras clave: vendedores informales; emprendimiento; innovación; legalidad; empleabilidad.

Introducción

En el presente documento se desarrolla una propuesta de investigación que gira en torno a la caracterización socioeconómica, laboral y académico-vocacional de una población dedicada a la distribución informal de combustible en los municipios de Ipiales, Pupiales y Gualmatán, como primer paso para el diseño de rutas de emprendimiento usadas como nuevas alternativas de trabajo ante actos ilícitos de comercialización predominantes en la región.

Actualmente, el Ministerio de Minas y Energía, entendido como una entidad pública de carácter nacional del nivel superior ejecutivo central, atiende esta problemática. De conformidad con el numeral 29 del Artículo 15 del Decreto 0381 de 2012 modificado por el artículo 8 del Decreto 1617 de 2013, este organismo tiene como función, diseñar planes y programas de reconversión socio laborales dirigidos a personas que se dedican a la distribución de combustible sin la observancia de las normas legales en zonas de frontera. Dicha función se estableció también en el parágrafo 2 del artículo 9 de la Ley 1430 de 2010.

Por otra parte, en la recomendación 204 de la Conferencia Internacional del Trabajo (Oficina Internacional del Trabajo, OIT, 2015), sobre “la transición de la economía informal a la economía formal” (p. 16) se dice que, el alto índice de economía informal entorpece la inclusión de los principios y derechos fundamentales de los trabajadores, además de interferir negativamente en la protección social e implementación de condiciones de trabajo decentes. También tiene consecuencias desfavorables para el desarrollo de empresas sostenibles, inversión pública, políticas económicas y competencia leal en los mercados nacionales y extranjeros.

En esta misma línea se expresa que, la carencia de oportunidades laborales lícitas que ofrece la economía formal, es una de las principales razones por las que un significativo porcentaje de personas opta por incurrir en oficios no permitidos por la ley.

La OIT, en convenio con la Universidad Mariana, presenta la metodología para orientar la línea de inclusión laboral y productiva empresarial de 140 personas, como muestra de la población de ‘pimpineros’ en los municipios de la frontera con Ecuador y Colombia, zona andina, Ipiales, Gualmatán y Pupiales.

Actualmente, se requiere avanzar en el desarrollo del proyecto de diagnóstico y formulación de acciones para promover la transición de la economía informal a la formal, de las personas que se dedican a la distribución de combustible sin el lleno de requisitos legales, a través de actividades orientadas a identificar las variables socioeconómicas, laborales y académicas vocacionales de la población objetivo, determinar qué relaciones existen entre las mismas y, estructurar una base de datos en la cual se pueda identificar, por medio de gráficas, aquella conexión entre las características de la población de vendedores informales de combustible, caracterizarlos, perfilarlos y elaborar portafolios de cada uno de los posibles participantes.

Desarrollo del tema

Para la propuesta del estudio se considera una ruta cuantitativa de la investigación, que se rige bajo un paradigma cuantitativo, definido por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), como un proceso secuencial en el que, a partir del planteamiento de un problema, se construye un marco teórico con antecedentes e hipótesis de otros investigadores, para recolectar información numérica analizada con datos estadísticos. Posteriormente, se realiza interpretaciones que afirman o contradicen las predicciones de estos autores.

Esta caracterización opta por el enfoque empírico analítico ya que, de acuerdo con Inche et al. (2003), este es un método cuantitativo que pretende alcanzar explicaciones más generales, comprende situaciones de la realidad social y lógica empírica y, usa métodos como la observación de fenómenos con ayuda de análisis de estadísticas. Por este motivo, el proyecto se inclinó por este tipo de enfoque, al tratarse de una población vulnerable y problemática, como lo son los comerciantes informales de combustible.

Es preciso resaltar que el tipo de investigación es un diseño no experimental, en donde no se realiza ningún tipo de prueba o ensayo sobre la población; es de corte longitudinal, desarrollado entre los años 2020-2022 y, de carácter descriptivo. Para Bernal (2010), la investigación descriptiva reseña características fundamentales y brinda una descripción detallada de la situación o fenómeno objeto de estudio, sin dar explicaciones o razones del porqué de dichos fenómenos. Este tipo de investigación se soporta en técnicas de recolección de información como la encuesta, la observación y, la revisión documental.

Resultados

Se tomó los datos recolectados correspondientes a las variables socioeconómicas, laborales y académico-vocacionales de 140 vendedores informales de combustible en los municipios de Ipiales, Pupiales y Gualmatán, con el fin de determinar los principales rasgos de la población y, posteriormente, organizar sus perfiles en una base de datos condensada en un sitio web.

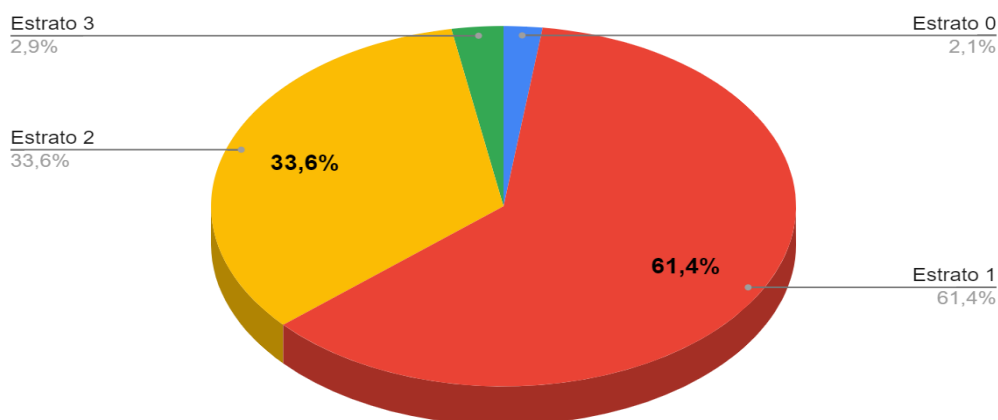
La interpretación de la información presentada muestra las tendencias en cuanto a la labor que desempeña la población escogida, los ingresos obtenidos en promedio, las características de la conformación de su núcleo familiar, los resultados en pruebas académicas y competencias básicas y, sus preferencias, a la hora de escoger una actividad económica alterna al contrabando de combustible, entre otras.

Cruce de variables socioeconómicas y laborales. En este punto se despliega las principales características socioeconómicas de la población a investigar. A partir de las cifras expuestas a continuación, se ha elaborado algunas interpretaciones para contextualizar al lector sobre las condiciones en las que los vendedores informales de combustible realizan sus actividades de comercio sin vigilancia.

Estrato socioeconómico. Como se aprecia en la Figura 1, el 61,4 % de los encuestados pertenece al estrato 1; una parte importante del grupo investigado pertenece al estrato 2, con un 33,6 %. Los pertenecientes a los estratos 0 y 3 no son representativos, ya que en cada uno clasifica el 2 % de la población.

Figura 1

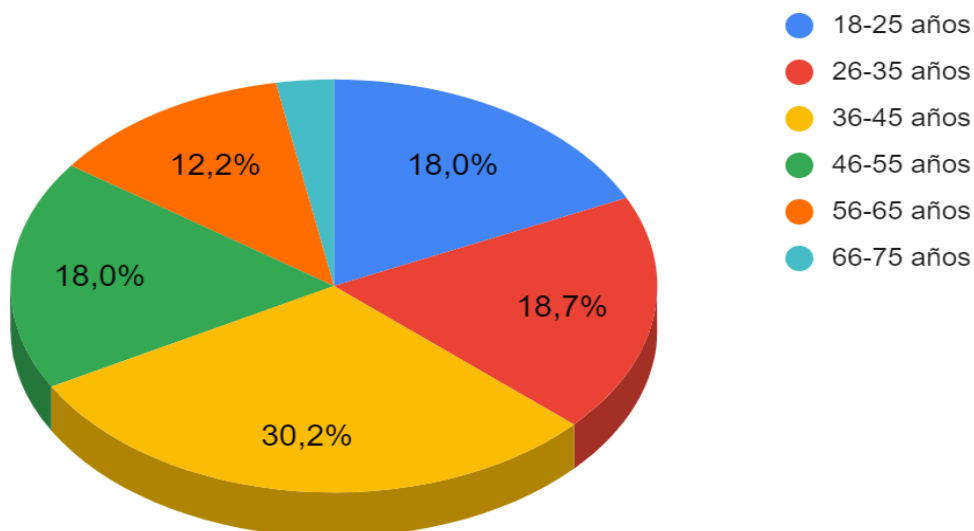
Estrato socioeconómico



Edad y municipio de residencia. Los datos recolectados indican que, el 30 % de la población oscila entre los 36 y 45 años de edad. Después le sigue el 18,7 % que está entre los 26 hasta los 35 años de edad.

Figura 2

Edad



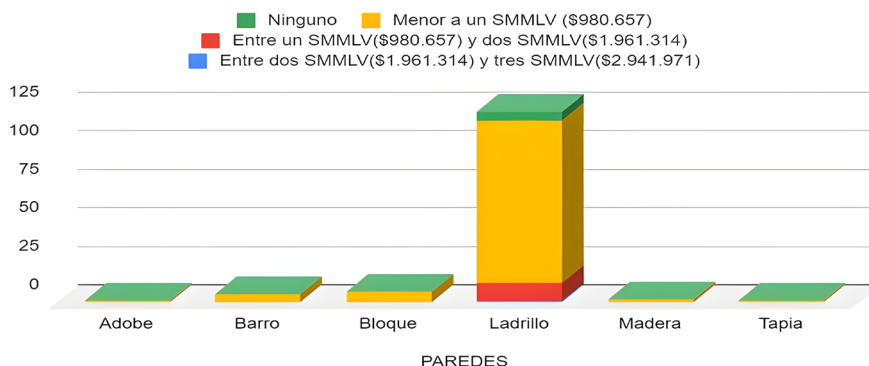
Por otra parte, se observó que un gran número de encuestados es proveniente de la ciudad de Ipiales (75 %). El resto proviene de Gualmatán (5,7 %), Pupiales (5 %) y algunos otros municipios del departamento de Nariño.

Ingresos mensuales y tipo de vivienda. De acuerdo con los datos recolectados, la mayoría de las viviendas en las que habitan los vendedores informales de combustible cuentan con techos elaborados en concreto (54 %), pisos de cemento (52 %) y paredes de ladrillo (88 %). Las cifras indican que, gran parte de las residencias que cuentan con las características expuestas, pertenecen a aquellos individuos con ingresos menores a un salario mínimo legal vigente (\$980.657).

Figura 3

Ingresos mensuales y tipo de vivienda

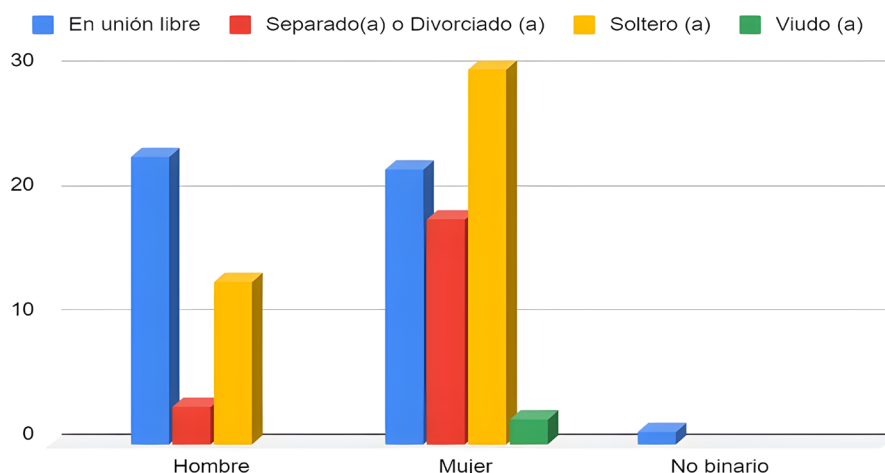
Entre dos SMMLV(\$1.961.314) y tres SMMLV(\$2.941.971),
Entre un SMMLV(\$980.657) y dos SMMLV(\$1.961.314), Men...



Género y estado civil. La muestra de la población escogida arroja información contundente acerca de la conformación del gremio de vendedores informales de combustible; el 62 % está compuesto por mujeres; de ellas, un 54 % son solteras o divorciadas. Mientras tanto, solo el 36 % de la muestra poblacional está compuesta por hombres y, de ellos, solamente el 31 % son solteros o separados. Lo anterior sugiere que, gran parte de las tareas que realizan en este oficio, son elaboradas mayormente por mujeres sin pareja, quienes, seguramente, tienen personas a cargo.

Figura 4

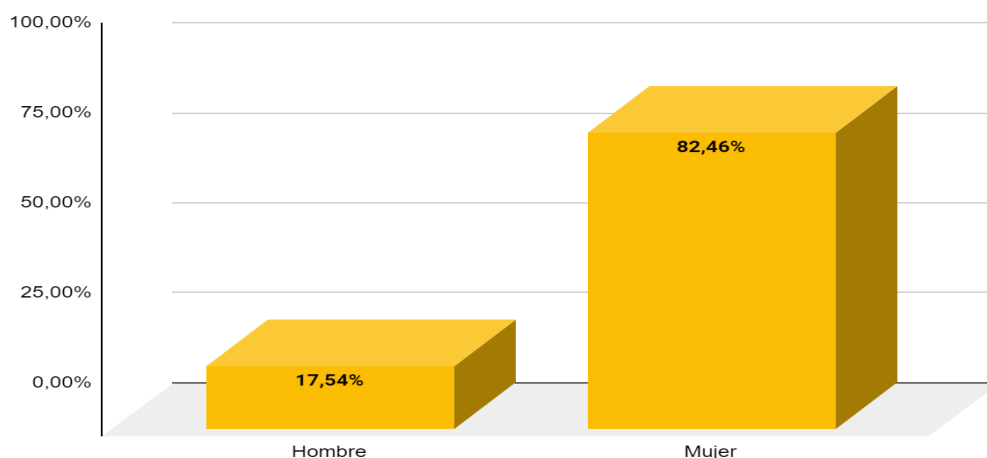
Género y estado civil



Personas solteras, divorciadas o viudas con personas a cargo. El 40,71 % de los 140 ‘pimpineros’ escogidos para esta caracterización son personas solteras, divorciadas o viudas. De este grupo, el 86,36 % cuenta con, al menos, una persona a su cargo. Cabe resaltar que el 82,46 % son mujeres. Esta cifra sugiere que la gran mayoría de personas sin apoyo conyugal son mujeres cabeza de hogar, quienes se ven inmersas en el desarrollo de actividades ilícitas para solventar los gastos del hogar bajo su completa responsabilidad.

Figura 5

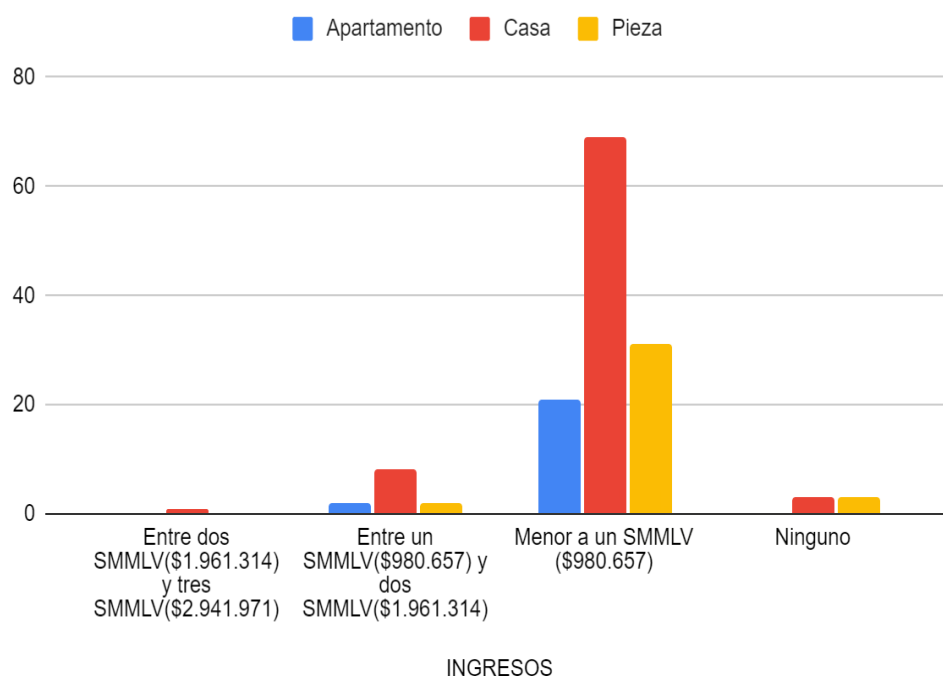
Personas solteras, divorciadas o viudas con personas a cargo



Tipo de vivienda e ingresos mensuales. La mayoría de los vendedores ilegales de gasolina tienen ingresos menores a un SMMLV, con un porcentaje de 86,4 %, de los cuales 21 viven en un apartamento, 69 en una casa y 31 en una pieza, seguido de un 8,57 % que tienen entradas entre un SMMLV y dos SMMLV, de los cuales dos viven en un apartamento, ocho en una casa y dos en una pieza. En tercer lugar, aquellos que no cumplen con ninguno de los ítems anteriores, con 4,29 % de los cuales tres viven en una casa y tres en una pieza. Por último, con un porcentaje de 0,71 %, el cual representa a una sola persona que vive en una casa.

Figura 6

Tipo de vivienda e ingresos mensuales



Sistema de seguridad e ingresos mensuales. El 86,4 % de la población gana menos de un SMMLV, de los cuales 113 pertenecen al Régimen Subsidiado, cinco al Régimen contributivo y tres al Régimen Especial. El 8,57 % tiene ingresos entre un SMMLV y dos SMMLV y, el total de ellos pertenece al Régimen Subsidiado. El 4,29 % no aplica para ningún tipo de ingreso especificado anteriormente. Por último, aquellos que perciben unos ingresos entre dos SMMLV y tres SMMLV, que pertenecen al 0,71 %, cuya totalidad se encuentra en el Régimen Subsidiado.

Tipo de emprendimiento por el que se remplazaría la venta ilegal de combustible y orientación vocacional. En primer lugar, optan por la venta de víveres, correspondiente a un 19,29 %; 14 personas tienen una orientación ocupacional y 13 una orientación productivo-empresarial, seguido de un 17,1 % que optaría por el comercio de textiles; diez de ellas tienen una orientación ocupacional y 14 una orientación productivo-empresarial. Posteriormente, el 12,1 % desea un comercio de cárnicos, siete personas obtuvieron una orientación ocupacional y diez una ocupación productivo-empresarial. Por último, quienes escogerían iniciar un restaurante, con un porcentaje de 10,7 %; tan solo cuatro tienen una orientación ocupacional y once una orientación productivo-empresarial.

Tabla 1

Tipo de emprendimiento por el que reemplazaría la venta ilegal de combustible y orientación vocacional

Tipo de emprendimiento	Orientación		Suma total
	Ocupacional	Productivo empresarial	
Agricultura	2		2
Artes	1		1
Comercio	1	7	8
Comercio de cárnicos	7	10	17
Comercio de textiles	10	14	24
Comercio		1	1
Estética y cosmética	2	6	8
Ferretería/productos agrícolas		5	5
Industria musical		2	2
No aplica	5	2	7
Restaurante	4	11	15
Servicios	5	5	10
Taller/Mecánica	5	7	12
Venta de víveres	14	13	27
Suma total	57	83	140

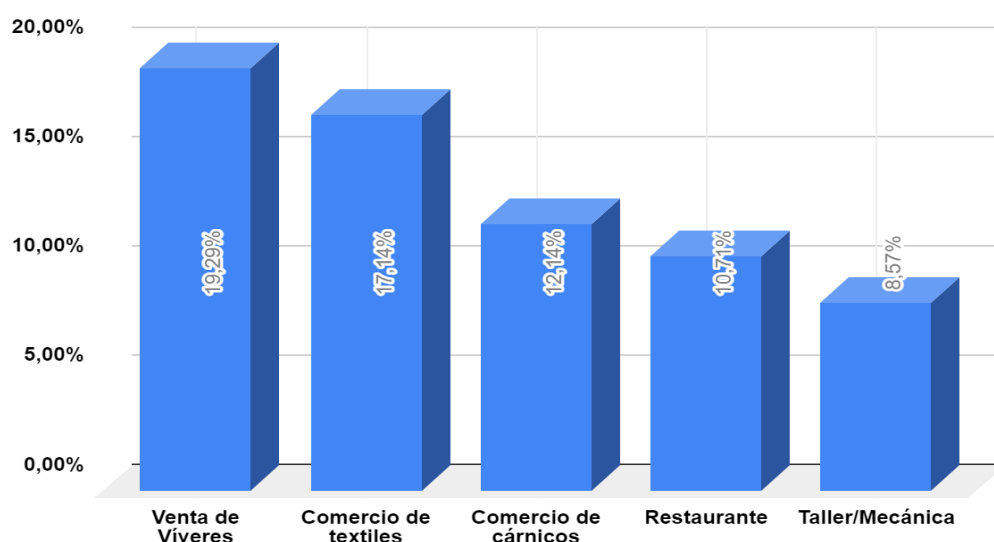
Rango de horas diarias trabajadas por los vendedores informales de combustible y salario mensual. Se puede apreciar la relación entre las ganancias de los vendedores de gasolina y el tiempo que trabajan al día; la mayoría, que representa un 53,57 % trabaja de siete a doce horas y, los ingresos que perciben son inferiores a un SMMLV. El 37,86 % trabaja de una a seis horas y, casi todos tienen entradas menores a un SMMLV. El 5 % trabaja de 13-18 horas y sus ingresos son menores a un SMMLV; por último, los que trabajan de 19-24 horas diarias, representan el 3,57 % y, su totalidad constituye ganancias menores a un SMMLV.

Cruce de variables académico-vocacionales. A continuación, las principales características académico-vocacionales de la población a investigar. A partir de las siguientes cifras, se ha elaborado algunas interpretaciones para contextualizar al lector sobre los diferentes análisis que se obtuvo a partir de pruebas psicotécnicas, académicas y vocacionales.

Tipo de emprendimiento al que aspiran los encuestados. Los tipos de emprendimiento predominantes entre los 140 ‘pimpineros’ encuestados son: Venta de víveres (19 %), comercio de textiles (17 %), comercio de cárnicos (12 %), Restaurantes (10 %) y Taller/mecánica (8 %).

Figura 7

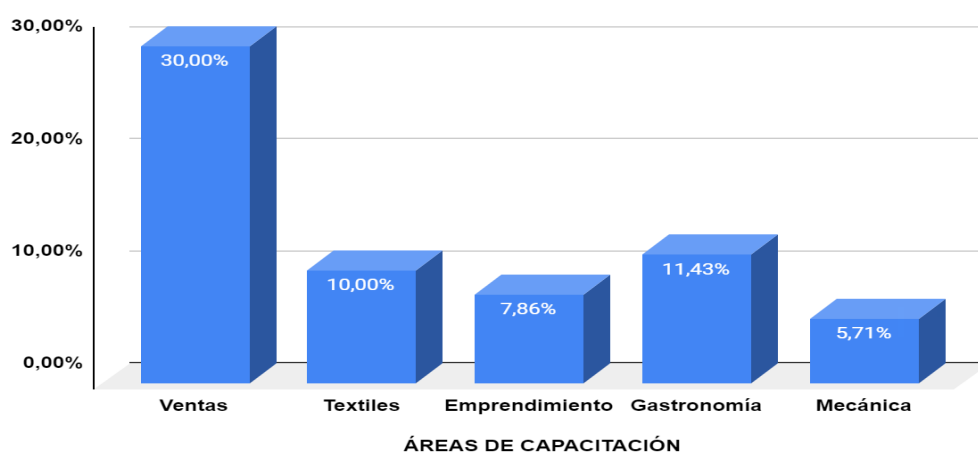
Tipo de emprendimiento al que aspiran los encuestados



Capacitaciones requeridas por los encuestados. La población entrevistada requiere capacitarse en el área de ventas (30 %); comercio de textiles (10 %); gastronomía (11 %); emprendimiento (7 %) y, mecánica (5 %).

Figura 8

Capacitaciones requeridas por los encuestados



Rasgos globales de la personalidad. A través de una serie de preguntas referentes a los principales rasgos de la personalidad de la población 'pimpinera'

investigada, se ha determinado algunas características que marcan tendencia en el comportamiento de estas personas frente a determinadas situaciones.

Tras recopilar las respuestas, se pudo determinar que el 71 % de ellos presenta dificultades para la intervención inmediata en la solución de problemas y que, el 45,71 % tiende a ser sensible ante las situaciones y puede llegar a demostrar episodios de ansiedad, controlados por sí mismos.

En esta misma línea se pudo establecer que el 42 % demuestra baja inteligencia interpersonal, pues su adaptabilidad se realiza de manera lenta en el área laboral. Además, el 50 % tiende a desarrollar actitudes conflictivo-pasivas; es decir, puede participar de situaciones problema, pero no las lidera; solo busca actuar en el conflicto.

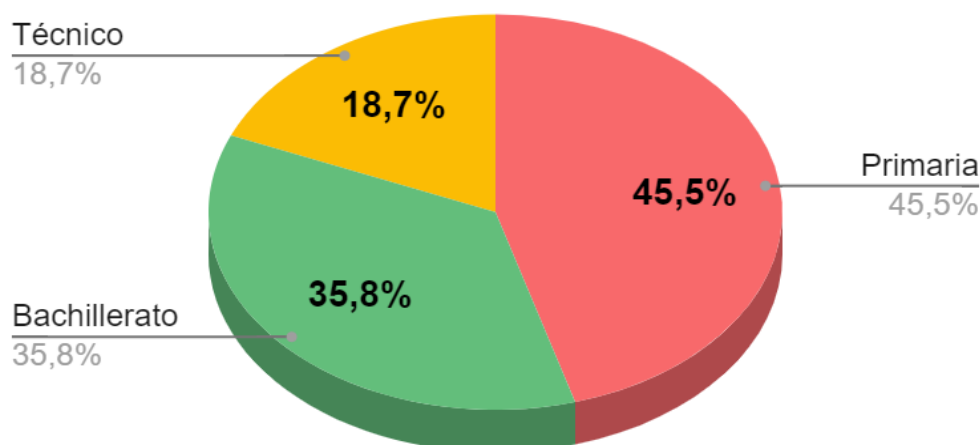
A pesar de lo anterior, es importante señalar los rasgos positivos, en especial cuando se menciona que un 45,57 % de la población demuestra buscar crecimiento a través de los retos y, aunque a veces existan dudas de sus competencias, las asume. Por otra parte, el 85 % de la población dice ser consecuente con sus logros y objetivos, además de poseer compromiso y habilidad de trabajo en equipo.

Por último, se destaca que el 96,92 % es constante y perseverante ante las tareas encomendadas y al menos un 75,76 % de los vendedores informales de gasolina presentan elevada autoestima.

Nivel de escolaridad. Por medio de pruebas aplicadas, se detectó que el nivel de escolaridad de los encuestados es de básica primaria (45,5 %) seguido de bachillerato (35,8 %).

Figura 9

Nivel de escolaridad



Competencias ciudadanas y ciencias sociales. La población indica un desempeño medio en estas dos áreas, con un promedio de 4,8. Esto quiere decir que argumentan algunos conocimientos en ciencias sociales y, multiperspectivismo en competencias ciudadanas.

Matemáticas. Con un promedio de 3,7, en el área de matemáticas, la muestra indica un desempeño medio; esto significa que reconocen algunas formas del sistema numérico, variacional y aleatorio, planteando problemas, comunicándose y argumentando algunas respuestas.

Lenguaje. La comunidad posee un desempeño medio en el área de lenguaje, con un promedio de 3,1. Esto es, que presentan un conocimiento medio en comunicación lectora en los componentes sintáctico, semántico y pragmático.

Inglés. La población de vendedores ilegales de combustible tiene un desempeño bajo, con un promedio de 1,3, por lo que presentan dificultad sobre el idioma extranjero, con poco entendimiento a preguntas de saludo, orientación e información con vocabulario técnico.

TIC. En esta área, los ‘pimpineros’, en promedio, tienen un desempeño alto (4.0), por lo que se percibe que tienen conocimiento sobre artefactos tecnológicos y su uso básico.

Conclusiones

En definitiva, las condiciones de desigualdad y los precarios índices socioeconómicos de la población objeto de estudio influyen directamente en sus decisiones y estilo de vida. La comunidad analizada a lo largo de la investigación ha sido producto de la búsqueda desesperada de ingresos a costa de su propia seguridad e integridad. Y es que, como afirman Castillo y García (2019), como consecuencia de estar inmersos en este tipo de condiciones desfavorables, las personas de la región únicamente pueden acceder a información de empleos informales.

No obstante, hay que hacer notar la disposición de la comunidad ‘pimpinera’ de cambiar el rumbo de su vida profesional y familiar, al tener la intención de desistir de las actividades ilícitas de contrabando y emplear sus conocimientos adquiridos en ventas y otras disciplinas para generar sus propios modelos de negocio. Es notoria la inclinación por el sector del comercio como una alternativa a sus tareas desempeñadas en la actualidad, pero requieren de ciertos niveles de inversión por parte de entidades públicas departamentales que faciliten procesos de capacitación y espacios donde puedan ampliar sus conocimientos en el área de emprendimiento.

Como ya se ha mencionado, las mujeres son una parte fundamental de la población estudio, ya que representan un gran porcentaje de la misma. Incluso, en la mayoría de casos, ellas son madres cabeza de hogar que buscan brindar un sustento a los miembros de sus familias y demás personas que tengan a cargo. Es de recalcar las graves implicaciones que acarrea la manipulación de hidrocarburos por parte de personas inexpertas, tanto en su salud como en su integridad física; más aún, cuando quienes están detrás del manejo de este tipo de fluidos corrosivos son menores de edad.

Por otro lado, a pesar del bajo nivel de escolaridad e inteligencia interpersonal, estos vendedores informales de combustible podrían impulsar el crecimiento económico de su región al concentrarse en la creación de diferentes tipos de emprendimiento con la ayuda de entidades estatales y privadas que contribuyan con la creación de rutas de emprendimiento, con el fin de que tengan una guía para poner en marcha alternativas lícitas y lucrativas para solventar de forma diferente su situación económica y completar con éxito su proceso de reconversión laboral.

Este tipo de investigaciones no solo lleva a un acercamiento de la realidad social que viven las diferentes familias de escasos recursos que han procurado salir adelante por medio de diferentes actividades informales, sino que, es una experiencia para reconocer las diferentes capacidades que han desarrollado los integrantes, de forma empírica.

Finalmente, como producto de esta investigación se presenta la condensación de una base de datos con la reserva de la información de los participantes.

Referencias

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). Pearson Educación.
- Castillo, C. D. y García, J. (2019). Desempleo juvenil en Colombia: ¿la educación importa? *Revista Finanzas y Política Económica*, 11(1), 101-127. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.1.7>
- Decreto 0381 de 2012. (2012, 16 de febrero). Presidencia de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66321>
- Decreto 1617 de 2013. (2013, 30 de julio). Presidencia de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=68318>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Inche, J., Andía, Y., Huamanchumo, H., López, M., Vizcarra, J. y Flores, G. (2003). Paradigma cuantitativo: un enfoque empírico y analítico. *Industrial Data*, 6(1), 23-37. <https://doi.org/10.15381/idata.v6i1.5938>
- Ley 1430 de 2010. (2010, 29 de diciembre). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41063>
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2015). *Guía para la conferencia 104.^a reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo*. OIT.

Capítulo 8.

Política de emprendimiento Mipymes y Jóvenes emprendedores - Comuna 5 de San Juan de Pasto²⁹

Diego Mauricio Arciniegas López³⁰

María Alejandra López Insuasty³¹

Cítese como: Arciniegas-López, D. M. y López-Insuasty, M. A. (2024). Política de emprendimiento Mipymes y Jóvenes emprendedores - Comuna 5 de San Juan de Pasto. En P. A. Rosero-Muñoz y A. L. Arteaga-Florez (comps.), *Casos aplicados: Gestión y competitividad empresarial*. (pp. 104-114). Editorial Unimar. <https://doi.org/10.31948/editorialunimar.255.c418>

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo, crear una propuesta sobre la política de emprendimiento para jóvenes emprendedores, mipymes y la comunidad en la comuna 5 de San Juan de Pasto, dentro del proyecto 'Francisco al barrio' de la Universidad Mariana, buscando fomentar la creación de empleo, impulsar la innovación y el crecimiento económico, promover la inclusión social, fortalecer el tejido empresarial y la competitividad, estimular el desarrollo local sostenible y, promover desde la academia, el crecimiento y desarrollo de las poblaciones desde el emprendimiento.

Los resultados esperados son la intervención y recopilación real de la información en la comunidad, a través de la participación activa de los actores de la comunidad como son las mipymes, jóvenes emprendedores y comunidad en general, así como la formación de emprendedores a través de talleres, la

²⁹ Capítulo resultado de la investigación titulada: Política de Emprendimiento Mipymes y Jóvenes Emprendedores - Comuna 5 de San Juan de Pasto en los años 2022 y 2023.

³⁰ Magíster en Dirección y Organización Empresarial. Docente Universidad Mariana, Pasto – Colombia. Correo electrónico: iegom.arciniegas@umariana.edu.co

³¹ Magíster en Derecho Administrativo. Docente Universidad Mariana, Pasto – Colombia. Correo electrónico: mariaalopez@umariana.edu.co.

creación de una propuesta de política de emprendimiento y, la participación en escenarios públicos para divulgar los resultados de la investigación en medios de difusión científica, como artículos.

Palabras clave: emprendimiento; mipymes; empresa; comunidad; pilares; política; estrategias.

Introducción

La implementación de la Política de Emprendimiento en la Comuna 5 de la ciudad de Pasto marca un capítulo significativo en el desarrollo y el crecimiento de esta comunidad urbana. Esta política está diseñada y adaptada a las necesidades identificadas mediante un diagnóstico y sus potencialidades locales, representando un compromiso sólido con el fomento de la iniciativa emprendedora y la construcción de un futuro próspero y sostenible.

La Política de Emprendimiento en la Comuna 5 de Pasto es un conjunto de estrategias, programas y acciones coordinadas que buscan catalizar y respaldar el espíritu emprendedor en esta comunidad específica. Se trata de un enfoque integral que abarca desde la identificación y el apoyo a emprendedores locales, hasta la creación de un entorno favorable para la innovación y el desarrollo de las empresas.

El propósito de esta política es de vital importancia y se desglosa en varias metas clave que tienen como fin, estimular el desarrollo de nuevas empresas y *startups* en la comuna 5, impulsando así el crecimiento económico local y la generación de empleo, en aras de proporcionar a los emprendedores locales, acceso a recursos financieros, capacitación empresarial y apoyo técnico de alta calidad, además de cultivar un ambiente de innovación y colaboración que permita el desarrollo y la implementación de ideas creativas y soluciones innovadoras.

La implementación de esta política no solo representa un paso importante hacia el fortalecimiento económico de la Comuna 5, sino que también refleja un compromiso con el empoderamiento de su comunidad y de la academia misma.

Fases de creación política

Metodología constructivista Jóvenes emprendedores

La metodología constructivista es un enfoque educativo que se basa en la idea de que el aprendizaje es un proceso activo y personalizado. En el contexto de los emprendimientos en comunas, se la puede aplicar fomentando la participación activa de los emprendedores y promoviendo la construcción colectiva de

conocimientos y habilidades. Un ejemplo de su aplicación en emprendimientos en comunas podría ser la creación de un espacio de aprendizaje colaborativo, donde los emprendedores puedan compartir sus experiencias, conocimientos y desafíos. Este espacio podría incluir talleres, mesas de trabajo y actividades prácticas que les permitan aprender unos de otros y construir soluciones conjuntas. Además, se podría fomentar su reflexión y análisis crítico sobre sus propias prácticas y estrategias, promoviendo la autoevaluación y la búsqueda de mejoras continuas (Herrera, 2018).

Esto les permitiría adaptar sus emprendimientos a las necesidades y características específicas de la comuna, generando así un impacto positivo en la comunidad.

Es importante destacar que la metodología constructivista requiere de un ambiente de confianza, respeto y colaboración, donde los emprendedores se sientan seguros para expresar sus ideas y opiniones. De esta manera, podrán aprovechar al máximo las oportunidades de aprendizaje y contribuir al desarrollo sostenible de sus emprendimientos en la comuna.

En el proceso de construcción de una estrategia integral, diversos actores desempeñaron un papel fundamental. Entre ellos se encuentran 33 líderes de comuna, 100 jóvenes emprendedores seleccionados gracias a la colaboración de la Casa del Joven y seis micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes panaderías y micro tiendas), en colaboración con la universidad.

Juntos, se embarcaron en un enfoque de afuera hacia adentro, que implicaba abordar los desafíos desde la periferia para llegar a los pilares centrales del desarrollo. Para llevar a cabo este proceso, se convocó a una mesa de trabajo en la cual los actores clave se reunieron para compartir ideas, conocimientos y experiencias. Durante este encuentro, se logró identificar una necesidad apremiante que requería atención y acción inmediata.

A partir de esta necesidad identificada, se inició la construcción de una política integral que abordara de manera efectiva los aspectos relevantes. Se hizo análisis exhaustivos, se recopiló datos relevantes y se consultó a expertos en el tema, con el propósito de diseñar una política sólida, basada en evidencia y con el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad y en el entorno empresarial.

Esta política fue desarrollada con la participación de todos los actores involucrados, quienes aportaron sus perspectivas y conocimientos especializados.

A través de una mesa de trabajo, se identificó una necesidad prioritaria sobre la cual se edificó una política sólida basada en evidencia y con el potencial de generar

un impacto positivo en la comunidad y en el entorno empresarial. Un ejemplo de metodología constructivista aplicada en una comuna es el proyecto de educación ambiental ‘Construyendo Juntos Nuestro Entorno’ del ICBF, en el cual se fomenta la participación de la comunidad en la identificación y solución de problemáticas ambientales locales. La metodología constructivista se aplica a través de diferentes etapas que involucran a los miembros de la comuna en un proceso de construcción colectiva de conocimientos y acciones.

El enfoque es cuantitativo, pues representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos; es decir, se evidencia datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases, así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias, producto de toda la información recabada (metainferencias) y, lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Calero, 2000).

Es una investigación de tipo descriptiva, combinada con ciertos criterios de clasificación; sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación exploratoria, puede servir de base para estudios que requieran un mayor nivel de profundidad, estando inmerso el análisis de las costumbres, tendencias de consumo, características y actitudes de las poblaciones que serán segmentadas en la debida aplicación y posterior análisis de los instrumentos de recolección de información.

El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa que se asume como verdadera; mediante este método, se va de lo general (como leyes o principios) a lo particular (la realidad de un caso concreto). Cabe señalar que la veracidad de la conclusión obtenida dependerá de la validez de las premisas tomadas como base o referencia (Cadena et al., 2017).

Diagnóstico MIPYMES

Se realizó un diagnóstico de las mipymes utilizando la Matriz de Mejora de Gestión Organizacional (MMGO) (Velandia y Ticora, 2014), la cual permitió identificar y analizar las principales falencias presentes en estas empresas; para ello, se aplicó encuestas y se hizo entrevistas a empresarios y expertos en el sector.

El objetivo de este diagnóstico fue identificar las áreas de mejora y las oportunidades de crecimiento para las mipymes, con el fin de brindarles herramientas y estrategias que les permitan superar sus limitaciones y alcanzar un mejor desempeño empresarial.

A través de las encuestas y entrevistas, se recopiló información valiosa sobre diferentes aspectos de la gestión empresarial, como la planificación estratégica, la gestión financiera, la gestión del talento humano, la innovación y la adopción de tecnología, entre otros. Estos datos fueron analizados y procesados para identificar las falencias más recurrentes y prioritarias.

Con base en los resultados obtenidos, se diseñará estrategias específicas para abordar cada una de las falencias identificadas, brindando recomendaciones y acciones concretas para mejorar la gestión empresarial de las mipymes.

La MMGO, cuyo objetivo fundamental es facilitar la modernización gerencial de las empresas hacia organizaciones modernas, competitivas, centradas en la innovación y capaces de competir en un mundo global, es una propuesta para las empresas que actualmente tienen interés en construir un futuro promisorio, transformando y utilizando el conocimiento, incorporando y desarrollando tecnología y creando valor para todos los involucrados en la empresa (accionistas, empresario y su familia, trabajadores, directivos, clientes, proveedores, comunidad, gobierno, competencia, entre otros).

Se diseñó modularmente, acorde con los estadios que una empresa típica debe superar para atravesar el camino que la lleva a convertirse en una organización moderna y competitiva, con las mejores prácticas de gestión para facilitar el alcance de sus resultados. Con el modelo se efectuó un análisis situacional de los componentes organizacionales definidos en la MMGO® (Ramírez, 2014) para cualquier empresa y la definición de las rutas de mejoramiento para cada uno: Seguimiento y comprensión del entorno, Direccionamiento estratégico, Gestión de mercadeo, logística, comercio exterior (importaciones y exportaciones), Comunicación e información, innovación y conocimiento, gestión humana, estructura y cultura organizacional, asociatividad, responsabilidad social y gestión ambiental, gestión de producción y gestión financiera. Igualmente, se encuentra adjunto al modelo, un cuaderno de casos que sirve de ejemplo de aplicación de la MMGO.

El análisis muestra que las empresas en la comuna 5 de Pasto enfrentan varios desafíos en su capacidad emprendedora. Algunos de los puntos críticos identificados incluyen:

- 1. Falta de recursos económicos propios:** muchas empresas no cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir en su crecimiento y desarrollo; esto limita su capacidad para innovar, mejorar sus procesos y expandir su negocio.

- 2. Falta de conocimientos en temas contables, económicos y administrativos:** muchos emprendedores carecen de los conocimientos necesarios para llevar a cabo una gestión eficiente de su negocio; esto puede resultar en problemas financieros, falta de planificación estratégica y dificultades para tomar decisiones informadas.
- 3. Ausencia de apoyo gubernamental:** la falta de apoyo del gobierno en la promoción y el impulso del emprendimiento dificulta el desarrollo de las empresas en la comuna 5. La falta de políticas económicas y ambientales, así como la falta de acceso a programas de capacitación y financiamiento, limita las oportunidades de crecimiento.
- 4. Falta de dirección estratégica:** muchas empresas carecen de un plan estratégico que defina sus objetivos, visión y misión; esto dificulta la toma de decisiones informadas y la comunicación efectiva dentro de la organización.
- 5. Carencia de estrategias de márketing y ventas:** las empresas no cuentan con estrategias de márketing y ventas formalmente elaboradas; esto limita su capacidad para promocionar sus productos y servicios, identificar oportunidades de mercado y, establecer estrategias de precios y ventas.
- 6. Falta de estructura organizacional y comunicación interna:** la falta de una estructura organizacional clara y una comunicación interna efectiva dificulta la toma de decisiones, la asignación de responsabilidades y, la coordinación de actividades dentro de la empresa.
- 7. Poca atención a la gestión ambiental y laboral:** las empresas no prestan suficiente atención a la gestión ambiental y laboral, lo que puede resultar en problemas legales, falta de cumplimiento de regulaciones y falta de responsabilidad social empresarial (Ramírez, 2014).

Con base en estos puntos críticos identificados, es importante implementar estrategias de intervención que aborden estas problemáticas y fortalezcan las capacidades emprendedoras de las empresas en la comuna 5 de Pasto. Esto incluye brindar capacitación en temas contables, económicos y administrativos, promover políticas gubernamentales que fomenten el emprendimiento, desarrollar planes estratégicos, implementar estrategias de márketing y ventas, establecer una estructura organizacional clara y, fortalecer la gestión ambiental y laboral.

Diagnóstico Jóvenes emprendedores

El análisis DAFO (también conocido como FODA) es una herramienta útil para evaluar la situación de una organización o proyecto; en este caso, se aplica a la

comunidad de la Comuna 5 en Pasto en el contexto de emprendimiento. Aquí, un análisis basado en los puntos proporcionados:

El análisis DOFA se utiliza en la gestión estratégica de una organización, para evaluar su situación actual y ayudar en la toma de decisiones; está compuesto por debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que deben llevar a un análisis y posterior propuesta de estrategias de acuerdo con los resultados obtenidos.

Fortalezas

- Generación de emprendimiento en la Comuna 5: la comunidad está impulsando el emprendimiento en su área, lo que puede tener un impacto positivo en el desarrollo local.
- Apoyo continuo de la Universidad Mariana: el respaldo de una institución educativa puede proporcionar recursos y conocimientos adicionales para fomentar el emprendimiento en la comunidad.

Debilidades

- Falta de conocimiento en técnicas de emprendimiento: la falta de habilidades y conocimientos empresariales puede limitar el éxito de los emprendimientos en la Comuna 5.
- Falta de planes de negocios estructurados: la ausencia de planes de negocios adecuados puede llevar a la incertidumbre y dificultades en la toma de decisiones.
- Falta de cultura financiera: la gestión financiera deficiente puede afectar negativamente la rentabilidad de los negocios locales.
- Falta de estrategia de marketing: sin una estrategia de marketing efectiva, los emprendimientos pueden tener dificultades para atraer y retener clientes.

Oportunidades

- Brindar oportunidades de aprendizaje en emprendimiento: se puede ofrecer capacitación y recursos para mejorar las habilidades empresariales en la comunidad.

- Adaptación a la realidad de la comunidad: al enfocarse en soluciones que se ajusten a las necesidades locales, se puede maximizar las oportunidades de éxito.

Amenazas

- Actores aislados en emprendimiento: la falta de coordinación entre actores públicos y privados puede llevar a una competencia desorganizada y menos efectiva en el fomento del emprendimiento.
- Deserción debido a la impaciencia: la expectativa de resultados inmediatos puede llevar a la deserción, si el proceso de mejora se percibe como largo y tedioso.
- Rechazo de la comunidad hacia las TIC: la resistencia o falta de interés de la comunidad hacia la tecnología puede limitar las oportunidades digitales.
- Competencia desleal con mayor conocimiento empresarial: la llegada de competidores más experimentados puede afectar negativamente los emprendimientos locales.

En conclusión, la Comuna 5 de Pasto tiene un potencial para el emprendimiento, respaldado por el apoyo de la Universidad Mariana. Sin embargo, es necesario abordar las debilidades relacionadas con la falta de conocimiento en emprendimiento, la gestión financiera deficiente y la estrategia de marketing inadecuada.

Las oportunidades incluyen brindar capacitación y adaptarse a las necesidades locales, mientras que las amenazas incluyen competidores desleales y deserción, debido a la impaciencia o el rechazo de la tecnología. El éxito dependerá de cómo se aborde estas cuestiones y se aproveche las oportunidades.

Pilares de la política

De acuerdo con todo el diagnóstico y análisis de la información recolectada, se caracterizó y creó los siguientes pilares, soportes de la política:

Tabla 1

Pilares de la política de emprendimiento

Pilares Política de emprendimiento			
Primer pilar	Segundo pilar	Tercer pilar	Cuarto pilar
Direccionamiento estratégico	Estructura organizacional	Gestión de mercadeo	Gestión de producción
Impacto: medio	Impacto: alto	Impacto: alto	Impacto: alto
Quinto pilar	Sexto pilar	Séptimo pilar	Octavo pilar
Gestión financiera	Innovación	Fortalecimiento empresarial	Competencia emprendedora
Impacto: alto	Impacto: alto	Impacto: alto	Impacto: medio

La formulación de estos ocho pilares son la guía de todas las actividades y acciones que se adelante dentro de los actores identificados en esta propuesta, por lo cual, su ejecución dependerá de las condiciones internas y externas del programa ‘Francisco al barrio’, fundamentada en la Ley 2069 de 2020, cuyos resultados harán parte de una nueva investigación dentro del mismo programa y de la universidad. Es relevante mencionar que la propuesta de esta política parte de una premisa de analizar la situación actual, para proponer acciones de mejora que incrementen un impacto positivo de crecimiento en la sociedad.

Conclusiones

La aceptación del plan del cronograma de capacitaciones por parte de los administradores de las mipymes demuestra la importancia de fortalecer las herramientas administrativas y contables para alcanzar las metas propuestas. El cronograma ha permitido a estas, desarrollar competencias en gestión administrativa, mercadeo, contabilidad y producción.

De acuerdo con el trabajo de campo realizado en la comuna 5, se ha identificado áreas de oportunidad y fortalezas en la gestión de las mipymes y, se está tomando acciones correctivas para mejorar. El programa de emprendimiento basado en el plan de intervención ha llevado a resultados significativos, fortaleciendo la estabilidad y competitividad de las mipymes.

Se identificó que los jóvenes requieren mayor acceso a programas de fomento y, se propone un programa para desarrollar y explotar las habilidades emprendedoras de cada uno en la comunidad. Además, se hizo una encuesta en la Casa del joven de la comuna 5, para analizar las necesidades y barreras de los futuros emprendedores. Los resultados de la encuesta ayudaron a diseñar estrategias para superar los obstáculos para emprender.

Referencias

- Calero, J. L. (2000). Investigación cualitativa y cuantitativa. Problemas no resueltos en los debates actuales. *Revista Cubana de Endocrinología*, 11(3), 192-198.
- Cadena, P., Rendón-Mendel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., De la Cruz-Morales, F. R. y Sangerman-Jarquín, D. M. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. <https://doi.org/10.29312/remexca.v8i7.515>
- Herrera, J. I. (2018). Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos. *Revista Científica*, 3(7), 6-15. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.0.6-15>
- Ley 2069 de 2020. (2020, 31 de diciembre). Congreso de la República de Colombia. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/a1584879-840c-4808-92c0-eba4bd4cacce>
- Ramírez, M. P. (2014). La matriz del MMGO®, una herramienta que estimula el desarrollo de competencias tecnológicas en el contexto empresarial. *Virtu@lmente*, 2(2), 89-118.
- Velandia, S. A. y Ticora, N. A. (2014). *Diagnóstico organizacional por medio de la matriz MMGO para la organización Eltek Colombia SAS* [Tesis de Especialización, Universidad La Gran Colombia]. <https://repository.ugc.edu.co/handle/11396/3578>



Universidad
Mariana

Res. MEN 1362 del 3 de febrero de 1983



Universidad Mariana
Calle 18 No. 34-104 San Juan de Pasto
<https://libros.umariana.edu.co/index.php/editorialunimar>