

REVISTA GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)
Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Los Llanos

Rector (e) Pablo Emilio Cruz
Decano FCE Rafael Ospina Infante

Director – Editor de la Revista
PhD © Dagoberto Torres-Flórez

Comité Editorial

PhD. (c) Javier Díaz Castro, Universidad de los Llanos (Colombia)
Mg Lilia Suarez Puerto, Universidad de los Llanos (Colombia)

Comité Científico

PhD. José William Hernández González, Universidad de los Llanos (Colombia)
PhD. Cesar Ferrari Quine, Pontificia Universidad Javeriana (Colombia)
PhD. Justo de Jorge Moreno, Universidad Alcalá (España)
PhD. Alfredo Pérez Paredes, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
PhD. Amado Torralba Flores, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
PhD Jorge Obando, Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia)
PhD, Dagoberto Páramo, Universidad del Norte (Colombia)
PhD, Ramón Rivera Espinosa, Universidad Autónoma de Chapingo (México)

Volumen 5 Número 2. julio – diciembre de 2018 - ISSN 2346 – 3910 En línea
Calle 37 N 41 02, Barrio Barzal Tel. 6616900 Ext 139. Villavicencio, Colombia
Revista Virtual: <http://revistageon.unillanos.edu.co> facebook/revistaGEON twitter @revistageon
Periodicidad Semestral

Equipo de Apoyo
Diseño Gráfico y Portada

Nirsa Julieth Cubillos
nube de palabras con las palabras clave de los títulos de los artículos, Torreser Servicios torreser.sas@gmail.com
Ing. Alexander Pardo Rodríguez
Sede San Antonio, Oficina de Comunicaciones Unillanos

Corrección de Estilo
Fotografía Carátula:

Los textos publicados son propiedad intelectual de sus autores y de la revista. Pueden utilizarse libremente para usos educativos y académicos, siempre que se cite el autor y la publicación, con su dirección electrónica exacta. En cualquier otro caso deberá comunicarse el uso y pedirse autorización al director de la revista. La utilización de los textos en otros sitios web o la copia y reproducción de la revista, deben tener su respectivo crédito y enlace. Las opiniones contenidas en los artículos son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente el pensamiento de la Revista.



TABLA DE CONTENIDO

Siete pasos para hacer una selección de personal que le aporte valor a la organización.	4
Homologación para el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas proveedoras según ISO 9001 de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, Perú	8
Modelo de capacitación para trabajadores de empresas de servicios en el contexto actual	24
Modelos de Gestión Organizacional y Planeación Estratégica de la Clínicas Odontológicas Especializadas ODONTOSTUDIO Limitada	38
Edu-entretenimiento y Mercadotecnia de Experiencia con niños como estrategia para la divulgación de Ciencia y Tecnología	50
Reforma tributaria y el impacto sobre la renta de las personas jurídicas en Colombia	68
Seguridad y Soberanía Alimentaria en el Departamento del Meta . Colombia: Retos y Oportunidades	82
Integración de herramientas tecnológicas y didácticas en el desarrollo de competencias enfocadas a la solución de problemas y a la toma de decisiones	96
Planificación estratégica en las empresas públicas de República Dominicana, caso CDEEE	106
Situación actual de la Educación Financiera en Jóvenes Universitarios de Villavicencio Colombia	115



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Torres-Flórez, Dagobertoⁱ.
Siete pasos para hacer una selección de personal que le aporte valor a la organización
Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 4-7

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.80>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0002-7925-3005>

Esta publicación se encuentra bajo licencia: Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional



RevistaGEON

in Twitter f YouTube

“ La organización debe darle el valor al proceso, ya que al elegir una persona que no es idónea, quien se ve afectada es la organización, le puede traer problemas económicos ”

Torres-Flórez, D. (2018). Siete pasos para hacer una selección de personal que le aporte valor a la organización

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Siete pasos para hacer una selección de personal que le aporte valor a la organización

Seven steps to make a selection of personnel that will add value to the organization

Dagoberto Torres-Flórez

dtorres@unillanos.edu.co

Phd (c) Ciencias Económicas y administrativas, Colombia, Universidad de los Llanos, Líder grupo de investigación GYDO, @dagoto

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/80>

Resumen Editorial

De las situaciones particulares a las que se enfrentan las empresas son cuando deben elegir al personal idóneo para un puesto de trabajo, en especial las pymes que por sus condiciones en ocasiones limitadas de recursos no cuentan con los elementos necesarios para hacer una adecuada selección. Por esta razón se invita a la innovación en la forma en cómo se escoge a la persona alejándose un poco de lo tradicional.

Palabras clave: Selección de personal, gestión humana, estrategia de valor

Abstract

The particular situations that companies face are when they must choose the right personnel for a job, especially SMEs that, due to their sometimes-limited resources, do not have the necessary elements to make an adequate selection. That is why innovation is invited in the way the person is chosen, moving away from the traditional.

Keywords: Personnel selection, human management, value strategy

Introducción.

Al realizar la selección del personal es importante que la organización defina la descripción y análisis de cargo (DyA) a buscar o que se encuentra vacante, en este documento debe definir unos elementos mínimos como nombre del puesto, posición, funciones, tareas o atribuciones y la periodicidad en la que se harán las respectivas como parte de la descripción, ya en cuestión de análisis que se debe hacer después de haber descrito el cargo, se sugiere determinar qué requisitos intelectuales requiere la persona en formación, experiencia y aquellas habilidades (soft skill and hard skill) o competencias, luego indicar que requisitos físicos necesita, que responsabilidades va a tener respecto a recursos o procesos y como son las condiciones y ambientes del puesto de trabajo que nos permita conocer el riesgo laboral al que se enfrentará el nuevo colaborador, para aportar a otros procesos es importante que la empresa cuenta con un modelo de descripción y análisis de cargo para todos los puestos de trabajo y esto le permitirá hacer la gestión humana más eficiente.

Luego es importante hacer una buena convocatoria sea interna o externa que permita tener una cantidad significativa de posibilidades para el proceso, en esto se sugiere utilizar redes de contacto y realizar una redacción concreta y real de los elementos que se buscan coherentes con la DyA determinada para el puesto, así atraer candidatos potenciales y capaces de ocupar los cargos en la organización (Chiavenato, 2009).

En muchas situaciones las pymes tratan de realizar la búsqueda lo más rápido posible, sin embargo, se le recomienda tomarse el tiempo necesario, pues si se elige una persona de afán podría no funcionar y un tiempo cercano estar realizando otro proceso de selección, es ahí donde gestión humana contribuye a que las personas que integran las organizaciones sean importantes en el logro de los objetivos organizacionales (Reyes, 2015), por ello la importancia que se le debe dar al proceso de reclutamiento ya que de este depende que lleguen candidatos idóneos para el puesto de trabajo (Torres-Flórez, Pérez, & Vanegas, 2017)..

Desarrollo.

Al momento de tener las hojas de vida o solicitud de empleo y tener una cantidad de suficiente que le permita hacer un proceso de selección efectivo, es necesario que planee que actividades realizará en pro de encontrar un candidato idóneo para el trabajo, para ello es necesario alejarse un poco de lo tradicional, hoy en día a través de Internet existen muchos sitios con pautas para que los candidatos sepan cómo enfrentarse a una entrevista, que poner en la hoja de vida, como vestirse, como actuar, esto convierte en un reto importante para quien debe hacer la tarea de escoger a la persona idónea para esas labores. Por ello se invita a innovar a realizar actividades o situaciones que busquen competencias en las personas y que estas sean coherentes para ello se plantean una serie de siete pasos para un buen proceso.

Paso 1. Lo primero que debe hacer es revisar las hojas de vida si son coherentes con el anuncio (la importancia de redactar un buen anuncio coherente con la DyA del cargo), esto se debe a que en ocasiones personas presentan su hoja de vida a muchas convocatorias sin revisar si cumplen el perfil.

Paso 2. Se debe encontrar si los principios y valores de la persona son coherentes con la filosofía de la organización, para ello se sugiere definir la relevancia de estos e identificar si la persona cuenta con algunos de ellos. Elegir una persona que sea muy buena para el puesto de trabajo pero que no viva la filosofía de la empresa es muy difícil que le aporte a su estrategia de valor.

Paso 3. Aquí se sugiere que el encargado del proceso tenga claro el perfil de cargo buscado y establecer que elementos son los más relevantes para encontrar esa persona idónea, ya que es complicado encontrar una persona que se adapte totalmente al perfil, aquí se puede reflexionar sobre qué elementos podría adquirir el nuevo colaborador en el proceso de entrenamiento (inducción y capacitación) y poder definir las competencias que realmente debe traer ya adquiridas (García, Hierro, & Jiménez, 2001).

Paso 4. Debe definir en qué forma hará la selección, para ello lo puede hacer a través de filtro donde cada actividad va descartando candidatos o acumulado donde cada actividad otorga un número de puntos y al final se elegirá entre las dos personas con mayor puntuación

Paso 5. Se recomienda planear actividades en las que usted pueda buscar conocimientos, habilidades y actitudes, esto lo volverá más efectivo y celero en el proceso, además también se le recomienda, es importante tener en cuenta que una actividad sencilla y planeada le puede brindar mayor información al seleccionar las personas.

Paso 6. Es importante luego de las actividades termine con dos posibles candidatos esto le permitirá analizar de las dos personas, sus resultados en las pruebas, verificar sus referencias o documentos necesarios y poder tomar una decisión con alto grado de acierto y puede brindar información valiosa para emitir un pronóstico acerca de los candidatos (López, 1999).

Paso 7. Con la información anterior defina una entrevista final de decisión, ya que esta es la técnica más utilizada, de uso es universal entre empresas latinoamericanas (Maldonado, 2013), la cual se realizará entre dos directivos (se sugiere el jefe inmediato y la gerencia) y ahí con unas preguntas claves de parte de los entrevistadores tomar la decisión final de cuál es el candidato idóneo.

Conclusiones.

Es importante considerar que la organización debe darle el valor al proceso, ya que al elegir una persona que no es idónea, quien se ve afectada es la organización, le puede traer problemas económicos (Montes & Gonzales, 2006), para ello es importante invertir los recursos necesarios, el tiempo adecuado e innovar en las distintas actividades para poder encontrar a ese nuevo colaborador

que le aportará desde su puesto de trabajo valor agregado a la estrategia de la organización.

Referencias.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: Mc Graw Hill.

García, M., Hierro, E., & Jiménez, J. (2001). *Selección de personal, sistema integrado*. ESIC.

López, J. (1999). *La Selección de Personal*.

Maldonado, R. (2013). *Entrevista laboral y selección de personal*.

Montes, A., & Gonzales, P. (2006). *Selección de personal, la búsqueda del candidato adecuado. ideas propias*.

Reyes, D. (2015). *Gestión de recursos humanos, importancia y*

objetivos. Escuela de organización industrial. Obtenido de Escuela de organización industrial: <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/05/04/gestion-de-recursos-humanos-importancia-y-objetivos/>

Torres-Flórez, D., Pérez, A., & Vanegas, J. (2017). *Reclutamiento y selección de personal en los hospitales de Villavicencio - Colombia*. Encuentro de la comunidad académica de las facultades de Administración y Escuelas de Negocio ASCOLFA, 39-53. Obtenido de http://www.ascolfa.edu.co/web/archivos/libros/LIBRO_DIGITAL_PONENCIAS_2017.pdf



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Llenque Tume, Santos Felipe.
**Homologación para el fortalecimiento de las micro y
pequeñas empresas proveedoras según ISO 9001 de Sider
Perú-Gerdau, Chimbote, Perú**
Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 8-23

Disponibile en: <https://doi.org/10.22579/23463910.77>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



RevistaGEON

“ Las organizaciones empresariales competitivas están basando el accionar de sus procesos, desde el inicio de la cadena de suministros, es decir, desde sus proveedores ”

Llenque Tume, S. (2018). Homologación para el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas proveedoras según ISO 9001 de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, Perú

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Homologación para el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas proveedoras según ISO 9001 de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, Perú

Homologation for the strengthening of micro and small enterprises supplying according to ISO 9001 Sider Peru-Gerdau, Chimbote, Peru

Santos Felipe Llenque Tume
felipellen2002@yahoo.com

Doctor en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/77>

Artículo recibido 2018/05/13 aceptado 2018/06/12

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar el cumplimiento de los criterios de calificación de los Niveles de Homologación que deben tener las pymes proveedoras de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, 2016. El diseño del estudio fue no experimental-transversal. Se utilizó una población muestral de 45 empresas que se les aplicó un cuestionario, obteniendo los siguientes resultados: de las 45 empresas que ingresaron al primer Nivel el 100% cumplieron con todos los criterios de calificación. De las 45 empresas que ingresaron al Segundo Nivel, el 58% cumplieron con los criterios de calificación. Del total de empresas que ingresaron al Tercer Nivel, el 92% cumplieron con los criterios de calificación. Concluyendo que, si se cumplen con todos los criterios de calificación de homologación, las empresas quedan expeditas para ser consideradas proveedoras de Sider Perú.

Palabras Clave: Micro y pequeñas Empresas, Homologación, Niveles de homologación, Perú, ISO 9001

Abstract

The general objective of this research was to determine the fulfillment of the qualification criteria of the Homologation Levels that the SME providers of Sider Perú-Gerdau, Chimbote, 2016 should have. The design of the study was non-experimental-transversal. A sample population of 45 companies was used and a questionnaire was applied, obtaining the following results: of the 45 companies that entered the first level, 100% met all the qualification criteria. Of the 45 companies that entered the Second Level, 58% met the qualification criteria. Of the total number of companies that entered the Third Level, 92% met the qualification criteria. Concluding that, if all the qualification criteria of homologation are met, the companies are expedited to be considered suppliers of Sider Peru.

Palabras Clave: Micro and small business, homologation, levels of homologation, Peru, ISO 9001

Code JEL: M1 Business Administration

Introducción

En el presente trabajo se esboza el Programa de Desarrollo de Proveedores llevado a cabo por una de las empresas líderes en la producción de aceros largos

en el continente americano y una de las principales proveedoras de aceros largos especiales del mundo, como es Sider Perú-Gerdau, quien se encuentra ubicada en la ciudad de Chimbote, región Ancash. Es a

través de esta empresa que en alianza estratégica con la institución Asociación Laboral para el Desarrollo, ADEC-ATC, organización gubernamental sin fines de lucro, encargada de llevar a cabo el diagnóstico, capacitación, consultoría, auditoría y la certificación respaldada por CERPER, a través del programa CERTIPYME, quienes desde el año 2012, vienen colaborando para desarrollar el nivel competitivo de las empresas proveedoras de Sider Perú.

Tradicionalmente, en nuestro país, solo han sido las grandes empresas quienes les han dado importancia el proceso de homologación a sus proveedores. Sin embargo, debido a la alta competitividad que existen en los mercados nacionales e internacionales, Sider Perú-Gerdau, se ve en la imperiosa necesidad de implementar estrategias de mejora continua para desarrollar la oferta de empresas locales, fundamentalmente microempresas, y crear confianza en el nivel de cumplimiento, calidad, cantidad y así aprovechar las oportunidades generadas en el mercado.

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT, en la Región Ancash, existen un total de 39,206 microempresas, de las cuales el 58% se encuentran en la provincia de Santa y de este universo, el 40% se encuentra en el distrito de Chimbote, un 10% en el distrito de Nuevo Chimbote y el 8% en el resto de los distritos de la provincia. Se puede decir que, en el distrito de Chimbote, existen aproximadamente 9,095 microempresas y en Nuevo Chimbote unas 2,750 microempresas. Sin embargo, una de las características de las microempresas de

nuestro país y, en especial, de la provincia del Santa, donde se encuentra afincada una de las plantas de acero de Sider Perú-Gerdau, es la alta tasa de informalidad de las mypes, aproximadamente un 70% de informalidad. Lo que hace que necesariamente aquellas empresas proveedoras de bienes y servicios a Sider Perú-Gerdau, tengan que ser homologadas y certificadas de acuerdo con las normas del programa CERTIPYME.

La empresa Sider Perú-Gerdau considera que es necesario entender tan bien los negocios de sus clientes como los de sus propias empresas que se encuentran distribuidas en 14 países. Además, entiende que sus proveedores son fundamentales para que ella logre alcanzar metas de calidad, seguridad y excelencia. Por eso, selecciona y desarrolla cuidadosamente sus proveedores – y exige que ellos sigan prácticas responsables respecto a las personas y al medio ambiente. Por ese motivo, se está implementando una solución de gestión global del proceso de compras y de la relación con los proveedores lo que le traerá, entre otros beneficios, un cambio en el flujo de informaciones entre Gerdau y sus proveedores en todo el mundo. Considerando que en nuestro país el universo de las empresas formales está conformado en un 98.5% por micro, pequeñas y medianas empresa (Mipyme) lo que hace que se considere un segmento bastante dinámico en cuanto a sus tasas de creación y cierre, sin embargo, es muy heterogéneo en cuanto a sus características y desempeño.

Esto hace que no sea adecuado pensar en las Mipyme como un conjunto uniforme de unidades productivas y menos pretender que las estrategias para incentivar su crecimiento sean igualmente efectivas cuando se implementan sin tener en cuenta sus particularidades. Entonces para Sider Perú-Gerdau, existe la necesidad capacitar y certificar a las pequeñas empresas de Chimbote para ingresar en la cadena de suministros de la empresa. En tal sentido, debido a la problemática antes mencionada que tienen las microempresas proveedoras de Sider Perú, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cumplen las microempresas con los criterios de calificación en los Niveles de Homologación para ser consideradas empresas proveedoras de Sider Perú-Gerdau? Chimbote, Perú 2016?

Para dar respuesta a la pregunta planteada, se plantean los siguientes objetivos: Determinar el cumplimiento de los criterios de calificación en los Niveles de Homologación para ser consideradas empresas proveedoras de Sider Perú-Gerdau. Chimbote, Perú 2016?

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

Determinar el cumplimiento de los criterios calificación del Primer Nivel de Homologación que deben tener las micro y pequeñas empresas para ser consideradas empresas proveedoras de Sider Perú- Gerdau, Chimbote, Perú, 2016

Determinar el cumplimiento de los criterios de calificación del Segundo Nivel de Homologación que deben tener las micro y pequeñas empresas para ser

consideradas empresas proveedoras de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, Perú, 2016.

Determinar el cumplimiento de los criterios de calificación del Tercer Nivel de Homologación que deben tener las micro y pequeñas empresas para ser consideradas empresas proveedoras de Sider Perú-Gerdau, Chimbote, Perú, 2016.

La investigación se justifica dado que permite conocer cuáles son los estándares de certificación de calidad que deben tener las micro y pequeñas empresas para poder ser proveedor de la empresa siderúrgica Sider Perú-Gerdau.

Así también se indica que el siguiente artículo contiene: el contexto teórico, materiales y métodos empleados, los resultados y discusión de estos, las conclusiones y finalmente la bibliografía empleada.

Contexto Teórico

Las pequeñas y medianas empresas (pymes), tienen una gran importancia en la economía y particularmente en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia de este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de la economía nacional. Son muchas las características comunes que tienen las pequeñas y microempresas a nivel mundial, entre ellas

tenemos: utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital; dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional; están en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y está aspira a ser grande; obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades; su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo. Sin embargo, a pesar de la gran importancia que tienen estas unidades de negocios en la economía de un país, en su gran mayoría, tienen aún muchas dificultades para ingresar a competir en mercados internacionales, fundamentalmente, por su falta de competitividad.

Es así como, en un mundo cada vez más globalizado, donde hay necesidad de contar con organizaciones empresariales competitivas, un enfoque de un sistema de gestión de calidad total se convierte en una filosofía de la alta dirección que le va a permitir a la organización una permanencia en el mercado enfocada en el largo plazo. Como lo señala James (2000), un sistema de gestión de calidad total es una filosofía de dirección generada por una orientación práctica, que concibe un proceso que visiblemente ilustra un compromiso de crecimiento y supervivencia organizativa. Significa acción enfocada hacia la mejora de la calidad en el trabajo y a la organización

como un todo. Permite a una organización, por medio de una estrategia coordinada de trabajo en equipo y de innovaciones, satisfacer las expectativas y necesidades del cliente.

Las organizaciones empresariales competitivas están basando el accionar de sus procesos, desde el inicio de la cadena de suministros, es decir, desde sus proveedores. Pinedo (2008), indica, Hace tiempo los japoneses se refieren a la importancia de la colaboración con los proveedores para el éxito de sus negocios. Más aún, en aquellas industrias como las confecciones, minería y otras; el poder de los proveedores ha llegado a cambiar la cadena de suministros.

En una organización empresarial se deben utilizar adecuadas estrategias para identificar a sus proveedores y luego mantener con ellos lazos de comunicación en el corto, mediano y largo plazo. El proveedor debe convertirse en un aliado estratégico que permita a la empresa su permanencia en el mercado. En tal sentido, hay necesidad de contar con una oportuna comunicación entre el proveedor y la empresa para que el cliente pueda obtener un producto o servicio en las mejores condiciones posibles. La oportuna comunicación que exista entre un proveedor y la empresa generarán relaciones mutuamente beneficiosas que permitirán aumentar la capacidad de ambos para crear valor. Todo lo contrario, sucederá si no existe una comunicación fluida y oportuna que finalmente el cliente externo lo percibirá como una mala atención. Es por ello, la gran importancia de identificar bien al proveedor para conocer si tiene los insumos o materiales

necesarios para poder producir, fabricar o elaborar a tiempo los productos/ servicios que necesita el mercado. Así mismo, hay una gran necesidad de contar con la información necesaria respecto a los costos de los materiales o insumos que provean. Así también, se necesita saber, de parte de los proveedores, la posibilidad de brindarle al cliente valores agregados relacionados con la promoción del producto o servicio. En suma, es importante que se mantenga con el proveedor, una constante comunicación para hacer más accesible la cadena de suministros. Por ello, la empresa debe realizar una buena gestión con sus proveedores a través de una adecuada selección, evaluación y seguimiento para que los resultados de sus procesos se realicen de la mejor manera posible.

En el contexto económico y empresarial actual, donde la competitividad se da en todo tipo de organización empresarial, hay necesidad de contar con un valor agregado que permita una diferenciación la misma que se obtienen a través de la eficiencia y eficacia empresarial. Muchas empresas han optado por externalizar o subcontratar sus actividades concentrándose sólo en aquellas que son propias del “core” del negocio que le permitan generar un valor agregado a sus clientes. La estrategia de externalización o subcontratación permite que se obtengan mejores costos, pero, además, permite detectar oportunidades de negocios en beneficios de las micro y pequeñas empresas de un determinado territorio. Sin embargo, no solo basta con tener los costos más bajos sino también se deben tener en cuenta la calidad, precio,

entrega, experiencia, crédito, entre otros aspectos por lo que hay una gran necesidad de tener una relación más estrecha con los proveedores. Pinedo (2008) señala que de la necesidad de establecer relaciones más estrechas con los proveedores hace necesario llegar a un conocimiento sobre el mismo.

A lo largo del proceso de homologación de un proveedor se consigue una visión real del grado de adecuación del proveedor a las necesidades del cliente. Así también, Díaz y Jungbluth (1998), indican que, de acuerdo al tipo de empresa, sus necesidades y sus relaciones, tanto con los clientes con proveedores, se crea un sistema de calidad, un método de trabajo, una estructura de la organización, que aseguran el cumplimiento de los requisitos especificados. Las normas ISO de la serie 9000 y las equivalentes europeas detallan los elementos a tener en cuenta para implantar un sistema de calidad.

En el Perú, existen empresas que han venido homologando a sus proveedores a través de entidades certificadoras, basados en la norma ISO 9001: 2008. Una de ellas es Certificaciones del Perú S.A., CERPER, empresa privada con una trayectoria de cuatro décadas, dedicada a ofrecer servicios de inspección, muestreo, ensayos, certificación de productos y de sistemas de gestión, quien a través de su programa CERTIPYME, programa de enfoque empresarial, que reconoce progresivamente el nivel de competitividad de una Micro y Pequeña Empresa, mediante una certificación progresiva emitida. Dichos niveles son las siguientes:

Nivel 1: Estructura Organizacional: Certificación de organización.

Nivel 2: Proceso y Producto principal: Certificación de proceso.

Nivel 3: Planeamiento Integral: Certificación de gestión.

Alcanzado el Tercer Nivel, la micro o pequeña empresa está en la capacidad de poder acceder a una certificación ISO.

Materiales y métodos

Diseño del estudio. El diseño del estudio fue: No experimental- transversal.

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la información que proporcionaron las empresas proveedoras de la Empresa Siderúrgica Sider Perú en estudio, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado porque tuvo un inicio y un fin es decir en el año 2016

Población y muestra. Se utilizó una población de 45 empresas proveedoras de la Empresa Siderúrgica Sider Perú - Gerdau.

Se utilizó como muestra las 45 empresas proveedoras que decidieron mejorar sus niveles empresariales contribuyendo a su propio crecimiento y desarrollo.

Técnicas e instrumentos. La técnica que se utilizó fue la encuesta, porque es una técnica que se utilizó para recoger información de las empresas en estudio. El instrumento que se utilizó para registrar la

información fue el cuestionario el cual estuvo estructurado con interrogantes según la norma ISO 9001:2008 sobre gestión de calidad, misión, visión, políticas, procesos, productos, clientes y proveedores para homologar a las empresas en los diferentes niveles empresariales.

Plan de Análisis. La metodología desarrollada para aplicar la homologación de proveedores, para el caso de las microempresas ubicadas en la ciudad de Chimbote está supeditada a lo señalado por el programa CERTIPYME en la que se contempla un conjunto de actividades que contribuyen a certificar empresas y homologarlas de acuerdo a las normas establecidas en la Norma ISO 9001:2008 Sistemas de Gestión de Calidad. Las fases del proceso de homologación contemplan las siguientes actividades: Diagnóstico, Capacitación, Asistencia técnica y/o Asesoría para la implementación de planes de mejora establecidos en el diagnóstico, Auditoría calificada del nivel alcanzado, y finalmente, Certificación emitida por empresa certificadora Certificaciones del Perú- CERPER.

a) Fase de Autodiagnóstico: En esta fase el empresario evalúa la situación de su empresa respondiendo los Criterios de Calificación de Certificación de Pymes del Nivel correspondiente.

b) Fase de Capacitación: Participan el Facilitador y el empresario. En esta fase, se realizan una serie de eventos académicos que permiten que el empresario pueda identificar y luego aplicar, en su empresa, los criterios de

calificación llevados a cabo en el autodiagnóstico.

c) Fase de Consultoría: Aquí participan el consultor-asesor y el empresario para luego, a través de un proceso de acompañamiento, se pueda poner en práctica todos los criterios de calificación del Nivel de Certificación correspondiente.

d) Fase de Auditoría: Participa el Auditor de la empresa certificadora para dar fe de que los criterios de calificación del nivel correspondiente han sido aplicados en la empresa.

e) Fase de Certificación: Es la fase en la que se certifica a la empresa otorgándole a la empresa un certificado y premio según el puntaje obtenido como producto de haber cumplido con los criterios de calificación de certificación.

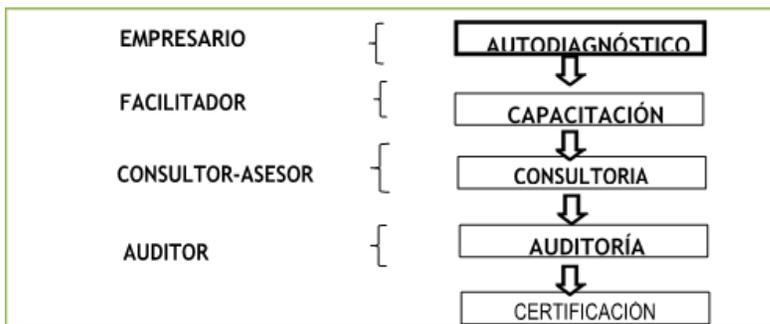


Figura 1: Fases del proceso de Homologación. Elaboración propia.

Niveles de Homologación

El Programa CERTIPYME tiene un esquema de certificación para desarrollar empresas confiables y competitivas. Certipyme es un sistema de evaluación y certificación, el cual permite a las empresas demostrar su capacidad en el nivel alcanzado, desarrollado en base a los modelos del sistema ISO, el cual busca

elevar la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa a través de un proceso progresivo. El certipyme fue desarrollado por el Consorcio COPEME y Quality Consulting participando como empresa certificadora CERPER SA: El proceso se desarrolla en tres niveles:

Nivel I: Organización. En este nivel se consideran los siguientes criterios:

1. Sistema de gestión de calidad,
- 2.Experiencia,
- 3.Finanzas,
- 4.Organización y personal de la empresa,
- 5.Infraestructura de la empresa,
- 6.Logística de entrada,
- 7.Proceso logístico complementario,
- 8.Proceso principal del negocio.

Nivel II: Proceso. En este nivel se consideran los siguientes criterios:

- a. Logística de entrada. a.1 gestión de proveedores, a.2 compras.
- b. Proceso logístico complementario. b.1 gestión de almacenes, b.2 despacho de productos.
- c. Proceso principal del negocio. c.1. operación, c.2. mantenimiento y calibración, c.3. seguridad,
- d. Marketing y ventas, d.1. comercialización, d.2. relación con el cliente.

Nivel III: Gestión. En este nivel se consideran los siguientes criterios:

1. Producción y prestación del servicio,
2. Identificación y trazabilidad,
3. Propiedad el cliente,
4. Preservación del producto,
5. Control de los equipos de seguimiento y medición,
6. Seguimiento y medición.

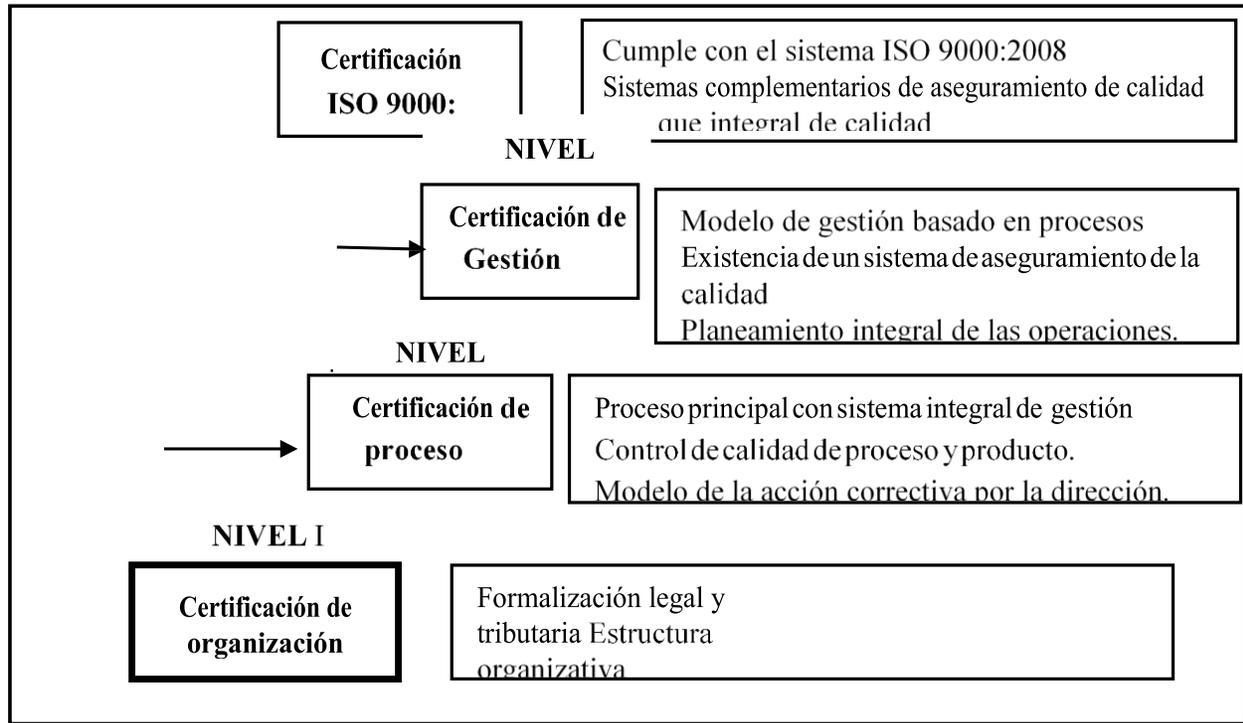


Figura 2: Niveles de certificación. Elaboración propia.

Resultados

Al momento de realizar el Autodiagnóstico, El 100% de las empresas no identifican su filosofía organizacional la cual se expresa en la visión, misión, políticas y objetivos de calidad. Así también, el 95.56% no tiene elaborado su mapa de procesos. Sólo el 17.78% tiene

registros de personal. El 100% de las empresas, no tiene un Plan de producción, tampoco elaboran instrucciones de trabajo, no tienen definidas sus responsabilidades de su proceso principal. Sólo el 17.78% lleva a cabo el control del producto terminado.

Criterios de Calificación de Certificación de pymes al Primer Nivel

Criterios	Conforme		No cumple		Total
	N°	%	N°	%	
Visión	0	0	45	100.00	45
Misión	0	0	45	100.00	45
Comunicación de la visión y misión	0	0	45	100.00	45
Políticas de Calidad	0	0	45	100.00	45
Objetivos de calidad son medibles y coherentes	0	0	45	100.00	45

Criterios	Conforme		No cumple		Total
	N°	%	N°	%	
Comunicación y entendimiento: Política y Objetivos de Calidad	0	0	45	100.00	45
Mapa de Procesos	2	4.44	43	95.56	45
Documentado que define controles	2	4.44	43	95.56	45
Manejo de registros adecuado	0	0.00	45	100.00	45
Procesos de comunicación apropiados	0	0.00	45	100.00	45
Crédito de la empresa	45	100.00	0	0.00	45
Registros de personal	8	17.78	37	82.22	45
Plan de Producción	0	0.00	45	100.00	45
___Instrucciones de Trabajo	0	0.00	45	100.00	45
Responsabilidades definidas de su proceso principal	0	0.00	45	100.00	45
Control de Producto Terminado	8	17.78	37	82.22	45

Fuente: El autor

Criterios de Calificación de Certificación de pymes al Segundo Nivel

Sólo el 19.23% de las empresas cumple parcialmente con seleccionar a sus proveedores. El 53% cumple parcialmente con tener un Plan de compras. El 69% no cumple con definir sus especificaciones de materia prima e insumos críticos. Sólo el 11% cumple parcialmente con tener procedimientos escritos e implementados. Así también, el 46% de las empresas no cumple con tener procedimientos de seguridad escritos e implementados.

Criterios	Conforme		Parcial 2		Parcial 1		No Cumple		Total
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
La empresa selecciona a sus proveedores	0	0.00	2	7.69	5	19.23	19	73.08	26
Plan de compras	0	0.00	8	30.77	6	23.08	12	46.15	26
Ha definido especificaciones de Materia Prima e insumos críticos	5	19.23	1	3.85	2	7.69	18	69.23	26
Sistema de transporte adecuado	2	7.69	1	3.85	2	7.69	21	80.77	26
Proceso principal en un manual de procesos	0	0.00	0	0.00	2	7.69	24	92.31	26
Capacitación para más del 85% de los puestos existentes	0	0.00	2	7.69	3	11.54	21	80.77	26
Especificaciones para más del 85% de los productos terminados	0	0.00	3	11.54	5	19.23	18	69.23	26
Procedimientos escritos e implementados	0	0.00	0	0.00	3	11.54	23	88.46	26
Procedimientos de seguridad escritos e implementados	0	0.00	5	19.23	9	34.62	12	46.15	26
Procedimientos de toma de pedidos	0	0.00	2	7.69	3	11.54	21	80.77	26

Fuente. El autor

Criterios de Calificación de Certificación de pymes al Tercer Nivel

Criterios	Conforme		Parcial 2		Parcial 1		No Cumple		Total
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
Especificaciones técnicas del producto y/o servicio	3	12.50	12	50.00	9	37.50	0	0.00	24
Instrucciones de trabajo del personal	2	8.33	6	25.00	5	20.83	11	45.83	24
85% de equipos de uso son adecuado	2	8.33	6	25.00	12	50.00	4	16.67	24
Uso de equipos de seguimiento y medición	2	8.33	8	33.33	9	37.50	5	20.83	24
Plan de producción y hace una medición del seguimiento	0	0.00	1	4.17	3	12.50	20	83.33	24
Actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega	0	0.00	5	20.83	9	37.50	10	41.67	24
Procedimientos escritos para identificación de recursos	0	0.00	8	33.33	11	45.83	5	20.83	24
Requisitos de seguimiento y medición	0	0.00	8	33.33	11	45.83	5	20.83	24
Control y seguimiento en las etapas del proceso de producción	0	0.00	8	33.33	11	45.83	5	20.83	24
Evidencias de diseño, y registros de trazabilidad	0	0.00	8	33.33	9	37.50	7	29.17	24
Cuidado de los bienes de clientes en manual de procesos	0	0.00	0	0.00	0	0.00	24	100.00	24
Procedimientos para identificación y manipulación de productos	8	33.33	6	25.00	5	20.83	5	20.83	24

Fuente. El autor

El 87.50% de las empresas cuenta con las Especificaciones técnicas del producto y/o servicio. Sólo el 45.83% de las empresas cuentan con Instrucciones de trabajo del personal. Sólo el 8.33 hace uso de equipos de seguimiento y medición. El 78.33 utiliza procedimientos escritos para identificación de sus recursos. El 100% de las empresas no cumple con el cuidado de los bienes de clientes que se encuentren especificados en un Manual de Procesos.

Nivel de cumplimiento de los criterios de calificación obtenidos luego de la Fase de Consultoría del Proceso de Homologación fueron las siguientes:

Primer nivel

Cumplimiento	N° De Empresas	%
Si	45	100
No	0	
TOTAL	45	100

El 100% de las empresas que participaron en el Primer Nivel cumplieron con los criterios de calificación del proceso de homologación

Segundo nivel

Cumplimiento	N° De Empresas	%
Si	26	58
No	19	42
TOTAL	45	100

Del 100% de empresas que participaron en el Segundo Nivel, el 58% cumplieron con los criterios de calificación del proceso de homologación.

Tercer nivel

Cumplimiento	N° De Empresas	%
Si	24	92
No	2	8
TOTAL	26	100

Del 100% de empresas que pasaron del Segundo al Tercer Nivel, el 92% cumplieron con los criterios de calificación del proceso de homologación.

Discusión

La discusión se enfoca a los resultados obtenidos después de la fase de Autodiagnóstico del Proceso de Homologación.

Relacionado con los criterios de calificación de certificación de pymes al Primer Nivel La empresa tiene definida su visión: El 100% de las empresas no tiene definida su visión porque no conocen la filosofía organizacional en la cual está inmersa la visión, misión.

La empresa tiene definida su misión: El 100% de las empresas no tienen definida su misión. Dado que las empresas en estudio están administradas por sus propios dueños y la mayoría de ellos no tienen conocimientos empresariales por lo cual no realizan una planificación estratégica de sus empresas dentro de las cuales se encuentra la misión que es el propósito y lo que quiere llegar a ser la empresa eso se evidencia en que trabajan

por simple rutina sin tener una meta que deseen lograr.

La empresa elabora su Mapa de Procesos: Estratégicos, Clave, Soporte, Medición y Mejora: El 95.56% de las empresas no cumple con elaborar su Mapa de Procesos: Estratégicos, Clave, Soporte, Medición y Mejora. Estas empresas no elaboran un mapa de procesos porque ellos no conocen la estructura de los mapas de procesos pero mencionan que saben los procedimientos que deben realizar para poder adquirir materia prima, insumos, procesos de elaboración de productos y procesos de ventas y solo dos empresas si las realizan porque esto les permite reducir algunos cuellos de botella, porque incrementa la participación y compromiso de los empleados dado que cada quien conoce cuáles son sus funciones y responsabilidades dentro de los procesos de adquisición de materia prima, elaboración, ventas y traslado de los productos hacia los clientes finales además esto les permite a las empresas evaluar la eficiencia, eficacia y productividad de las empresas.

La empresa en que régimen tributario se encuentra: El 100% de las empresas encuestadas se encuentran en el régimen tributario general, por lo tanto se encuentran dónde están todas aquellas personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares, además estas empresas llevan libros contables (Si los ingresos son menores a 100 UIT, deberá llevar Registro de Ventas e Ingresos, Registro de Compras, Libro de Inventario y Balance,

Libro de Caja y Bancos y Registros de Activos Fijos. De ser mayores a 100 UIT, deberá llevar contabilidad completa. A su vez emiten comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boleta de ventas, tickets, liquidación de compras, nota de crédito, nota de débito, guías de remisión, entre otros. Presentan la declaración de pagos mensuales y la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta en la forma, plazo y lugar que la SUNAT establezca y efectúan retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señala la ley.

La empresa mantiene algún tipo de registro de su personal: El 82.22% de las empresas no mantiene algún tipo de registro de su personal porque no tienen el área denominada escalafón que se encarga de mantener una ficha del personal con la finalidad de servir como una fuente de información necesaria para determinar la situación actual del colaborador, y para la toma de decisiones en cuanto a: Promoción o ascenso otorgar derechos conforme a ley, compensación por tiempo de servicio, movimiento de rotación o reubicación en las diferentes áreas de la empresa o conocer los datos personales de los trabajadores tales como: Dirección, números telefónicos, etc. Para poder ubicarlos en cualquier eventualidad o necesidad de su colaboración.

Relacionado con los criterios de calificación de certificación de pymes al segundo nivel, La empresa selecciona a sus proveedores en base a la calidad de los insumos: El 73.08% de las empresas no

selecciona a sus proveedores en base a la calidad de los insumos, porque ellos trabajan en función a los proveedores porque los productos los obtienen a crédito y les pagan cuando ellos cobran. En síntesis, las empresas no cuentan con un capital importante que les permita seleccionar a sus proveedores porque si lo hacen los nuevos proveedores les van a exigir el pago al contado porque no los conocen y como no se cuenta con liquidez suficiente se tienen que conformar con seguir con sus antiguos proveedores.

La empresa dispone de un plan de compras generado con una frecuencia adecuada al giro y volumen de su negocio: El 46.15% de las empresas no dispone de un plan de compras generado con una frecuencia adecuada al giro y volumen de su negocio., el cual es controlado periódicamente por lo tanto eso hace que se compren insumos incompletos o que el volumen de compras sea mayor a lo que se necesita o viceversa generando pérdida de tiempo si se compra faltando y pérdida de dinero si se compra demasiado.

La empresa tiene un sistema de transporte adecuado para la entrega del producto: El 79.17% de las empresas no tienen un sistema de transporte adecuado para la entrega del producto porque no tienen idea de que esto es muy importante para la entrega de los productos dado que estos deben cumplir estándares de limpieza, seguridad, horas de conducción, control de la velocidad para no maltratar los productos frágiles garantizando que los productos se entreguen en buenas condiciones a los clientes.

La empresa ha definido los requerimientos de capacitación para más del 85% de los puestos existentes: El 80.77% de las empresas no han definido los requerimientos de capacitación para más del 85% de los puestos existentes porque lo siguen considerando como un gasto porque la mayoría piensa que si capacita a los trabajadores estos más adelante se irán a trabajar a otras empresas y aportaran sus conocimientos en otras empresas y las que invirtieron en ellos seguirán careciendo de los aportes de conocimientos para su mejora continua.

La empresa posee procedimientos escritos e implementados: El 80.77% de las empresas no posee procedimientos escritos e implementados en cuanto a la toma de pedidos que realizan los clientes porque no utilizan tecnologías tales como: Software de ventas y pedidos, el cual es desarrollado para que los vendedores puedan tomar el pedido desde la web o cualquier dispositivo, además de llevar toda la información de los clientes de manera ordenada y encontrarla fácilmente minimizando los errores que se comenten al tomar los pedidos a mano en cuadernos.

Relacionado con los criterios de calificación de certificación de pymes al tercer nivel

La empresa cuenta con instrucciones de trabajo para más del 85% del personal que trabaja en las operaciones del producto/ servicios: El 45.83% de las empresas no cuenta con instrucciones de trabajo para más del 85% del personal que trabaja en las operaciones del producto/ servicios este porcentaje ha disminuido porque las empresas han entendido que es

importante que sus trabajadores conozcan los procedimientos de trabajo en la realización de sus productos y/o servicios terminados para mejorar la satisfacción de sus clientes.

La empresa tiene definido su proceso de información, consultas y retroalimentación con el cliente: El 41.67% no tiene definido su proceso de información, consultas y retroalimentación con el cliente. La mayoría de las empresas aun no tienen definido proceso de información, consultas y retroalimentación con los clientes eso dificulta la fidelización de los clientes porque no se tiene un sistema de atención para resolver dudas, consultas, etc. por falta de un diseño de procesos enfocados a atender las necesidades de los clientes.

Mantiene registros de lo informado al cliente sobre lo sucedido con los bienes de su propiedad: El 62.50% de las empresas no mantiene registros de lo informado al cliente sobre lo sucedido con los bienes de su propiedad porque no tienen un sistema de gestión enfocados en los clientes para asegurar sistemas de atención, cuidado de bienes y atención a sus consultas, sugerencias y reclamos.

La empresa tiene procedimientos escritos e implementados para la identificación y manipulación para preservar el producto durante el proceso interno de producción para mantener la conformidad con los requisitos: El 62.50% de las empresas no tiene procedimientos escritos e implementados para la identificación y manipulación para preservar el producto durante el proceso

interno de producción para mantener la conformidad con los requisitos dado que en el proceso de la elaboración del producto lo que a las empresas les importa es entregar los productos en el menor tiempo posible saltándose esos procesos para la conservación de los productos.

La empresa tiene procedimientos escritos e implementados de identificación y manipulación para preservar el producto durante la entrega al destino previsto para mantener la conformidad con los requisitos: El 33.33% de las empresas tiene procedimientos escritos e implementados de identificación y manipulación para preservar el producto durante la entrega al destino previsto para mantener la conformidad con los requisitos, porque de repente los productos que transportan son delicados y si se manipula mal se deteriorará y los clientes no los aceptaran siendo una pérdida para las empresas dado que no solo gastarán en elaborarlos, sino que también pagan el transporte para el traslado y si son rechazados corren el riesgo de que los clientes en lo sucesivo ya no les compren, pero allí no queda todo porque con un cliente descontento no solamente significa perder a ese único cliente sino que también se perderá a los clientes potenciales porque el cliente descontento comunicará que ya no le compren a la empresa por problemas internos y porque los productos que ofrecen a la venta son entregados deteriorados.

b) La discusión se enfoca a los resultados obtenidos después de la fase de Consultoría del Proceso de Homologación. Del 100% de empresas que participaron en el Primer Nivel, todas

ellas cumplieron con los criterios de calificación y pasaron al Segundo Nivel. Del 100% de empresas que participaron en el Segundo Nivel, sólo el 58% cumplieron con los criterios de calificación del proceso de homologación, significando que un 42% o se retiraron del proceso o no cumplieron con las exigencias solicitadas en este nivel. De las empresas que pasaron del segundo al tercer Nivel, el 92% cumplieron con los criterios de calificación del proceso de homologación.

Conclusiones

Relacionado con el cumplimiento de los criterios de Criterios de calificación de certificación de mypes del Primer Nivel, Del 100% de empresas que participaron en el proceso de homologación, todas ellas cumplieron con los criterios de calificación y pasaron al segundo Nivel.

Relacionado con el cumplimiento de los criterios de Criterios de calificación de certificación de Mypes del Segundo Nivel

Del 100% de empresas que participaron en el proceso de homologación, sólo el 58% de empresas cumplieron con los criterios de calificación y pasaron al Tercer Nivel.

Relacionado con el cumplimiento de los criterios de Criterios de calificación de certificación de Mypes del Tercer Nivel

Del 100% de empresas que participaron en el proceso de homologación en el Tercer Nivel, el 92% de empresas cumplieron con los criterios de calificación del Proceso de Homologación.

Referencias

Arenas, A. (2009). Sistema de gestión de la calidad según ISO-9000. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Cuatrecasas, A. L. (2000). Gestión de la calidad total. Sunny Isles Beach, US: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Díaz, B., & Jungbluth, C. (1998). La Calidad Total en la empresa peruana. Proceso, resultados y perspectivas. Perú. Universidad de Lima.

Espinosa (2009). Calidad total. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

James, P. (2000) Gestión de la Calidad Total. Un texto introductorio. Madrid: Prentice Hall Iberia.

Kannan, V. R., & Tan, K. C. (2002). 'Supplier selection and assessment: Their impact

on business performance'. *Journal of Supply Chain Management*, 38(3), 11-21.

Pinedo, N. (2008). Sistema de evaluación y Homologación de proveedores. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 18 de marzo del 2016 http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1513/1/Pinedo_cn.pdf

Pinto, S. (2016). Los procesos de compra y la negociación con proveedores: una nueva forma de relación basada en la cooperación. Madrid, ESPAÑA: FC Editorial. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Ragatz, G. L., Handfield, R. B., & Scannell, T. V. (1997). 'Success factors for integrating suppliers into new product development'. *Journal of product innovation management*, 14(3), 190-202.

Stoner, J., Freeman, E. Gilbert, D. (2002). Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, SA.



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Moreno Cortés, Karla Coréⁱ; Morales Espíndola, María
Guadalupe; Romano Cadena, María Martha del Socorroⁱⁱ.
**Modelo de capacitación para trabajadores de empresas
de servicios en el contexto actual**
Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 24-37

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.26>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0001-5673-2428>

ⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0002-2402-0933>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



“ Los nuevos retos administrativos del siglo XXI, obligan a indagar e implementar nuevas estrategias de capacitación para impactar en el desempeño y la competitividad laboral que exigen cada vez más los clientes ”

RevistaGEON



Moreno Cortés, K., Morales Espíndola, M., & Romano Cadena, M. (2018). Modelo de capacitación para trabajadores de empresas de servicios en el contexto actual.

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Modelo de capacitación para trabajadores de empresas de servicios en el contexto actual

Training model for workers of service companies in the current context

María Guadalupe Morales Espíndola

gualumespindola@hotmail.com

Administradora Pública y Dra. en Investigación educativa, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
BUAP, México.

Karla Coré Moreno Cortes

karla.morenoco@correo.buap.mx

Lic. Administración de Hoteles y Restaurantes y Dra. en Investigación educativa, Benemérita Universidad
Autónoma de Puebla BUAP, México

María Martha del Socorro Romano Cadena

Martha.romano@correo.buap.mx

Administradora de Empresas y Dra. en Investigación Educativa, Benemérita Universidad Autónoma de
Puebla BUAP, México.

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/26>

Artículo recibido 2018/05/10 aceptado 2018/06/12

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar teórica y prácticamente la razón por la cual la capacitación representa en la actualidad una inversión de corto y mediano plazo que enriquece el capital humano en las organizaciones de la sociedad del conocimiento del siglo XXI. Se propone una metodología de impacto para empresas de servicios como las del Sector Salud, cuyas condiciones de trabajo (al igual que otros servicios) no siempre favorecen o garantizan una capacitación exitosa.

El capacitador debe enfrentar las actitudes negativas de las personas, quienes se presentan desmotivadas, con la tendencia de culpar al nivel directivo de las situaciones adversas, con una falta de disposición a la capacitación, con rechazo por tener que realizar este proceso a contra turno o utilizando un 50% de su tiempo libre. Son circunstancias que impiden, en la mayoría de los casos, llegar al cumplimiento de los objetivos programados.

En nuestro país, existe la obligatoriedad legal, dada por la Constitución Política y por la Ley Federal del Trabajo, de aplicar Programas de Capacitación. Esto con el fin de proteger al trabajador de un despido por inadecuado desempeño, causado por la falta de capacitación y actualización en su trabajo. No siempre se tiene plena consciencia de ello.

Palabras claves: Capacitación, capital humano, Empresa de servicios

Abstract

The objective of this work is to analyze theoretically and practically the reason of: why training represents an investment of short and medium term who enriches human capital in organizations of the knowledge society of the XXI century? impact methodology for service companies such as the health sector, whose working conditions (like other services) do not always favor or guarantee a successful training is proposed.

The trainer must face the negative attitudes of people who are unmotivated, with a strong tendency to blame the management level of adverse situations, with an unwillingness to training, with rejection by having to perform this process against shift or with 50% of their free time. They are circumstances that prevent, in most cases, come to meeting program objectives.

In our country, a legal obligation is given by the Constitution and the Federal Labor Law, for implementing training programs. In order to protect workers from dismissal for poor performance, caused by lack of training

and updating their work. In fact, workers have not always been fully aware of that.

Keywords: Training, Human Capital, Business Services

Introducción

El Talento Humano representa el factor más importante que posee una organización y del cual depende la eficiencia con la que se realizan sus procesos y, por ende, el cumplimiento de sus principales objetivos.

La capacitación es una actividad continua y permanente enfocada a desarrollar el potencial del capital humano a través de la habilitación y actualización de conocimientos y herramientas necesarias para generar nuevas competencias, cambios de actitud y aptitud para su mejor desempeño en la organización.

Sin embargo, en el marco de las necesidades del siglo XXI, en las cuales los trabajadores tienen varios empleos, trabajan horas extra y cada vez rinde menos el salario; dedicar tiempo para la actualización, es una tarea complicada. Aunado a lo anterior es importante verificar ¿cuáles son las mejores opciones de capacitación?, para ello deben analizarse tanto las experiencias buenas como las malas, ya que el fracaso es únicamente una etapa en el camino al éxito. (Pérez Paredes, Torralba Flores, & D., 2016)

Aunado a lo anterior, la inmersión en nuevas tecnologías provoca distractores que antes no existían; los empleados están

al pendiente de sus teléfonos celulares y es cada vez más difícil lograr la concentración.

La capacitación es en la actualidad un proceso legalmente obligado para los empresarios y debe planearse de forma correcta. Aplicada adecuadamente, genera una mayor productividad y competitividad en las organizaciones.

Por su parte, los clientes o usuarios son cada día más exigentes, pues existen empresas que están en constante competencia y buscan lograr la satisfacción de sus necesidades de la mejor manera.

Actualmente, el mercado está más orientado a servicios y no a productos, por lo que el éxito de la empresa depende del conocimiento, habilidades y destrezas que tengan los colaboradores. Cuando el trabajo de los empleados es valioso y organizado, las empresas pueden alcanzar ventajas competitivas. (Ruiz, 2016)

Es por lo anterior que, con programas de capacitación bien estructurados, que estén basados en procesos de detección de necesidades y realizados con las metodologías adecuadas, se pueden conocer las áreas de oportunidad de cada trabajador. De igual manera, mediante las sesiones pertinentes, es posible, mejorar su desempeño y la comunicación interpersonal, logrando con ello una

integración mucho más efectiva en la búsqueda de los objetivos empresariales.

La obsolescencia de las máquinas y equipos se detecta y se corrige a través de las acciones de mantenimiento, sustitución o actualización, por tanto, la obsolescencia del factor humano también debe evitarse monitoreando de manera permanente el desempeño y la necesidad de adquirir nuevos conocimientos, técnicas y habilidades, que contribuyan a una mayor productividad y a una actitud más positiva y colaboradora. La tecnología no sirve de mucho si no existe el elemento humano que agregue valor a los procesos de producción o de servicios. (Macías, 2016)

El presente artículo se conforma de un marco teórico conceptual, en donde se revisan las leyes referentes a capacitación, así como las teorías que fundamentan el estudio. Posteriormente, se continúa con descripción de la metodología utilizada en la investigación, aterrizada al caso de estudio del personal de una Unidad del Instituto Mexicano Del Seguro Social (IMSS), subsecuentemente se detallan los resultados de la investigación y se cierra el artículo con conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Contexto teórico y conceptual

El proceso para proporcionar competencias para un trabajo, se denomina *capacitación*, en cambio el proceso para acentuar o adquirir valores, estilos, trabajo en equipo y otras facetas de la personalidad, se denomina *desarrollo* (Arias & Heredia, 2006).

La obligación de capacitación y adiestramiento se encuentra regulada en el último párrafo del apartado A, del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, donde textualmente dice: “También será competencia exclusiva de las autoridades federales la aplicación de las disposiciones de trabajo [...] y respecto a las obligaciones de los patrones en materia de capacitación y adiestramiento de sus trabajadores [...]” (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos., 2017)

Por su parte, la Ley Federal del Trabajo también regula esta obligación patronal en el capítulo III bis, al referirse a la capacitación y adiestramiento de los trabajadores en los artículos del 153-A al 153-X, marcando una serie de requisitos, tanto de los patrones como de los trabajadores y los capacitadores. Estos últimos deberán estar respaldados por una preparación profesional en el área que se pretenda impartir, además debe acreditar ante la Secretaría de Trabajo y Previsión Social no estar ligados a instituciones o personas que propaguen algún credo religioso y la autorización otorgada puede revocarse si se contraviene alguna de las obligaciones anteriores. (Ley Federal del Trabajo, 2016)

La capacitación es un proceso educacional formal que se imparte de manera organizada y sistemática, en la que los participantes adquieren y desarrollan conocimientos y habilidades relativas a su trabajo. Tiende a modificar actitudes personales y vicios laborales. De igual manera, conlleva la intención de integrar al trabajador a su puesto de trabajo, la organización, el mantenimiento e

incremento de su eficiencia laboral, que finalmente redundará en el progreso personal y de la empresa. (Rodríguez & Morales, 2008).

En el año 2014, la empresa Deloitte Consulting LLP y Bersin por Deloitte, realizó un estudio; a través de una encuesta que incluyó a 2.532 empresas y líderes de recursos humanos en 94 países. La encuesta cubrió las industrias más importantes y todas las situaciones geográficas del mundo. Nuestra meta fue lograr un mayor entendimiento de las prioridades y estado de preparación de los ejecutivos y profesionales de RR. HH. alrededor del mundo, aportando conocimiento en relación a las acciones que pueden tomar los líderes para desarrollar el talento y la agenda de RR. HH.

En él, se concluyó que el hecho de hacer más no es suficiente. Hoy en día las organizaciones tienen que gestionar a su gente de una manera distinta, generando el imperativo de innovar, transformarse y rediseñar las prácticas de capital humano.

El capital humano es un concepto que remite a la productividad de los trabajadores en función de su formación y experiencia de trabajo. El mismo busca dar cuenta de distintas ventajas en términos de generación de valor considerando al aporte humano que se realiza en un mercado determinado. Por extensión, muchas veces se utiliza el término “capital humano” para dar cuenta de los recursos humanos que tiene una empresa, de sus competencias conjugadas que derivan en una mejora general en la producción. De alguna manera puede decirse que el concepto de

capital humano remite al viejo concepto del trabajo como factor productivo, poniendo esta vez el énfasis en la formación de ese factor productivo. (Definición mx, 2016)

Tabla 1. Tres áreas clave de enfoque estratégico

Liderar y desarrollar	Atraer e involucrar	Transformar y reinventar
Líderes en todos los niveles: disminuir la brecha entre las expectativas y la disposición real	Reconsiderar la adquisición de talento: desarrollo de nuevos enfoques para el nuevo contexto	Entrenamiento del equipo de RRHH: transformar a los profesionales de RRHH en consultores de negocios calificados
Redefinir el aprendizaje corporativo: prepárese para una revolución	Más allá de la retención: generar pasión y propósito	Analítica del talento en práctica: de la conversación al aporte de Big Data
La gestión del desempeño ya no funciona: reemplace los rankings por la capacitación y el desarrollo	De la diversidad a la inclusión: apartarse de la conformidad hacia la diversidad como estrategia de negocios	Carrera hacia la tecnología en la nube: integrar el talento, los RR.HH. y las tecnologías del negocio
La búsqueda de capacidades en la fuerza laboral: crear una cadena global de suministro de habilidades	El empleado agobiado: simplificar el entorno de trabajo.	La función global y local de RR.HH.: equilibrio entre la escala y la agilidad.

Fuente: Deloitte Consulting LLP (2014)

El informe de Tendencias Globales de Capital Humano, resultado de un extenso estudio global que implicó varios meses de trabajo, brinda orientación y



recomendaciones en relación a estas importantes estrategias. (Deloitte Consulting LLP y Bersin por Deloitte, 2014)

Ese año, las doce tendencias fundamentales de Capital Humano se organizaron en tres grandes áreas (ver Tabla 1)

Como se observa en la Tabla 1, la nueva tendencia a seguir para los responsables de R. H. es simplificar los procesos para ayudar a los colaboradores a gestionar el flujo masivo de información en el trabajo, a desarrollar plenamente sus habilidades, y a construir una cultura de colaboración, empoderamiento e innovación.

Empresas de servicios. A este sector pertenecen todas las unidades económicas que ofrecen algún servicio, como: hospitales, escuelas, peluquerías, clubes deportivos, bancos, restaurantes, hoteles, centros de espectáculos, empresas de transportes y de comunicaciones, entre muchas otras. Son una actividad económica terciaria que utiliza productos que provienen de actividades económicas primarias y secundarias.

Este sector incluye a personas que realizan trabajos especializados, como: médicos, enfermeras, abogados, meseros, ingenieros, estilistas, masajistas, entrenadores deportivos, maestros, artistas, choferes, azafatas, etcétera.

En los servicios educativos las mujeres son mayoría. 61.2% Mujeres y 38.8% Hombres. Además, diez entidades federativas concentraron 67.7% del personal ocupado total a nivel nacional. (INEGI, 2015)

El sistema que se usa en México para clasificar la información de las actividades económicas se llama Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). Unifica datos, evita problemas de interpretación y facilita comparativos entre municipios y entidades de México y con los países de Estados Unidos de América y Canadá, así como otras organizaciones de estadística.

El sector se divide en 293 clases de actividad, de acuerdo con esta clasificación las que suman la mayor cantidad de unidades económicas dedicadas a los servicios en México se muestran en la Tabla 2

Tabla 2. Unidades económicas dedicadas a los Servicios en México

Clase de actividad	Unidades económicas
Otros servicios excepto actividades del gobierno	395 014
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	277 436
Servicios de salud y de asistencia social	102 940

Fuente: www.inegi.org.mx/parque_economico/servicios

En México hay 1 013 743 unidades económicas dedicadas a los servicios y 5 215 808 personas que laboran en este sector. (INEGI, 2015)

La economía mexicana tuvo un crecimiento de 2.2 por ciento anual en el segundo trimestre del año 2015, porcentaje al cual el sector servicios aportó 1.8 puntos y tuvo un aumento de 3.1 por ciento anual en este mismo periodo, de acuerdo con datos del INEGI, lo que indica que el sector servicios cada vez está aportando mayores beneficios a la economía del país.

Las actividades relacionadas con los servicios contribuyeron a la expansión del Producto Interno Bruto (PIB), en el 85 por ciento. (El Financiero, 2015)

En un análisis realizado por la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico), en enero de 2015, se menciona que muchas empresas modernas en México emplean trabajadores altamente calificados y con buena formación académica, en particular en las industrias aeroespacial, automovilística, alimentaria y de bebidas. Con todo, hay sectores de la economía que siguen caracterizándose por altos índices de informalidad, trabajo poco calificado, productividad escasa y tecnologías obsoletas. Alrededor de 57% de los trabajadores tienen empleos informales, mientras que las empresas del ámbito no formal emplean a millones de personas que carecen de acceso a un ingreso estable, buena educación, atención integral de la salud y servicios financieros asequibles, lo que impide la formación de capital humano. (OCDE, 2015).

Lo mencionado permite inferir que los trabajadores de cualquier sector que deseen permanecer durante su vida productiva en una empresa formal deben estar dispuestos a participar en los procesos de capacitación y desarrollo que le son exigidos para el mejor desempeño de sus competencias laborales.

Aunado a ello, los capacitadores que proporcionen sus servicios deben dominar perfectamente los conocimientos, destrezas y habilidades que transmiten, pero, sobre todo, saber identificar y manejar las estrategias de adaptación al

tipo de personas a las cuales dirigen su ejercicio para cumplir el objetivo de la empresa que lo contrata y al mismo tiempo, su objetivo educativo y de formación.

Especialmente debe considerarse que el sector servicios presenta características específicas debido a que los “productos” que oferta son intangibles, por ejemplo; un médico proporciona un servicio, pero la salud es algo que no se puede ver, tocar o comprar, solamente se siguen indicaciones y se toman medicamentos, pero la tangibilidad es inexacta; de igual forma ocurre con los servicios prestados por un abogado o un profesor.

Aunado a lo anterior, los servicios son heterogéneos, es decir, debido a la naturaleza de estos, requieren al factor humano para su entrega y desempeño; las personas no actúan todos los días por igual, no siempre tienen la misma sonrisa o el mismo tono de voz; es decir, se hace un esfuerzo por estandarizar los procesos de servicio, sin embargo, resulta complicado ser siempre iguales, pues el servicio requiere personas, atendiendo personas.

Metodología

Para realizar el presente trabajo, se utilizó el método de investigación documental, empleando la técnica de sistematización bibliográfica y el instrumento de ficha de trabajo. Se considera una investigación exploratoria y descriptiva, por haber tenido un acercamiento a la realidad en un primer momento con 412 personas de una Unidad del IMSS en Puebla (275 mujeres y 137

hombres), a quienes se proporcionó una capacitación adaptada a las condiciones de su contexto, lo que sirvió de base para proponer un modelo para empresas de servicios.

Se realizó la evaluación inmediata del curso, sin embargo, para efectos de impacto, se realizará en una segunda etapa, una medición de efectividad de competencias concretas que los participantes aprendieron en dicha capacitación.

La norma de Diseño de Cursos para Adultos en la que se fundamenta esta nueva propuesta se denomina CONOCER (Conocimiento, Competitividad y Crecimiento)

En ella se establece el Estándar de Competencia (EC0217) cuya acreditación permite certificar a quienes aprenden a desarrollar cursos de formación del capital humano presenciales grupales a través de la elaboración de manuales e instrumentos de evaluación. Para ello, legalmente no se requiere que el participante cuente con un título profesional.

El EC0217 se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Se recomienda que se lleve a cabo en el lugar de trabajo y durante la jornada laboral, sin embargo, pudiera realizarse de manera simulada en un área experimental con la infraestructura necesaria para llevar a cabo el desarrollo de todos los criterios de evaluación referidos en el Estándar de Competencia.

Con relación a la competencia sobre el conocimiento de Educación para Adultos, el capacitador debe saber que los principios que rigen su aprendizaje son: Necesidad de saber, Disposición para aprender, Motivación para aprender, Recuperación de la experiencia, Desaprendizaje, Aplicación práctica en la vida real.

Caso práctico. capacitación a personal de un hospital. Para realizar esta investigación, se tomó como muestra a 412 trabajadores del sector salud, es decir de una Unidad Hospitalaria del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), ubicado en la Ciudad de Puebla.

Se impartieron 16 cursos con duración de 3 horas durante el mes de julio de 2016. Los horarios fueron de 9 a 12 horas, de 14 a 17 horas y de 20 a 23 horas (con la finalidad de cubrir los 3 turnos en que laboran los trabajadores), Previo al curso, en la etapa de diagnóstico de necesidades de capacitación (la cual forma parte de la metodología propuesta) se identificaron los siguientes problemas específicos:

El personal de la empresa hospitalaria vivió un reciente cambio en la Dirección, por lo cual los trabajadores se encontraban en una etapa de readaptación a las prácticas hospitalarias. Existen reportes de un aumento de quejas por parte de los usuarios del hospital, específicamente, perciben falta de compromiso, amabilidad y calidez del personal; en especial de los médicos.

Al ser un hospital-escuela que recibe médicos internos y residentes de primer a cuarto año; los pacientes perciben que

“demasiadas personas los revisan y no se sienten con la misma confianza; piensan que se está experimentando con ellos”

Por su parte, el personal se encuentra muy presionado, ya que se adquirió un software para trabajar los expedientes clínicos de forma digital, se cambió el proceso de trabajo al que ya se habían acostumbrado en papel y mencionan que a pesar de que les prometieron que la nueva forma sería más ágil y mejor, existen fallas o caídas del sistema y algunos procesos se volvieron más lentos, esto generó molestia en el personal debido a constantes problemas con el usuario y ellos se sienten reacios al cambio.

Así mismo, tanto el personal directivo, como los médicos y administrativos, deben pasar por un proceso de reacreditación del hospital, por lo cual el 80 por ciento de su personal, debe asistir al menos a 3 sesiones de capacitación, lo que marca una obligatoriedad en la actualización, como se mencionó con anterioridad en el presente artículo. Esta situación genera molestia, ya que los trabajadores mencionan que tienen mucho trabajo y no les agrada una capacitación tradicional; la consideran aburrida y pérdida de tiempo.

En cursos previos, (impartidos por otros capacitadores) se vivieron episodios en los que, participantes discutieron con el facilitador y varios de ellos se salían de los cursos argumentando “emergencias” en su área laboral, es decir no todos los que iniciaban la capacitación, se esperaban hasta el término de esta.

Ante este panorama, se procedió a la etapa de diseño del curso, es importante

mencionar, que en esta metodología propuesta, la capacitación debe tener un impacto más allá de la obligatoriedad que por ley, se exige a los empresarios; ya que en el contexto actual se requiere un incremento en la competitividad laboral; especialmente en el sector servicios, debido a que se trabaja con percepciones subjetivas de los usuarios por el alto grado de intangibilidad del “producto” ofertado y en particular en el Sector Salud, los pacientes y familiares de enfermos, se encuentran más sensibles al trato, ya que están preocupados o con dolor, es decir, la capacitación debe verse como elemento para aumentar la competitividad del trabajador.

Así pues, se diseñó el curso denominado: “Taller de Atención al Usuario y Trato Digno”, basado en una “metodología de aprendizaje significativo”, la cual se define como: el proceso en el que el participante genera conocimiento nuevo, con la ayuda de un facilitador que lo apoye para reconstruir y reajustar información que ya posee debido a sus experiencias previas. Así mismo se utilizaron actividades de aprendizaje constructivista y colaborativo, porque en la etapa de diagnóstico previa al diseño, se determinó que el personal de salud ya tenía los conocimientos necesarios para dar un buen servicio, sin embargo, la actitud era el problema en este caso específico.

El taller se diseñó cumpliendo los lineamientos de los estándares 301 y 217 y de la norma CONOCER; es decir se elaboró una carta descriptiva con los objetivos, requerimientos y timing del curso; así como el material de evaluación,

la guía del instructor o facilitador y la guía del participante.

Resultados

El taller se dividió en tres etapas: sensibilización, aplicación y decálogo de acciones específicas.

En la etapa de sensibilización, se les pidió a los participantes que se entrevistaran unos a otros y mencionaran el motivo por el cual habían decidido trabajar en el hospital. Esta actividad no solo tenía el objetivo de servir de rompehielos, se hizo específicamente para que los participantes recordaran sus motivaciones laborales; muchos de ellos describieron su vocación en el área médica, especialmente enfermeras y médicos y algunos mencionaron su esfuerzo para ser contratados en el hospital; este hecho hizo que revaloraran el tener un empleo en el hospital.

Posteriormente, se procedió a mencionar las causas del mal servicio “imputables a los procesos administrativos, a la mala actitud/aptitud de los empleados y a las brechas de servicio entre lo que el cliente espera, lo que recibe y lo que percibe; estas últimas basadas en el modelo de Parasuraman, Zeithman y Berry (2008)” (Figura 1). Lo anterior se manejó en un tono jovial con el uso de videos que exageraban las fallas e incluían un toque de comedia.

En la etapa de aplicación, se les pidió a los participantes que trabajaran por equipos, en estos grupos, debían mencionar “todos los elementos que intervenían en la satisfacción del usuario y que eran importantes para dar un trato digno al mismo”, se les entregó una hoja de rota folio, y se les pidió la dividieran en 2 partes; mencionando en una mitad, lo que estaba en sus manos resolver y en la otra, lo que no.

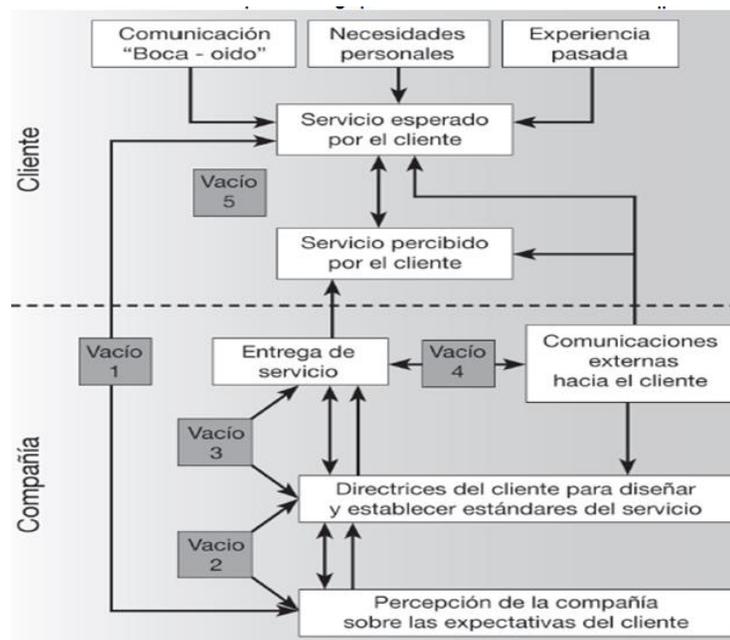


Figura 1. Brechas de Servicio Elaborado por Parasuramann, Zeithaml y Berry (2008)

Posteriormente debían exponer sus conclusiones al grupo. Esta actividad, tuvo como finalidad que fueran los propios trabajadores los que identificaran, basados en sus experiencias, los elementos clave en los que debían poner atención para dar calidad y calidez al usuario. Se logró un entendimiento interdepartamental, ya que escucharon el punto de vista y la problemática que viven compañeros de archivo, secretarías, administrativos, personal de limpieza, personal médico, personal de vigilancia, enfermeras, camilleros, etc.; sin distinción por su cargo o puesto. Esto los llevó no solo a un consenso grupal, sino que los hizo reflexionar sobre algunas acciones que pueden afectar el trabajo de otros, e incluso se propusieron cambiar procedimientos específicos con la finalidad de trabajar mejor en conjunto.

Como se mencionaba con anterioridad, una constante en los cursos de capacitación, es culpar a los demás compañeros de trabajo y especialmente a los directivos por los malos procesos, es decir, muchos trabajadores tienden a victimizarse y a escudarse en la imposibilidad de hacer cambios, es por ello que, en esta actividad, se les pidió que enlistaran lo que no estaba en sus manos resolver, lo que ayudó a los trabajadores a desahogar sus preocupaciones, y a coincidir con sus compañeros.

Pero lo más importante por destacar: se dieron cuenta que así como había una lista de cosas que no podían resolver, como por ejemplo los horarios complicados, el estrés laboral, la actitud grosera o prepotente de algunos usuarios,

entre otros; también había una gran lista de pequeñas cosas que sí podían hacer y que impactarían positivamente en la percepción del paciente, como por ejemplo, dar la bienvenida saludando, ver a los ojos, explicar con paciencia, interesarse por sus problemas de servicio, etc.

En la tercera etapa de decálogo de acciones específicas, se les presentaron a los participantes los 10 puntos trascendentales para atender los requerimientos del paciente, gestionar los mismos y obtener su satisfacción.

Puede observarse en las figuras 2 y 3, los resultados de la encuesta de satisfacción que se entregó al participante al finalizar su curso. Se muestra un alto grado de aceptación ante la metodología de capacitación.

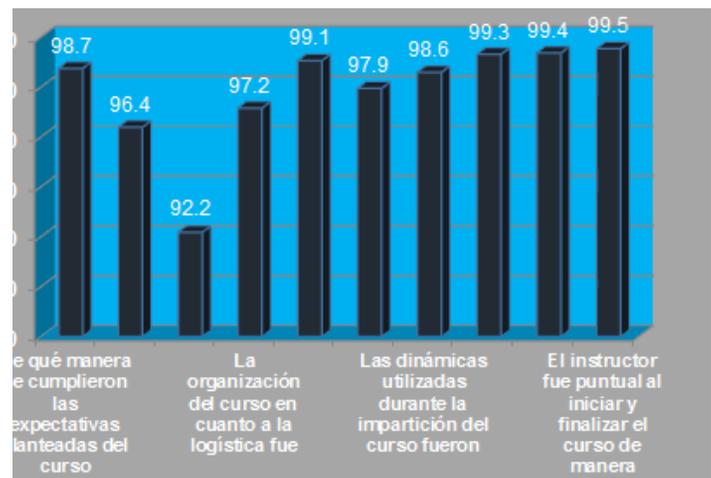


Figura 3. Gráfica del proceso por rubros de evaluación.

Fuente: Encuestas aplicadas en la capacitación

Como se mencionó con anterioridad, la etapa de evaluación de la efectividad de la capacitación, sobre la satisfacción del paciente, aun no finaliza, se encuentra en proceso.

		Porcentaje de Satisfacción del usuario											
Asistentes		De que manera se cumplieron las expectativas planteadas del curso	Los materiales entregados fueron	Las condiciones de la sala de capacitación son	La organización del curso en cuanto a la logística fue	La claridad y dominio de los temas fueron	La planeación y distribución del tiempo fue	Las dinámicas utilizadas durante la impartición del	El instructor aclarará las dudas de manera	El instructor facilitó el logro de los objetivos de forma	El instructor fue puntual al iniciar y finalizar el curso de manera	Promedio	Instructor
Mujeres	Hombre												
21	13	96	86	86	94	97	96	96	97	97	98	94	97
25	19	99	96	92	98	99	100	99	100	100	100	98	100
32	10	98	95	87	92	98	99	100	100	100	100	97	100
14	11	100	96	97	97	100	99	97	100	99	100	99	99
21	8	99	99	94	99	100	98	100	100	100	100	99	100
25	10	100	96	82	91	100	97	99	100	100	100	97	99
13	13	97	95	87	99	100	99	100	99	100	100	98	100
11	5	100	98	96	100	100	98	100	100	100	100	99	100
24	1	97	97	93	100	100	99	100	100	100	100	99	100
19	4	100	99	96	97	100	100	100	100	100	100	99	100
12	8	98	100	92	100	100	100	100	100	100	100	99	100
7	6	100	97	95	100	100	97	100	100	100	100	99	100
9	8	96	94	92	96	92	94	92	94	96	96	94	94
19	5	100	96	90	94	100	97	99	100	99	100	98	99
7	7	99	100	99	97	98	100	99	99	99	98	99	99
16	9	99	97	95	99	100	95	96	100	100	100	98	98
275	137	98.7	96.4	92.2	97.2	99.1	97.9	98.6	99.3	99.4	99.5	98	99

Figura 2. Porcentaje de satisfacción por sesión y tipo de usuario Fuente: elaboración propia

Propuesta metodológica. Por los resultados mencionados, es de vital importancia aplicar una metodología de aprendizaje significativo en el proceso de capacitación, lo que permitirá al capacitador realizar un trabajo adaptado al entorno del usuario.

La propuesta para el diseño e impartición se observa en la figura 4.

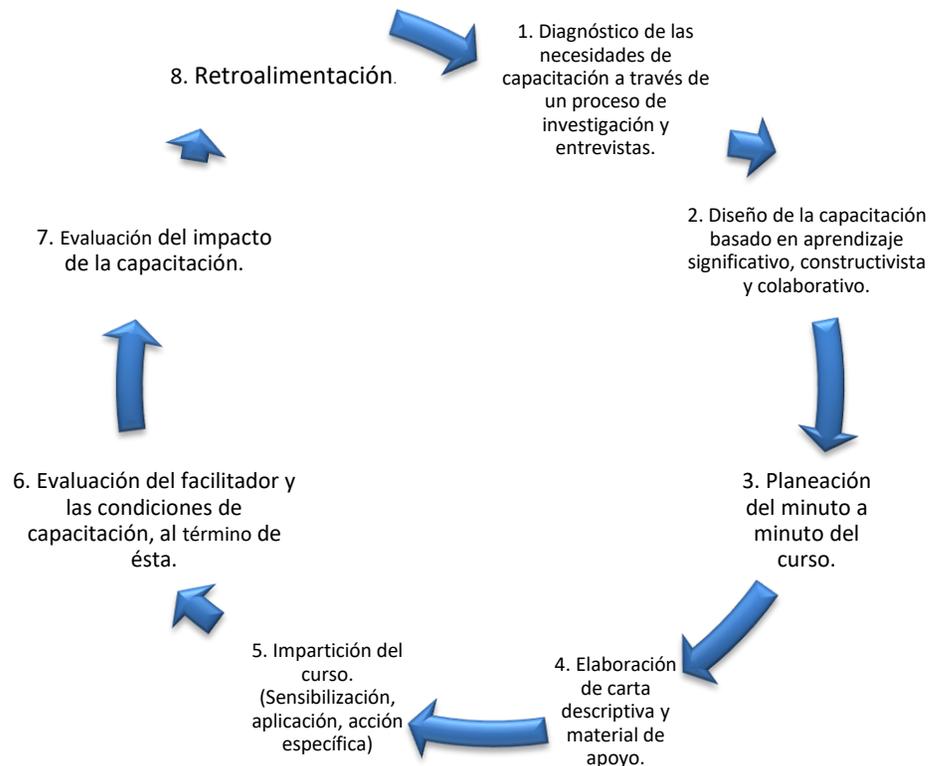


Figura 4. Modelo de Diseño de cursos y talleres para Empresas de Servicios
Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La formación y desarrollo del capital humano en las organizaciones del sector servicios, proporciona a los empresarios un incremento de la productividad y mejoramiento de su calidad.

Aumenta la perspectiva estratégica además de la participación de su capital humano en el mercado, el establecimiento de nuevos mercados y el aumento de la versatilidad del empleado.

Genera satisfacción del cliente, que resulta en la disminución de las quejas, el ajuste de los tiempos de entrega/atención y la percepción de la imagen de la empresa.

Mejora los procesos internos, que surgen de la cohesión como grupo, disminuye la supervisión directa, y

propicia el establecimiento de objetivos realistas y tangibles en las distintas áreas.

Permite mejorar su adaptabilidad al cambio.

Evita rotación de personal y consigue retener los talentos.

Motiva cuando no es impositiva, sino participativa.

Garantiza mejor desempeño y competitividad organizacional e individual.

El sector servicios, presenta características especiales, como son intangibilidad, subjetividad en las percepciones, heterogeneidad en la atención al usuario, etc.; por tanto, los retos de capacitación efectiva son muy

altos. Lo que se pretende generar con esta metodología propuesta es una mejora en la competitividad del trabajador de este sector.

Para ello, se propone una metodología de diseño e impartición, basada en los estándares 217 y 301 de la norma CONOCER, pero adaptadas a las necesidades y particularidades del sector.

La metodología de 8 pasos propuesta se utilizó en el diseño e impartición de una capacitación al sector salud (IMSS), en la cual 412 personas fueron capacitadas y se obtuvieron resultados exitosos con respecto a la satisfacción de los participantes en el desempeño del capacitador.

Como puede observarse, los nuevos retos administrativos del siglo XXI, obligan a indagar e implementar nuevas estrategias de capacitación para impactar en el desempeño y la competitividad laboral que exigen cada vez más los clientes.

Referencias

Deloitte Consulting LLP y Bersin por Deloitte. (2014). Tendencias globales del capital humano 2014. Comprometiendo a la fuerza laboral del siglo XXI. Reino Unido: Deloitte University Press.

Arias, F., & Heredia, V. (2006). Administración de Recursos Humanos para el alto desempeño. México: Trillas.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (2017). México: Berbera Editores.

Definición mx. (04 de Agosto de 2016). Definiciones, capital humano. Obtenido de Vía Definición.mx:<http://definicion.mx/capital-humano/>

El Financiero. (21 de agosto de 2015). El Financiero.com.mx. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/sector-servicios-principal-motor-del-crecimiento-economico.html>

INEGI. (28 de Julio de 2015). cuentame.inegi.org.mx. parque servicios. Obtenido de http://cuentame.inegi.org.mx/economia/parque/servicios/i_servicios.pdf

Ley Federal del Trabajo. (2016). México: Berbera Editores.

Macías, M. (03 de Agosto de 2016). Guía de capacitación. La capacitación en la Empresa del siglo XXI. Obtenido de <http://www.guiadecapacitacion.com/Articulos-Destacados/la-capcitacion-en-la-empresa-del-siglo-xxi.html>

OCDE. (ENERO de 2015). Estudios económicos de la OCDE México. Obtenido de <http://www.oecd.org/economy/surveys/Mexico-Overview-2015%20Spanish.pdf>

Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A., & D., M. Á. (2016). Fracaso Emprendedor, como experiencia de aprendizaje para empresarios. GEON, 4 (2).

Rodríguez, J., & Morales, S. (2008). La capacitación en las organizaciones modernas. Synthesis. Punto de vista, 2.

Ruiz, X. (2016 de Agosto de 2016). Blog Grandes Pymes. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/11/11/importancia-de-la-capacitacion-como-herramienta-del-siglo-xxi/>



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Álvarez Hernández, Luz Angélica; Navarro Quintero, Dora;
Montoya, Aida Viviana; Gil Berrio, Andres.
**Modelos de gestión organizacional y planeación
estratégica de las clínicas odontológicas especializadas
ODONTOSTUDIO limitada**
Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 38-49

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.32>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



RevistaGEON

in twitter facebook youtube

“ El análisis de la situación de la empresa ODONTOSTUDIO; identifica una organización sólida y definida, en cuanto a gestión humana, estrategias, cultura organizacional ”

Álvarez Hernández, L., Navarro Quintero, D., Montoya, A. & Gil Berrio, A. (2018). Modelos de Gestión Organizacional y Planeación Estratégica de las Clínicas Odontológicas Especializadas ODONTOSTUDIO Limitada

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Modelos de Gestión Organizacional y Planeación Estratégica de la Clínicas Odontológicas Especializadas ODONTOESTUDIO Limitada

Models of Organizational Management and Strategic Planning of the Specialized Dental Clinics ODONTOESTUDIO Limitada

Luz Angélica Álvarez Hernández

luz.alvrezh@campusucc.edu.co

Administradora de Empresas, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio, Colombia,
@angelic299

Dora Navarro Quintero

dora.navarro@campusucc.edu.co

Administradora de Empresas, Magister en Ciencias de la Educación, Universidad Cooperativa de Colombia,
sede Villavicencio, Colombia

Aida Viviana Montoya

aida.montoyam@campusucc.edu.co

Administradora de Empresas, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio, Colombia,
@nani_tha17

Andres Gil Berrio

andres.gilb@campusucc.edu.co

Administrador de Empresas, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio, Colombia,
@andresgil1019

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/32>

Artículo recibido 2017/11/15 aceptado 2018/04/24

Resumen

En el actual contexto de globalización, las empresas deben estar a la vanguardia de los cambios organizacionales para mejorar la productividad y competitividad. El propósito de la investigación aplicada es comparar los resultados de la matriz de diagnóstico del Modelo de Modernización para la Gestión de las Organizaciones (MMGO) con los resultados de la matriz de diagnóstico Debilidades, Oportunidades, Fortaleza, Amenazas (DOFA) de la empresa prestadora de servicios odontológicos, ODONTOESTUDIO Limitada de la ciudad de Villavicencio. Según datos de la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV, 2015) existen registradas cerca de (72) clínicas odontológicas pymes, las cuales requieren de la realización de un diagnóstico organizacional, que le permita un acercamiento real a la situación actual de las empresas. La investigación es descriptiva y como fuente primaria de información se aplicó la herramienta (MMGO) desarrollada por el Grupo de Investigación G3Pymes de la universidad EAN; esta matriz de diagnóstico es propia para pymes y permite generar un análisis más acertado a la realidad del contexto local colombiano. En cuanto al análisis de las matrices DOFA definida por la empresa y la obtenida a partir del modelo (MMGO), se observa que existe una fuerte relación entre cada uno de los componentes contemplados para cada categoría de análisis. Por un lado, se determinan como aspectos positivos la gestión humana y la planificación estratégica; y como negativos, el poco capital de trabajo que limita el apalancamiento de inversiones en renovación de equipos y la transferencia de conocimiento en nuevos procedimientos.

Palabras clave. Gestión, Modelo de modernización, Administración estratégica, planeación estratégica.

Abstract

In the current context of globalization, businesses must be at the forefront of organizational changes to improve productivity and competitiveness. The purpose of applied research is to compare the results of the diagnostic Model of Modernization for the Management of Organizations matrix (MMO) with the results of the diagnostic Weaknesses, Opportunities, Strengths and Threats matrix (WOST) from the company that provides dental services "ODONTOESTUDIO" LTM from Villavicencio city. According to the Chamber of Commerce of Villavicencio (CCV, 2015) there are about 72 registered pymes dental clinics which require the carrying out of an organizational diagnosis that

allows them to really approach the current situation of the companies. The research is descriptive and as a primary source of information the tool (MMO) developed by the research group G3Pymes from EAN university was applied. This matrix diagnostic is adequate for Pyres and allows generating a more accurate analysis of the reality of the Colombian local context. In relation to the analysis of the DOFA matrixes defined by the company and obtained from the MMO model, It is noted that there is a strong relationship between each of the components listed for each category of analysis; The determined positive aspects are human management and strategic planning, and the negative aspects are the little working capital which limits the leverage investments in equipment renewal and transfer of knowledge into new procedures..

Keywords. Management, Modernization model, Strategic management, Strategic Planning.

Introducción

En el siglo XXI las organizaciones deben cumplir con muchos retos, que les exige cada día utilizar estrategias como la diversificación y diferenciación de sus bienes y servicios. Todo esto con el fin de alcanzar un mayor crecimiento como organización, así mismo necesita satisfacer cada vez más a consumidores bien informados y exigentes en un ambiente competitivo. De hecho, ofrecer nuevos servicios con un alto valor agregado y de significativa calidad, mejorando la productividad en el servicio.

En efecto, es necesario que las organizaciones, sin importar su tamaño, tengan una buena administración estratégica que les permita crecer de una manera sostenible, de ahí la necesidad de realizar un diagnóstico a la sede principal de las Clínicas Odontológicas Especializadas ODONTOSTUDIO Limitada ubicada en la ciudad de Villavicencio. El estudio se analizará desde la perspectiva de la gerente de la

organización y de la secretaria administrativa, esto con el fin de poder realizar un diagnóstico comparativo a partir de la matriz del Modelo para la Modernización de la Gestión Organizacional (MMGO) y la matriz de diagnóstico de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA). En este sentido, la relevancia de realizar un análisis radica en la evaluación del desempeño de cada una de las variables empresariales que permitan fijar planes de mejoramiento a corto mediano y largo plazo. En este sentido, es necesario cuestionarse si ¿El Modelo de Modernización para la Gestión Organizacional permite realizar un diagnóstico que contribuya a implementar estrategias para mejorar la pyme ODONTOSTUDIO?

El análisis permitió evidenciar la situación actual de la empresa, a partir de un análisis comparativo entre de los resultados obtenidos de las dos herramientas utilizadas (MMGO) y

(DOFA). El presente artículo aborda los siguientes apartados; un contexto teórico en donde se analizan diversos conceptos y antecedentes del estudio; consecutivamente se encuentran los materiales y métodos utilizados para el desarrollo de la investigación, donde se expone la metodología, el modelo, el tipo de investigación, la población, la muestra y los instrumentos utilizados; Finalmente se presentan los resultados más relevantes y las conclusiones derivadas del desarrollo del estudio.

Contexto Teórico

En el presente apartado se señalarán los diferentes aportes conceptuales de algunos autores sobre la Gestión, Planeación Estratégica y MMGO como se puede evidenciar a continuación.

Gestión. Según Hernández (2010) “la gestión es el proceso mediante el cual se formulan objetivos y luego se miden los resultados obtenidos para finalmente orientar la acción hacia la mejora permanente de los resultados” (Marisol, 2003, pág. 5).

De acuerdo con (Rodríguez G., 2016, pág. 32) la gestión se define como “[...] aquellas acciones relacionadas con actividades que están dirigidas a la realización y desarrollo de objetivos que han debido establecerse con anterioridad en las organizaciones.” A manera de síntesis, de acuerdo a las definiciones anteriores, se puede decir que la gestión en las organizaciones es de gran importancia porque es una herramienta de la administración que permite dirigir las acciones que se desean implementar en la organización para que esta pueda ser

enfocada hacia toda la organización o hacia un área específica, buscando generar un desarrollo óptimo de los procesos y cumplir con los objetivos propuestos.

Planeación Estratégica. Toda empresa debe definir unos elementos prácticos y conceptuales que permitan transformar los procedimientos para direccionar la organización hacia la consecución de su misión y visión. Por esto, la estrategia es un aspecto clave en la toma de decisiones, porque permite fijar las metas y objetivos en un horizonte de tiempo, donde se asignan de manera óptima los recursos suficientes para alcanzar los objetivos propuestos (Eugenio, A & Barcerna, 2012, pág. 6). Igualmente es de gran importancia entender que una organización necesita de un ejercicio de planeación de sus procesos, donde éste se realiza de una manera dinámica para poder monitorear mediante indicadores de gestión, las acciones realizadas por la empresa (Amaya, 2005, pág. 22). En particular, la planeación busca implementar principios fundamentales para la firma, debido a que se requiere de un procedimiento a través de operaciones objetivas que permitan relacionar los pasos necesarios a tener en cuenta en la medida que se presenten obstáculos en el transcurso del tiempo (Caldera, 2004, pág. 32). A manera de síntesis podemos aludir que el concepto de planeación permite establecer la elaboración de un conjunto de estrategias cuyo fin es conseguir los objetivos de la organización; la planeación es una herramienta que mediante los planes de acción que permitan diseñar la hoja de ruta de la organización en el corto y largo

plazo; Por lo tanto, la planeación y la estrategia son herramientas indispensables para utilizar al interior de una organización con el propósito de evaluar y actuar sin dejar de lado sus metas y objetivos teniendo en cuenta los cambios en los entornos a lo largo del tiempo, es por esto que los teóricos comenzaron a proponer el concepto de planeación estratégica como un instrumento de análisis con mayores alcances y posibilidades. De acuerdo con lo anterior, tradicionalmente la planificación estratégica tiene una amplia gama de definiciones, las cuales permiten tener diferentes perspectivas, por esta razón, se llevará a cabo una aproximación desde algunas conceptualizaciones. En primera instancia, se puede entender la planificación estratégica como “una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios” (Evoli, 2016, pág. 5) Ciertamente, la planeación estratégica es un instrumento que apoya la toma de mejores decisiones al interior de la organización, permitiendo ejecutar la mayor parte de actividades que tiene proyectado realizar la organización en un contexto de múltiples cambios.

Por otra parte, Sallenave (2009) afirma que

La planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen

todos los niveles Citado en (Evoli, 2016, pág. 12)

Modelo MMGO. Durante las últimas décadas, el proceso de globalización económica ha modificado la manera en que se comportan los agentes en los mercados. En este sentido, la teoría administrativa también va evolucionando de acuerdo a los constantes cambios que se realizan en las sociedades modernas. Por esto, la implementación de modelos que permitan explicar los desarrollos recientes en los entornos empresariales es de mucha importancia, debido a que se convierten en herramientas útiles en la toma de decisiones. Con base en lo anterior, el Modelo de Modernización para la Gestión de Organizaciones (MMGO), 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 ella (accionistas, empresario y su familia, trabajadores, directivos, clientes, proveedores, comunidad, gobierno, competencia, entre otros). El modelo se diseñó modularmente acorde con los estudios que una empresa típica debe superar para atravesar el camino que la lleva a convertirse en una moderna y competitiva organización, con las mejores prácticas de gestión para facilitar el alcance de sus resultados (Pérez, y otros, 2009, pág. 13).

A esto se añade, que el modelo es una herramienta muy práctica para determinar el grado de modernización en la gestión organizacional, es decir, permite evaluar el desempeño de las pequeñas y medianas

empresas con relación a su entorno situacional. De esta manera, el modelo de modernización para la gestión de organizaciones es un método de evaluación empresarial para pequeñas y medianas empresas que propone un análisis situacional y una ruta de mejoramiento para las empresas. Basado en un enfoque sistémico y holístico para diseñar e implementar una ruta de cambio hacia la innovación de las organizaciones (Pérez, y otros, 2009, pág. 19).

Adicionalmente, el modelo MMGO planteó una metodología como una caja de herramientas prácticas que permite al empresario tomar decisiones. De esta forma, el modelo emplea varios componentes para realizar el diagnóstico y la evolución de la organización, entre los cuales se encuentran: análisis del entorno económico, dirección estratégica, mercadeo, cultura organizacional, producción, finanzas, gestión humana, exportaciones, importaciones, logística, asociatividad, comunicación e

información, innovación y conocimiento, y medio ambiente (González, Manrique, & González, 2010). Desde luego cada uno de los componentes esta predeterminado por variables que lo describen y que son producto de las apreciaciones en los estadios anteriores de desarrollo del proceso, donde reflejan los distintos grados por los que se enfrenta una determinada organización en la búsqueda de mejorar sus niveles de competitividad (Nieto, Pérez, & Velásquez , 2007). Una de las fortalezas evidenciadas en este modelo de modernización y reconversión, es la capacidad de ser utilizado en empresas de diversos sectores económicos como, por ejemplo: los servicios, el comercio y la manufactura. Otra ventaja del MMGO, consiste en establecer fases en los procesos desarrollados por la empresa, que van desde la etapa de madurez hasta la identificación de las principales variables que muestran la ruta de cambio, mejoramiento y reconversión hacia una organización más avanzada (ver figura 1).

Al efectuar una investigación sobre (MMGO), se resalta la importancia que tiene su aplicación al entorno colombiano. En este sentido, (Palacio Saldarriaga, 2012, pág. 12) utiliza el modelo MMGO en la empresa INDUALCO SAS, dedicada a la producción y comercialización de alimentos, cuyo objetivo consistió en identificar las potencialidades y debilidades de la organización, para mejorar en los componentes de menor calificación.

En esa investigación, se aplicaron los catorce módulos propuestos como instrumento del MMGO los cuales son:

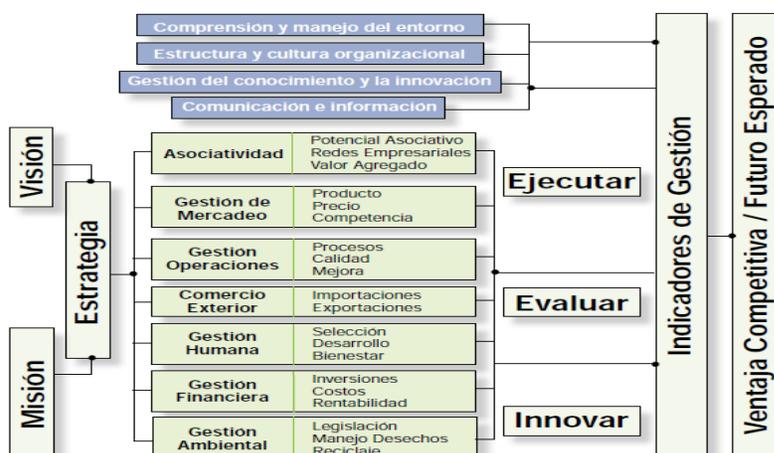


Figura 1. Componentes Organizaciones del MMGO
Fuente: Nieto, Pérez, & Velásquez , 2007. Universidad EAN. Grupo GPyMes. Recuperado de <http://mmgo.ean.edu.co>

análisis del entorno, direccionamiento estratégico, gestión de mercadeo, logística, comercio exterior, gestión de la comunicación y la información, innovación y tecnología, gestión humana, estructura organizacional, cultura organizacional, gestión de producción, gestión financiera, comunicación e información y responsabilidad social (Palacio Saldarriaga, 2012, pág. 9). De acuerdo con (Rodríguez T. , 2012, pág. 6), el modelo MMGO sirve para identificar y evaluar las partes críticas de la empresa, con el fin de plantear soluciones bien estructuradas, rápidas y efectivas; analizando constantemente las debilidades. Finalmente, con la aplicación de este instrumento brindarle un mejoramiento en la estructura en todas las áreas de la empresa; que sirva para implementar nuevas estrategias en los procesos para modernizar la organización.

Marco Institucional

Reseña histórica. Las clínicas odontológicas especializadas ODONTOSTUDIO Limitada, han mostrado una evolución empresarial odontológica, En el municipio de Acacias y Villavicencio, Así lo demuestra la siguiente reseña histórica de las clínicas Odontológicas Especializadas ODONTOSTUDIO Limitada desde su creación hasta la fecha. (Ver figura 2)

ODONTOSTUDIO limitada, fue crea en el año 2006, debido a la necesidad de mejorar la práctica odontológica en el departamento del Meta, que consistió en marcar un punto de diferenciación en la prestación del servicio a través de nuevos indicadores que le permiten evaluar el

desempeño en la innovación, calidad, eficiencia y efectividad en todos sus procesos, siempre tendientes a mejorar en pro de sus usuarios. Su experiencia le ha permitido consolidar una imagen corporativa en el departamento del Meta la cual es sinónimo de calidad y garantía

Su staff de profesionales es «Personas» idóneas, formadas bajo principios éticos y con alta experiencia en la ciencia odontológica. La capacitación constante del talento humano la innovación en los procesos y la renovación de los equipos tecnológicos son la base del éxito de la Empresa.

Materiales y Métodos.

La investigación es de tipo exploratorio, descriptivo, lo que permitió obtener información bajo modelo MMGO para determinar el estado actual de la organización clínica odontológica, ODONTOSTUDIO limitada.

La información se obtuvo a través de fuentes primarias y secundarias; como fuente primaria se aplicó el modelo MMGO; esta herramienta cuenta con 13 módulos del modelo MMGO, de los cuales se utilizaron nueve (9): el direccionamiento estratégico, la gestión de mercadeo, la logística, gestión de la comunicación y la información, el conocimiento, innovación y tecnología en la empresa, gestión humana, la estructura organizacional y la gestión ambiental; cada módulo tiene factores y estos a su vez definen indicadores de calificación de uno a cuatro; Como fuentes secundarias se utilizaron libros, sitio web, revistas especializadas para la obtención de investigación teórica.

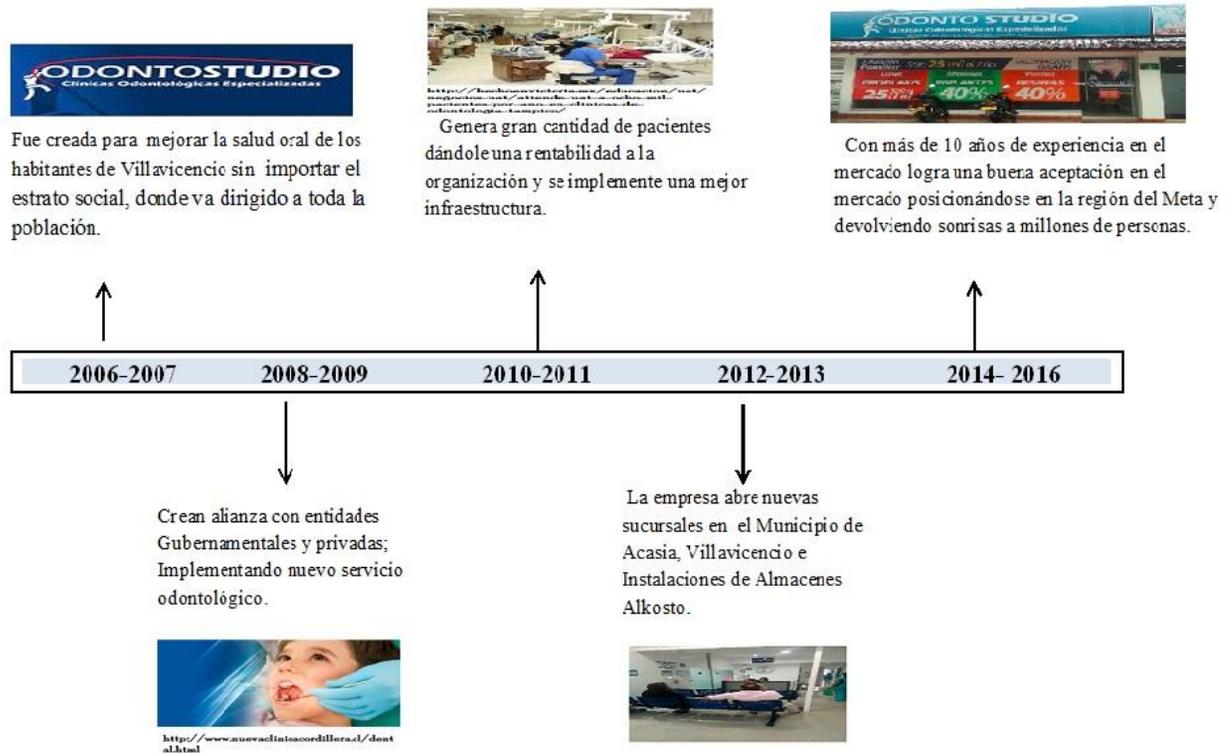


Figura 2. Línea de tiempo de la evolución empresarial de las clínicas ODONTOESTUDIO limitada. Fuente: Elaboración propia con base en información obtenida en campo

Resultados

Como se puede observar, en términos generales la empresa presenta un comportamiento positivo en los diferentes módulos contemplados en la matriz de evaluación; con una valoración promedio de 75,4%.

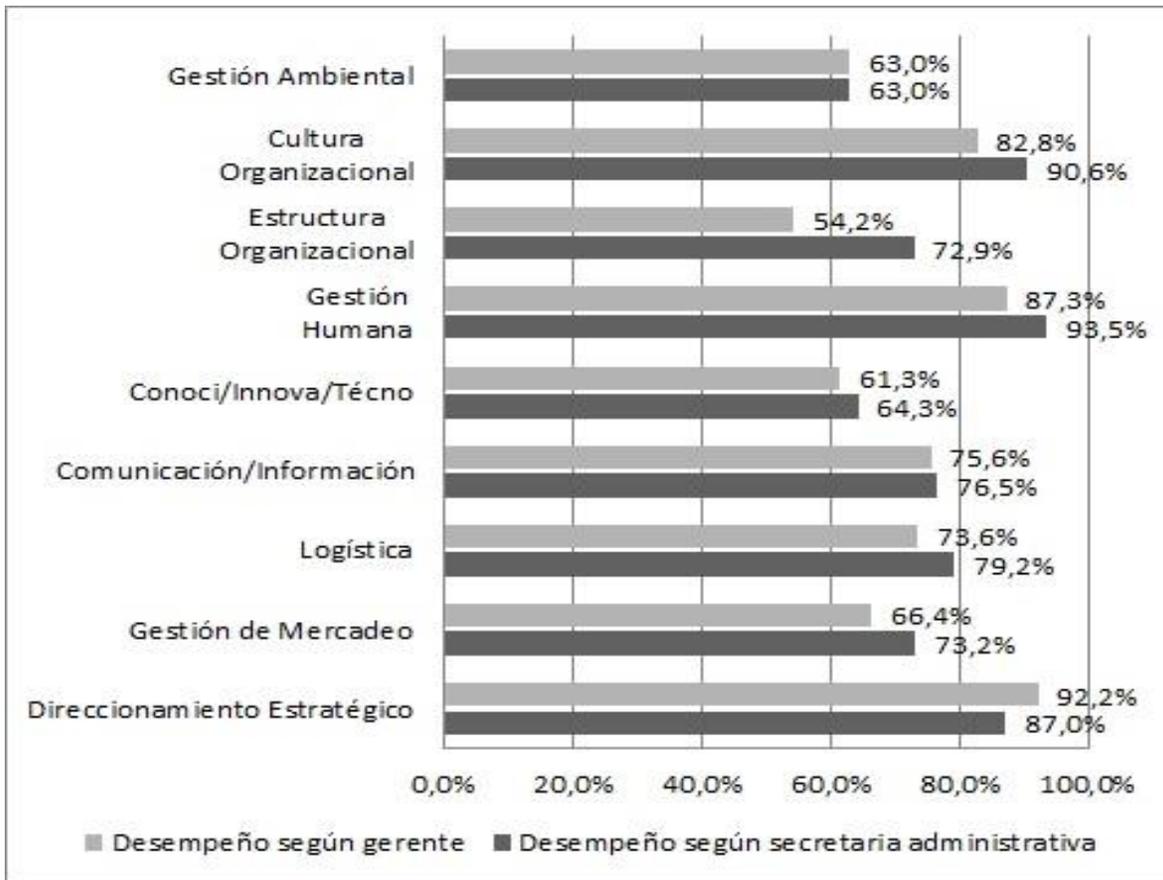
Bajo esta premisa, y con base en las apreciaciones hechas por la gerente y la secretaria, se evidencia que los módulos de más alto desempeño son «Gestión Humana» y «Dirección Estratégica», con una valoración promedio de (90,4%) y (89,6%) respectivamente, esto como resultado de los procesos de consolidación de una afectiva área de gestión administrativa, la cual ha tenido

como finalidad el manejo de las relaciones laborales, el fortalecimiento de la cultura organizacional y la promoción de un buen ambiente laboral.

Igualmente, el fomento del conocimiento de la misión, visión y objetivos por parte de los colaboradores de la empresa han sido elementos clave para la estructuración de los planes estratégicos a corto, mediano y largo plazo. Finalmente, los componentes con más bajo desempeño, de acuerdo al análisis son: «Gestión de Mercadeo», «Estructura Organizacional», «Gestión Ambiental» y «Conocimiento, Innovación y Tecnología» con una valoración de (69,8%), (63,5%), (63%) y (62,8%) respectivamente. Esto debido a que, por un

lado, no están definidas plenamente las estrategias de marketing que debe contemplar la empresa, situación que pone en desventaja a OdontoStudio frente a otras clínicas oncológicas de mayor reconcomiendo en el mercado gracias a su plan publicitario. Adicionalmente, la empresa no cuenta con un plan de manejo

ambiental que permita definir las acciones requeridas para prevenir, mitigar, controlar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales que puedan resultar de las acciones productivas de la organización. (Ver grafica numero 1)



Gráfica 1. Curva de desempeño general de la Empresa, análisis comparativo según gerente - secretaria administrativa. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la aplicación del instrumento MMGO a secretaria administrativa de la Empresa.

Según el objetivo propuesto de la investigación sobre la comparación de las matrices MMGO Y DOFA ORGANIZACIONAL SE EVIDENCIA QUE ENTRE LAS FORTALEZAS DE LAS DOS MATRICES EXITE una fuerte relación entre los componentes de direccionamiento estratégico, los cuales contemplan entre sus principales pilares el

trabajo en equipo, los valores corporativos y la gestión de un ambiente laboral armónico. (Grafica 1 y 2). Por otro lado, el modelo MMGO señala elementos externos a nivel macro, como la estabilidad de la economía, profundización de los mercados y reglas claras en la regulación de la prestación de los servicios odontológicos, a su vez, la

matriz DOFA establecida por la empresa, tiene en cuenta factores a nivel micro, como la asignación óptima de los recursos y la competencia a nivel de precios y calidad. Sin embargo, la restricción al capital de trabajo dificulta apalancar inversiones en renovación de equipos y conocimiento en nuevos procedimientos.

Existe, empero, una reacción adversa a los cambios institucionales que afectan el entorno del sector salud oral, como por ejemplo las resoluciones, normas y regulaciones que no cumplen con las funciones reglamentarias de protecciones al sector salud lo que hacen que el mercado no funcione de una manera eficiente.

Tabla 1. Matriz DOFA resultado del modelo MMGO

	ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
	Fortalezas	Oportunidades
POSITIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se cuenta con un plan de gestión humana y direccionamiento estratégico definido a largo plazo, sustentado en la promoción de valores corporativos y trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perspectivas de crecimiento del mercado. ▪ Mejoramiento tecnológico. ▪ Estabilidad de la economía nacional y regional. ▪ Estabilidad en el marco regulatorio de las de servicios odontológicos.
	Debilidades	Amenazas
NEGATIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deficiencia en la incorporación de tecnología, innovación y conocimiento. ▪ Poco compromiso en el desarrollo de la gestión ambiental. ▪ Débil gestión de mercado. ▪ Resistencia a los cambios en el entorno del sector salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inserción de nuevas empresas de servicios odontológicos al mercado local. ▪ Políticas gubernamentales que desestimulan la inversión. ▪ Bajo PIB per cápita. ▪ Pagos no oportunos o no realizados por parte de los usuarios.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la matriz MMGO

Tabla 2. Matriz DOFA definida por la Empresa

	ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
	Fortalezas	Oportunidades
POSITIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gran experiencia en la prestación de servicios de salud oral. ▪ Eficiente estructura gestión humana y estratégica. ▪ Calidad en el servicio y precios competitivos. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Solidez financiera 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La presentación de servicios de salud oral en las IPS es de baja calidad y con precios altos.
	Debilidades	Amenazas
NEGATIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poco capital de trabajo para soportar la crisis en el sector salud. ▪ Elevados impuestos. ▪ Resoluciones institucionales Reglamentación poco favorables. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apertura de nueva empresas odontológicas. ▪ El aumento en la tasa de cambio restringe la adquisición de herramientas y equipos de última tecnología.

Fuente: Elaboración propia con base en información suministrada por la Empresa

Conclusiones

El análisis de la situación de la empresa ODONTOSTUDIO; identifica una organización sólida y definida, en cuanto a gestión humana, estrategias, cultura organizacional; igualmente, se evidenciaron debilidades en el componente de marketing digital, registrado en el módulo de conocimiento, innovación y tecnología, por tal razón este indicador tuvo un desempeño inferior. Sin embargo, esta debilidad puede solucionarse rápidamente con la disposición de recursos y tecnología para el mejoramiento del servicio. Con la ayuda de la herramienta (MMGO) se logró identificar aspectos relevantes de la estructura empresarial de la clínica odontológica ODONTOSTUDIO donde, de los 13 componentes del modelo, se pudo implementar 9 de ellos.

Al comparar el resultado de la aplicación de la herramienta de la secretaria administrativa y la gerente se observa una diferencia del 4.9% en el nivel de desempeño arrojado por la prueba, dicha diferencia se debe a la mayor calificación de los módulos de gestión humana y cultura organizacional que dio la secretaria; (77.8%) corresponde al conocimiento de la secretaria administrativa y el (72.9%) a la gerente. A manera general, los componentes del modelo con mayor participación promedio son la gestión humana, direccionamiento estratégico y la cultura organizacional con 90.4%, 89.6% y 86.7% respectivamente, mientras los de menor desempeño fueron la gestión ambiental, el conocimiento, la innovación y la tecnología y la gestión de

mercadeo con un comportamiento promedio de 63%, 62.8% y 69.8% para cada componente.

Finalmente, dadas las implicaciones que tiene la matriz DOFA para este estudio, se hizo necesario realizar un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la clínica odontológica ODONTOSTUDIO Limitada. Las principales fortalezas de la empresa son: el trabajo en equipo, los valores corporativos y la gestión de un ambiente laboral armónico. Así mismo, la matriz DOFA establecida por la empresa para el caso de las oportunidades tienen en cuenta factores a nivel micro como: la asignación óptima de los recursos y la competencia a nivel de precios y calidad, y a su vez, profundizar en el mercado con la realización estudios de marketing. Sin embargo, el trabajo también señaló ciertas debilidades y amenazas para la organización en los cambios institucionales que afectan el entorno del sector salud oral, como por ejemplo las normas y regulaciones que no cumplen con las funciones reglamentarias de protecciones al sector salud lo que hacen que el mercado no funcione de una manera eficiente.

Referencias

Amaya, J. A. (2005). Gerencia: Planeación & Estrategia. Universidad Santo Tomas de Aquino. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8Flzg6f8dOsC&oi=fnd&pg=PA39&dq=+concepto+de+planeacion+&ots=g5kC_IVKNG&sig=VcVK3oRVfhmHqRgHZy6gVlufU4g#v=onepage&q=concepto%20de%20planeacion&f=false

Caldera, M. R. (2004). Planeación estratégica de Recursos Humanos: conceptos y teoría. España: B - EUMED. Retrieved from

<http://www.ebrary.com>. Obtenido de <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2063/lib/ucooperativasp/reader.action?docID=10584272&ppg=4>

CCV. (2015). Cámara de Comercio de Villavicencio.

Eugenio, A , K. L., & Barcerina , J. S. (2012). Planeación Estratégica. Por Áreas funcionales. México: Alfaomega Grupo Editor.

Evoli, J. (02 de febrero de 2016). . (s.f). bbibliograficas.ucc.edu.co. Obtenido de <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2063/lib/ucooperativasp/reader.action?docID=10316642&pp9>

González, J., Manrique, O., & González, O. (2010). La Visión Gerencial como Factor de Competitividad. Revista EAN (69), 42-59.

Great Place to Work® EE.UU. (2014). ¿Por qué la Cultura Organizacional es clave para el éxito del negocio? Obtenido de <http://www.greatplacetowork.com.co/publicaciones-y-eventos/blogs-y-noticias/740-por-que-la-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-del-negocio>

Marisol, P. C. (14 de Septiembre de 2003). El sistema de control de gestión. Conceptos

básicos para su diseño. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/sistemacontrol-gestion-conceptos-basicos-diseno/>

Nieto, M., Pérez, R., & Velásquez, A. (2007). Rutas para modernización empresarial de las Pyme. Bogotá: Publicación de la vicerrectoría de investigaciones-Universidad EAN.

Palacio Saldarriaga, M. R. (2012). Rutas para la modernización empresarial de las pymes. Obtenido de <http://mmgo.ean.edu.co>

Pérez, R., Nieto, M., Velásquez, A., Castellanos, G., Garzón, M., Alfonso, H., . . . López, J. (2009). Modelo de Modernización para la Gestión de Organizaciones. MMGO. Bogotá: Universidad EAN.

Rodríguez, G. (2016). Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/6678/1/claramariagarzonrodriguez.2011.pdf>

Rodríguez, T. (2012). Modelo de modernización basada en el diagnóstico de MMGO para hergo. Obtenido de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4227/NaffahLady2012.pdf?sequence=4&isAllowed=y>



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Vega, Alejandraⁱ; Avila, Danae Duanaⁱⁱ.
**Edu-entretenimiento y mercadotecnia de experiencia con
niños como estrategia para la divulgación de ciencia y
tecnología**

Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 50-67

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.4>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0002-2368-7939>

ⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0003-2286-2843>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



RevistaGEON

[in](#) [t](#) [f](#) [yt](#)

**“ Jugando, los niños y niñas
adquieren muchas habilidades;
aprenden a relacionarse con los
demás, aprenden sobre sí mismos, y
cultivan otras destrezas que a
menudo definen su personalidad
como adultos ”**

Vega, A. & Duana Avila, D. [2018]. Edu- entretenimiento
y Mercadotecnia de Experiencia con niños como
estrategia para la divulgación de Ciencia y Tecnología.

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Edu-entretenimiento y Mercadotecnia de Experiencia con niños como estrategia para la divulgación de Ciencia y Tecnología

Edu- Entertainment and Marketing of Experience with children as a strategy for the dissemination of Science and Technology

Alejandra Vega Barrios

vbarrios@uaeh.edu.mx

Lic. Mercadotecnia y Doctora en proyectos línea en gestión empresarial, Instituto de Ciencias Económico-Administrativas (ICEA) - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México

Danae Duana Ávila

duana@uaeh.edu.mx

Doctor en ciencias económicas, Instituto de Ciencias Económico-Administrativas (ICEA) - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/4>

Artículo recibido 2018/05/10 aceptado 2018/06/12

Resumen

El mercado laboral actual, demanda a profesionales en un futuro con mayores herramientas de las ciencias duras, nuevas tecnologías, redes sociales, idiomas y con capacidad de coordinar y gestionar, por lo que es importante poner un nuevo contexto social a las generaciones que van incorporándose al ámbito escolar y que no vean “lo de siempre”, sino nuevas formas de vivir a partir de espacios que muestren Ciencia y Tecnología, de manera divertida que los lleven a imaginarse dentro del entorno de una carrera universitaria.

Las tendencias generales muestran que el aprendizaje a partir de la experiencia mediante la integración de juegos, como el de ser profesionistas, utilizando técnicas lúdicas, las competencias y conocimientos cambian el contexto en el que se desenvuelve el individuo (niño) y con ello, podría cambiar las aspiraciones, ya que mediante la utilización del Edu- entretenimiento, y la mercadotecnia de experiencia es posible generar cambios de comportamiento aspiracional o apropiación social y realizar una mejor elección de carrera que les permita desarrollarse en este mundo por demás cambiante.

La presente propuesta pretende integrar la estrategia de comunicación para el cambio social denominada Edu- entretenimiento y la mercadotecnia de experiencia con la finalidad de contribuir en los principales aspectos de la divulgación de la ciencia y tecnología a partir del conocimiento de las profesiones ofertadas dentro de las universidades y con ello poder dar orientación a niños desde temprana edad en la elección de una carrera profesional.

Palabras clave: Edu- Entretenimiento, Mercadotecnia de Experiencia, Ciencia y Tecnología.

Abstract

The current labor market demands professionals in the future with hard sciences tools, new technologies, social networks, languages and with the capacity to coordinate and manage, so it is important to give a new social context to the generations that now in a school environment, that could shows Science and Technology, in a fun way that lead them to imagine in a university career.

General trends show that learning from experiences through the integration of games, such as being as a professional, using play techniques, skills and knowledge change the context in which the child develops, could changes their aspirations, using Edutainment marketing experience it is

possible to generate changes in aspirational behavior or social appropriation and make a better choice that allows them to develop in this otherwise changing world.

The present proposal aims to integrate the communication strategy for social change called Edutainment and the marketing experience with the purpose of contributing to the main aspects of the dissemination of science and technology based on the knowledge of the professions offered within the Universities and thus give guidance to children in an early age in the choice of a professional career.

Keywords: Edu- Entertainment, Expertise Marketing, Science and Technology.

Introducción

El siguiente trabajo tiene como objeto estudiar la propuesta de un Modelo de negocio de Edu- entretenimiento y Mercadotecnia de Experiencia con niños como estrategia de divulgación de Ciencia y Tecnología en la ciudad de Pachuca, Hidalgo. México, con la finalidad de acercar a los estudiantes de primaria y secundaria a las ciencias básicas, generando mayor rendimiento académico en el nivel escolar actual y llevarlos a vislumbrar un mundo de ciencia y tecnología acorde a su edad cronológica y al aprendizaje significativo para introducirlos en el mundo de ciencias básicas.

Al conocer, los datos de rendimiento académico con respecto a las ciencias básicas (matemáticas y ciencias), los estudiantes denotan poco interés en el aprendizaje y esto recae en la deserción, por lo que por medio de un modelo de negocio con aspectos lúdicos (enseñanza y entretenimiento) muestren que las ciencias son importantes no solo para pasar un examen, sino para prepararse haciendo

cosas comunes que se mueven con la aplicación de las matemáticas, realizando así Mercadotecnia de experiencia con la divulgación de Ciencia y Tecnología en un estado denominado “pobre”.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), en el apartado de Educación en Hidalgo (INEGI, 2010), En Hidalgo, el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más es de 8.1, lo que equivale a poco más del segundo año de secundaria.

De cada 100 personas de 15 años y más: 9% no tienen ningún grado de escolaridad; 59.2% tienen la educación básica terminada; 0.4% cuentan con una carrera técnica o comercial con primaria terminada; 18.0% finalizaron la educación media superior; 12.9% concluyeron la educación superior y 0.5% no especificado.

Lo más preocupante es que en el estado de Hidalgo, 10 de cada 100 personas de 15 años y más, no saben leer ni escribir y es por lo que se requiere ayudar a las familias y al municipio de

Pachuca, Hidalgo. De acuerdo a las estadísticas de la Secretaría de Educación (SEP) el panorama general de la educación

en Hidalgo para el ciclo 2015 – 2016 se muestra en la siguiente tabla (Secretaría de Educación Pública, 2017)

Tabla 1. Matricula del Sistema Educativo Hidalgo (Ciclo Escolar 2015 – 2016)

Nivel Educativo	Alumnos		Total, alumnos		
	Público	Privado	Hombres	Mujeres	
Primaria	3,001	253	181,269	174,527	355,796
Secundaria	1,138	149	86,977	85,440	172,417
Alcance Total	4,139	402	268,246	259,967	528,213

Fuente: Estadísticas del Sistema Educativo Hidalgo, ciclo escolar 2015 -2016

Sin embargo, se revisó el nivel de abandono de primaria a secundaria ya que a pesar de ser “obligatorio” el estudio de estos niveles, se tienen los siguientes datos.

Tabla 2. Indicadores Educativos en el ciclo escolar 2015 – 2016

Nivel Educativo	Abandono %	Reprobación %	Eficiencia Terminal %	Tasa de Terminación %	Tasa Neta
Primaria	0.0	0.4	103.4	108.9	100
Secundaria	2.4	2.6	92.8	100.9	91.3

Fuente: Reporte de Indicadores SEP Hidalgo, ciclo escolar 2015 -2016

Siendo que no es tan relevante el porcentaje de abandono en este momento, sin embargo, con este ritmo, el indicador para llegar al nivel educativo de licenciatura empieza a verse mermado, sobre todo en la intencionalidad de ciencias básicas.

Por otro lado en el mes de Septiembre de 2016, de acuerdo con la Agencia Informativa Conacyt se llevó a cabo el evento denominado “Primera Escuela de Ciencias Básicas” y las V Jornadas Académicas de Ciencias Básicas en el marco de su 40 aniversario, donde el objetivo fundamental fue el análisis y propuesta de las principales problemáticas que rodean la impartición de las asignaturas de ciencias básicas, desde el nivel básico hasta el posgrado, siendo de las acciones necesarias para poder tener

mejores profesionistas en este campo. Dentro de este evento el Docente Jerónimo Gómez Rodríguez, asesor de bachillerato manifestó que la Escuela de Bachilleres ha identificado que la falta de afinidad de los jóvenes hacia las Ciencias Básicas se debe en gran medida, a los prejuicios familiares que predisponen a los estudiantes a no involucrarse en estas áreas de conocimiento, porque son complicadas, lo que limita la visión. Sin embargo, cuando se le invita a la participación de proyectos cambia la percepción (Agencia Informativa Conacyt, 2016)

Por esto que existe evidencia que las mejores experiencias de aprendizaje han sido generadas mediante la integración de actividades significativas.

Revisión de la Literatura

A partir de la literatura existente, se revisa que nuestro país al pertenecer al grupo de países que producen y exportan materias primas e importa bienes basados en el conocimiento, lo que da pauta a preguntarse ¿Si tenemos todos los recursos, porque compramos los productos terminados a otros países?, teniendo como respuesta que la generación de riqueza a partir de los recursos naturales que tiene México, es el costo de la ignorancia, ya que no se tienen suficientes ingenieros, tecnólogos y científicos (Contreras & Flores, 2006).

Según Molano (2015), en México se eligen carreras poco redituables y con alto riesgo de desempleo, por lo que los padres deben ayudar a sus hijos a reflexionar acerca de sus fortalezas y debilidades, su capacidad de compromiso con una carrera corta o larga, su persistencia frente a las dificultades y tolerancia a la frustración. siendo esto el principal apoyo en su crecimiento.

En datos obtenidos del observatorio laboral, (STPS, 2016) se observa una saturación de personas preparadas para los temas administrativos, económicos, sociales por lo que se tiene que considerar que *“La sociedad está cambiando y con ella la estructura del trabajo y las necesidades de las empresas”*.

No se ha logrado la vinculación a las características culturales, sociales y económicas del mundo actual; ya que en las escuelas pareciera que las fuentes de conocimiento son las de siglos anteriores y no de nuevas herramientas para atraer a los

niños a las necesidades del mercado de conocimiento.

El mercado demanda a profesionales en un futuro con mayores herramientas de las ciencias duras, nuevas tecnologías, redes sociales, idiomas y con capacidad de coordinar y gestionar, por lo que son los jóvenes quienes pueden incorporarse a la creación del conocimiento y de los bienes necesarios para el progreso de nuestra sociedad a través del estudio en carreras profesionales que tengan aspectos productivos como las ingenierías, las matemáticas, la física, la química y la biología, entre otras. (Contreras & Flores, 2006).

María Soledad del Río, psicóloga clínica y vocacional de la Universidad de Chile, explica que mientras más joven, más difícil es decidir. "Esto, por la falta de conocimiento de las carreras y la inexperiencia en el mundo laboral, lo que los obliga a hacer un esfuerzo mayor de proyección en un ámbito para ellos desconocido".(Ministro de Educación, 2016).

En general, la ciencia y el conocimiento permiten mejorar las condiciones de vida de los seres humanos, y por ello que este trabajo pretende poder orientar mediante la divulgación de la Ciencia y Tecnología las distintas carreras que se ofertan en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo para los jóvenes, con ello pudiesen imaginar su futuro profesional.

Es por ello que los beneficiarios de esta propuesta dentro de la sociedad son los niños de 6 a 14 años de la ciudad de Pachuca, Hidalgo, quienes gozaran de un

lugar que los oriente y les muestre de forma lúdica la oferta educativa y proporcione apropiación social de la misma, siendo semillero de nuevas generaciones.

Edu - Entretenimiento. La comunicación y la tecnología digital, está alejando a los niños de los principales aspectos de sorpresa o investigación, al considerarlos nativos digitales estamos viviendo una revolución tecnológica que cambia nuestros hábitos de vida y afecta el entorno en el que nos desarrollamos, por lo que siguiendo a Ausubel (1983), en la Teoría del Aprendizaje Significativo, primeramente se revisó que se consideraba que el aprendizaje era sinónimo de cambio de conducta, porque dominaba la perspectiva conductista, sin embargo se vio que el aprendizaje humano va más allá de un cambio de conducta, ya que se produce un significado de la experiencia adquirida después del aprendizaje, lo que apertura la idea de enseñar a partir del entretenimiento.

Bandura (2000), habla de la teoría de aprendizaje social, como un enfoque centrado en la aplicación del aprendizaje por imitación a fin de obtener conductas de adaptación y éxito social, centrándose en los procesos de aprendizaje en la interacción entre el aprendiz y su entorno, por lo que conjuntando estos dos conceptos de aprendizaje e interacción podemos incorporar el concepto de “edu-entretenimiento” que para (Marcos Américo, 2015) se refiere a la aplicación de espectáculos, shows, eventos, programas de radio y televisión con contenido educativo, afectando el cambio

de comportamiento debido a la experiencia y al aprendizaje significativo.

García (2015), Menciona que existen distintos académicos del calibre Thomas Tufte, los cuales señalan que el edu-entretenimiento es un sistema que beneficia en diversos ámbitos a los infantes; como en la conducta individual, planificación familiar, participación en comunidad, capacidad de identificación de problemas y proposición de soluciones.

Así mismo, el edu-entretenimiento cuenta con una gran variedad de juegos populares que permiten a niños y niñas pasar ratos agradables en familia.

Por otra parte, considerando la Teoría Socio Cultural donde Vygotsky (1985), establece que las interacciones favorecen el desarrollo de la ayuda activa o la construcción de andamiajes de un adulto o de alguien con más experiencia. La persona más experimentada puede dar consejos o pistas, hacer de modelo, hacer preguntas o enseñar estrategias, entre otras cosas, para que el niño pueda hacer aquello, que de entrada no sabría hacer solo.

Para que la promoción del desarrollo de las acciones autorreguladas e independientes del niño sea efectiva, es necesario que la ayuda que se ofrece esté dentro de la zona “de desarrollo próximo”, una zona psicológica hipotética que representa la diferencia entre las cosas que el niño puede hacer a solas de las cosas a las cuales necesita ayuda, aplicándose desde la educación básica hasta la media superior, considerando que llegue a ser inspirador y aspiracional para integrarse a una organización o institución.

De acuerdo con Rodriguez (2007), se pretende con la teoría de acción razonada, y su implicación para el estudio de las actitudes, se pueda realizar una aportación hacia el estudio del comportamiento de los niños y adolescentes que sean invitados y evaluados, así como determinar la actitud sobre la publicidad boca a boca por identificar nuevos lugares a ser visitados y explotados como un lugar por conocer para jugar a ser el profesionalista y el desarrollo de la actividad que genera el estudio de la Licenciatura o Ingeniería que se presente de forma lúdica, elaborando un índice de probabilidad de la intención hacia la conducta que relaciona la actitud con las creencias del individuo.

La teoría asevera que es posible predecir las conductas desde las actitudes, las intenciones conductuales y las creencias en este caso de la Institución de Educación Superior que abrirá sus puertas como parque temático para el conocimiento de las profesiones ofertadas y divulgación de ciencia y de esta forma definir la creencia como la probabilidad subjetiva de la relación entre el objeto de la creencia y algún otro objeto, concepto, valor o atributo.

Esto nos lleva a plantear la ventaja competitiva (Porter, 2007) entre sitios semejantes, la toma de acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión, que en este momento es oportuno por no tener ningún negocio similar en la ciudad de Pachuca, Hidalgo.

Lo visto de forma personal sobre este tipo de modelo de negocio es la denominada “Kidzania (Rosa, 2015)”, donde se representa el mundo de los adultos imitando lo que ellos hacen, desde la tarea más simple como barrer o limpiar; o ingresar a trabajar con oficios definidos por las marcas participantes todo a escala infantil.

La diferencia estriba en que este parque temático solo fomenta oficios como: Reportero, Policía, Cocinero, Bombero, Electricista, Chofer, Jardinero, Cajero, Estudiante, Agente aduanal, Mensajero, Vendedor, Repartidos de periódico, Pintor y solamente se promueve como profesión la de médico, por lo que se pretende con este trabajo establecer profesiones no usuales en los juegos de los infantes, como son: Físico, Matemático, Químico, Ingeniero en Alimentos, Ingeniero Civil, Arquitecto, Ingeniero Industrial, Biólogo, Licenciado en Software, entre otras.

Mercadotecnia de Experiencia. De Siiri & Jorma (2012) en su trabajo denominado “Marketing Theory: Experience Marketing and Experiential Marketing” donde la revisión de la literatura determina que las experiencias se obtienen desde diversos puntos de vista, así como de las interpretaciones de los momentos, ya que cada vez las personas se encuentran buscando sentido a su vida, así como los principales aspectos de la felicidad, sensaciones, nuevas formas de llevar los valores fundamentales como lo han expresado.

Fortezza & Pencarelli (2010), "La experiencia" en la comercialización suelen

situarse entre lo genérico de "servicios". Sin embargo, la Experiencia en el Marketing es un nuevo enfoque para los negocios, comparado con el marketing tradicional, ya que al tener un enfoque innovador y creativo se llega más fácilmente a los consumidores.

La economía en la que viven los consumidores hoy en día se considera la economía de la experiencia. De las industrias que más están creciendo en este sentido es industria del entretenimiento, debido al valor de entretenimiento que los consumidores construyen experiencias en los contextos al utilizar la experiencia de marketing para atraer a más consumidores.

Para la correcta interpretación de la Mercadotecnia Experiencial, iniciaremos con algunos antecedentes, entre los cuales se encuentra Philip Kotler, quién ha sido denominado "El padre de la Mercadotecnia", por sus distintas aportaciones a este campo.

De acuerdo con Kotler (2013), "Mercadotecnia se define como el proceso mediante el cual las empresas crean valor y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad captar valor de los clientes" dando una experiencia única en la apropiación de un producto y/o servicio.

La Mercadotecnia de experiencia o las experiencias del consumidor, han dado origen a conceptos complejos, debido a que cada día el entorno es cambiante, así como las personas que se desarrollan en él ya que, al utilizar productos o servicios, se crean experiencias y ese mercado de las emociones se está volviendo muy importante. De acuerdo con Pine y Gilmore (1998) citado en (Moral Moral &

Fernández Alles, 2012) afirma que "*un individuo compra una experiencia y con ello paga para disfrutar una serie de sucesos memorables*".

Los trabajos revisados sobre este tema tiene sus inicios en los 80's, con las emociones como elemento clave en el comportamiento del consumidor, (Holbrook, 1982), aunque varios autores han retomado este concepto, nos referiremos a la cita que maneja Moral Moral & Fernández Alles, (2012) con respecto a Pine y Gilmore (1998), donde se identifican cuatro tipos de experiencias del cliente en dos dimensiones.

El concepto multidimensional del marketing de la experiencia sugiere que los clientes pueden tener diferentes tipos de experiencias, según cita Barrios(2012), en el trabajo de Pine y Gilmore (1998). El éxito de una experiencia es que "*un cliente la encuentre única, memorable y sostenible en el tiempo*" (p.12)., lo que nos muestra que los consumidores buscan que lo que se adquiriera sea diferente para cada cliente, a pesar de ser el mismo artículo o servicios.

Esto se vuelve tangible cuando se conoce al comprador potencial, ya que de ello depende que la búsqueda o el hallazgo de la experiencia complemente lo que espera y lo que piensa para poder determinar el uso frecuente de la compra y de esta forma satisfacer la comunicación personal que en la actualidad se demanda.

Divulgación de Ciencia y Tecnología. A partir de la lectura denominada "Comunicación Educativa y Divulgación de la Tecnología y la Ciencia en y para el Sistema Nacional de Educación

Tecnológica” (Ojeda & Arevalo, 1988), en los últimos veinte años, la Secretaría de Educación Pública en México ha impulsado el desarrollo cultural, a partir de los sistemas de comunicación social.

No obstante, el tema de ciencia y la tecnología, no ha sido considerado al menos en este sector y existe desconocimiento relativo a las carreras denominadas tecnológicas, aunque a partir de 1984, el Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica preparó un proyecto de comunicación social a corto mediano y largo plazo, considerando objetivos como:

Dar a conocer el Sistema Nacional de Educación Tecnológica, a través de una intensa promoción de sus escuelas, carreras, actividades y servicios de enseñanza e investigación e incorporar los medios electrónicos de comunicación y las nuevas tecnologías a las actividades y servicios del Sistema Nacional de Educación Tecnológica.

Con la principal intención de mejorar la calidad académica de enseñanza e investigación, apoyar la investigación científica y el desarrollo tecnológico en áreas estratégicas vinculadas a las necesidades del país.

Es en 1985 cuando a partir de un estudio analítico, se establecen las primeras formas de divulgación de Ciencia y Tecnología para niños, mediante el estudio denominado “*Una Visión de la Divulgación de Tecnología y Ciencia para Niños*”, se ofrece un primer acercamiento técnico a la relación del niño con la ciencia y la tecnología; y sirve como base para producir mensajes impresos y

audiovisuales adecuados para la población infantil.

Por lo que, si se identifica que una vocación se inculca desde la infancia, y de que los cambios de actitud hacia el conocimiento tecnológico y científico no se dan por sí solos, si no que se requiere de llevar y dirigir la Ciencia y la Tecnología al público infantil, para dar a conocer los principales aspectos que se manejan y que por desconocimiento no se han utilizado.

Los medios de comunicación se revelan hoy como una de las instancias de socialización juvenil por excelencia. Los informes de juventud realizados en la segunda parte de la década de los años noventa y los referentes a los primeros años del siglo XXI ponen de manifiesto cómo, a través de su tiempo y espacio de ocio, los jóvenes trabajan relaciones muy significativas con el entorno mediático. Su relación con los medios no sólo sirve para construir buena parte de su tiempo libre, o moldear su mundo de relaciones. Mar Chicharro Merayo (2014), Considerando que los más pequeños ya tienen contacto con los medios de comunicación, es importante identificar y llevarlos a conocer solo el resultado de la interacción con los medios, sino que los mismos han sido desarrollados con Ciencia y Tecnología que los llevaran a tener mejores oportunidades.

Metodología y Análisis de los datos

La metodología de Investigación que se empleó fue mixta, iniciando con Investigación Exploratoria con la finalidad de conocer a partir de la revisión de la literatura, edu-entretenimiento,

mercadotecnia de experiencia y divulgación de ciencia y tecnología.

Por otra parte, se utilizó Investigación descriptiva con datos duros de clientes potenciales para esta, por lo propuesta que se tomará información del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), acorde a la pirámide poblacional y los quinquenios en los que se encuentra clasificada para la obtención cuantitativa.

Finalizando con la Investigación Correlacional, para establecer la relación que tiene el modelo de negocio con Edu entretenimiento y Mercadotecnia experiencial para la divulgación de ciencia y Tecnología.

Hipótesis

H_1 : A mayor exposición de un espacio de modelo de negocio basado en Edu- entretenimiento y Mercadotecnia de Experiencia para divulgación de Ciencia y Tecnología, los niños de edades que oscilen entre 6 y 14 años tendrán mayor interés en carreras de Ciencias Básicas.

H_0 : A mayor exposición de un espacio de modelo de negocio basado en Edu- entretenimiento y Mercadotecnia de Experiencia para divulgación de Ciencia y Tecnología, los niños de edades que oscilen entre 6 y 14 años no tendrán mayor interés en Ciencias Básicas.

Esta propuesta se sitúa bajo dos vertientes, por un lado en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (Universidad Pública) específicamente en la Ciudad del Conocimiento, en donde se tiene un circuito que es rodeado por áreas

académicas dedicadas a las ciencias básicas.

Así mismo se consideraron dos escuelas (Primaria y Secundaria) dentro de un ámbito académico privado, siendo el escenario de estudio la Escuela Primaria y Secundaria Particular “Centro Cultural Simón Bolívar” de la Ciudad de Pachuca, Hidalgo y la Escuela Primaria y Secundaria “Centro Educativo Elise Freinet” durante el ciclo escolar 2016 – 2017 con la intención de realizar comparativos de apreciación.

Los participantes fueron una muestra intencional de estudiantes y padres de familia que se encuentran en los niveles escolares (Primaria y Secundaria), donde los sujetos de investigación serán cuestionados sobre el concepto de la propuesta y con ello se presente el espacio al que se requiere para el manejo de apropiación social.

Los estudiantes y padres de familia, tienen como característica esencial ser ajenos a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, por lo que el contexto en el que se desenvuelven en este momento radica a la Educación básica, por lo que tendrá un impacto esencial en el conocimiento de la Ciencia y la Tecnología a ser desarrollada.

La población total de niños de 6 a 14 años en la ciudad de Pachuca Hidalgo (INEGI, 2011) es de 65,577. Por lo que se calculó una muestra significativa con un error máximo aceptable del 5%, con un porcentaje estimado de la muestra del 50% y un nivel deseado de confianza del 95%, utilizando la fórmula

$$Z^2 * (p) * (1-p)$$

$$c^2$$

al sustituir valores en la formula, se obtiene como resultado que deben aplicarse 384 cuestionarios para tener una muestra representativa

$$\frac{1.96^2 * (.5) * (1-.5)}{0.05^2} = \text{cuestionarios } 384$$

Los cuales fueron aplicados de forma proporcional en cada una de las escuelas (192 cuestionarios), y estos fueron distribuidos de manera uniforme entre los grados escolares como lo demuestra la siguiente tabla

Se consideró que la población total de ambas escuelas, siendo para el Instituto Cultural Simón Bolívar de 277 alumnos y por otra parte del Centro Escolar Elise Frainet 336 alumnos y con ello se determinó que, por método no probabilístico de cuota, para garantizar la muestra establecida en el diseño del estudio.

Tabla 3. Distribución de cuestionarios por grado escolar

Grado Escolar	Número de cuestionarios
Primer grado primaria	12
Segundo grado primaria	20
Tercer grado primaria	20
Cuarto grado primaria	20
Quinto grado primaria	20
Sexto grado primaria	25
Primer año de secundaria	25
Segundo año de secundaria	25
Tercer año de secundaria	25

Fuente: Elaboración propia 2017

Los indicadores determinados en el cuestionario fueron extraídos a partir de instrumentos del libro “Marketing Scales Handbook Bearden, Netemeyer, & Haws, (2011) los cuales han sido construidos, descritos, desarrollados, probados y validados en diferentes investigaciones, que se analizan y explican el objetivo de su uso.

A partir del instrumento y de la obtención de los datos, se observa en el análisis:

1. Primeramente estadísticas descriptivas, de la totalidad de los encuestados y diversificando las frecuencias desde el género y la edad, a los grupos que se han establecido para el estudio.

2. Consideración de los datos perdidos, promedios, desviación estándar, mínimo y máximos mediante tablas de contingencia.

3. Prueba “bootstrap” para determinar si existían diferencias significativas entre los grupos.,

Destacando que es información importante para entender que es lo que los niños buscan el juego y los padres están dispuestos a pagar por visitar un lugar de Edu – entretenimiento y Mercadotecnia de experiencia para conocer acerca de Ciencia y Tecnología, con la intención de poder acercar y orientar a los estudiantes de educación básica a un espacio lúdico que genere el interés por relacionarse con las ciencias básicas y con ello establecer nuevas formas de aprender y entender el uso de las mismas en la vida diaria.

Resultados y Conclusiones

Se enviaron los cuestionarios a las dos instituciones participantes que fueron el Instituto Cultural Simón Bolívar y el Centro Escolar Elise Freinet, teniendo la siguiente distribución

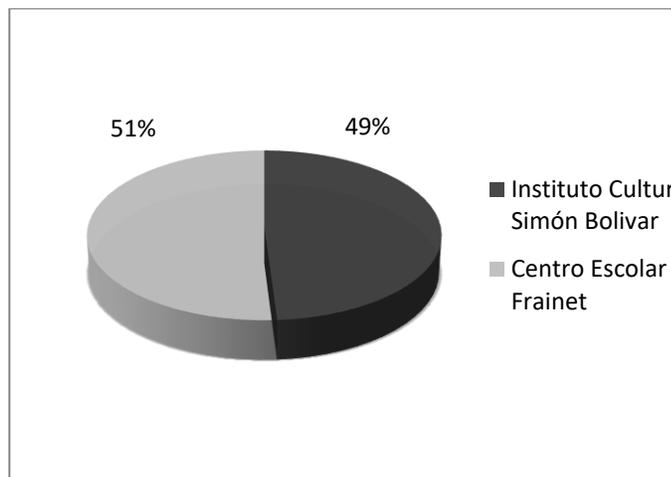


Gráfico 1. Distribución de Muestra por escuelas participantes
Fuente: Procesamiento datos SPSS, Elaboración propia 2017

De acuerdo con la distribución que se planteó se entrevistó 197 padres de familia del Centro Escola Elise Frainet que representa el 51% de los entrevistados y 187 del Instituto Cultural Simón Bolívar que representa el 49% de la muestra. (Gráfico 1)

Se aplicaron las mismas cantidades para Padres de Familia y Estudiantes.

Al determinar la frecuencia por género se encontró que contestaron la encuesta por parte de Padres de Familia, 188 personas de sexo Femenino representando el 48% de la muestra total y 196 de sexo masculino, que es el 52% de la muestra total (384).

En cuanto a los estudiantes de las dos instituciones se obtuvo que se entrevistaron 164 personas de sexo

femenino representando el 42% de la muestra y 220 personas de sexo masculino, lo que representa el 58% de la muestra total. (Gráfico 2)

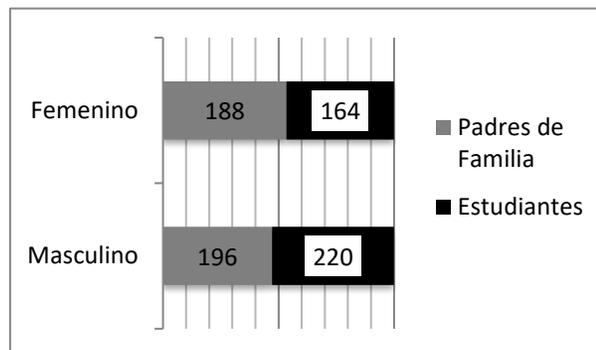


Gráfico 2. Distribución de Muestra por sexo y tipo de entrevistado
Fuente: Procesamiento datos SPSS, Elaboración propia 2017

Tabla 4. Frecuencia de cuestionarios por grado escolar

Nivel Escolar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	187	48.7	48.7	48.7
Secundaria	197	51.3	51.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Elaboración propia 2017

Con esta información se analizó si los padres de familia consideran que la escuela a la que asisten sus hijos “utiliza metodología de estudio es adecuada para desempeñarse en una prueba” y si “hay una correspondencia entre la cantidad de tiempo que emplea mi hijo en estudiar y las notas que obtiene” encontrándose lo siguiente

Los padres de familia de primaria encuestados, el 37% están en desacuerdo en la metodología de estudio de su hijo para poder desempeñar una prueba, y el 40% si está De acuerdo, por lo que el 23% no puede determinar si está de acuerdo o no.

En cuanto a la Secundaria los datos obtenidos de los 197 padres de familia encuestados refieren que el 41% está en desacuerdo, mientras que el 37% está de acuerdo, siendo que el 22% no puede determinar su posición.

Estos datos nos dan información sobre que lo que está aprendiendo los estudiantes, sus padres no consideran que tenga que ver con su desarrollo. (Tabla 5).

Tabla 5. Opinión de Padres de Familia con respecto a la Metodología de Estudio por grado escolar

Creo que la metodología de estudio de mi hijo es adecuada para posteriormente desempeñarse en una prueba				
Nivel Escolar	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Total
Primaria	69	42	75	186
Secundaria	82	41	74	197
Total	151	83	149	383

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Padres de Familia. Elaboración propia 2017.

Se les hizo la misma pregunta a los estudiantes de los niveles escolares de primaria y secundaria obteniendo que el 82% de estudiantes de nivel primaria consideran que su metodología de estudio es la adecuada y solo el 3% no lo considera. Por otra parte, los estudiantes de nivel secundaria están de acuerdo en un 83% y el 2% está en desacuerdo con la metodología de estudio que utiliza para la realización de un examen. (Tabla 6)

Tabla 6. Opinión de Estudiantes con respecto a la Metodología de Estudio por grado escolar

Crees que la metodología de estudio que utilizas es adecuada para realizar un examen				
Nivel Escolar	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Total
Primaria	6	26	154	186
Secundaria	4	28	165	197
Total	10	54	319	383

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Estudiantes por nivel escolar. Elaboración propia 2017

Así mismo se preguntó sobre la correspondencia que tiene la cantidad de tiempo de estudio con las notas obtenidas y de acuerdo a la apreciación de los padres de familia, en primaria el 40% está en desacuerdo con esta correspondencia, por el contrario, el 39% está de acuerdo, sin embargo, el 19.8% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

Los padres de familia de Secundaria consideraron en desacuerdo el 47%, y de acuerdo con la relación entre el tiempo de estudio empleado y las notas obtenidas en un 36% lo que nos lleva a tener esta información para poder seguir con el planteamiento de Edu-entretenimiento. (Tabla 7).

Tabla 7. Correspondencia entre cantidad de tiempo de estudio y notas obtenidas (Padres de Familia) por grado escolar

Creo que hay correspondencia entre la cantidad de tiempo que emplea mi hijo en estudiar y las notas que obtiene				
Nivel Escolar	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Total
Primaria	76	37	73	186
Secundaria	93	33	71	197
Total	169	70	144	383

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Padres de Familia. Elaboración propia 2017.

Al realizar la pregunta a los estudiantes de primaria el 39% considera que está de acuerdo en la relación propuesta, sin embargo, el 40% no está de acuerdo.

Tabla 8. Correspondencia entre cantidad de tiempo de estudio y notas obtenidas (Estudiantes) por grado escolar

Creo que hay correspondencia entre la cantidad de tiempo que emplea mi hijo en estudiar y las notas que obtiene				
Nivel Escolar	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Total
Primaria	76	37	73	186
Secundaria	93	33	71	197
Total	169	70	144	383

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Estudiantes por nivel escolar. Elaboración propia 2017.

En cuanto a la secundaria, el 36% percibe de acuerdo la relación, mientras que 47% no está de acuerdo. (Tabla 8)

Tratando de entender, como aprenden los niños en la institución educativa (escuela) y la relación que los padres de familia mantienen con el conocimiento que adquieren sus hijos, se formularon preguntas para conocer si en tiempos libres o vacaciones los niños asisten a lugares de ciencia y tecnología.

Los hallazgos por nivel escolar y sexo de los padres de familia fueron los siguientes.

Tabla 9. Asiste a lugares de entretenimiento de Ciencia y Tecnología por grado escolar y por sexo del padre de familia

¿En general, le gusta llevar a su hijo a lugares de entretenimiento con juegos de ciencia y tecnología?

Sexo	Nivel Escolar	Total	
		No	Si
Masculino	Primaria	48	49
	Secundaria	51	48
	Total	99	97
Femenino	Primaria	50	39
	Secundaria	44	54
	Total	94	93

Fuente: Procesamiento datos SPSS, escolar. Elaboración propia 2017.

Podemos observar que en realidad no es de interés llevar a los niños a lugares de entretenimiento de ciencia y tecnología, aunque al levantar la información nos percatamos que no tienen claro que son lugares de “Entretenimiento de Ciencia y Tecnología”, por lo que al realizar la pregunta ¿Diría usted que conoce información acerca de lugares de juegos de Ciencia y Tecnología?, los resultados se definieron de la siguiente forma. (Tabla 10)

La tabla 10, nos muestra que en el 66.5% hay desconocimiento por parte de

los padres de familia de lugares que ofrezcan entretenimiento de Ciencia y Tecnología al menos en este estudio en su localidad (Pachuca, Hidalgo), siendo que, si existen algunos lugares, que no se anuncian con estas características sin embargo se hacen funciones de Ciencia Básica, solamente el 33.4% conoce algunos lugares, lo cual nos ayuda para la propuesta de este estudio.

Tabla 10. Conoce información sobre lugares de Ciencia y Tecnología por grado escolar y sexo del padre de familia

Sexo	Nivel Escolar	Total	
		No	Si
Masculino	Primaria	70	27
	Secundaria	66	33
	Total	136	60
Femenino	Primaria	61	28
	Secundaria	58	40
	Total	119	68
Primaria		131	55
	Secundaria	124	73
	Total	255	128

Fuente: Procesamiento datos SPSS, Conocimiento de padres de familia sobre información de lugares de Ciencia y Tecnología. Elaboración propia 2017.

Después de analizar los principales aspectos descriptivos, se realizó la búsqueda de datos perdidos, que se encontró que de la muestra de 384 encuestados de padres de familia, solo tenemos 1 cuestionario ya no efectuado y en el caso de las encuestas realizadas a los estudiantes pues posible obtener la muestra completa, ya que a pesar de ser un cuestionario autoadministrado se pidió a los encuestadores revisar que no faltará ningún dato.

Se muestra a continuación la prueba “bootstrap” que se utiliza frecuentemente para aproximar el sesgo o la varianza del análisis estadístico, para determinar alguna diferencia significativa y revisar los intervalos de confianza.

Con base a estos resultados podemos determinar que la base de datos para estas variables presenta un dato perdido, de tal forma que las 383 observaciones son válidas.

La desviación estándar (típica) que se define como S/\sqrt{n} , es de .5 y .8 sobre una media de 1.50 y 2.04 respectivamente que indican que la dispersión de los datos con respecto a la media es moderada, así como los valores máximos y mínimos de las variables. Por lo tanto, se considera que de las observaciones realizadas los lugares de entretenimiento de Ciencia y Tecnología no han sido considerados en los niveles escolares determinados Primaria y Secundaria por los padres de familia, por

lo tanto, representan una oportunidad de negocio para que los estudiantes de estos niveles puedan aprender y conocer, dado que los alumnos no han sido orientados hacia las ciencias.

Siendo que los juegos desempeñan una función importante en el desarrollo de la infancia. Jugando, los niños y niñas adquieren muchas habilidades; aprenden a relacionarse con los demás, aprenden sobre sí mismos, y cultivan otras destrezas que a menudo definen su personalidad como adultos, se pudiese apoyar de esto para ofrecer un lugar en donde utilizando el juego se oriente a los estudiantes desde la Educación básica a la Ciencia y la Tecnología.

Tabla 11. Bootstrap por nivel Escolar, asistencia y Conocimiento de lugares de entretenimiento de Ciencia y Tecnología

		Estadístico	Bootstrap		Intervalo de Confianza	
			Sesgo	Error estándar	Inferior	Superior
Nivel Escolar	N	383	0	0	383	383
	Máx.	1				
	Min	2				
	Media	1.51	.00	.03	1.46	1.57
	Desviación estándar	.500	-.001	.001	.496	.501
En general le gusta llevar a su hijo a lugares de entretenimiento con juegos de Ciencia y Tecnología	N	383	0	0	383	383
	Máx.	1				
	Min	2				
	Media	1.50	.00	.02	1.45	1.55
	Desviación estándar	.501	-.001	.001	.497	.501
Conoce información sobre lugares de entretenimiento con juegos de Ciencia y Tecnología	N	383	0	0	383	383
	Máx.	1				
	Min	3				
	Media	2.04	.00	.04	1.96	2.13
	Desviación estándar	.816	.000	.015	.789	.845

Fuente: Procesamiento datos SPSS. Elaboración propia 2017.

Siguiendo a Serrano, Sosa, & Martínez (2015), en un modelo de negocio la parte más importante es la propuesta de

valor es el factor que hace que un cliente se incline por una u otra empresa, su finalidad es solucionar un problema o

satisfacer una necesidad del cliente. En este sentido, la propuesta de valor para solucionar constituye una serie de ventajas que se ofrecerán a quienes asistan a la Ciudad del Conocimiento como un parque temático en el que podrán encontrar lo que hacen los investigadores y conocer mediante la divulgación de la Ciencia y la Tecnología, lo que hacen las profesiones y como se desarrollan.

De tal suerte que se pueda realizar como parte del aprendizaje significativo un programa de reforzamiento de la enseñanza de las ciencias básicas, que se apoye del uso de las nuevas tecnologías de forma lúdica, considerando a su vez ciertos materiales impresos para propiciar el acercamiento de la familia, especialmente de los niños a este conocimiento, y que sirvan de instrumento a padres de familia y educadores.

Mediante videojuegos, realidad aumentada o realidad virtual, y desarrollo de películas con aspectos musicales o de animación que establezcan la oportunidad que viven actualmente los niños de 6 a 14 años, donde se puedan experimentar y manipular modelos que muestren fenómenos científicos y que complementen los contenidos de la educación básica, teniendo en cuenta los siguientes objetivos.

1) Identificar la Influencia de la motivación en el desempeño escolar del alumno de educación básica hacia las ciencias.

2) Conocer los antecedentes que influyen en el rendimiento escolar con respecto a ciencias básicas (matemáticas principalmente).

3) Identificar la influencia de la familia, amigos y entorno en relación a las Ciencias Básicas.

Conclusiones

Con ello se propone motivar a los niños de 6 a 14 años de la ciudad de Pachuca, Hidalgo mediante la visita a un parque temático científico a conocer las carreras que son impartidas en la máxima casa de estudios del Estado, la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, haciendo vivencial (Marketing de experiencia) el conocimiento no solo de lo que se realiza, sino lo importante que es que entiendan que las ciencias básicas ayudan a tener mayores conocimientos y que nuestro país requiere de gente capacitada en estos temas para lograr mejorar la economía, además de entretener, educar y mantener la convivencia familiar, realizando apropiación social al desarrollo del estado en el que viven.

Referencias

Clark, T., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model You*. En A. O. Tim Clark. Barcelona, España: Deusto.

Castillo, E. (Octubre de 2005). Escala Multidimensional SERVQUAL. Escala Multidimensional SERVQUAL RECOPIACIÓN. Chile.

CONACYT. (s.f.). Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado el 28 de Noviembre de 2015, de <http://www.conacyt.mx/>

Coronado, J. (2007). Escalas de Medición. *Paradigmas*, 2, 104-125.

Creative Research Systems . (27 de 12 de 2015). The survey system. Obtenido de <http://www.surveysoftware.net/sscalce.htm>

Agencia Informativa Conacyt. (11 de Septiembre de 2016). Analizan alternativas para la enseñanza de las Ciencias Básicas. <http://www.conacytprensa.mx/index.php/sociedad/politica-cientifica/9801-analizan-alternativas-para-la-ensenanza-de-ciencias-basicas> .

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión (AMAI). (Septiembre de 2014). Niveles Socio económicos. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de AMAI: <http://www.amai.org/>

Ausubel, D. (1983). Teoría de Aprendizaje Significativo. México: Trillas.

Backhoff, E. (03 de Marzo de 2016). Estudiantes de bajo rendimiento en México. Opinión.

Bandura, A. (2000). Psicología Social. Obtenido de Adrián Triglia: <http://psicologiaymente.net/social/bandura-teoria-aprendizaje-cognitivo-social#>

Barrios, M. (2012). Marketing de la Experiencia: Principales Conceptos y Características. Palermo Business Review (7), 67-89.

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Haws, K. L. (2011). Handbook of Marketing Scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research (Vol. 7). Thousand Oaks, California, United States of America: SAGE Publications, Inc.

Definición ABC. (2014). Retrieved 2016 йил 10-10 from Densidad de Población: <http://www.definicionabc.com/geografia/densidad-de-poblacion.php>

Fortezza, F., & Pencarelli, T. (2010). Il marketing delle esperienze fra specificità e tendenze evolutive. Il caso Wish Days* **. 9TH INTERNATIONAL CONGRESS "MARKETING TRENDS" , (pp. 1-31). Venecia.

Global Industry Analysts. (Septiembre de 2015). Market Research.com. Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de Global Industry Analysts: <https://www.marketresearch.com/Global-Industry-Analysts-v1039/>

García, F. (2015). Sistema educativo de carácter familiar que pretende integrar la comunicación y nuevas tecnologías como herramientas para el desarrollo. El Informador

Hamel, G. (2010). Del Conocimiento a la Creatividad. WOBI , Volumen 15.

Hernández-Sampieri, Roberto;. (2014). Definición del alcance de la Investigación. In R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. d. Baptista Lucio, Metodología de la Investigación (6ta ed.). México, Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.

Holbrook, M. (1982 йил Enero). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasy, feelings and fun. Journal of Customer Research, 9 (2), 132-140.

Horn, R., Wolff, L., & Velez, E. (1991). Developing Educational assessment systems in Latin America: A review of issues and recent experience. Latin America and Caribbean Technical Department Regional Studies Program, Washington, D.C.

INEE. (2015). Panorama de la Educación en México. Indicadores del Sistema Educativo. México: Instituto Nacional para la evaluación de la Educación en México.

INEGI. (2010). EDUCACIÓN EN HIDALGO. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. México: INEGI.

INEGI. (2011). Panorama Sociodemográfico de Hidalgo. Ciudad de México: INEGI.

Kotler, P. (2013). Fundamentos de Mercadotecnia (Decimo primera ed.). Pearson Educación de México.

Marcos Américo, F. C. (2015). UN ACERCAMIENTO AL EDUENTRETENIMIENTO. QUESTIÓN , 1-5.

Mar Chicharro Merayo. (2014). videojuegos y edu-entretenimiento. *Revista de estudios de Juventud*, 109-133.

Mathwick, Malhotra, & Rigdon. (2001). *Experiential Value Scale: EVS*. In W. O. Bearden, R. G. Netemeyer, & K. L. Haws, *Handbook of Marketing Scales* (Vol. 3, pp. 387-476). SAGE Publications, Inc.

Mendoza, M. (2000). *Elección de Carrera Profesional: Visiones, Promesas y Desafíos*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Ministro de Educación. (10 de 06 de 2016). *Descubre tu vocación*. Obtenido de *Mi futuro.cl*: <http://www.mifuturo.cl/index.php/un-asunto-de-vocacion-2/descubre-tu-vocacion>

Molano, M. (19 de 08 de 2015). *En México se eligen carreras poco redituables y con alto riesgo de desempleo*. *El Financiero*.

Moral Moral, M., & Fernández Alles, M. T. (2012). *Nuevas Tendencias del Marketing: Marketing Experencial*. *Entelequia* (14), 237-252.

Ojeda, G., & Arévalo, J. (1988). *COMUNICACION EDUCATIVA Y DIVULGACION DE LA TECNOLOGIA Y LA CIENCIA EN Y PARA EL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACION TECNOLOGICA*. *Revista Telos* (16).

Osterwalder, A. (2012). *Tu modelo de negocio*. En Iqbal Quadir, *Tu modelo de Negocio*. España: Deusto, Editorial Planeta.

Porter, M. (2007). *Ventaja Competitiva*. Copyright 2007 Online Executive Education.

Prim, A. (17 de Enero de 2015). *Ejemplos de Modelos de Negocio*. Recuperado el 12 de Junio de 2016, de Innokabi: innokabi.com/mi-modelo-de-negocio-el-de-siempre/

Rodríguez, L. R. (2007). *La Teoría de la Acción Razonada, implicaciones para el estudio de actitudes*. *INED*, 66-77.

Rosa, A. d. (14 de Agosto de 2015). *Kidzania vive un muy buen verano*. *El Economista*.

Secretaria de Educación Pública. (Marzo de 2017). *Indicadores y Pronósticos Educativos*. Recuperado el 10 de Marzo de 2017, de Sistema Nacional de Información Estadística Educativa: http://www.sniesep.gob.mx/indicadores_pronosticos.html

Serrano, J., Sosa, J., & Martínez, P. (2015). *EL TRABAJO COLABORATIVO COMO UNA ESTRATEGIA PARA LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS INGENIEROS*. *Anfei Digital*, 1-9.

Siiri, S., & Jorma, L. (2012). *MARKETING THEORY: EXPERIENCE MARKETING AND EXPERIENTIAL MARKETING*. 7th International Scientific Conference "Business and Management 2012" (pp. 480-487). LITHUANIA: Researchgate.

STPS. (10 de 06 de 2016). *Observatorio Laboral*. Obtenido de Secretaría del Trabajo y Previsión Social: http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/es/ola/expectativas_laborales_futuro

Vygotsky, L. (1985). *Instruccional design.org*. Obtenido de *Social Develop Theory*: <http://www.instructionaldesign.org/theories/social-development.html>

Wang, M., Haertel, G., & Walberg, H. (1993). *Toward a Knowledge Base for School Learning*. *Review of Educational Research*, 63 (3), 249-294.



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Almeida Espinosa, Alexanderⁱ; Rojas Prada, Gregorio.
**Reforma tributaria y el impacto sobre la renta de las
personas jurídicas en Colombia**
Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 68-81

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.5>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0002-5597-0405>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



RevistaGEON

in twitter f YouTube

“ El impacto de la reforma tributaria en el impuesto de renta en las personas naturales no sale bien librado ”

Month	Amount
1	377 967
2	604 029
3	1 296 731
4	1 859 317
5	2 499 808
6	3 227 076
7	4 050 935
8	4 968 331

Start at monthly
Can be do this?

Almeida Espinosa, A. & Rojas Prada, G. [2018].
Reforma tributaria y el impacto sobre la renta de las
personas jurídicas en Colombia.

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Reforma tributaria y el impacto sobre la renta de las personas jurídicas en Colombia

Tax reform and the impact on the income of legal persons in Colombia

Alexander Almeida Espinosa
alexanderalmeida10@gmail.com

PhD Ciencias de salud – Doctorado Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Industrial de Santander, Colombia

Gregorio Rojas Prada
diro2519@hotmail.com

Especialista en Legislación Tributaria Nacional e Internacional, Corporación Universitaria Remington, Colombia.

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/5>

Artículo recibido 2018/05/07 aceptado 2018/06/12

Resumen

Debido a la reforma tributaria llevada a cabo mediante la ley 1819 del año 2016, en Colombia hoy en día se tiene una expectativa mayor de cambio y adaptaciones económicas, que favorezcan el desarrollo del país; sin embargo, esta reforma ha significado para la mayoría de población colombiana la grabación con más IVA de los productos de consumo primario y de servicios, lo que dificulta su adquisición y por ende consumo primordial.

Frente a los objetivos de esta reforma tributaria, encontramos el pretender recaudar más impuestos a personas naturales y jurídicas, que anteriormente estaban excretas; a su vez, se aprecia como la evasión de impuestos es un pilar fundamental de combatir por parte de esta y la sostenibilidad financiera y del gasto público, para el crecimiento del país y la responsabilidad social sumada a inversión social, como garantes de calidad.

Ahora bien, en este artículo de investigación se pretende identificar el impacto que trae la reforma tributaria en el impuesto de renta para las personas jurídicas, exponiendo las razones del cambio de la reforma, su alcance, contextos y factores que pueden favorecer o no a este tipo de actores del sistema tributario del país.

Palabras clave: Reforma tributaria, persona jurídica, impacto económico, impacto financiero, cambios tributarios, impuesto de renta, Colombia

Abstract

As a result of the reform, a cape was applied through Law 1819 of 2016, today there is a greater expectation of change and economic adaptations, which favors the development of the country; however, this reform has meant for most of the population.

Faced with the objectives of this tax reform, we find the claim to raise more taxes to natural and legal persons, who were previously excreta; In turn, it is appreciated how tax evasion is a fundamental pillar of the fight against part of it and financial sustainability and public spending, for the growth of the country and social responsibility a social investment, as guarantors of quality.

Now, this research article seeks to identify the impact of the tax reform on income tax for legal persons, explaining the reasons for the change in the reform, its scope, contexts and factors that may or may not favor This type of actors of the country's tax system

Keywords: Tributary Reform, legal person, economic impact, financial impact, tributary changes, tax of revenue, Colombia

Introducción

El desarrollo sostenible del país y la capacidad de inversión pública se da de forma inicial por la normatividad tributaria y la recolección de impuesto, todo esto apuntando de forma directa al crecimiento de la nación y a la igualdad social y económica de las personas en las regiones mismas.

Con la recolección de estos impuestos, el país está en la obligación de generar espacios de inversión sostenibles en pro del pueblo colombiano, facilitando estructuras plenas de desarrollo económico y productivo de orientación solidaria, que favorezca a la mayoría de las personas y sus necesidades básicas cotidianas de crecimiento en un ámbito social, económico, político y cultural.

La actual reforma tributaria del año 2016, implementada mediante la ley 1819, busca de forma clara y resumida la recolección de impuestos y una instancia directa, evitar la evasión de los impuestos y establecer los mecanismos efectivos de recolección y asignación de impuestos en las personas naturales, jurídicas y demás actores, que hacen parte del contexto productivo y económico del país. Es por esto, que un buen manejo de la parte tributaria y de la inversión social en el país, no solo traería igualdad si no también beneficios para un país necesitado de esto. Razón por la cual, cada persona perteneciente a un estrato social en

Colombia se ve intervenido por el pago de impuestos y espera de forma positiva una reinversión de estos dineros recaudados de forma positiva en el desarrollo y crecimiento del país.

Según Lozano (2010) las reformas tributarias son vitales para una sana economía y crecimiento del sector en el país, lo que permite mantener excelentes finanzas públicas que se ven replicadas en un buen estilo de vida, empleo, infraestructura, alimento, vivienda, salud y educación; las cuales, en una sinergia significativa, mejoran el estilo y calidad de vida de las personas en el entorno donde se desarrollan.

Así mismo, en este artículo de investigación, se pretende evidenciar el impacto de esta reforma tributaria en el impuesto de renta en las personas jurídicas, evidenciando sus cambios, posibles marcos de actuación, perspectivas de desarrollo y estrategias de orientación dadas en esta línea de intervención tributaria.

Realidad Tributaria. Debido a laxitud tributaria que existía hasta el año 2016 y amparados en modelos tributarios existente en países de orden latinoamericano cuyos campos económicos, en su mayoría son de índole similar a Colombia, se pretende con la implantación de la reforma tributaria amparada en la ley 1819 del año 2016, ampliar estas expectativas tributarias y

mejorar el potencial de pago de impuestos del que está gravado hasta esa fecha.

La economía colombiana está cambiando hoy en día de forma drástica, siendo un panorama latente de mejora continua y posicionamiento del país en mercados internacionales; sin embargo, los tributos alcanzados son muy bajos en comparación del panorama latente de este crecimiento económico.

Para Ovalle (2017) el enfoque de esta reforma tributaria se centra en la búsqueda de un nuevo sistema fiscal internacional orientado hacia el desarrollo social y económico sostenible del país cuyo principal pilar se funde en la redistribución adecuada de las cargas tributarias mediante la eliminación de la doble imposición, la lucha contra la evasión fiscal y la eficiencia del recaudo por medio de la calidad en la información.

Siendo con esta implementación, una de las principales opciones de regulación, control y recaudo, más ambiciosas y que pretenden alcanzar estándares medibles a nivel tributario colombiano, los cuales puedan dar un contexto diferencial y este a la par del crecimiento económico del país.

Sin embargo, se hace necesario de forma inicial establecer un contexto interno, que determine la necesidad de analizar los impactos socioeconómicos del actual sistema tributario, encaminado a la apertura económica del país (Villar, 2017); esto con el fin, de dar mayor confianza a la sociedad frente al estado colombiano, favorecer el crecimiento del sector productivo formal, mitigar las acciones de mercado no formales y definir el alcance de la complejidad estructural en

el ámbito fiscal que actúa en contra la creación de nuevas compañías y la inversión extranjera en el país (Posada, 2017)

Así mismo, el gobierno nacional de Colombia ha manifestado constantemente, la necesidad de recaudar mayores impuestos, con el fin de financiar el gasto público y la provisión en general de bienes y servicios por parte del Estado (Almada, 2009); todo esto, con el fin de ser un garante y facilitar de un alcance óptimo de la actual suficiencia del sistema tributario (Argáez, 2010).

Con esta reforma tributaria, cambian los parámetros de recaudo de impuestos, evidenciando novedades e impactos fuertes en las personas jurídicas, desde el punto de su trazabilidad, ejecución, control y seguimiento; por estas razones y en pro de favorecer y evidenciar el impacto que tiene esta nueva reforma tributaria, sobre la renta de las personas jurídicas, se propone el desarrollo de un proyecto investigativo, el cual logre recopilar información basada en evidencia científica y bosqueje la temática del tema respectivo de estudio.

Expectativa de desarrollo Colombiano. Siendo consecuentes con la expectativa de desarrollo del país y el crecimiento del sector productivo y margen económico y solidario del mismo, es necesario adelantar estrategias que permitan en primera instancia el alcance efectivo de los objetivos de las líneas de acción mencionadas y que, a su vez, generen cambios estructurales en favor del gasto público y la sostenibilidad tributaria del mismo.

Es así como el objetivo de esta reforma tributaria es encontrar el punto de equilibrio, en donde los recursos obtenidos por los impuestos y los gastos de la Nación promuevan el crecimiento del PIB, a través del mejoramiento de la distribución de los ingresos después de impuestos, y logre que el diseño del gasto garantice los derechos económicos que promulga la Constitución al menor costo posible (Calderón, 2012).

Para ello se busca que las personas jurídicas continúen con su comportamiento satisfactorio del pago de impuestos, logrando un abordaje más amplio y un esquema que permita más recolección de estos, que se evada lo menos posible y genere mayor confianza por parte de estos actores del sistema y generen comportamientos positivos que formulen oportunidades de confianza en el cambio estructural de sostenibilidad e inversión que quiere la nación. De igual forma, con esta reforma tributaria, se darán cambios significativos de recaudo de impuesto, lo que es un garante para el país, ya que se está obligando a las personas naturales y jurídicas a ser parte activa, ética y responsable de generar tasa de retorno y contribución al país, donde desarrollan sus actividades y adquieren lucros cesantes para los mismos.

Pese a esto, otro punto importante y que favorece la actual reforma tributaria, es el de responsabilidad social e incremento del gasto público, cuyos impuestos serán destinadas, según lineamientos procesales y de orden técnico en impulsar el crecimiento y estabilidad de la población colombiana, mediante el ejercicio efectivo de unas buenas finanzas públicas, que se

traducen en inversión social, infraestructura, servicios públicos, oportunidad de educación vivienda, salubridad y en mejorar la calidad de vida de los Colombianos.

Metodología

Estudio descriptivo, donde se realiza de forma inicial una revisión de literatura científica estructurada de tipo interrogativo, explícita y basada en evidencia científica; cuyos temas de abordaje, hacen énfasis a la reforma tributaria y el impacto del impuesto de renta en las personas jurídicas, su campo de acción, alcance de intervención, pronósticos, entre otros conceptos favorables para el desarrollo del tema de investigación.

Para el desarrollo de este tipo de estudio es necesario contar con dos perspectivas para su puesta en marcha, la primera hacer referencia a la función de evaluar de forma crítica y exhaustiva estudios previamente publicados, con la finalidad de suministrar guías prácticas sólidas para la consecución final de su objeto de estudio. La segunda perspectiva, obedece a la estructuración de la literatura científica a tener en cuenta en el momento de revisión y orden de interpretación, siendo información más relevante de análisis la que oscile a un promedio de divulgación no menor a diez (10) años (Fernández y Borrell, 2015)

Antecedentes Tributarios.

Referente a los mismos, es necesario mencionar que se han realizado desde el año 2006, seis (6) reformas tributarias, las

cuales se describen en su número e impacto así:

La primera de ellas es la facultada por la Ley 1111 del 2006, en cuya reforma tributaria se elimina la sobretasa en el impuesto a la renta desde su año de implementación (2007). Se reduce la tarifa de renta de PJ al 34% para 2007 y 33% para 2008. Aumenta del 30% al 40% para la deducción por inversión, se elimina el impuesto de remesas. En el IVA se presenta cambio de ciertos bienes del 10% al 16%. Se empieza a generar cobro de impuesto al patrimonio a partir de 2007 con una tarifa del 1.2% y el gravamen al movimiento financiero es de 4*1000 (Mejía, 2016).

Seguidamente, se establece la Ley 1370 de 2009, cuya reforma tributaria gira en torno a tres temáticas básicas: la creación de un nuevo impuesto al patrimonio; la reducción para la deducción en renta de las inversiones de activos fijos reales productivos, y la no aplicación concurrente de la tarifa especial del impuesto sobre la renta para los usuarios de zona franca con la deducción por adquisición de activos fijos productivos (Uribe, 2013)

Con La ley 1430 del año 2010, se concentran cambios en la reforma tributaria, referentes al impuesto de renta y complementarios, en el gravamen a los movimientos financieros, en el impuesto al patrimonio y en el impuesto a las ventas (Guardiola, 2010). En cuanto al impuesto a la renta y complementarios aparece la deducción Especial por Inversiones en Activos Fijos Reales Productivos – Artículos 158-3 del estatuto tributario; Se

elimina a partir del año gravable 2011 la deducción del 30% del valor de la inversión en Activos Fijos reales productivos, las inversiones efectivamente realizadas durante el año gravable 2.010 pueden ser tomadas como deducibles en la declaración de renta de dicho año (Mata, 2014).

En la Ley 1607 de la Reforma Tributaria del año 2012. Se crea el Impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE), con el fin de los trabajadores, generar empleo y contribuir a la inversión social, aporte dado por las jurídicas contribuyentes del impuesto sobre la renta. También son sujetos pasivos de las sociedades extranjeras que son contribuyentes del impuesto sobre la renta, generada por los ingresos obtenidos de sucursales y establecimientos permanentes, radicados en Colombia (Garzón, 2010).

De igual forma, se establecen dos nuevos sistemas presuntivos para la determinación de la base gravable del impuesto sobre la renta conocidos como el Impuesto Mínimo Alternativo Nacional (IMAN) y el Impuesto Mínimo Alternativo Nacional (IMAS), aplicados a la persona natural ya sea empleado o trabajador por cuenta propia. Podrán determinar el impuesto sobre la renta por el sistema del IMAS, los empleados que obtengan ingresos brutos en el año inferiores a 4.700 UVT, quedando exentos del impuesto sobre la renta y complementarios por el sistema ordinario y por el IMAN (Mosquera, 2010).

Posterior a esta, en el año 2014, mediante la Ley 1739, se da la reforma

tributaria, cuyo marco de actuación gira en torno al impuesto a la Riqueza, creado como impuesto de carácter temporal y progresivo, aplicado desde año 2.015 hasta el 2.018, se causa de manera anual y está a cargo de las Personas Naturales, Jurídicas y Sociedad de Hecho Contribuyente del impuesto sobre la Renta (Plazas, 2010).

Para las Personas Jurídicas las tarifas son de carácter progresivo, marginal y decreciente hasta el año 2017. (Tarifa P.J. entre 0.20% y el 1.5% para el año 2.015, 0.15% y 1% para el año 2.016 y 0.05% y 0.40% para el año 2.017. Para las Personas Naturales las tarifas son progresivas, marginales y constantes durante los cuatro años, tiene como hecho generador la posesión de riqueza al 1° de enero de 2015 igual o mayor a \$ 1.000 millones de pesos (Naba, 2010).

La sobre Tasa del CREE es igualmente un impuesto de carácter temporal y progresivo, es una sobretasa al impuesto para la equidad CREE, y la base es la misma del CREE para los años 2015 al 2018 se aplica para utilidades fiscales superiores a \$800.000.000 con una tarifa del 5.0 para el año 2015, 6.0 para el año 2016, 8.0 para el año 2017 y el 9.0 para el año 2018, Esta Sobretasa tiene un anticipo que debe ser pagado en dos cuotas anuales (Orozco, 2017)

Ley 1819 del año 2016

El, gobierno nacional mediante la implementación de esta última reforma tributaria del año 2016, busca y enfoca todos sus esfuerzos en el control de la evasión de impuestos, para ello se establecen cuatro estrategias primordiales para esta consecución; siendo la primera el

fortalecimiento de la DIAN con normas que aseguran la modernización tecnológica de la administración de impuestos, enriquecen la carrera administrativa y fortalecen los mecanismos de provisión de empleos (Zarama, 2017).

La segunda estrategia es la penalización de la evasión de impuestos creando una sanción de tipo penal para la evasión del IVA y uno para el impuesto de renta, que pueden dar hasta nueve años de cárcel (Muñoz, 2012). La siguiente estrategia está encaminada a controles al uso del efectivo, que suele usarse para restringir la trazabilidad de las operaciones y para evadir la vigilancia de la DIAN (Orozco, 2017) y como cuarta estrategia se establecen mecanismos de lucha contra la evasión tributaria internacional. (Muñoz, 2012).

Así mismo, para las entidades sin ánimo de lucro la reforma tributaria fortalece el régimen, implementando mejores y mayores controles que aseguran que no sea un canal de evasión de impuestos. Así, conservarán los beneficios tributarios las entidades que ejerzan una de las 13 actividades meritorias (salud, educación, cultura, deporte, etc.), que permitan el acceso de la comunidad y que demuestren que reinvierten todos sus excedentes en el desarrollo del objeto social (Gerloff., 2011).

Las cooperativas podrán hacer parte del Régimen Tributario Especial y tributarán a una tarifa especial del 20%. Tendrán las mismas obligaciones de reporte de información que aplican para las demás entidades sin ánimo de lucro

(Vasco, 2012). La nueva legislación busca mecanismos para promover la formalización con la implementación de la reforma creó el monotributo, un impuesto opcional y alternativo para pequeños comerciantes que hoy deben declarar renta y no están obligados a facturar con IVA. Las tarifas del monotributo son acordes con las ventas brutas de los negocios. Se paga entre \$40 mil y \$80 mil mensuales. (Bonilla, 2014)

La reforma señala que el 40% del valor del ingreso del productor cafetero corresponde a los costos y deducciones inherentes a la mano de obra, que pueden ser deducidos en el impuesto (Piñeros, 2011).

Tabla 1
Historia sector financiero Colombiano

ESTRATEGIAS DE IMPUESTO DE RENTA A SOCIEDAD	
ESTRATEGIA	CONCEPTO
1	A partir del 2019 solo existirá el impuesto de renta y se eliminó el CREE, la sobretasa al CREE y el impuesto a la riqueza.
2	Se Armonizará el sistema tributario con las normas contables aplicables a todas las empresas.
3	Establecer para las sociedades a partir de 2019 una tarifa única del 33%
4	Establecer durante el 2017 la tarifa del 34% más sobretasa, y para el 2018 del 33% más 4% de sobretasa. La sobretasa solo aplica a las empresas que tienen utilidades mayores a \$800 millones.
5	Las sociedades podrán deducir del impuesto sobre la renta el IVA sobre los bienes de capital utilizados en procesos productivos.
6	Se unifica el régimen para todas las zonas francas, tributarán a una tarifa preferencial del 20% y no pagar parafiscales.
7	La reforma introdujo beneficios tributarios a los nuevos que se establezcan en municipios de más de 200.000 habitantes y exenciones a la venta de energía eléctrica generada con base en energía eólica, hidroeléctrica, o residuos agrícolas, solar, geotérmica o de los

Fuente: Argáez, C. (2010). Un rápido recorrido por la historia del sector financiero en Colombia. Dinero

La reforma además simplificó el impuesto con la eliminación del IMAN y del IMAS, los contribuyentes solo deberán diligenciar una declaración (Uribe, 2013). El impuesto a la renta para las sociedades, y con el fin de promover el empleo la

reforma tributaria redujo las tarifas y simplificó las obligaciones tributarias (Naba, 2010). (Ver tabla 1)

Finalmente, se caracteriza los cambios en materia de impuestos nacionales, estipulados para regir desde el año 2017 y sus contextos de aplicación para el año 2018, evidenciados en la tabla 2 así:

Tabla 2
Impuestos Nacionales Vigentes

IMPUESTOS NACIONALES VIGENTES COLOMBIA AÑO 2017	
CONCEPTOS	GENERALIDADES
Impuesto sobre la renta	Tarifa general 34% para 2017 33% para 2018 y siguientes. Usuarios de zona franca (con excepción de los usuarios comerciales): 20%.
Tributación de dividendos	Se gravan las utilidades que tributaron a nivel de la sociedad o establecimiento permanente. Este gravamen solo aplicará para distribuciones de dividendos originados en utilidades obtenidas a partir del 2017. Los dividendos y participaciones pagados o abonados en cuenta a sociedades extranjeras y personas naturales no residentes, estará gravado al 5%.
Sobretasa al impuesto sobre la renta	A partir del 1 de enero de 2017, las empresas con ingresos superiores a COP 800,000 (Aprox. USD 266,667) deben pagar una sobretasa del 6% para el 2017 y del 4% para el 2018. A partir del año gravable 2019, esta sobretasa será eliminada.
Ganancias ocasionales	Grava algunos ingresos específicos, tales como la utilidad obtenida en enajenación de activos fijos, herencias y loterías. Tarifa: 10%
GMF	Grava la realización de transacciones financieras, a una tarifa del 0,4%.
Impuesto al Valor Agregado - IVA	El impuesto sobre las ventas grava los siguientes hechos: La venta de bienes corporales muebles e inmuebles, con excepción de los expresamente excluidos. La venta o cesiones de derechos sobre activos intangibles, únicamente asociados con la propiedad industrial. La prestación de servicios en el territorio nacional, o desde el exterior, con excepción de los expresamente excluidos. La importación de bienes corporales que no hayan sido excluidos expresamente. La circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar, con excepción de las loterías y de los juegos de suerte y azar operado exclusivamente por internet. Tarifa general: 19%. Tarifas especiales: 0%- 5%
Impuesto al consumo	El impuesto al consumo grava la prestación de los servicios de telefonía móvil, internet y navegación móvil, servicio de datos, a venta e importación de vehículos, el servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar. Tarifas: 4%, 8%, 16%
Impuesto nacional al carbono	Grava la venta, retiro, importación para el consumo propio o importación para la venta de combustibles fósiles (incluyendo todos los derivados de petróleo y todos los tipos de gas fósil) usados con fines energético, Siempre que sean usados para combustión. La tarifa se determina dependiendo del factor de emisión de dióxido de carbono

Fuente: Calderón, F. (2012). Las Reformas Tributarias en Colombia Durante el siglo XX (1). Colombia: Giro Editores. Congreso de la Republica de Colombia.

Generalidades Sistema Tributario Colombiano. Las reformas tributarias generan cambios en la estructura tributaria, con esto se busca modificar los niveles de ingresos de impuestos al Estado, y así resolver desequilibrios

fiscales existentes y posibles insuficiencias tributarias de años anteriores (Carrasco, 2010).

Según Patiño (2010) debido a la situación actual del país, se generan aumentos en los porcentajes de gravámenes existentes o se generan nuevos; si se tiene una situación económicamente estable y sin falencias considerables la reforma en la tributación busca aliviar la carga a los contribuyentes ya que no es necesario el ingreso en gran proporción para la nación por concepto de impuestos y se incentiva el ahorro (Restrepo, 2010); pero si por el contrario el país está en una situación económica desfavorable con niveles de déficit altos lo que buscará la reforma es el aumento en la tasa impositiva de los impuestos existentes o creación de nuevos impuestos que generen aumento considerable en los ingresos fiscales (Celhay, 2011).

De igual forma, la carga tributaria que tienen las empresas en un factor importante en el momento radicarse o generar inversión en un país (Minetto, 2011). En Colombia históricamente se evidencia que la carga tributaria se ha centrado principalmente en empresas y no en personas naturales (Arrué, 2011), lo que evidencia una sola fuente fuerte de recaudo de impuestos viables en el mismo.

Con la reforma tributaria de 2016 puede haber un posible impacto en la inversión, crecimiento y el empleo, en especial en un entorno internacional de crecimiento lento y una enorme pérdida en los términos de intercambio de la canasta exportadora por la caída en la cotización del petróleo y el carbón. (Peragón, 2013)

Por lo anterior, el reto futuro consiste en satisfacer unas necesidades de gasto crecientes en un contexto caracterizado por la contención de la deuda pública y el agotamiento de algunas fuentes de ingresos (López, 2007). Así, el sistema tributario podría hacer más por promover la eficiencia y la equidad, y la evasión de impuestos es un problema extendido. Las empresas del sector formal se enfrentan a una carga tributaria elevada y compleja, y solo una pequeña parte de la población paga impuestos sobre la renta o el patrimonio (González, 2015).

Finalmente, el contexto de esta nueva reforma tributaria establece, que para alcanzar un éxito establecido, se debe en primera instancia, reducir la evasión de impuestos mediante el fortalecimiento de la administración tributaria y el aumento de las sanciones (Gómez, 2012); así mismo, reducir la carga tributaria sobre la inversión disminuyendo paulatinamente la tasa del impuesto a la renta empresarial, retirando gradualmente el impuesto al patrimonio neto sobre las empresas (Corredor, 2013), eliminando el IVA a la inversión (Desai, 2013) y aumentar la progresividad del impuesto a la renta personal gravando los dividendos y eliminando las exenciones regresivas (Ayala, 2014).

Cómo Funciona el Sistema Tributario Colombiano. La financiación del estado Colombiano, tiene varias fuentes de ingreso, siendo la principal la tributación, cuyos principios o márgenes de actuación se basan en la equidad, eficiencia y progreso.

Los impuestos en Colombia se clasifican en directos e indirectos; los primeros se caracterizan porque recaen de forma directa sobre el contribuyente y para ello consultan la capacidad económica de las personas entre ellos se encuentran impuesto al patrimonio, impuesto sobre la Renta y complementarios; impuesto de industria y comercio (ICA), impuesto predial (Muñoz, 2012)

Tabla 3
Cambios de la reforma tributaria 2016

Concepto	Antes de la Ley 1819/16	
Intereses, comisiones, honorarios, regalías, arrendamientos, compensaciones por servicios personales, o explotación de toda especie de propiedad industrial o del know-how, prestación de servicios técnicos o de asistencia técnica, beneficios o regalías provenientes de la propiedad literaria, artística y científica.	33%	
Consultorías, servicios técnicos y de asistencia técnica, prestados por personas no residentes o no domiciliadas en Colombia.	10%	
Rendimientos financieros, realizados a personas no residentes o no domiciliadas en el país, originados en créditos obtenidos en el exterior por término igual o superior a un (1) año o por concepto de intereses o costos financieros del canon de arrendamiento originados en contratos de leasing que se celebre directamente o a través de compañías de leasing con empresas extranjeras sin domicilio en Colombia.	14%	
Contratos de leasing sobre naves, helicópteros y/o aerodinós, así como sus partes que se celebren directamente o a través de compañías de leasing, con empresas extranjeras sin domicilio en Colombia.	1%	
Rendimientos financieros o intereses, realizados a personas no residentes o no domiciliadas en el país, originados en créditos o valores de contenido crediticio, por término igual o superior a ocho (8) años, destinados a la financiación de proyectos de infraestructura bajo el esquema de Asociaciones Público Privadas en el marco de la Ley 1508 de 2012.	5%	
Prima cedida por reaseguros realizados a personas no residentes o no domiciliadas en el país.	N/A	
Pagos o abonos en cuenta realizados a la casa matriz, por concepto de gastos de administración o dirección, realizados a personas no residentes o no domiciliadas en el país.	N/A	
Pagos o abonos en cuenta que constituyan ingreso gravado para el beneficiario que sea residente o se encuentre constituido, localizado o en funcionamiento en jurisdicciones no cooperantes o de nula o baja imposición, calificadas por el Gobierno Nacional, o a entidades sometidas a un régimen tributario preferencial.	33%	T P
Explotación de películas cinematográficas a cualquier título.	19,8%	
Servicios de transporte internacional, prestados por empresa de transporte aéreo o marítimo sin domicilio en el país	3%	
En los demás casos no contemplados, diferentes a ganancias ocasionales.	14%	
Concepto sea ganancia ocasional	N/A	

Fuente: Mata, R. (2014). El consumo y la inversión. En "seguridad industrial", "Manual de Economía", Principios de Economía. 3ª edición (págs. 67-98, 220-240, 535).

Los indirectos recaen sobre la venta o el consumo y estos no miden dicha capacidad económica, hacen referencia a la responsabilidad del pago por medio de agentes retenedores establecidas por las

entidades encargadas de la recaudación de los impuestos; en esta clasificación se encuentra el impuesto al valor agregado (IVA), Gravamen a los movimientos financieros (GMF), impuesto de timbre, impuesto de registro (Bonilla, 2014)

Otra categorización que se les da a los impuestos es de acuerdo a la territorialidad, dividiéndose en Nacionales (IVA, CREE, impuesto a la riqueza, impuesto al consumo); los Departamentales (Impuesto a la venta y consumo de licores, impuesto al degüello de ganado mayor, impuesto a las cervezas, cigarrillos y tabacos) y los Municipales (ICA, impuesto predial, avisos y tableros, espectáculos públicos). (Almada, 2009)

En la imagen 1, se plasman los cambios más relevantes de la reforma tributaria del año 2016, bajo la ley 1819 del mismo año (ver tabla 3)

Resultados

Impacto de la reforma tributaria en el Impuesto de Renta en Personas Jurídicas. Con el fin de dar a entender los posibles impactos de orden positivo o negativo que puede tener una persona jurídica con el impuesto de renta de la actual reforma tributaria, se debe definir que la persona jurídica es un sujeto de derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por una o más personas físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin ánimo de lucro (Uribe, 2013).

En otras palabras, una persona jurídica es todo ente con capacidad para

adquirir derechos y contraer obligaciones y que no sea una persona física. Así, junto a las personas físicas existen también las personas jurídicas, que son entidades a las que el Derecho atribuye y reconoce una personalidad jurídica propia y, en consecuencia, capacidad para actuar como sujetos de derecho, esto es, capacidad para adquirir y poseer bienes de todas clases, para contraer obligaciones y ejercitar acciones judiciales (Corredor, 2013)

Así mismo y conforme a lo dispuesto en el artículo 240 del estatuto tributario modificado por el artículo 100 de la Ley 1819 de 2016, la tarifa general del impuesto de renta de las personas jurídicas para el año gravable 2018 será del 33 %. La tarifa de la sobretasa en renta para ese mismo período será del 4 % (Celhay, 2011)

Los contribuyentes del impuesto sobre la renta pagaron un 33 % sobre la renta líquida gravable desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2012. A partir de 2013 pagaron sobre una tarifa del 25 %, con excepción de las rentas obtenidas por las sociedades y entidades extranjeras que no sean atribuibles a una sucursal o establecimiento permanente de estas, las cuales estuvieron sometidas a las siguientes tarifas conforme al artículo 28 de la Ley 1739 de 2014: 39 % para 2015, 40 % para 2016, 42 % para 2017 y 43 % para 2018 (Lozano, 2010).

No obstante, el artículo 100 de la Ley 1819 de diciembre 29 de 2016 modificó el artículo 240 del estatuto tributario indicando que la tarifa general del impuesto sobre la renta sería del 34 % para el año gravable 2017 y del 33 % en los

años siguientes (es decir, a partir del año gravable 2018) (Naba, 2010).

Dicha tarifa será aplicable a las sociedades nacionales y sus asimiladas, establecimientos permanentes de entidades del exterior y personas jurídicas extranjeras o sin residencia que se encuentren obligadas a presentar la declaración anual del impuesto sobre la renta y complementario. También es válido destacar, que a lo largo del artículo 240 del estatuto tributario se especifican las situaciones en que ciertas empresas aplicarían la tarifa especial en renta del 9 % (Plazas, 2010).

Finalmente, es necesario tener en cuenta que el párrafo transitorio segundo del artículo 240 del estatuto tributario establece que las personas jurídicas deben liquidar una sobretasa del impuesto de renta por los años gravables 2017 y 2018. En lo concerniente al año gravable 2018, se debe aplicar una tarifa del 4 % si la base gravable supera los \$800.000.000 (para el año gravable 2017 la tarifa era del 6 %). (Carrasco, 2010).

Conclusiones

Un procedimiento tributario eficiente y estable asegura el bienestar social de la población mediante el gasto público y mejoramiento en la calidad de vida de las personas, basado en la adecuada recaudación de recursos, un sistema de información efectivo y una cultura ética de pago de impuesto en favor de un país, que ha permitido el desarrollo personal y productivo de este tipo de personas jurídicas.

Lo temas centrales de la reforma tributaria giraron en torno al incremento de

la tarifa del impuesto sobre las ventas, la derogatoria del CREE, el gravamen sobre los dividendos, el nuevo esquema de tributación de las personas naturales, la adopción de las bases contables NIIF, la disminución de la tarifa del impuesto de renta para sociedades y el delito penalizable con cárcel para los evasores.

Siendo estos cambios generalizados de un balance negativo para las personas jurídicas, debidos a que deben pagar más impuestos y en general el impuesto de renta se estableció por valores diferenciales, superiores a los establecidos y esperados por estos actores del sistema tributario.

El impacto de la reforma tributaria en el impuesto de renta en las personas naturales no sale bien librado, debido a que se está estimulando de forma equivocada la participación y por ende el recaudo de estas mismas en la contribución y generación de impuestos, que puedan fomentar el desarrollo del país y el manejo del gasto público de la nación.

Por otro lado, la incertidumbre respecto al sistema tributario existente genera desconfianza por parte de los diferentes individuos que intervienen en la sostenibilidad económica del país como parte fundamental en la generación de ingresos por parte del estado y la inversión pública para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Así mismo, nuevos cambios estructurales en materia tributaria pueden ocasionar un estancamiento en el crecimiento económico del país ya que las constantes reformas tributarias en Colombia revelan a inestabilidad a nivel

fiscal que se tiene actualmente y la difícil actuación frente a nuevos lineamientos tributarios a nivel internacional lo que desincentiva la inversión extranjera y la creación de nuevas compañías.

Finalmente, Colombia debe enfrentar uno de sus mayores retos y realizar un análisis de los impactos al establecer nuevos y actualizados principios de tributación garantizando la tributación de las utilidades en la jurisdicción efectiva en donde se lleva a cabo la actividad económica, la constante lucha contra la evasión fiscal, el intercambio de información entre los entes regulatorios y la adaptación de estas iniciativas (Haman, 2011)

Referencias

- Almada, P. (2009). Zona Económica. Obtenido de Teoría Keynesiana; Centro Interamericano de Administraciones Tributarias – CIAT.
- Argáez, C. (2010). Un rápido recorrido por la historia del sector financiero en Colombia. Dinero
- Arrué, M. (2011). Fortalecimiento de las áreas críticas para la mejora del cumplimiento tributario. Colombia. Fondo Monetario Internacional
- Ayala, H. (2014). El impuesto de Renta en Colombia. Artículo disponible en: www.anif.co/investigaciones-especiales.en:<http://anif.co/investigaciones-especiales>.
- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia de Bogotá. Revista Ciudades, Estados y Política 1(1), 21-35.
- Calderón, F. (2012). Las Reformas Tributarias en Colombia Durante el siglo xx (1).

Colombia: Giro Editores. Congreso de la Republica de Colombia.

Carrasco P. (2008). Cómo escribir artículos científicos para una Revista Médica; La Paz-Bolivia. Tecno-Print.

Carrasco, C. (2010). Instrumentos y técnicas para la medición de la evasión. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias – CIAT. Publicación disponible en: www.ciat.org/images/documents/biblioteca

Celhay, J. (2011). La reducción de la evasión tributaria como vía para el financiamiento fiscal. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias – CIAT. Publicación disponible en: www.ciat.org/images/documents/biblioteca

Corredor, J. O. (2013). Análisis y entendimiento de la Reforma Tributaria. Editores Hache SAS. Primera edición.

Desai, M. (2012). A better way to tax U.S. businesses. Harvard Business Review. Bibliografía Página | 72

El valor de las revisiones y el valor de Revisiones. Gaceta Sanitaria; sup; 4, 1-2.

Fernández E. y Borrell C. (2015).

Garzón, A. (2010.) “Situación Actual de la Franquicia en Colombia”. En: Revista Escuela Colombiana de Ingeniería. Vol. Número 60; Pp. 47-54.

Gerloff. W. (2011). Tratado de Finanzas. En Revista UNIMAR 34(2). 201-219. El Sistema Tributario colombiano, desarrollo y principios básicos ISSN: 0120-4327, ISSN Electrónico: 2216-0116, Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia, 2016. Disponible en: <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/unimar/article/viewFile/1251/pdf>

Gómez, J. (2012). Informalidad y tributación en América Latina: Explorando los nexos para mejorar la equidad. CEPAL División de Desarrollo Económico.

González, A. (2015). Recaudo del gobierno en presencia de deducciones tributarias basándose

en las inversiones realizadas por las empresas: una sencilla aplicación al caso colombiano. Cuadernos de Administración. Pontificia Universidad Javeriana.

Guardiola, E. (2010). Contratos de colaboración en el comercio internacional. Barcelona: Bossch Casa Editorial p. 170.

Guyatt H. (2014). Guía para la lectura de artículos de revisión. En: Organización Panamericana de Salud. Pub.cient; 2014; 550; 175-186.

Haman, F. (2011). Sobre el impacto macroeconomico de los beneficios tributarios al capital. Banco de la República.

Jiménez M. (2004). Application of systematic review methods to qualitative research: practical issues. J Adv Nurs; 48, 3,271

López, M. (2007). Los métodos para medir la evasión de impuestos: una revisión. Semestre económico. Universidad de Medellín.

Lozano, E. (2010). Fundamentos de la tributación. Bogotá: Universidad de Los Andes Editorial Temis. Ministerio de Hacienda. : Reforma Tributaria Estructural.

Mata, R. (2014). El consumo y la inversión. En "seguridad industrial", "Manual de Economía", Principios de Economía. 3ª edición (págs. 67-98, 220-240, 535).

Mejía, C. (2016). En C. Mejia, Diccionario Económico Financiero (pág. 112). Medellín: Universidad De Medellín.

Minetto, A. (2011). Un aporte para el Gerenciamiento Estratégico: Enfoque de Creación de Valor. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). Disponible en: <http://www.ciat.org/index.php/es/productos-y-servicios/publicaciones>

Mosquera, F. (2010). “La franquicia una estrategia de crecimiento empresarial”. En: Revista MBA EAFIT; Pp. 75-76.

Muñoz, A. (2012). El papel del contador en los procesos internacionales. En publicación Portafolio, Económica finanzas. Disponible en:



<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/papelcontador-procesos-internacionales-91054>

Naba, M. (2010). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia* v.14 n.48 Maracaibo dic. 2009 p. 1.

Orozco, J. (2017). “¿Por qué elegir una franquicia?”. En: *Franquicias y oportunidades de negocio*. Medellín. Ed. 4; p. 10.

Ovalle, J. (2017). *Reforma Tributaria, IVA y Salario Mínimo. ¿Paz solamente para los ricos?* Facultad de Economía de la Universidad del Valle. Integrante del Congreso de los Pueblos – Cali. 14/01/2017 lanzas y letras.

Patiño, A (2010). *Evasión de impuestos nacionales en Colombia años 2001 – 2009*. Universidad Nacional de Colombia. *Revista facultad de ciencias económicas*. Vol. XVIII Bibliografía Página |

Peragón, L. (2013). *Estimación de la carga tributaria efectiva sobre la inversión en América Latina*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT).

Piñeros J. (2011). *Formas de integración de las empresas*. En: *Ecos de Economía* No. 24. Medellín, abril de 2007; Pp. 27-45.

Plazas, R. (2010). “el contrato de franquicia, su evolución y su injerencia en el

desarrollo económico colombiano”. En: *Revista Republicana* No. 8, enero - junio de 2010; Pp. 81-92.

Posada, A. (2017). *Colombia Energía opinión*. Recuperado de <http://www.colombiaenergia.com.co/opinion/220-el-impacto-de-la-reforma-tributaria-ley1819-de-2016-en-el-sector-de-los-hidrocarburos/>.

Pulido M. (2005). *Sobre la calidad en los escritos médicos*. *Med Clin (Barc)*: 276-8.

Restrepo, J. (2010). *Hacienda Pública*. Universidad Externado de Colombia. Quinta edición.

Vasco, R. (2012). *Elementos Básicos de la Tributación en Colombia*. Medellín: Ediciones Gráficas Ltda.

Villar, L. (2017). *Foco Económico*. Blog Latinoamericano de economía y Política. Recuperado de <http://focoeconomico.org/2017/01/24/la-reforma-tributaria-de-2016-en-colombiasuficiente-para-evitar-una-crisis-fiscal-pero-lejos-del-cambio-estructural-que-hubiera-sidodeseable/>.

Zarama, F. (2017). *Reforma Tributaria Comentada*. Bogotá: Editorial Legis.



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Pacheco Pérez, Camilo Ernestoⁱ; González Jiménez, Guillermo Enrique; Mancera Ortiz, Andres Mauricioⁱⁱ; Castro Riveros, Antonio Jose.

Seguridad y soberanía alimentaria en el departamento del Meta-Colombia: retos y oportunidades

Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018

Pág. 82-95

Disponibile en: <https://doi.org/10.22579/23463910.9>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0002-3490-808X>

ⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0002-1439-3269>

Esta publicación se encuentra bajo licencia: Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional



RevistaGEON

“ Se plantea la necesidad de ordenar el territorio de forma participativa y responsable anotando en torno a la seguridad y soberanía alimentaria ”

Pacheco Pérez, C. González Jiménez, G. Mancera Ortiz, A. & Castro Riveros, A. (2018). Seguridad y Soberanía Alimentaria en el Departamento del Meta-Colombia: Retos y Oportunidades

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Seguridad y Soberanía Alimentaria en el Departamento del Meta . Colombia: Retos y Oportunidades

Food Security and Sovereignty in the Department of Meta- Colombia: Challenges and Opportunities

Camilo Ernesto Pacheco Pérez
Camilo.pacheco@campusucc.edu.co

Magister en Ciencias Económicas, Universidad Cooperativa de Colombia; Investigador delegado Red Investigadores del Meta REDIME línea seguridad alimentaria, Colombia

Guillermo Enrique González Jiménez
gugonzalez@uniminuto.edu

Especialista en Producción Agrícola Tropical Sostenible, Universidad Minuto de Dios; Investigador delegado Red Investigadores del Meta REDIME línea seguridad alimentaria, Colombia

Andrés Mauricio Mancera Ortiz
andres.mancera@unad.edu.co

Especialista en Educación Cultura y Política, Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Colombia; Investigador delegado Red Investigadores del Meta REDIME línea seguridad alimentaria, Colombia

Antonio José Castro Riveros
ajcastro@unillanos.edu.co

Magister en Administración con Especialidad en proyectos, Universidad de los Llanos, Grupo Investigación GYDO, Colombia

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/9>

Artículo recibido 2018/03/23 aceptado 2018/06/12

Artículo de Reflexión

Resumen

El trabajo en el campo evidentemente ha sido el pilar sobre el cual se ha fundamentado la economía departamental, y el desarrollo socio cultural de la región. En torno al sector agropecuario y el potencial productivo de cada zona, es que se han establecido asentamientos humanos en los diferentes municipios, se han trazado vías y se ha generado desarrollo que ha determinado en gran medida, los medios de subsistencia para las familias metenses. Por un lado, la cultura y el desarrollo de las comunidades históricamente ha estado ligada a la productividad de la tierra, a los servicios ecosistémicos que esta ofrece, y al potencial que ella representa en términos de biodiversidad. Por otro lado, la generación de recursos y de riqueza para la región evidentemente encontró y seguirá encontrando en el sector agropecuario, su musculo más fuerte, pues a través de la agricultura y la ganadería es que se han forjado grandes industrias que en la actualidad vienen trabajando en el territorio. La economía del departamento gira en torno al agro, encuentra que lo económico no solo incide en temas de generación de ingresos y egresos, o de importaciones o exportaciones, sino que está íntimamente ligado a dinámicas sociales como la agricultura familiar, la economía campesina y la seguridad y soberanía alimentaria, entre otros, esta última presente en los planes de ordenamiento territorial y en la agenda de grandes agencias de cooperación que hacen presencia en la región, pero que no han tenido resultados concretos que permitan sobre todo cumplir con el cometido de lo que significa ser un territorio soberano en términos de alimentación para sus comunidades..

Palabras claves: agroecología, economía campesina, agricultura familiar, sustentabilidad, alimentos, nutrición, Colombia.

Abstract

The work in the field has evidently been the pillar on which the departmental economy has been based, and the socio-cultural development of the region. Regarding the agricultural sector and the productive potential of each zone, human settlements have been established in the different municipalities, roads have been laid out and development has been generated that has largely determined the means of subsistence for the Metensian families. On the one hand, the culture and development of the communities has historically been linked to the productivity of the land, the ecosystem services it offers, and the potential that it represents in terms of biodiversity. On the other hand, the generation of resources and wealth for the region evidently found and will continue to find in the agricultural sector, its strongest muscle, because through agriculture and livestock is that they have forged large industries that currently come working in the

territory. The economy of the department revolves around agriculture, finds that the economic not only affects issues of income generation and expenditures, or imports or exports, but is intimately linked to social dynamics such as family farming, peasant economy and agriculture. security and food sovereignty, among others, this last one present in the plans of territorial ordering and in the agenda of great cooperation agencies that are present in the region, but that have not had concrete results that allow above all to fulfill the task of what it means to be a sovereign territory in terms of food for their communities.

Keywords: agroecology, peasant economy, family agriculture, sustainability, food, nutrition, Colombia.

Introducción

El Departamento del Meta se encuentra ubicado en el centro del país, en la región de la Orinoquía colombiana, y cuenta con 85.635 km² lo cual le ubica como el cuarto departamento más grande del territorio nacional, extendiéndose desde el piedemonte de la cordillera oriental hasta las grandes sabanas de altillanura; cuenta con una gran biodiversidad y una excelente riqueza hídrica debido a sus grandes extensiones de paramo en lo alto de la cordillera, sus grandes caños, quebradas y ríos, y sus extensos humedales o morichales en las sabanas.

Su capital Villavicencio, se encuentra ubicada a tan solo 120 kilómetros de la ciudad de Bogotá, principal consumidor en el país de bienes y servicios, lo cual representa una gran oportunidad para la región en términos de desarrollo social, agroindustrial, turístico y económico, si se tiene en cuenta que el territorio se destaca principalmente por dos grandes actividades productivas, que entre otras son antagónicas y de cierta manera

excluyentes por el impacto social que tiene la una sobre la otra.

La primera tiene que ver con la producción agropecuaria, en la que se incluyen actividades de monocultivos tanto agrícola como pecuaria; donde la ganadería, además de ser parte fundamental de la cultura llanera, por décadas ha sido la principal actividad del llanero metense; su arraigo por el ganado, el trabajo de llano y los grandes rodeos hacen del departamento uno de los principales proveedores de carne en el país. Por otro lado, la producción de petróleo en los últimos años ha estado jalonando la economía en la región; grandes compañías petroleras llegaron en las últimas décadas interviniendo a las comunidades en todo el territorio, evidenciándose como consecuencia la generación de drásticos cambios socioculturales, ambientales y productivos.

Lo anterior son aspectos de importante mención, toda vez, que la actividad agrícola y pecuaria diferente a la ganadería extensiva se ha venido desarrollando de manera deficiente

teniendo en cuenta que las políticas públicas locales, regionales y nacionales, claramente han preferido la explotación minera sobre la actividad propia que tiene que ver con la seguridad y soberanía alimentaria.

Es así como algunos subsectores como el arrocero vienen decreciendo en sus niveles de producción, y, por otro lado, sectores como la palma para producción de aceite, la caña y el maíz, se han convertido en actividades que desarrollan grandes inversionistas, muchas veces de otras partes del país o del extranjero que al final envían su producción a otras regiones, tales formas de producción culturalmente de tradición llanera ya no son del resorte de los campesinos locales.

Entonces, a pesar de que la seguridad y soberanía alimentaria aparece en el plan de desarrollo departamental y en las apuestas de diferentes instituciones de orden local y nacional, como una prioridad que hace parte del desarrollo integral del territorio, en la práctica no cuenta con herramientas suficientemente contundentes e integrales para su fortalecimiento en los que se puede involucrar alternativas socioeconómicas y productivas como la agroecología, la agricultura familiar, los mercados locales o campesino y las economías solidarias, para reforzar la solución a las diferentes problemáticas que en este sentido aboca la reflexión en torno al tema.

De esta manera, este documento pretende reforzar una visión holística de la seguridad y soberanía alimentaria desde diferentes perspectivas, pero que si se integran en un análisis correcto establecerá

un derrotero reflexivo para estimar las dinámicas que las realidades de los territorios presenten a razón de producción, cultura, economía, ambiente, organizaciones y sociedad.

La sociedad centro de la seguridad y soberanía alimentaria.

Vista desde el derecho, la alimentación es un pilar fundamental para el bienestar de la población, pues garantiza y democratiza la vida digna deseable para todos; para una nación en vía de desarrollo económico y humano reviste un asunto cardinal, por ende, la movilización de esfuerzos del estado y sociedad para proveer de alimentos inocuos, en las cantidades requeridas a la población, principalmente a aquellas comunidades que históricamente han estado al margen del desarrollo, debe ser contundente; entonces si se quiere, la seguridad alimentaria debe ser vista como asunto de primer orden nacional.

De igual manera, se debe considerar lo territorial para comprender las diferencias que caracterizan las regiones de Colombia, de las múltiples problemáticas y aspectos que inciden en los índices de medición de la desnutrición o la obesidad, por ejemplo. A propósito “De acuerdo con los hallazgos, el retraso en la talla de los niños menores de cinco años, si bien tuvo una mejora desde el 2010 al pasar del 13,2 por ciento a 10,8 por ciento, no logra todavía la meta establecida en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que había sido fijada en el 8 por ciento para el 2015”. De igual forma, en el mismo grupo de edad se

presentó un aumento de la desnutrición aguda (deficiencia de peso para la altura o delgadez extrema), al pasar del 0,9 al 2,3 por ciento; una situación contradictoria, según la misma encuesta, “si se tienen en cuenta los cambios positivos en la calidad de vida de la población colombiana en los últimos años”.

Lo preocupante es que el aumento de la desnutrición aguda está relacionado, según los hallazgos, con el deterioro en la salud de los menores, al demostrar que el 47,3 por ciento de los afectados presentaba algún síntoma que indicaba problemas respiratorios o intestinales. De igual forma, al referenciar el indicador de desnutrición global en los primeros años de vida, se encuentra que está presente en casi cuatro de cada diez niños y que esta condición se duplica en los grupos indígenas, “lo que pone en evidencia una clara situación de inequidad y desigualdad social”

Si bien la edad escolar es una fase crucial en la que los menores experimentan un crecimiento continuo, es evidente que más del 7 por ciento de los niños entre 5 y 12 años del país presentan un retraso en la talla. Y esta situación, de acuerdo con los analistas, representa uno de los principales factores de transmisión intergeneracional de pobreza y desigualdad.

Al analizar a los adolescentes, se encontró que casi el 10 por ciento de ellos presenta retraso en la talla, con un patrón más marcado en los sitios con mayores inequidades, como las zonas indígenas y las zonas más alejadas del país.” El tiempo, (2017)

Es importante observar estas cifras que alertan sobre la situación que se vive en el país, principalmente en la primera infancia y en general en la niñez, pues indican que, pese a los esfuerzos acometidos desde los gobiernos, no han sido suficientes para alcanzar las metas trazadas en el marco de organismos internacionales como la ONU. Es en la primera infancia donde se cimientan en el ser humano las características principales como su capacidad cognitiva, la talla, el peso, las capacidades esenciales para el buen desempeño.

Así mismo, algunas problemáticas y realidades en los territorios ahondan brechas y generan exclusión social; siendo muy diferente a su vez, el desarrollo en sectores urbanos y en sectores rurales; la dinámica del conflicto armado significó para el país un estancamiento en el desarrollo rural; la implementación de políticas públicas distanciadas de las necesidades sentidas de las comunidades campesinas, son entre otros, elementos estructurales que han ahondado la brecha territorial, que se traduce en aspectos como las deficientes vías secundarias y terciarias para el intercambio y comercialización de productos agrícolas y pecuarios, las debilidades para dinamizar un mercado nacional, la falta de competitividad de los campesinos en relación a empresas multinacionales en el marco de los TLC, la importación y contrabando de alimentos, son entre otros, problemas que afectan el poder garantizar la seguridad alimentaria para la población colombiana. Ahora bien, ante un panorama que exige plantear alternativas que mejoren significativamente el acceso

social en cantidad y calidad de los alimentos que requiere la población es donde emergen perspectivas sostenibles y organizacionales, de agricultura limpia, de reutilización de saberes ancestrales y tradicionales puedan coadyuvar en este propósito.

La soberanía alimentaria hace parte de esta argumentación como forma legítima de producción tradicional de los campesinos, de las comunidades indígenas y afrodescendientes, en donde primeramente se busca proveer de alimentos para el autoconsumo familiar y comunitario, respetando con esas prácticas el medio ambiente, la tierra, el agua y así mismo promoviendo la articulación y el fortalecimiento de los tejidos sociales en prácticas como la minga, el trueque o la mano vuelta.

En la reciente gira realizada a finales del 2017 por investigadores de la Red de investigadores del Meta por diferentes departamentos de Colombia, se pudo apreciar, de una manera clara y elocuente por parte de las organizaciones y empresas que nos atendieron, la imperiosa necesidad de que en las formas de producir lo agrícola y lo pecuario se tengan en cuenta criterios de sostenibilidad y sustentabilidad, con el objeto de garantizar productos alimenticios de mayor calidad, de mejor aprovechamiento biológico, libres de químicos, respetando con mayor eficiencia los manejos de la tierra, las fuentes de agua, es decir, una *vuelta al origen*. Esta incorporación de técnicas artesanales, tradicionales, son a su vez un elemento que genera innovación, pues bajo este modelo se busca una maximización de los recursos naturales

precisamente con el objetivo de aminorar costos de producción e impactos negativos en la explotación de los recursos, así como el fortalecimiento de redes campesinas de producción bajo nuevas formas de participación y asociatividad.

Ahora bien, profundizando un poco en el concepto de soberanía alimentaria se tiene que “*Soberanía alimentaria implica la primacía de los derechos de los pueblos y las comunidades a la alimentación y la producción de alimentos, sobre los intereses del comercio. Por ello, en su propuesta antepone el fomento y la promoción de los mercados locales y de los productores frente a la producción para la exportación y la importación de alimentos*”. Es así, que, siguiendo esta línea argumentativa, la seguridad y soberanía alimentaria, en definitiva, aborda la temática no sólo del hambre, sino del desarrollo rural en general, desde un enfoque de derechos, que abarca desde el derecho a la alimentación, hasta la reivindicación del reconocimiento del derecho a producir y el derecho al acceso y la gestión de los recursos productivos, tales como tierra, agua, bosques, semillas, ganado y biodiversidad, para su uso sostenible”. Rivera y Soler (s.f.)

Por otro lado, es necesario resaltar las experiencias de organizaciones con carácter asociativo como la de los mercados campesinos que se desarrollan en la actualidad en algunos municipios del Meta. Básicamente, estos espacios o mercados alternativos son la cristalización de procesos productivos, en general de manera orgánica y ecológica y que se encuentran inmersos dentro de la línea de construir escenarios idóneos para

promover la seguridad y la soberanía alimentaria. Sin embargo, este tipo de iniciativas demandan un apoyo mucho más decidido por parte de los gobiernos locales, departamentales y nacional, así mismo del sector privado, en donde se impulsen redes de producción campesina (agricultura familiar) y se empiece a dar el salto cualitativo del consumo de alimentos con alta carga de productos químicos a alimentos más nutritivos, saludables, orgánicos.

Ahora bien, es necesario ser conscientes que el proceso no es fácil de implementar pues se está hablando de ciertos hábitos de consumo y patrones culturales-económicos arraigados y que estas propuestas alternativas van en contravía de los intereses de las grandes empresas nacionales y multinacionales que acaparan el mercado de alimentos en Colombia cuya única filosofía es la del costo beneficio financiero (crecimiento económico) y no la del costo beneficio social (desarrollo económico).

Por lo tanto, hablar de seguridad y soberanía alimentaria en nuestro país implica partir del reconocimiento de hallar caminos diferentes para atacar las desigualdades sociales, como se mencionó desde un enfoque de derechos y territorial y es pertinente dar el impulso estatal como factor estratégico de la nación, pues garantizar el acceso universal a alimentos adecuados en inocuidad y cantidad, bajo parámetros de sostenibilidad y de manejo limpio de los productos, indudablemente nos transformará en un país más competitivo, más innovador y equitativo apuntando a la mitigación de los efectos del calentamiento global.

Los cambios culturales son siempre procesos de largo cuño y para que se den debe existir una fuerte voluntad política y ciudadana con el ánimo de empezar a cambiar el paradigma respecto a las formas de producir los alimentos, propender por los precios justos y la economía solidaria y así mismo transformar hábitos en el consumo de los alimentos. No basta con proyectar e implementar políticas públicas, que si bien son importantes y se ajustan a los parámetros internacionales, es fundamental, desde esta perspectiva, realizar mayores esfuerzos institucionales y sociales para erradicar no solo la desnutrición sino el hambre de nuestro país, pues resulta impresentable, que con la riqueza que disponemos en Colombia, existan hoy, en el tercer lustro del siglo XXI, casos de muertes por desnutrición aguda en niños en diferentes regiones del país. En gran medida, esta idea se basa en la necesidad de reevaluar el sistema económico y productivo, en el cual el extractivismo minero y energético, los monocultivos, así como la importación de alimentos, son entre otros factores problemáticos que no permiten asegurar el autoabastecimiento de alimentos porque no están en simbiosis con otras formas y alternativas.

La seguridad alimentaria como determinante económico en el territorio e importancia estratégica desde la ciudadanía.

Cuando se menciona la perspectiva económica, inmediatamente el lector establece una conexión con temas financieros exclusivamente; causado seguramente por el hecho de que

Colombia se fundamenta en criterios de corte capitalista, por lo que la educación y formación de sus ciudadanos se enmarca en el hecho de que la sostenibilidad del país esta soportada en una contabilidad de producción - consumo, de importaciones - exportaciones es decir sobre el criterio de crecimiento económico¹, dejando a un lado o en menor aprecio temas relacionados con el desarrollo económico² que en general es el objetivo fundamental si se habla de dignidad, equidad e igualdad en un territorio.

Desde esta perspectiva la participación de sus ciudadanos de forma responsable es un hecho político y económico que no se adopta de la mejor manera, pues genera en muchos casos actuaciones de su parte poco o nada ajustadas a la necesidad real de cada territorio. Con manifestaciones de incoherencia que permiten diseñar políticas públicas desajustadas e ineficientes en la mayoría de los casos desgastantes.

De lo anterior y en el marco de este documento se establece dos aspectos relevantes a razón de participación en el territorio y el hecho de que existe una mala interpretación de la economía a nivel general, pero, sobre todo; en el impacto que esta tiene en la seguridad alimentaria.

Entonces, y en primera instancia el Ordenamiento Territorial³ y más concretamente los Planes de Ordenamiento Territorial, son

instrumentos que surgen como respuesta a desarrollos históricos de la sociedad colombiana, al responder ésta a tendencias y corrientes de pensamiento globales. Es exactamente la Constitución de 1991 y posteriormente la Ley 388 de 1997 o Ley de Desarrollo Territorial, que a su vez es una respuesta al Artículo 41 de la Ley 152 de 1994⁴, las que fortalecen y consolidan todos estos procesos de apertura democrática iniciados desde antes y donde se establecen nuevas relaciones y nuevos esquemas en la administración pública, en la relación entre gobernantes y gobernados, en el marco de la concepción del Estado social de derecho; dándole a éste un carácter participativo por parte de la sociedad civil. Por esta razón se debe considerar de vital importancia, el diseño de un Plan a través de una metodología eminentemente participativa, investigativa y prospectiva, en la que los ciudadanos metenses, conforme lo exige nuestra Constitución, podrían en forma real intervenir en el ordenamiento de todo nuestro territorio.

Es importante ordenar nuestro territorio no solamente en su aspecto físico y espacial, sino que también es importante ordenar lo institucional, sociopolítico, ambiental, económico y por supuesto lo productivo. Entendido de esta manera, se manifestaría; como un reto a aceptar, con la certeza de que el desarrollo de los territorios beneficie a todos, así se tendrá otra actitud, otro comportamiento y otra

¹ En general el crecimiento económico esta relacionados con dinámicas como: Inflación, Desempleo, intereses, impuestos, aranceles e inversión, exportaciones e importaciones

² En general relacionados con dinámicas de intervención: Gubernamental, ONG, Universidades, Organismos internacionales, regionales y locales se incluye aspectos relacionados con salud, vivienda, alimentación, recreación, seguridad, participación entre otras.

³ Ley 388 de 1997

⁴ Ley 152 de 1994 art. 41

concepción ante el mundo local, regional y mundial. Esto tiene que ser así, porque el Territorio, como lo asume la Ley 388 y como se debe asumir, no sólo corresponde a lo físico, lo espacial, sino también a los aspectos sociales, políticos, culturales, económicos, productivos, ambientales y cultural⁵. Y para poder cumplir con las directrices del ordenamiento territorial es necesario que los ciudadanos se involucren de forma responsable en algún momento y en alguna medida en la construcción de región.

Desde esta perspectiva, el dominio del ordenamiento territorial comprende un conjunto de acciones político – administrativas y de planificación física “CONCERTADAS”, emprendidas por los municipios, en “EJERCICIO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA” que les compete, dentro de los límites fijados por la Constitución y las leyes, para disponer de instrumentos eficientes que orienten el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, de acuerdo con las estrategias de desarrollo socioeconómico y en armonía con el medio ambiente y las tradiciones históricas y culturales”.

De hecho, el Ordenamiento Territorial municipal tiene por objeto complementar la planificación económica y social con la dimensión territorial, racionalizar las intervenciones sobre el territorio y orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible, mediante; la definición de estrategias territoriales de uso, ocupación y manejo del suelo, en

función de los objetivos económicos, sociales, urbanísticos y ambientales. Es necesario el diseño y adopción de los instrumentos y procedimientos de gestión y actuaciones claras, que permitan ejecutar acciones urbanísticas integrales y poder articular las actuaciones sectoriales que afectan la estructura del territorio municipal; con la definición de los programas y proyectos que concreten estos propósitos.

Entonces el fin último y fundamental del Ordenamiento Territorial, es el logro de condiciones de vida dignas para la población actual y las poblaciones futuras; para ello es necesario proponer las estrategias metodológicas donde lo que impere es lo holístico y no lo específico para ello se requiere, propiciar espacios eficientes donde bajo la convocatoria y las orientaciones técnicas y comunitarias, se reúnan todos los agentes sociales y los actores comunales, públicos y privados para reflexionar sobre la situación actual que el momento histórico amerite.

Ahora bien, en segunda medida y entorno a la seguridad y soberanía alimentaria es necesario entender que la misma es un elemento vital correspondiente al desarrollo económico de un territorio; en otras palabras, el estado a través del gobierno local o nacional debe orientar estrategias que establezcan el mantenimiento de la seguridad y soberanía alimentaria a la población en general para condicionar una sociedad sana, acta para ejecutar actividades que redunden en la sustentabilidad de este ciclo vital social. Sin embargo, es necesario precisar que

⁵ Gabriel Espinosa Arrieta. Alcalde de Sincé (Sucre). 1998

para el caso existen dos tipos de economía en este marco; con filosofías y objetivos específicos diferentes pero que en la práctica son aportantes en la sustentabilidad del ciclo vital social mencionado.

La economía campesina y la economía agropecuaria primas hermanas que tomaron caminos diferentes desde la perspectiva de sus modos de producción, pero con similitud desde el punto de vista de los actores involucrados (campesinos). Adicionalmente se entre ve elementos de participación diferenciados con pensamientos políticos que arraigan su proceder los cuales se esbozan a continuación.

La economía campesina se fundamenta sobre una concepción política socialista, es decir; sobre la actuación asociativa y cooperativa de sus actores, toda la familia interviene como agente de producción, se desarrollan policultivos en muchos casos de carácter mixto (agrícola y pecuario), se genera excedentes, las áreas de producción promedio son de 1 a 10 Ha, económicamente se presentan diferentes niveles de subsistencia, transicional y excedentario, es una actividad potenciada por la organización y cooperación de muchas familias, los niños y niñas intervienen activamente lo que permite el relevo generacional y es un sistema ambientalmente sostenible y sustentable

En contra posición la economía agropecuaria es de corte capitalista, la actuación de sus actores son individuales, la familia en si no interviene en el modo de producción, se desarrolla de forma

intensiva monocultivos, desde un punto de vista financiero se busca la generación de rentabilidad, las áreas de intervención en promedio son mayores de a 20 Ha, en la mayoría de los casos se genera producción a escala, es una actividad potenciada por un individuos o socios en ella los niños y niñas no intervienen, normalmente no hay relevo generacional, ambientalmente es poco sustentable frente al medio ambiente.

Sin embargo y se ha demostrado a través de la historia de los pueblos que ninguna de las dos es suficiente para abastecer la necesidad de alimento para las poblaciones, sino que se necesita de las dos para mantener el ciclo vital social, es decir; ninguna es la verdad revelada ni el modelo justo para mantener índices de igualdad y equidad.

Lo anterior, se enuncia teniendo en cuenta que la economía campesina complementa los vacíos que a razón de alimentos se genera o que no es capaz de suplir la economía agropecuaria por lo que la seguridad alimentaria del territorio se equilibrará. Y en otro sentido la economía agropecuaria complementa los vacíos que a razón de empleo genera y que no es capaz de suplir la economía campesina por lo que se regulará el empleo en el territorio.

En general y solo con estas dos menciones se ordena el territorio de forma participativa privilegiando el empleo y la seguridad alimentaria al mismo tiempo de lo cual se genera como resultado fortalecimiento de un desarrollo y crecimiento económico de forma simbiótica.

Semillas, usos y saberes como estrategia para el fortalecimiento de la seguridad y soberanía alimentaria en la Orinoquia colombiana.

Las semillas han sido mantenidas y seleccionadas mediante el trabajo, la experimentación y el cuidado colectivo en los pueblos y, a su vez, ellas han hecho parte importante del desarrollo de las culturas ancestrales y han servido para transmitir los conocimientos adquiridos por las comunidades indígenas y campesinas a través de todo el mundo. Asimismo, se integran en un proceso constante de creación y renovación.

Las semillas y las razas de los animales criollas y nativas son una fuente de bienestar para las comunidades y representan la mejor posibilidad para mejorar la calidad de vida y asegurar la conservación de los ecosistemas silvestres, así como el mantenimiento y protección de los suelos, las fuentes de aguas, los sistemas productivos agroecológicos locales, la alimentación y los saberes tradicionales de las comunidades. Las semillas criollas son fundamentales para garantizar la soberanía y autonomía alimentaria de los pueblos y son el seguro para enfrentar la crisis alimentaria y salvaguardar la agricultura frente al cambio climático; es así como la diversidad de semillas criollas y los sistemas de producción tradicionales, se constituyen en una estrategia de resiliencia indispensables frente al cambio climático.

Las semillas criollas también son el mejor instrumento que tienen las comunidades rurales para enfrentar el modelo de desarrollo agrícola

insostenible, basado en monocultivos agroindustriales que imponen la dependencia a las semillas híbridas y transgénicas, las cuales han sido patentadas y controladas por las empresas semilleros que pretenden controlar todo el sistema agroalimentario.

Es preocupante la progresiva pérdida de semillas criollas (tanto silvestres como cultivadas) y conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas, afro y campesinas, lo que ha generado la pérdida de la soberanía y autonomía alimentaria de las comunidades locales. Algunas de las principales causas de la pérdida de la agrobiodiversidad son: la destrucción de los bosques y los ecosistemas naturales; la pérdida de los conocimientos tradicionales y de los sistemas de producción locales; las presiones demográficas; el pastoreo excesivo; los monocultivos agroindustriales; los proyectos minero-energéticos; los cambios en las prácticas agrícolas; y el control monopólico de las semillas por las empresas.

Ante la necesidad de recomponer los sistemas productivos tradicionales, con la utilización de las semillas y razas criollas se buscan mejores condiciones de calidad de vida, que permitan la permanencia en el campo en condiciones dignas y el reconocimiento de los saberes y el trabajo de los mayores y especialmente de las mujeres.

La libre circulación de las semillas entre comunidades y pueblos es sin duda la mejor manera de recuperar y usar las semillas. Para ello han sido fundamentales las múltiples estrategias y acciones que han implementado las comunidades

rurales desde épocas ancestrales, como son los trueques, los intercambios, los mercados campesinos y/o comunitarios, los encuentros de sabedores, entre otros, donde se comparten las semillas, los saberes y sabores de la comida tradicional, que en su conjunto cumplen la función de garantizar la soberanía y autonomía alimentaria de los pueblos y comunidades.

Conclusiones

La seguridad alimentaria es una cuestión superior en la construcción de país, no es solo una política pública estatal, ni una medida de cumplimiento a parámetros deseables internacionalmente, es, la piedra angular de garantía de goce efectivo de derechos para la población, en particular para la primera infancia y para las comunidades más rezagadas de los beneficios del sistema socioeconómico imperante. Por consiguiente, es imprescindible superar modelos y paradigmas de producción agropecuaria anacrónicos y dar el salto cualitativo a nuevas formas, que, en últimas, corresponden a una vuelta al origen, por ejemplo, el hecho de producir amigablemente con los ecosistemas, de manera limpia, bajo modelos de economía familiar y campesina que promueva y fortalezca nuevas formas de asociatividad rural y nuevas formas de reciprocidad y equidad en el desarrollo urbano-rural.

En el crisol cultural y ambiental que es Colombia, es fundamental pensar la soberanía alimentaria como una poderosa herramienta de desarrollo económico y progreso humano, es decir, de transformación. Es muy importante hallar

camino alternativo al tradicional modelo capitalista y a los lineamientos del neoliberalismo económico, que se caracterizan, entre otras cosas, por ser altamente excluyentes socialmente hablando y que atentan contra la armonía de los ecosistemas de la nación.

Desde esta perspectiva cuando es mencionada el componente económico, inmediatamente se establece una conexión financiera exclusivamente; enmarca en el hecho de que la sostenibilidad del país esta soportada en una contabilidad de producción - consumo, de importaciones - exportaciones es decir sobre el criterio de crecimiento económico.

Es así como el documento establece aspectos relevantes a razón de participación en el territorio y el hecho de que existe una mala interpretación de la economía a nivel general, pero, sobre todo; en el impacto que esta tiene en la seguridad alimentaria.

Entonces se plantea la necesidad de ordenar el territorio de forma participativa y responsable anotando en torno a la seguridad y soberanía alimentaria, conceptos fundamentales y de vital importancia que generen claridad en la toma de decisiones de las poblaciones en los territorios; como lo es la economía campesina y la economía agropecuaria. Haciendo hincapié en que la *“economía campesina complementa los vacíos que a razón de alimentos se genera o que no es capaz de suplir la economía agropecuaria por lo que la seguridad alimentaria del territorio se equilibrará. Y en otro sentido la economía agropecuaria complementa los vacíos que a razón de empleo genera y*

que no es capaz de suplir la economía campesina por lo que se regulará el empleo en el territorio”.

De hecho, se resalta como resultado el fortalecimiento de un desarrollo y crecimiento económico de forma simbiótica en el territorio de forma local desde sus actores directos.

Así las cosas, la sociedad, las comunidades, la cultura, la economía y el sector productivo, deben crear sinergias que realmente beneficien la Seguridad y Soberanía alimentaria, puesto que, entendiendo los retos del futuro como el cambio climático, el aumento exponencial de la población mundial, el deterioro de los recursos naturales y la dinámica económica y financiera que las grandes potencias mundiales proponen, será decisión de los pueblos y sus gobernantes, determinar las estrategias adecuadas para lograr la supervivencia de sus comunidades, su cultura y sus territorios.

Referencias

El tiempo (2017) “Sedentarismo y mala alimentación dispararon el sobrepeso y la obesidad”. El tiempo, publicado 22 de noviembre de 2017. Tomado de <http://www.eltiempo.com/vida/salud/cifras-de-la-obesidad-y-la-desnutricion-en-colombia-153944>

Rivera y Soler (s.f.) “El enfoque de la soberanía alimentaria: más allá de la seguridad alimentaria” grupo de investigación ARAG Universidad Autónoma de Barcelona. Tomado de [\[sociologia.com/files/congress/10/grupos-trabajo/ponencias/892.pdf\]\(http://sociologia.com/files/congress/10/grupos-trabajo/ponencias/892.pdf\).](http://www.fes-</p></div><div data-bbox=)

Pacheco, C. (2016). Impacto económico de la violencia armada sobre la producción campesina, caso municipios zona de distensión departamento del Meta, Colombia (1991-2014). Revista Lebre, 8. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 93 – 123. ISSN: 2145-5996

Espitia, L., Pacheco Pérez, C., & Guerrero Moreno, S. (2017). Construcción de un modelo de desarrollo sostenible para el municipio de Lejanías - Meta de manera concertada con los actores territoriales para la vigencia 2016 – 2019. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 4(2), 101-115. Recuperado a partir de <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/28>

Bielschowsky, R. (2010). Estrategia de desarrollo y política industrial en Brasil. Retrieved July, 20, 2012.

Pedraza, D. F. (2004). Estado nutricional como factor y resultado de la seguridad alimentaria y nutricional y sus representaciones en Brasil. Revista de Salud Pública, 6(2), 140-155

Ley 388 (1997) Republica de Colombia. Ordenamiento territorial

Ley 152 (1994) Republica de Colombia. Planes de desarrollo.

Red de Semillas Libres de Colombia (RSL) (2013.) Memorias del Primer Encuentro Nacional. Bogotá D.C.

Grupo Semillas. Guía metodológica para el diagnóstico, recuperación,

conservación y difusión de semillas criollas (2016). Arfo Editores. 44p.

Cruz, N.E., Cortes, J.E., Vélez, N., Fagua, J.S., Pineda, E.O., González, G., Guantiva, E.O., Gómez, E & Vargas, O.J. 2015. Protección del conocimiento

ancestral en recursos florísticos para mejoramiento de la calidad de vida de comunidades indígenas del Meta. Corporación Universitaria Minuto de Dios.



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Sánchez Marquez, Juan Antonioⁱ; Sellares Alegre, Nuriaⁱⁱ; Hernández Muñoz, Nohemí Aracelyⁱⁱⁱ; Mondelo Villaseñor, Mónica^{iv}.
Integración de herramientas tecnológicas y didácticas en el desarrollo de competencias enfocadas a la solución de problemas y a la toma de decisiones

Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018

Pág. 96-105

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.35>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0001-9619-8901>

ⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0003-0839-844X>

ⁱⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0003-1012-9492>

^{iv} <https://orcid.org/0000-0002-8485-055X>

Esta publicación se encuentra bajo licencia: Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional



RevistaGEON

in t f y

“ La solución de un problema implica el establecimiento de observaciones e inferencias ”

Sánchez Marquez, J., Sellares Alegre, N., Hernández Muñoz, N. & Villaseñor, M. (2018). Integración de herramientas tecnológicas y didácticas en el desarrollo de competencias enfocadas a la solución de problemas y a la toma de decisiones.

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Integración de herramientas tecnológicas y didácticas en el desarrollo de competencias enfocadas a la solución de problemas y a la toma de decisiones

Integration of technological and didactic tools in the development of competences focused on solving problems and making decisions.

Juan Antonio Sánchez Márquez

ja.sanchez@ugto.mx

Dr. en Ciencias en Ingeniería Química, Escuela del Nivel Medio Superior de Salamanca, Universidad de Guanajuato, México

Nuria Sellarés Alegre

nsellares@ugto.mx

Mtra. en Educación, Escuela del nivel medio superior de León, Universidad de Guanajuato, México

Nohemí Aracely Hernández Muñoz

hernandez.na@ugto.mx

Lic. Ingeniería Electrónica Escuela del nivel medio superior de Salamanca, Universidad de Guanajuato, México

Mónica Mondelo Villaseñor

m.mondelo@ugto.mx

Mtra. En Gestión y Desarrollo, Escuela de Nivel Medio Superior de León, Universidad de Guanajuato, México.

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/35>

Artículo recibido 2018/02/12 aceptado 2018/06/12

Resumen

Este proyecto plantea la integración de herramientas tecnológicas y didácticas en la enseñanza de las ciencias experimentales y exactas bajo el enfoque y principios del modelo Sustitución-Aumento-Modificación-Redefinición (Modelo SAMR). Es importante destacar que el modelo SAMR plantea un proceso que permite mejorar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje tomando de base la integración de herramientas tecnológicas y estrategias didácticas. La integración de este modelo hace evidente que las TIC pueden transformar los ambientes de aprendizaje tradicionales en cuatro niveles progresivos de impacto (Sustitución, Aumento, Modificación y Redefinición, de ahí el nombre de modelo SAMR). Sin embargo, es importante tener presente que no todas las herramientas tecnológicas lograrán los cuatro niveles de manera inercial. En este sentido, el docente debe seleccionar e integrar las herramientas tomando en cuenta el potencial de impacto que a su juicio éstas pueden alcanzar. En este proyecto se priorizó el uso de simuladores como elementos sustitutos de metodologías preexistentes para el aprendizaje de temas esenciales en el área de las ciencias exactas y experimentales. Estos simuladores lograron diferentes niveles de impacto al integrarse con herramientas didácticas específicas. Bajo este enfoque las herramientas tecnológicas se aplicaron de tal modo que pudieron ser concebidas como una sustitución, aumento, modificación o redefinición de otras herramientas tradicionales, pero con mejoras funcionales. La incorporación de este modelo, al final del día, permitió impulsar a los estudiantes a entrar en una dinámica de explorar, describir, explicar, evaluar y/o transformar, desarrollando en ellos un pensamiento crítico, analítico y divergente.

Palabras Clave: Integración, Herramientas, Tecnológicas, Didácticas, Aprendizaje.

Abstract

This project proposes the integration of technological and didactic tools in the teaching of experimental and exact sciences under the approach and principles of the Substitution-Increase-Modification-Redefinition model (SAMR model). It is important to highlight that the SAMR model proposes a process that allows improving the quality of teaching and learning based on the integration of technological tools and teaching strategies. The integration of this model makes it clear that ICT can transform traditional learning environments into four progressive levels of impact (Substitution, Increase, Modification and Redefinition, hence the

name of the SAMR model). However, it is important to keep in mind that not all technological tools will achieve all four levels in an inertial manner. In this sense, the teacher must select and integrate the tools taking into account the potential impact that in their opinion these can reach. In this project, the use of simulators as substitute elements of preexisting methodologies for the learning of essential topics in the area of exact and experimental sciences was prioritized. These simulators achieved different levels of impact when integrated with specific didactic tools. Under this approach, technological tools were applied in such a way that they could be conceived as a substitution, increase, modification or redefinition of other traditional tools, but with functional improvements. The incorporation of this model, at the end of the day, allowed students to enter into a dynamic of exploring, describing, explaining, evaluating and / or transforming, developing in them a critical, analytical and divergent thinking.

Keywords: Integration, Tools, Technological, Didactic, Learning.

Introducción

Generar ambientes de aprendizaje enriquecidos con el uso intencionado, enfocado y efectivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), requiere una intervención en las Instituciones Educativas a dos niveles. En el primero de éstos se debe asegurar que se cumplen las condiciones planteadas en los cinco ejes fundamentales que deben atenderse para lograr transformaciones significativas tanto en la enseñanza de las TIC como en la integración de éstas en procesos educativos. Estos ejes son:

1. Dirección Institucional: hace referencia al liderazgo administrativo, pedagógico y técnico requerido por parte de los directivos de la Institución Educativa y, a los cambios necesarios en

su estructura y en su cultura organizacional;

2. Infraestructura TIC: atiende los recursos tecnológicos propiamente dichos: hardware, Software (sistema operativo y otras aplicaciones básicas), conectividad (Internet) y soporte técnico;

3. Coordinación y Docencia TIC: trata las funciones que deben desempeñar dentro de la Institución tanto el Coordinador Informático, como los docentes de esta asignatura;

4. Docentes de otras Áreas: se refiere a las Competencias que los maestros de áreas diferentes a Informática deben desplegar para enriquecer, con el uso pedagógico de las TIC, el aprendizaje en las asignaturas a su cargo; y

5. Recursos Digitales: atiende la disponibilidad y correcta utilización, con diversos fines, de herramientas Informáticas y contenidos digitales por parte de todos los docentes de la Institución Educativa.

El segundo nivel se centra en el modelo que facilitará a los docentes la visualización clara de cómo pueden transformar las TIC los ambientes de aprendizaje tradicionales. En este sentido el modelo SAMR está compuesto por cuatro niveles progresivos de impacto (Sustituir, Aumentar, Modificar y Redefinir).

Capa 1. Mejora:

Nivel 1. Sustitución: La tecnología se aplica como un elemento reemplazante de otro preexistente, pero no se produce ningún cambio metodológico. Un ejemplo de este estadio sería la creación de un texto con un procesador o de un mapa mental con Cmaps o cualquier otra herramienta.

Nivel 2. Aumento: La tecnología se aplica como un sustituto de otro sistema existente, pero se producen mejoras funcionales. A través de la tecnología y sin modificar la metodología, se consigue potenciar las situaciones de aprendizaje. La búsqueda de información empleando un motor de búsqueda es un claro ejemplo de este estadio.

Capa 2 Transformación:

Nivel 3. Modificación: A través de las tecnologías se consigue una redefinición significativamente mejor de las tareas y se produce un cambio metodológico. A partir de aplicaciones sencillas nuestros alumnos pueden crear

nuevos contenidos y presentar la información integrando distintas tecnologías. La creación de un vídeo en el que el alumno resume un libro y agrega los comentarios de sus compañeros al vídeo, debatiendo los puntos clave (por ejemplo, en YouTube) es un ejemplo de este estadio.

Nivel 4. Redefinición: Se crean nuevos ambientes de aprendizaje, actividades, etc. que mejoran la calidad educativa y que sin su utilización serían impensables. Los alumnos crean materiales audiovisuales que recogen lo que han aprendido tales como proyectos de trabajo y que resultan de utilidad fuera de la clase. Por ejemplo, la puesta en marcha de un proyecto para convertir un solar en un patio perfecto para el colegio (usaría las redes sociales para difundir el proyecto y obtener financiación, herramientas de diseño gráfico para elaborar planos, herramientas ofimáticas para calcular costes, vídeo para difundir el proceso y los resultados... etc.)

Contexto teórico

En la actualidad, los estudiantes deben desarrollar habilidades que son muy diferentes de las habilidades requeridas hace 20 años. El mundo moderno demanda que los jóvenes sean capaces de colaborar, planear, pensar críticamente, tomar decisiones, resolver problemas, demanda que sean creativos, que muestren responsabilidad social y que sean capaces de manejar herramientas tecnológicas que no están incluidas normalmente en la curricular de las instituciones educativas. Además, los estudiantes deben ser capaces de trabajar en grupos diversos de tal modo

que puedan tener éxito en un mundo globalizado y en una economía digital. El desarrollo de las habilidades necesarias para la vida en la Sociedad del Conocimiento se ha vuelto una prioridad para los sistemas educativos del mundo. Las expectativas de aprendizaje en los estudiantes, durante el presente siglo, se asocian con competencias tales como: creatividad, innovación, pensamiento crítico, comunicación, colaboración, alfabetización digital e informacional y responsabilidad social y personal. Estas habilidades y competencias se denominan normalmente habilidades y competencias del siglo XXI con el fin de indicar que están más relacionadas con las necesidades de los modelos emergentes de desarrollo económico y social que con aquellas del siglo pasado al servicio del modo industrial de producción.

Al respecto los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos han desarrollado esfuerzos y proyectos conjuntos para el logro de estas competencias. Los objetivos generales de estos proyectos son, por un lado, conceptualizar y analizar desde una perspectiva comparativa los efectos de las nuevas tecnologías digitales en el desarrollo cognitivo de los jóvenes así como en sus valores, estilos de vida y expectativas educativas y, por otro lado, examinar las respuestas al surgimiento de este fenómeno en términos de política y práctica educativas. Derivados de estos estudios se han propuesto alternativas que se centran en la integración de herramientas que estimulen el pensamiento computación y que a su vez promuevan el desarrollo de las

denominadas expectativas de aprendizaje del siglo XXI.

Las introducciones del pensamiento computacional en la curricular formal y extracurricular de las instituciones educativas ayudaría a los estudiantes a entender cómo resolver problemas mediante procesos tales como: la reducción, la integración, la transformación, la descomposición y la simulación. de igual modo el pensamiento computacional apoyaría a los estudiantes en la mejora de procesos tales como la planeación, búsqueda, programación y pensamiento lógico.

La inclusión del pensamiento computacional en el desarrollo de proyectos representa una herramienta de valiosa importancia que ayuda a los estudiantes a mejorar su desempeño académico, motiva su interés por aprender y promueve el desarrollo de habilidades tales como: el trabajo en equipo, la planeación eficiente de actividades, la organización del trabajo y la conexión estratégica de conocimientos de diferentes áreas. Además, cuando los alumnos diseñan un proyecto enfocado a la solución de un problema indirectamente le añaden importancia al conocimiento (aprendizaje significativo) convergiendo conocimientos, habilidades y actitudes en una misma actividad (competencias).

De igual modo, es importante destacar que la solución de problemas promueve el desarrollo de la creatividad y la imaginación, lo cual involucra procesos fundamentales tales como: la investigación, la reflexión y el descubrimiento; los cuales generan

satisfacción en las personas e incrementan su conocimiento. El desarrollo de proyectos relacionados con el pensamiento computacional requiere que los estudiantes reflexionen y propongan soluciones. Sin duda alguna, los estudiantes aprenderán más si ellos son capaces de ofrecer un mayor número de soluciones a un mismo problema, porque cada vez que ellos proponen una alternativa, ellos reflexionan sobre lo que si funciona y lo que no. Finalmente, cada problema resuelto genera satisfacción, y está se convierte en una invitación abierta a otros jóvenes y niños para que se enfrasquen en la búsqueda de nuevos retos y con cada reto la experiencia adquirida se irá incrementando

Materiales y Métodos

Este proyecto plantea la integración de herramientas tecnológicas y didácticas en la enseñanza de las ciencias experimentales y exactas bajo el enfoque y principios del modelo SAMR, el cual se basa en un proceso que permite mejorar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje tomando de base la integración de herramientas tecnológicas y estrategias didácticas. En este proyecto se priorizó el uso de simuladores como elementos sustitutos de metodologías preexistentes para el aprendizaje de temas esenciales en el área de las ciencias exactas y experimentales. Bajo este enfoque las herramientas tecnológicas se aplican como un reemplazo de otros sistemas tradicionales, pero con mejoras funcionales. Básicamente, a través de la tecnología y sin modificar la metodología,

se consigue potenciar las situaciones de aprendizaje.

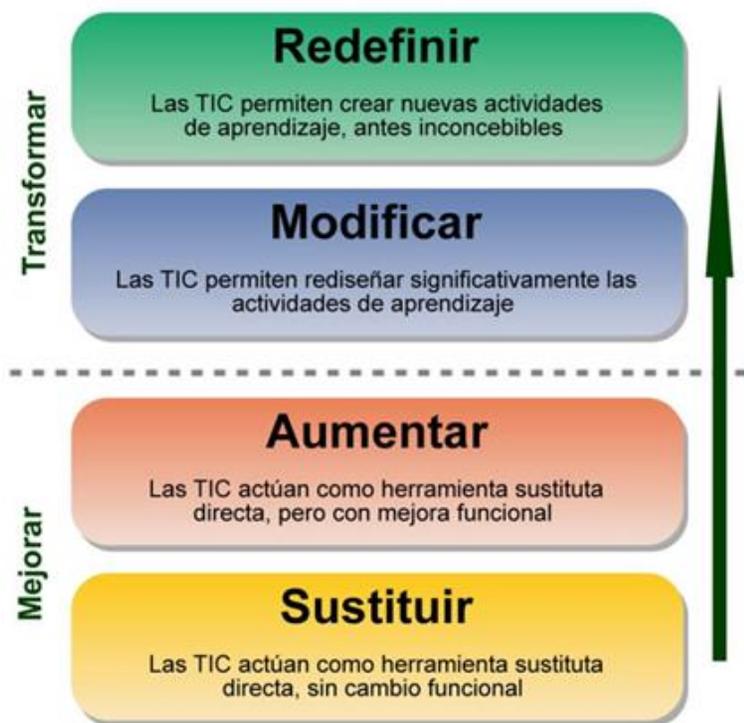


Figura 1. Modelo SAMR (Puentedura, 2006)

Es importante destacar que a través del uso de herramientas tecnológicas se consigue una redefinición significativamente mejor de las tareas. Además, se crean nuevos ambientes de aprendizaje y se diseñan nuevas actividades que mejoran la calidad educativa haciendo más eficiente el proceso de enseñanza-aprendizaje. La habilidad para resolver problemas es una de las habilidades básicas que los estudiantes deben tener a lo largo de sus vidas y que usan frecuentemente toda vez que dejan la escuela. Es oportuno puntualizar, que lo que se puede enseñar es la actitud correcta ante los problemas, y enseñar a resolver problemas es el camino para resolverlos. En este sentido, el mejor método no es contarles cosas a los

alumnos, sino preguntárselas y, mejor todavía, instarles a que se pregunten ellos mismo. Es importante que el alumno aprenda que lo importante no es obtener la solución, sino el camino que lleva hacia ella. Es en este punto en donde los simuladores de libre de acceso se convierten en el elemento que permite la propuesta de situaciones o fenómenos que impulsen a los estudiantes a entrar en la dinámica de explorar, describir, explicar, evaluar y/o transformar.

Tabla 1. Metodología para la integración del modelo SAMR

Variable	Pregunta
Sustitución:	¿Qué puedo ganar si sustituyo la tecnología antigua por la nueva?
Paso de la fase de Sustitución a la de Aumento:	¿He añadido alguna nueva una funcionalidad en el proceso de enseñanza/aprendizaje que no se podía haber conseguido con la tecnología más antigua en un nivel fundamental?
	¿Cómo mejora esta característica a mi diseño instruccional?
Paso de la fase de Aumento a la fase de Modificación	¿Cómo se ve afectada la tarea que se va a realizar?
	¿Esta modificación dependerá del uso de la tecnología?
	¿Cómo afecta esta modificación a mi diseño instruccional?
Paso de la fase de Modificación a la de Redefinición.	¿Cuál es la nueva tarea?
	¿Va a sustituir o complementar las que realizaba anteriormente?
	¿Estas transformaciones sólo se realizan si aplico las nuevas tecnologías?
	¿Cómo contribuye a mi diseño?

Fuente: SAMR in the Classroom, Ruben R. Puentedura Ph.D.

Tabla 2. Integración de las actividades el aula de acuerdo con el modelo SAMR

Etapa	Actividad
Sustitución	Los alumnos desarrollan diagramas de flujo en los que explican a detalle la secuencia de pasos relacionada con la solución de problemas de diferente tipo. Los alumnos trabajarán en equipos de 5 y recurrirán al uso de alguna app para asistirse en el diseño del diagrama de flujo.
Aumento	Los alumnos diseñan presentaciones en Powerpoint, Prezi, etc relativa a los códigos analizados y desarrollados incluyendo animaciones, SmartArt, sonidos o videos.
Redefinición	Los alumnos crean juegos matemáticos o simulaciones basados en la solución del problema en cuestión haciendo uso de la plataforma online Estos códigos son compartidos en repositorios abiertos al público en general en donde cualquier persona puede acceder y usar este juego.

Fuente: SAMR in the Classroom, Ruben R. Puentedura Ph.D.

Un mejor desempeño en el proceso de solución de problemas impactará indirectamente otras áreas del conocimiento ya que al resolver problemas: i) los alumnos tienen la posibilidad de pensar las cuestiones con detenimiento, hacer pruebas, investigar, argumentar, ii) Existe una mayor participación y un mayor grado de comprensión por parte del alumnado. iii) Se genera conocimiento basado en la experiencia siendo más duradero y significativo para el alumno que el conocimiento transmitido por el profesor o el libro. iv) Los alumnos se ven inmersos en la construcción de sus propios sistemas individuales de aprendizaje y de comprensión.

Resultados y Discusiones

La integración de herramientas tecnológicas basada en el modelo SAMR permitió que los alumnos desarrollaran habilidades asociadas con los siguientes aspectos:

a. Entendimiento del problema.

A través de las herramientas tecnológicas los alumnos desarrollaron habilidades asociadas al reconocimiento de variables, unidades y parámetros de importancia para la solución del problema. Además, aprendieron a identificar preguntas claves y a encontrar hechos a partir del escenario propuesto. Por ejemplo, la herramienta conocida como Algodool permitió a los alumnos usar herramientas sencillas de dibujo para diseñar, construir y explorar el mundo de la física, Figura 2.

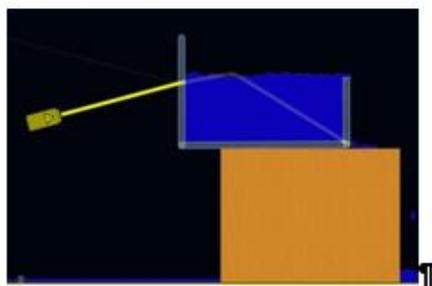


Figura 2. Simulador Algodool aplicado en la Química y la Física

b. Generación de hipótesis y soluciones.

A través de la integración de las herramientas tecnológicas los alumnos aprenden a diseñar estrategias, para plantear hipótesis y/o soluciones, tanto en forma colaborativa como de manera individual. Durante el diseño de estas estrategias ellos reconocen sus propios procesos creativos y esto hace que la motivación y el aprendizaje significativo se incrementen. Por ejemplo, con scratch los alumnos aprendieron a programar juegos y animaciones interactivas, que los ayudaron a aprender a pensar creativamente, razonar sistemáticamente y a trabajar en colaboración, habilidades esenciales para el siglo XXI, Figura 3.



Figura 3. Juego realizado en Scratch.

c. Establecimiento de conclusiones

En la solución de problemas bajo el enfoque tradicional los alumnos rara vez ejercitan esta habilidad, ya que

tradicionalmente se le da más relevancia al valor numérico (solución) que a la interpretación de ese resultado.

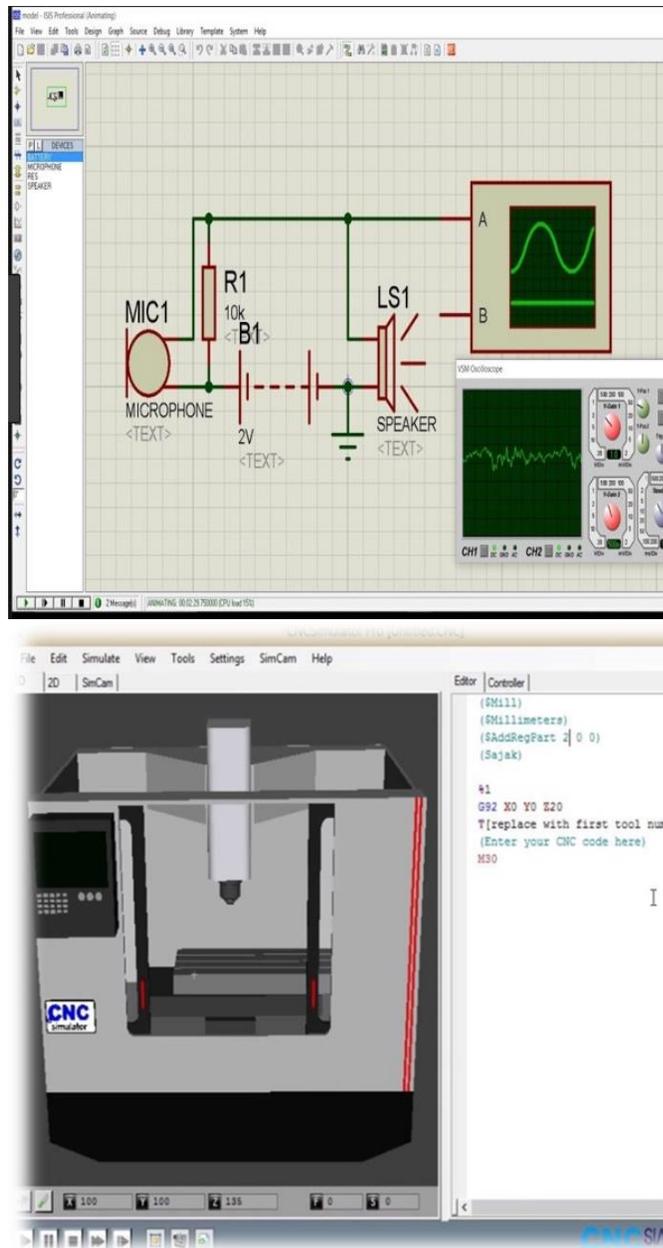


Figura 3. Uso de simuladores (Aumento).

Por otro lado, gracias a la incorporación de herramientas tecnológicas los alumnos pueden establecer conclusiones apoyadas en los resultados obtenidos. Este hecho les permite concluir y reflexionar

individualmente o en pares. Por ejemplo, el uso de simuladores como Proteus permitió a los alumnos detectar en forma oportuna errores, ahorrar tiempo y recursos, aumentar el tiempo de práctica y ganar experiencia laboral, Figura 4.

Conclusiones.

Después de llevar a cabo el proyecto, los estudiantes cambiaron su forma de visualizar un problema. Una vez terminado el proyecto los estudiantes reconocieron que un problema debe ser un ejercicio basado en una situación real y debe involucrar el aprendizaje de nuevo conocimiento, habilidades y actitudes, Tabla 1.

Además, reconocieron que la solución de un problema implica el establecimiento de observaciones e inferencias, la correlación de conocimientos previos con la nueva información obtenida y la reflexión y generación de conclusiones como etapa de cierre de la solución.

El desarrollo de este proyecto permitió mejorar el desempeño de los estudiantes en las tareas del área de ciencias experimentales y exactas. Además, fomentó en los estudiantes un pensamiento crítico, analítico y divergente mejorando con esto la habilidad para resolver problemas.

Referencias

Competencias del siglo XXI en Latinoamérica Banco Interamericano de Desarrollo. Extraído a partir de: <http://www.iadb.org>

Working Paper 21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries, (EDU Working Paper No. 41), Instituto de Tecnologías educativas, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

AA.VV. (2001) Evaluación de fuentes de información en Internet: Criterios de calidad. En: Ciencias de la Información Vol. 32, No. 2.

Baiget, T. (1986). Análisis de sistemas de información. Barcelona: Institut Catalá de Tecnología, 1986, 64 p.

Belcher, M. et al. (1999). DESIRE information gateways handbook. Obtenido a partir de: <http://www.desire.org/handbook/>

Codina, L. (1998) Metodología de análisis de sistemas de información y diseño de bases de datos documentales: aspectos lógicos y funcionales.

BARÓ, J.; CID, P. (eds.). Anuario SOCADI de Documentación e Información 1998. Barcelona: SOCADI, 1998, p. 195-2105.

CONSEJO SUPERIOR DE INFORMÁTICA. (1993). Metodología de planificación y desarrollo de sistemas de información. Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas, 1993, 243 pp.

López, J.C. (2008). Modelo para Integrar TIC en el Currículo – Educadores.

Martí, J. (2013). El modelo SAMR.

Puentedura, R. (2006). Transformation, Technology, and Education.

Stake, R. E. (1995). Investigación con estudio de casos. Madrid: Morata, 1995.

Duran y Castrillo, Ma Pilar (1981) "Case estudi metodologi: An epistemological adhocaci." A W.W. Welsh (ed.) Case study Methodology in Educational Evaluation. Proceedings of the 1981 Minnesot Evaluation Conference. Menneapolis: Minnesota Research and Evaluation Center, 1981.

Walker, R. (1983). La realización de estudios de casos en educación. Ética, teoría y procedimientos". A: W. Dockrell i D. Hamilton (Eds.) Nuevas reflexiones sobre la investigación educativa. Madrid: Narcea, 1983.

Yin, Robert K. (1994) Case Study Research. Design and Methods. London: SAGE, 1994.

Yin, Robert K. (1993). Applications of Case Study Research. London: SAGE, 1993.



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Almánzar Fortuna, Ricardo Joelⁱ; Flores, Claudia Esmeralda.
**Planificación estratégica en las empresas
públicas de República Dominicana, caso
CDEEE**

Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 106-114

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.75>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0003-2353-397X>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



Almánzar Fortuna, R., & Flores, C. (2018). Planificación
estratégica en las empresas públicas de República
Dominicana, caso CDEEE

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Planificación estratégica en las empresas públicas de República Dominicana, caso CDEEE

Strategic Planning in Public Enterprises of Dominican Republic, case CDEEE

Ricardo Joel Almánzar F

rj.almanzarf@gmail.com

Dr. Ciencias Económicas y Administrativas, Ucimexico, México

Claudia Esmeralda Flores M

claudiaefloresm@gmail.com

Dra. Ciencias Económicas y Administrativas, Ucimexico, México

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/75>

Artículo recibido 2018/04/20 aceptado 2018/06/12

Resumen

La planificación de las empresas del Estado implica una serie de lineamientos estratégicos que deberían conciliar las buenas prácticas administrativas, así como el aseguramiento de la calidad de los procesos utilizados para garantizar que el uso de los recursos públicos se emplea de la manera correcta. La problemática en el sector eléctrico de la República Dominicana ha obligado al gobierno a plantearse un esquema que le permita dar una solución permanente a las dificultades de generación, compra y distribución de la energía, así como el mejoramiento de la estructura de servicios. Para ello se implementó en el 2013 un nuevo modelo de planificación estratégica basada en ejes estructurales, que son objeto de análisis en el presente artículo.

Palabras Clave: planificación, estrategia, energía, electricidad, recursos, procesos

Abstract

The planning of companies of the State involves a series of strategic guidelines that should reconcile the good administrative practices, as well as the assurance of the quality of the processes used to ensure that the use of public resources are used in the right way. The problem in the electricity sector in the Dominican Republic has forced the government to consider a scheme that allows you to provide a permanent solution to the difficulties of generation, purchase and distribution of energy, as well as the improvement of the service structure. For this was implemented in 2013 a new strategic planning model based on structural axes, which are analyzed in this article.

Keywords: Planning, Strategy, energy, electricity, resources, processes

Introducción

En todo acto de gestión pública o privada, la planificación es una tarea esencial que exige a quienes la elaboran, responder a preguntas esenciales sobre su gestión: ¿Quiénes somos? ¿Para quién

trabajamos? ¿Qué hacemos? ¿Qué queremos ser y hacer a futuro? Sin embargo, este es solamente el inicio del proceso.

A lo largo de la historia, el uso de estrategias ha permitido diferenciar a

individuos, grupos, líderes y civilizaciones enteras en cuestión del éxito o fracaso. Todos ellos pudieran tener objetivos similares como: sobrevivir, establecer imperios, ganar batallas, vencer a los oponentes, hacer sueños realidad, etc. La clave del éxito o fracaso se encuentra ligada al proceso de la planificación estratégica, aunque para cada caso la explicación se ubica en diferentes fases de la planeación.

En el presente artículo se revisa el caso de la Corporación Dominicana de Empresas Eléctricas Estatales (CDEEE) en su segundo ejercicio de planificación, según lo dispuesto en la Ley No. 498-06 en la República Dominicana, de la que surge el Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública. Se analiza, por lo tanto, el procedimiento que ha seguido la CDEEE para su planificación estratégica, contenido en el Plan Estratégico de la CDEEE para el periodo 2013-2016, a raíz de una serie de deficiencias que originaron problemas sistemáticos que por más de cinco décadas han quedado sin resolver; dando como origen el Plan Estratégico de la CDEEE, pautado para el período 2013-2106.

Las empresas públicas en República Dominicana han sido por tradición deficitarias, tanto en el aspecto económico como en el de la prestación de sus servicios y la estructura operativa de las mismas. Es a partir del primer gobierno del Doctor Leonel Fernández en el 1996 cuando adquieren cierto protagonismo y se inicia el cambio del modelo administrativo.

Si bien es cierto que se ha logrado algún avance con la inclusión de la carrera administrativa y además en la política de sueldos, cabe mencionar que el mayor obstáculo sigue siendo de voluntad política, lo que ha impedido una verdadera gestión pulcra y unos criterios de uniformidad en las instituciones del Estado.

La Corporación de Empresas Eléctricas Estatales, CDEEE, es una dependencia directa del gobierno dominicano, perteneciente al Ministerio de Energía y Minas, MEM, la que agrupa las distintas empresas generadoras en un conglomerado productivo. Su papel como regulador y transferencia de ingresos al Estado es de vital importancia para el desenvolvimiento y ejecución presupuestal anual.

(i) Referente teórico y metodológico

La metodología utilizada se basa en el análisis documental, en tanto que se recurre a recopilar datos plasmados en los planes estratégicos de la institución en cuestión, así también utilizando los esquemas de planificación estratégica dispuestos en los distintos recursos académicos facilitados para el análisis de caso.

La estrategia es el patrón de decisiones de la empresa que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, produce las principales políticas y planes para lograr esos objetivos y define el rango de negocio la empresa está persiguiendo, el tipo de organización económica y humana es o pretende ser, y la naturaleza

de los derechos económicos y no económicos que se propone hacer contribuciones a sus accionistas, empleados, clientes y comunidades. (Andrew, 1971)

Por otra parte, como bien menciona Contreras (2013) “la estrategia de una empresa puede ser mejor que la de otra sin importar el tamaño, no necesariamente tiene que ser la más grande para poder salir adelante. Lo importante es que se tengan definidos los objetivos a los cuales se apunta, se cuente con el conocimiento y los deseos de echar a andar el proyecto hacia adelante” (sp.). Para esto se requiere primeramente la revisión o definición de la Misión, Visión y Valores, considerados como la fase filosófica o ideológica del proceso de planificación estratégica.

Luego viene la fase analítica, que consiste en realizar una revisión de los principales factores internos y externos, identificando tanto las oportunidades para el posicionamiento de la empresa, así como todos los factores que pudieran afectar su éxito, ya sean amenazas externas o las propias debilidades, además de las fortalezas (incluyendo recursos materiales y humanos). Una vez analizados estos factores, se puede proceder al establecimiento de objetivos (fase programática) a partir de las oportunidades o problemas identificados, siendo estos objetivos una propuesta para dar solución a los problemas o retos encontrados. A continuación, en la fase operativa se definirán las políticas de acción y estrategias detalladas que lleven al logro de los objetivos. Finalmente se trabaja una fase cuantitativa en la que se

identifican los indicadores a utilizar, así como los valores esperados.

En tal sentido, siguiendo la línea de pensamiento de los autores, la estrategia como parte de un plan elaborado que busca lograr metas y alcanzar objetivos es aplicable a cualquier tipo de empresa, incluso al ser humano como individuo.

Unas 11 estrategias o enfoques para la planeación estratégica son las descritas por David (2003), según el propósito principal de la empresa para un determinado periodo de planeación. Las estrategias de integración vertical, por ejemplo, permiten a una empresa el control de distribuidores, proveedores y competidores (integración hacia delante, integración hacia atrás, integración horizontal); las estrategias de penetración en el mercado y desarrollo en el mercado, tienen que ver con la búsqueda del aumento de la participación o introducción de sus productos o servicios a través de la mercadotecnia; la diversificación concéntrica y horizontal, tienen que ver con la adición de productos o servicios ya sea relacionados o no con los clientes actuales; el desarrollo de productos es la búsqueda de incrementos de ventas mejorando o desarrollando productos y servicios; la enajenación consiste en la venta de una división o parte de la empresa; el recorte de gastos implica la disminución de adquisiciones y costos; la liquidación consiste en la venta de activos de la empresa en partes.

Como explica Vetter (2012), sin embargo, la razón por la que una de cada 10 estrategias pueda fracasar, adjudicándose a una “pobre ejecución” y

cita Charan y Bossidy (2002) que definen como los 3 elementos de la ejecución. El primer elemento es en realidad una lista de actitudes de liderazgo: cercanía con el equipo, realismo, objetivos y prioridades, compromiso, sistema de recompensas, expansión de capacidades del equipo y conocimiento propio.

El segundo elemento se refiere a la cultura de Ejecución en la organización, de la cual el líder es el responsable al asegurar que los empleados entiendan lo que se espera de ellos y cómo lograrlo, así como aplicar el sistema de recompensas. El tercer elemento consistirá en tener a las personas indicadas en los lugares correctos. Así, se espera que una empresa exitosa en la ejecución de sus estrategias sea aquella en la que todos conocen sus responsabilidades, además del impacto de sus acciones y no se cuestionen las decisiones una vez tomadas, sin embargo, se incluyan todos los niveles gerenciales para la toma de decisiones; los gerentes operativos deberán conocer los resultados de las evaluaciones.

(ii) Resultados

Formulación del plan. En cuanto a su metodología, la Corporación Dominicana de Empresas Eléctricas Estatales (CDEEE) fundamentó la formulación de su Plan 2013-2016 en la cadena de valor, donde ubica su acción para lograr el impacto final deseado partiendo desde la definición de recursos, los cuales a su vez se usan para generar productos y a partir de estos se logran resultados que finalmente llevan a un impacto. En este caso, las operaciones son

el punto intermedio entre los recursos y productos, donde la CDEEE se asume como líder para el cumplimiento de las metas definidas, tanto para los productos intermedios y finales. Aquí se resalta que es esta metodología la que se recomienda por el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD) para la documentación de planes estratégicos de instituciones públicas.

Antes de abordar la primera fase del plan, la CDEEE resume los datos relevantes de su ejercicio anterior, incluyendo un cuadro de indicadores con sus respectivas metas y resultados obtenidos al finalizar dicho periodo (2010-2012). De este primer ejercicio se rescata un acercamiento del 80% de precisión entre las metas definidas y sus resultados finales para la mayor parte de los indicadores, aunque la mayoría de las metas (en sentido estricto) no se cumplen, dejando un mayor reto principalmente para el rubro de pérdidas de energía, de las que se esperaba alcanzar un 22% pero se obtuvo 35%.

En cuanto a la fase ideológica o filosófica de la planeación estratégica propuesta por Medianero (s.f., p.7), la CDEEE responde al “¿Quiénes somos?” definiéndose como una “empresa autónoma de servicio público, con patrimonio propio y personalidad jurídica” (CDEEE, p. 16) a cargo de liderar y coordinar a las empresas eléctricas estatales que distribuyen y comercializan electricidad en las diferentes zonas de la República Dominicana (EDENORTE, EDESUR, EDEESTE), además de la Unidad de Electrificación Rural y Suburbana (UERS) encargada de electrificar

comunidades rurales y sub-urbanas con fuentes renovables y no renovables, así como fomentar la cultura del ahorro y manejo responsable de la energía. Se encuentran también a su cargo la Empresa de Transmisión Eléctrica Dominicana (ETED) encargada de las redes de alta tensión y las subestaciones de transmisión del Sistema Eléctrico Nacional Interconectado (SENI); y la Empresa de Generación Hidroeléctrica Dominicana (EGEHID) ocupada de la generación y administración de energía hidroeléctrica a partir de aguas en movimiento como ríos, mareas, saltos de agua, etc. Como parte de su identidad, la CDEEE reconoce en este mismo apartado su relación con otras instituciones del sector eléctrico:

Comisión Nacional de Energía (CNE)

Superintendencia de Electricidad de la República Dominicana (SIE)

Organismo Coordinador del Sistema Eléctrico Nacional Interconectado (OC)

Misión:

“Liderar la gestión de las empresas eléctricas estatales, para garantizar un servicio de electricidad continuo y eficiente”;

Visión:

“Lograr un sector eléctrico auto sostenible que contribuya al desarrollo del país”;

Valores:

Integridad: conducta honesta, recta y respetuosa hacia las personas y la institución.

Compromiso: en los objetivos institucionales que impactan a la sociedad y el medio ambiente.

Calidad: mejora permanente en todos los servicios con un equipo que interactúa en confianza y seguridad

Trabajo en equipo: esfuerzos aunados para el alcance de los objetivos comunes, fortaleciendo el espíritu colectivista

Perseverancia: firmeza y constancia en la consecución de los propósitos

En la fase de análisis se describe el principal problema a nivel nacional con el suministro eléctrico, el cual impacta negativamente al desarrollo de la economía: el balance comercial deficitario provocado por un esquema tarifario por debajo del costo de producción del cual el gobierno asume el déficit, por lo que se dificulta el abastecimiento de la demanda de manera constante. Este problema central se conforma por: altos precios de compra de energía, pérdidas técnicas y no técnicas de energía, e inversiones no focalizadas ni sistemáticas en el sector de transmisión y distribución.

Así, mientras las empresas distribuidoras deben pagar 2 mil millones de dólares por la compra de energía a las empresas generadoras, los ingresos por venta de energía no pasan de 1,500 millones de dólares. Las pérdidas calculadas se componen combinando este déficit con el hurto y uso no racional de la energía, superando en conjunto los mil millones de dólares. A partir de las tablas de balance y de evolución de los indicadores comerciales de las empresas dominicanas de energía eléctrica, la CDEEE identifica cinco retos:

Puesta en marcha de acciones y proyectos

Financiamientos públicos y privados

Participación de todos los sectores y población en general para la solución integral

Documentación de los resultados al final del periodo de gestión, rescatando las lecciones aprendidas en la puesta en marcha

Modelo de mercado mayorista

Para la fase programática se definen 3 ejes estratégicos referentes a: 1) Modificación de la matriz existente y ampliación del parque existente, 2) reducción de pérdidas y 3) eficiencia en la gestión. De estos se desprenden los siguientes objetivos generales y específicos:

1. Objetivo general: Asegurar un suministro confiable de electricidad a precios competitivos

Incrementar 1,500 megavatios al parque de generación

Mejorar los precios de compra de energía y reducir costos de generación

Reducir el despacho de unidades de altos costos e ineficientes

2. Objetivo general: Mejorar la infraestructura de transmisión y distribución de electricidad, que opere con estándares de calidad y confiabilidad del servicio establecido por las normas.

Reducir 10.4 PP las pérdidas técnicas y comerciales al 2016.

3. Objetivo general: Mejorar la gestión de las empresas eléctricas estatales.

Aumentar la satisfacción del cliente.

Disminuir las pérdidas comerciales administrativas.

Mejorar el flujo de caja de las empresas.

Optimizar los recursos tecnológicos para mejorar la calidad del servicio.

Adecuar la normativa existente a las necesidades de las empresas y los clientes.

Implementación del plan

La etapa de implementación está contenida en varias matrices en las que se despliega cada uno de los objetivos y líneas de acción específicas en distintas perspectivas, las cuales son comercial, financiera, tecnología y sistemas, y fortalecimiento institucional.

También se prevé la revisión de los indicadores a partir de reuniones periódicas para dar seguimiento al proceso de ejecución, aunque no se determinan por completo los todos los aspectos a evaluar.

Un punto importante es que no existe un cronograma general de cada una de las acciones a realizarse, así como los proyectos contemplados para cada uno de los ejes estratégicos definidos en la etapa de planeación.

Es notable el hecho de que a pesar de que se ha pensado un plan estratégico, no se evidencia una integración del personal, es decir, ¿Cuál es el papel de la gente de la empresa en la implementación de la estrategia? Según lo expuesto por Medianero, Vetter y otros autores, debe existir una relación directa con la implementación de la estrategia y el rol del

recurso humano de la empresa, esto con la finalidad de dar a conocer lo que quiere la alta gerencia, cómo lo quiere, cuándo y dónde lo quiere, así como también los medios que se utilizará para lograrlo.

Un aspecto interesante es el uso de ejes estratégicos, mencionado anteriormente, lo cual obedece al uso del cuadro de mando integral, que, aunque no está explícitamente nombrado, sí forma parte de la planificación, esto es al proponer la perspectiva financiera, clientes, operaciones y procesos y aprendizaje.

El problema está específicamente en que se presentan como aisladas estas perspectivas, cuando deben estar íntimamente compenetradas para su mejor manejo y, en tanto que se trabaja con una serie de indicadores conviene tenerlos agrupados y categorizados, cada uno atado a sus factores de éxito (Miranda, 2007). Éste indica además que un enlace adecuado entre los distintos indicadores se logra a partir del mapa estratégico, el cual se usa para interconectar cada objetivo en una secuencia lógica que va desde una perspectiva a otra, con lo que se prioriza ideológicamente cuáles deben cumplirse primero para poder pasar hacia adelante.

(iii) Discusión y conclusiones

Una primera impresión al revisar este Plan Estratégico de la CDEEE es el acatamiento a lo que el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD) establece desde la metodología de formulación, así como una plena consideración, para sus contenidos, del Plan de Gobierno de 2012-2016 elaborado

por el Presidente de la República Dominicana, Lic. Danilo Medina Sánchez, donde se enfatiza la integración y articulación sectorial de la economía para el desarrollo del país.

Se distinguen entre sus ejes de acción estrategias enfocadas al recorte de gastos tanto en términos de gestión administrativa, costes por generación y compra de energía, a partir de diferentes proyectos. Por otra parte, se plantean estrategias de desarrollo de productos al procurar mejoras en la calidad de los servicios, modificaciones en cuanto a la potencia de energía ofrecida y la introducción de fuentes alternativas para una transición del uso de combustibles derivados del petróleo al uso de fuentes de energía renovables.

Sin embargo, a pesar de que se ha logrado un avance con el plan estratégico, la empresa no ha dado el salto esperado, pues si bien es cierto que en cuestiones de generación se ha avanzado, no es menos cierto que aún existen muchos hogares sin acceso a la energía eléctrica, lo cual implica un fallo en el logro de los objetivos planteados.

Algo para destacar es que la matriz energética continúa bajo la misma composición, datos que pueden verificarse en el portal de transparencia de la empresa, y, donde se evidencia que la producción de energía en más del 50% aún depende de los combustibles, por lo tanto, un objetivo no alcanzado por el plan, el cual finaliza el próximo 16 de agosto del presente año 2016.

Aunque la CDEEE ha considerado para su plan, los posibles riesgos para el

logro de los objetivos planteados, no se detectan políticas de acción claras para garantizar que estas estrategias puedan llevarse a cabo, tampoco se menciona un sistema de recompensas que al estar claramente definido coadyuve en las mejoras de calidad de servicio y mejore la cultura de ejecución.

Muchas de estas estrategias tienen un alto impacto para el logro de los objetivos, y dependen de factores externos sobre los que no se tiene garantía, tales como las decisiones de gobierno o la asignación puntual de los recursos esperados, en cuyo caso la acción a tomar consiste en “asumir”. Un ejemplo de esto es la Ley de Energías Renovables en 2008, que concedería exenciones de impuestos para las iniciativas de producción de energía renovable, sin embargo, una reforma fiscal en 2012 eliminó estos incentivos de exenciones fiscales mayores.

Un aspecto que sí pudiera estar bajo el control de la CDEEE es la planificación financiera más rigurosa y un mayor control de medición de los indicadores relacionados con el desempeño de los empleados.

La conexión entre la parte financiera y la estrategia es uno de los factores principales de éxito o fracaso para un plan, según la documentación revisada. Por otra parte, el desempeño de los empleados debe proyectar su completo compromiso, y las revisiones en el seguimiento deben aportar datos que indiquen su avance, de lo

contrario, será necesario integrar una estrategia de recorte y sustitución del personal para favorecer el cumplimiento cabal de las estrategias contenidas en el plan.

Referencias

Contreras R., 2013, El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica, Revista Pensamiento y Gestión, N° 35, Colombia

Corporación Dominicana de Empresas Eléctricas Estatales (2013) Plan Estratégico 2013-2016 CDEEE. Recuperado el 8 de junio de 2016, de: <http://pactoelectrico.do/wp-content/uploads/2015/11/01.-Plan-Estrategico-CDEEE-2013-2016.pdf>

David, F., 2003, Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson, 9ª ed.

Medianero, D. (s.f.) Guía metodológica para el diseño de planes estratégicos en el sector público. Un enfoque participativo. Recuperado el 15 de junio de 2016, de: [http://www.pnuma.org/aguamiac/REGIONAL/MATERIAL%20ADICIONAL/BIBLIOGRAFIAWEBGRAFIA%20\(2\)/Guia%20metodologica%20planes%20estrategicos%20sector%20publico.pdf](http://www.pnuma.org/aguamiac/REGIONAL/MATERIAL%20ADICIONAL/BIBLIOGRAFIAWEBGRAFIA%20(2)/Guia%20metodologica%20planes%20estrategicos%20sector%20publico.pdf)

Miranda R., 2007, Elaboración del Cuadro de Mando Integral, Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica.

Vetter, G., 2012, La ejecución estratégica, o cómo hacer que las cosas ocurran. Center for Innovative Execution (CFIE), Cuadernos de conocimiento, pp. 1-16. Recuperado el 22 de junio de 2016, de: http://www.eoi.es/sc/webeoi/documentos/Articulo_EjecucionEstrategica.pdf



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)
ISSN: 2346-3910 en línea
revistageon@unillanos.edu.co
Universidad de los Llanos
Colombia

Pérez Paredes, Alfredoⁱ; Cruz de los Ángeles, José Aurelioⁱⁱ;
Gómez Pulido, Andrea Milena.

Situación actual de la educación financiera en jóvenes universitarios de Villavicencio Colombia

Revista GEON, Vol. 5, No. 2, 2018
Pág. 115-130

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.79>

ⁱ <https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>

ⁱⁱ <https://orcid.org/0000-0002-8682-366X>

Esta publicación
se encuentra bajo
licencia: Creative
Commons
Reconocimiento-
NoComercial-
SinObraDerivada
4.0 Internacional



RevistaGEON



“ Los alumnos de la población
universitaria de Villavicencio carecen
del conocimiento pertinente
respecto al ahorro y crédito
formal, en la mayor parte por la
influencia de los padres ”

Pérez Paredes, A., Cruz de los Ángeles, J. & Gómez
Pulido, A. (2018). Situación actual de la Educación
Financiera en Jóvenes Universitarios de Villavicencio
Colombia

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

Situación actual de la Educación Financiera en Jóvenes Universitarios de Villavicencio Colombia

Current situation of Financial Education in Young University Students of Villavicencio Colombia

Alfredo Pérez Paredes

Alfredoperez2001@hotmail.com

Dr. Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP, México

José Aurelio Cruz de los Ángeles

Pepejac52@hotmail.com

Dr. Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP, México

Andrea Milena Gómez Pulido

andrea.gomez@unillanos.edu.co

Administradora de Empresas (e), Universidad de los Llanos, Colombia

Revista GEON Vol. 5 No 2 julio – diciembre 2018

ISSN 2346-3910 en línea <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/79>

Artículo recibido 2018/04/20 aceptado 2018/06/12



Resumen

La educación financiera, permite a las personas administrar correctamente los recursos y la economía de sus familiares. Al respecto, la OECD sustenta que “la educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar”. (OECD, 2008). Por tanto, el presente trabajo de investigación persigue el objetivo de medir la educación financiera de los jóvenes universitarios de Villavicencio Colombia. Se aplicó un instrumento compuesto de 18 ítems, que permite identificar el conocimiento que se posee acerca de la educación financiera. Parte de los resultados conseguidos nos manifiesta que, del total de la población de alumnos encuestados, la mayoría, no tiene claro el tema de la educación financiera.

Palabras Clave: Educación, crédito, ahorros, universitarios, Villavicencio

Abstract

Financial education allows people to properly manage the resources and finances of their family members. In this regard, the OECD argues that "financial education is the process by which individuals acquire a better understanding of financial concepts and products and develop the necessary skills to make informed decisions, assess risks and financial opportunities, and improve their well-being". (OECD, 2008). Therefore, this research work pursues the objective of measuring the financial education of university students in Villavicencio Colombia. An instrument composed of 18 items was applied, which allows to identify the knowledge that is possessed about financial education. Part of the results obtained shows us that, of the total population of students surveyed, the majority is not clear about the subject of financial education.

Keywords: Education, Credit, Savings, University, Villavicencio

Introducción

Colombia, al igual que otros países de Latinoamérica como México, demanda un Sistema Financiero saludable que apruebe el buen funcionamiento y desarrollo de la

economía en la que se hallan, y de esta manera, beneficie el crecimiento económico sostenido y el bienestar de la sociedad, por lo que se requiere de la

intervención del marco regulatorio de las distintas leyes sobre las que normaliza sus operaciones, así como de la inspección que avale la entereza del sistema y se salvaguarden los intereses del público.

Un instrumento primordial que promueve el desarrollo del sistema es la educación financiera, pues condesciende una toma de decisiones congruente que beneficia a la población, lo cual se manifiesta en la aplicación adecuada de los servicios financieros y servicios de crédito que brinda la banca de México.

En la actualidad, algunos países de Latinoamérica cuentan con un porcentaje mínimo en comparación a otros países en lo que compete a educación financiera. En México, la educación financiera ha sido relegada durante muchos años; mientras en otras naciones, desde hace décadas, se ha integrado este tipo de educación en los programas educativos, en nuestro país apenas se está analizando cómo introducirla a las escuelas. De acuerdo con datos de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, cerca de 62 de cada 100 mexicanos carece de educación financiera. (CONDUSEF, 2010)

El actual trabajo de investigación tiene por objeto medir el conocimiento que se tiene sobre la educación financiera, así como el impacto que éste crea en sus finanzas individuales al decidir consumir algunos de los servicios financieros, y si es necesario, educar con algunas metodologías que les permitan negociar la decisión sobre los productos y servicios financieros que se ofrecen. Dicho estudio

se aplica a los jóvenes universitarios de Villavicencio, departamento Meta, Colombia.

Subsiguientemente se presentan conceptos de los términos vinculados a los servicios financieros y de crédito, la educación financiera, el endeudamiento y la toma de decisiones que se derivan de obtener finanzas particulares sanas.

En continuidad con el progreso de la investigación, se encuentra la metodología manipulada, se exteriorizan los resultados y para finalizar las conclusiones obtenidas, que nos decretarán si es necesario capacitar a los jóvenes en lo referente a la educación financiera que contribuya a su bienestar personal.

El hacer hincapié a la educación financiera en jóvenes de educación superior abrirá paso a la toma de decisiones apropiadas que impacten positivamente finanzas personales, reduciendo la incertidumbre, así como el allegarse de otros medios informales al intentar captar ingresos que cubran sus objetivos de corto, mediano y largo plazo.

Marco Contextual

El municipio de Villavicencio pertenece a la región de la Orinoquia Colombiana, es la capital del departamento del Meta, conocido por su clima cálido, la tradicional mamona y el joropo.

La Última población conocida es 506 000 (Año 2017). Corresponde al 1.031% de la total población colombiana, según (unidad administrativa: Meta)

La economía de Villavicencio depende principalmente de la agricultura, la ganadería y la minería, aunque en los últimos años el sector comercio ha fortalecido el desarrollo económico, esto obedece a la dinámica de comunicación de sus vías, Villavicencio es el paso obligado para la mayoría de las cosechas y de ganado que producen los departamentos aledaños, que van hacia el interior y el centro del país.

Villavicencio es el principal centro urbano universitario de la región al cual llegan jóvenes de los departamentos vecinos, Como ciudad eje de los Llanos Orientales, Villavicencio cuenta con una red de instituciones educativas de carácter público y privado, algunas de ellas son:

Universidad de los Llanos: única institución académica de educación superior, de carácter público, es la más grande de la región, ubicada en Villavicencio, su sede principal está ubicada en la vereda Barcelona y cuenta con una segunda sede (san Antonio), ubicada en el centro de la ciudad, algunos de los programas que oferta son: administración de empresas, Ingeniería Agronómica, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Enfermería, Licenciatura en Educación Física, Ingeniería Electrónica, Economía entre otras. Además, cuenta con varios programas de especialización y maestrías.

Existen algunas otras como lo son: Universidad Santo Tomás, Escuela Superior de Administración Pública, Universidad Nacional Abierta y A Distancia, Corporación Universitaria del Meta, Corporación Universitaria Minuto

de Dios, Fundación Universitaria San Martín, Corporación Universitaria Remington y Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN.

Lo anterior refleja la importancia que tiene Villavicencio al contar con varias Instituciones de Educación Superior y es por ello por lo que la población existente de jóvenes universitarios se convierte en el objeto de estudio.

Marco Teórico

Sistema Financiero Colombiano.

José Darío Uribe expresa que “el sistema financiero colombiano está conformado por los establecimientos de crédito (EC), las entidades de servicios financieros (ESF) y otras entidades financieras, las cuales, en su mayoría, se han agrupado mediante la figura de los conglomerados financieros, haciendo presencia tanto en el ámbito interno como externo. Luego de la crisis financiera de finales de la década de los noventa, este sector se ha venido fortaleciendo gracias, a la regulación del gobierno nacional y de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), lo que se ha reflejado en buenos indicadores de rentabilidad, riesgo y solvencia.” (Uribe, 2013)

Su función principal es la de captar recursos legales de los particulares y convertirlos en depósitos a la vista como las cuentas de ahorro o a término como los CDT, para colocarlos en el mercado a través de instrumentos como los préstamos, descuentos, anticipos o cualquier operación de crédito.

Las principales Instituciones Financieras que existen en Colombia son:

A. Establecimientos de crédito o

Bancos: se encargan de ofrecer servicios financieros exclusivos que los diferencian de las demás entidades financieras, como cuentas de ahorro y cuentas corriente, créditos y otros productos financieros entre otros.

Corporaciones Financieras: Te ofrecen principalmente servicios financieros corporativos y empresariales. Su función principal corresponde a la captación de recursos a través de depósitos o instrumentos de deuda a plazos como los CDT, con el objetivo de utilizar esos recursos para prestarlos a las empresas, para así fomentar y promover el desarrollo de la empresa colombiana. Por ejemplo, cualquier asociación de productores pequeños o medianos puede acceder a los servicios de financiamiento de las corporaciones financieras.

Compañías de Financiamiento Comercial: Te ofrecen servicios de inversión, créditos y operaciones de leasing, a través de ellas puedes obtener por ejemplo una maquinaria para tu empresa por un determinado tiempo pagando una cuota de arrendamiento con la opción de comprar esta al finalizar el contrato. (Arboleda, 2010)

B. Otro tipo de Entidades Financieras

Fiduciarias: Se encargan de administrar tus bienes, inversiones o proyectos de construcción de vivienda. Para mayor información ingresa a ASOFIDUCIARIAS.

o **Compañías de seguros:** Existen 2 tipos, las de seguros de vida que se encargan de cubrir lo relacionado con accidentes y pólizas de vida entre otros, y las de seguros en general tales como los seguros sobre bienes inmuebles, desempleo, automóviles. Para más información ingresa a FASECOLDA.

Sociedades comisionistas de bolsa: Te ofrecen administrar tus ahorros o ganancias e invertirlos en el mercado bursátil, generándote nuevas ganancias sobre tu capital.

Los Servicios Financieros. Se entiende por servicio financiero “al conjunto de instrumentos, mercados e instituciones financieras que corrigen los problemas de información y disminuyen los costos de transacción” (Terceño & Guercio, 2010), destacando al más importante intermediario financiero: el banco, cuya función vital es recibir dinero para depósitos en cuenta, y ofrecer créditos, informando el costo total que implica al momento de adquirirlo. He ahí la importancia de los bancos dentro de una economía, ya que canalizan el dinero que ahorran las personas, para prestarlo a aquellos individuos que lo necesitan para realizar proyectos de inversión, para el consumo personal o para la adquisición de bienes duraderos como casas, automóviles, enseres domésticos, entre otros.

Otro tipo de servicio financiero son las casas de bolsa, las cuales se dedican a dar servicios para poner en contacto la oferta y la demanda de valores emitidos o garantizados por terceros, (acciones de empresas o títulos de deuda). Estas

operaciones consisten en la colocación de valores mediante ofertas públicas, así como en la compra, la venta y el préstamo de valores en el mercado de valores. Estos intermediarios están regulados por la Ley del Mercado de Valores, entre otras leyes. Otros intermediarios financieros que otorgan créditos para la obtención de casas, automóviles y demás bienes de consumo duradero, son las sociedades financieras de objeto limitado (SOFOLES) y las sociedades financieras de objeto múltiple (SOFOMES) (BANXICO, 2013).

Ahorro. Significa "reservar" una capacidad productiva, no empleada en la producción de bienes de consumo y dejarla disponible para producir nuevos bienes de inversión.

Otra definición nos indica que "es la parte del capital que reservan y guardan las personas fruto de sus rentas. Es, por tanto, el capital que no se consume o se gasta y que se reserva para cubrir una necesidad o contingencia futura e incluso para dar como herencia a tus herederos legales." (Burdillo Vázquez, 2016) Parafraseando, el ahorro es la parte del ingreso que se designa guardar para el futuro.

La mayor proporción de adultos con cuenta en un banco o institución financiera se encuentran en los que habitan en localidades con más habitantes, los que tienen un nivel de estudios mayor y los que reciben más ingreso por su trabajo, actividad o negocio; lo que no es evidente es una mayor proporción de ahorro formal debido al sexo o al rango de edad. México se caracteriza por ser un país joven, urbano, con un nivel promedio de estudios

de secundaria y con más mujeres que hombres. De esta forma, con datos de la ENIF, se estima que alrededor de dos de cada tres adultos tienen una cuenta si poseen de forma conjunta las características sociodemográficas: haber cursado al menos un grado de secundaria, recibir ingresos por su trabajo, actividad o negocio, vivir en una localidad de 100 mil y más habitantes, tener entre 18 y 30 años y ser mujeres. Lo anterior no necesariamente quiere decir que poseer estos atributos aumenten la probabilidad de tener una cuenta en comparación de otros dentro del mismo atributo (por ejemplo, haber cursado una licenciatura en comparación con secundaria), ya que para ello se necesitaría realizar un análisis probabilístico. (ENIF, Comisión Nacional Bancaria y de Valores MX, 2017)

De igual forma, alrededor de tres de cada cuatro adultos ahorraron a través de mecanismos informales si tienen las siguientes características sociodemográficas: haber cursado al menos un grado de secundaria, percibir un ingreso por su trabajo, actividad o negocio, vivir en una localidad de 100 mil y más habitantes, tener entre 18 y 30 años y ser hombres. (ENIF, Comisión Nacional Bancaria y de Valores MX, 2017)

Inversión. La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social. (Peumans, 1967)

Por tanto, en la inversión hay una serie de elementos que la definen:

- Un sujeto (Inversor)
- Un activo financiero (Dinero)
- La renuncia a una satisfacción inmediata
- Un activo en el que se invierte
- Una promesa de recompensa futura más o menos incierta

La inversión es financiera cuando el dinero se destina a la adquisición de activos cuyo precio depende de las rentas que se supone generarán en el futuro, como las acciones de una empresa, depósitos a plazo y los títulos de deuda.

Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Es un riesgo debido a que la devolución del dinero que invertimos no está garantizada, y es una oportunidad debido a que puede ocurrir que se multiplique el dinero invertido.

En toda inversión hay que considerar cuatro variables distintas pero relacionadas:

1. El rendimiento esperado, es decir, la rentabilidad que esperamos obtener de nuestra inversión, y se suele medir como porcentaje de la cantidad invertida. Aquí hay que contemplar que hay una relación directa entre el rendimiento esperado y el riesgo asumido: a mayor rendimiento, mayor riesgo.

2. El riesgo aceptado, es decir, la incertidumbre sobre el rendimiento y sobre la posibilidad de que no se recupere el dinero invertido. Esta es una variable muy subjetiva y que definirá el perfil del inversor, y la aversión al riesgo que muestre. Un inversor conservador tenderá a invertir en productos de bajo riesgo y,

por ende, de menor rentabilidad, como son los títulos de renta fija o los depósitos a plazo, aunque el interés sea menor que el que podría obtener en títulos de renta variable u otras inversiones.

3. Otra variable es el horizonte temporal de la inversión, que puede ser a corto, medio y a largo plazo. Las inversiones a más largo plazo suelen ofrecer tipos de interés mayores que los plazos menores. Un ejemplo claro son las letras del tesoro frente a los bonos u obligaciones del estado.

4. Finalmente, un último punto que deberíamos contemplar es la liquidez de nuestra inversión; es decir, con qué rapidez podemos recuperar nuestra inversión y a qué coste en caso de necesitar recuperarla. Por ejemplo, no es lo mismo invertir en acciones de uno de los grandes bancos del país, para los que se negocian diariamente en el mercado continuo miles de títulos, que hacerlo en una empresa cuyo volumen es muy bajo y, por tanto, desprendernos de los títulos podría llevar días, e incluso semanas. (Financiera E., 2017)

Seguros. El seguro es un medio para la cobertura de los riesgos al transferirlos a una aseguradora que se va a encargar de garantizar o indemnizar todo o parte del perjuicio producido por la aparición de determinadas situaciones accidentales.

Es una fórmula eficaz de cobertura que implica pagar una cierta cantidad por una prestación o indemnización futura en caso de que se presente una situación adversa, que, en algunos casos, puede ser extrema. (MAPFRE, 2011)

Existe un órgano que se encarga de supervisar que la relación entre los sectores asegurador y afianzador y el marco normativo sea lo más transparente posible, ésta es: la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas es un Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, asimismo preserva la solvencia y estabilidad financiera de las instituciones de Seguros y Fianzas, para garantizar los intereses del público usuario, así como promover el sano desarrollo de estos sectores con el propósito de extender la cobertura de sus servicios a la mayor parte posible de la población.

Crédito. Referirse a la palabra crédito, conlleva el indagar para conocer diversas definiciones para comprender claramente el tema. A continuación, se presentan las más significativas:

“Es la parte activa de la relación jurídico-obligatoria. Esta relación, es la relación “crédito-deuda”. El crédito en este sentido es la acreencia, el derecho que tiene el acreedor de exigir el pago de la deuda a su deudor; es pues, la deuda aún no cobrada” (Torres, 2010)

El crédito es un préstamo de dinero que el Banco otorga a su cliente, con el compromiso de que, en el futuro, el cliente devolverá dicho préstamo en forma gradual (mediante el pago de cuotas) o en un solo pago y con un interés adicional que compensa al Banco por todo el tiempo que no tuvo ese dinero (mediante el prepago). (BANCAFACIL, 2015)

Los créditos son dados por los distintos bancos, efectuando el propósito

de entregarlos a sus clientes, sobre todo personas y empresas.

De acuerdo con el Banco Mundial (BM), México está por debajo de la media de América Latina en el acceso al crédito. El nivel de penetración crediticia, es decir, el crédito a personas y empresas, que tiene México de 32% respecto al PIB lo ubica en el lugar 116 de 169 países, por debajo de naciones como Botsuana, Surinam o Senegal, de acuerdo con un estudio realizado por el Banco Mundial.

Los recientes datos del Banco Mundial, con cifras al cierre de 2015 revelan que en los últimos 10 años esta proporción en México se ha duplicado al pasar de 16.2% en 2005 a 32.7% en 2015. La última vez que México alcanzó niveles superiores a los 30% fue en 1994, previo a la crisis y de ahí tocó un mínimo de 13% en el 2001.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) destacó en su reciente análisis sobre “Profundización financiera en México” que el nivel de penetración crediticia ha sido “excepcionalmente bajo” durante décadas, pero también ha demostrado que puede recuperarse. (Catro, 2017)

Lo anterior permite abordar el término referido a la Educación Villavicencio Financiera, por el cual se justifica la investigación hacia la comunidad universitaria de Villavicencio Colombia, ya que cumplen con la característica de ser un consumidor financiero, relacionado al contexto que le rodea y que el mismo, le lleva a solicitar, algunos de los servicios que ofrece la banca múltiple, para satisfacer sus necesidades de corto y mediano plazo.

Los servicios financieros mencionados anteriormente, en ocasiones no son conocidos e infortunadamente, es escaso el conocimiento del consumidor financiero respecto a lo que implica obtener un crédito a través de algunos de los intermediarios expuestos con anterioridad. El ensayo 'The Anatomy of Ignorance: Diagnoses from Literature' de los expertos de la Universidad de Harvard, Devjani Roy y Richard Zeckhauser, ha analizado cómo la ignorancia se ha convertido en un factor influyente en la vida social, las cuestiones políticas y, cómo no, en las decisiones económicas.

A la hora de tomar una decisión financiera, uno de los peligros de la falta de conocimiento es que la realidad no tenga nada que ver con las posibilidades que la persona ha contemplado. Por ejemplo, en el caso de un pequeño inversor, esta tendencia es realmente delicada ya que una mala decisión, en la que no se han tenido en cuenta todos los factores que entran en juego, puede hacer que los ahorros se esfumen. En este panorama, la educación financiera es vital para no caer en errores que puedan afectar al futuro de las personas y de sus familias. (Financiera, 2017).

Educación Financiera

Para la OCDE (La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), la educación financiera es definida como "el proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y/o

asesoramiento objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes" (García, Grifoni, & López, 2013), lo que significa que, los consumidores deben atender a los riesgos que implica adquirir una deuda, y para ello deben informarse adecuadamente para así tomar decisiones que les permitan mejorar su bienestar económico.

En otras palabras, la educación financiera es el proceso que consiste en el desarrollo de habilidades y capacidades para administrar el dinero con base al conocimiento de productos financieros, la correcta planeación financiera y la práctica del ahorro, con ello, permita tomar decisiones acertadas sobre las finanzas personales o profesionales en el cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Cuando se carece de una educación financiera, se refleja en una mala planeación financiera de los ingresos y gastos, ya que la población al desconocer los servicios financieros que existen busca alternativas informales de ahorro o crédito como las tandas, solicitar dinero con un tercero que cobra por arriba intereses fuera de los autorizados por la banca, y guardar dinero en casa por un tiempo, sin darse cuenta de que el dinero pierde valor al no invertirlo en algún instrumento de inversión.

El bienestar económico que desea la población, no se llega a cubrir del todo a razón de su escaso conocimiento sobre los servicios financieros, el entorno económico en el que se desenvuelven con una cultura del "endeudamiento", y el carente sentido de responsabilidad al

contraer una deuda, que si bien, solventa su situación apremiante, pero, adquieren otra que no podrán cubrir con el paso del tiempo.

Con esto, podemos percatarnos de que las finanzas personales, es un tema que la población desconoce, y es uno de los más importantes, puesto que, si se analizara de manera más profunda la forma en la que ahorra, invierte y gasta el dinero, el impacto en el bolsillo de los ciudadanos sería totalmente distinto. Es de suma importancia implementar programas que fomenten una cultura financiera perspicaz, donde tanto gobierno y población sean capaces de dominar temas como este.

Materiales y Métodos

En la presente investigación se tomó a la población juvenil universitaria de Villavicencio Colombia. Para calcular el tamaño de la muestra se consideró un porcentaje de error del 10% un nivel de confianza del 95% que genera el tamaño de la muestra siendo de 59 estudiantes.

El instrumento que se aplicó cuenta con 18 ítems que permiten identificar el nivel de conocimiento sobre educación financiera por parte de los jóvenes de Villavicencio Colombia, misma que se aplicó y se validó a través del coeficiente de Alpha de Cronbach que fue de .857 por lo que se considera que los resultados son altamente confiables.

Resultados y Discusión

Conforme al objetivo establecido al inicio de este trabajo de investigación, medir el nivel de conocimiento sobre educación financiera entre los estudiantes de nivel licenciatura Villavicencio Colombia, se alcanzaron los resultados subsiguientes:

1. Género

Para este caso en particular se encuentra que el 41% de los estudiantes son hombres y el 59% son mujeres, un fenómeno que es muy recurrente en las licenciaturas de las ciencias económico-administrativas, en donde el sexo femenino tiene mayor participación.

2. Actividad

En esta parte se identifica que el 62% de los encuestados solamente se dedican a estudiar, Sin duda el tener el respaldo económico familiar, facilita el que los estudiantes puedan formarse, sin embargo, se observa que existe un 38% de los estudiantes que trabaja y esto también representa una situación en donde los jóvenes empiezan a tener un acercamiento con los temas financieros.

3. Estado Civil

Para el caso del estado civil se encontró que el 90% de los estudiantes se encuentran solteros lo que representa una gran ventaja para continuar con su formación e iniciar en el ámbito laboral; por otra parte, se encuentra que solo el 3% se encuentra casado y el 7% restante vive en unión libre reflejando que, a pesar de ya tener responsabilidades de tipo económico, han decidió continuar sus estudios.

4. Hijos

En esta parte se encontró que el 88% de los estudiantes no tiene hijos aun lo que representa otra ventaja para continuar con los estudios y poder iniciar la vida laboral, sin embargo, también se encontró que el 12 % ya tiene hijos, lo que puede representar un gran reto, debido a las responsabilidades económicas que conlleva tener hijos y que tienden a ser exponenciales, pero a pesar de ello se mantienen realizando los estudios universitarios.

5. Vivienda

En esta investigación se encontró que el 64% de los estudiantes vive con sus papás, lo cual asegura de cierta manera estabilidad económica para continuar con su educación, el 22% de los encuestados muestra que han tenido que desplazarse de su hogar, ya sea porque la Institución Educativa se encuentra en un lugar diferente al de su residencia o busca mejores oportunidades, lo cual deja ver que se vuelven personas más independientes que saben administrar sus recursos y con ello son más responsables, el 14% vive con amigos o pareja, al compartir vivienda con otra persona fuera de casa no sólo nos refleja independencia sino que también son capaces de solventar los gastos de manera equitativa.

6. Decisiones financieras

Podemos ver que el 76% de las decisiones financieras son tomadas por los rangos más altos dentro del modelo tradicional familiar, son decisiones cuidadosamente analizadas por integrantes experimentados en el ámbito, el 19% de los encuestados toman sus propias decisiones, aunque es un porcentaje menor

es una cifra significativa pues nos refleja la presencia de educación financiera, apenas el 4% de las decisiones son tomadas por la pareja y en un mínimo 2% ésta cuestión financiera pasa a manos de otro familiar.

7. Fuentes de ingresos

El 72% de los encuestados dependen económicamente de sus padres, sólo el 13% tienen ingresos propios, hay quienes reciben apoyo económico de algún familiar siendo ellos el 4%, pero sólo un 6% tienen ingresos mediante un negocio propio, es decir, la cantidad de emprendedores es muy baja, la cifra es muy preocupante ya que no todos se atreven a iniciar un negocio propio, aquí es donde se hace énfasis a la importancia de la educación empresarial, y el 6% restante obtiene ingresos por medios variados.

8. Registro de actividades financieras

Sin duda, llevar un registro de las actividades financieras nos asegura mejor control de nuestras finanzas, las cifras nos arrojan un 28% de encuestados que lo hacen todo el tiempo por lo que debería asegurarse que administran bien sus ingresos y egresos, el 33% lo hace frecuentemente, el 13% lo hace de manera regular, es decir, no son constantes, el 19% lo hace con poca frecuencia y el 7% en definitiva no tiene entre sus planes el hacer registro de sus actividades financieras.

9. Rubros de registro de actividad financiera

Veamos ahora las principales razones por las que nuestros encuestados hacen un registro de sus actividades financieras, la

razón más popular es porque quieren saber en qué han gastado representando ellos el 59%, ahora bien, tenemos un empate de 24% entre quienes quieren conocer sus ingresos y las deudas que deben cubrir, apenas el 20% se preocupa por crear un fondo de ahorro, nuestro 22% restante hace un presupuesto siendo ésta la principal razón por la que deberían hacer un registro de las actividades económicas, un buen presupuesto nos ayuda a saber cuánto dinero se recibe en el hogar, saber cuánto y en qué se gasta el dinero, nos permite ajustar los gastos de acuerdo con los ingresos, fijar metas de ahorro para lograr los sueños y prepararse mejor para las emergencias, es decir, un presupuesto es la forma más completa y efectiva de administrar el capital.

10. Meta económica

Si bien es cierto que cada individuo tiene metas diferentes, aquí comprobamos que mientras que el 51% se preocupa por invertir para después obtener frutos, es decir, instalar un negocio, el 32% ha respondido que su principal meta económica es la adquisición de una casa, el 6% tiene como meta concluir sus estudios, mientras que el 2% prefiere un auto, el 9% restante tiene metas diferentes, las cuales podrían ser unas vacaciones o ampliar su historia académica con alguna especialización.

11. Medios de pago

El pago en efectivo es el predominante en este caso con un popular 90%, dejando muy por debajo el uso de las tarjetas de crédito al 6%, y un menor 4% cuando de tarjetas de débito hablamos, algunas otras formas de pago han sido

nulas en nuestros resultados, tales como pago con cheque, transferencias electrónicas y otros medios.

12. Compras fuera del presupuesto

Como ya habíamos mencionado, un presupuesto nos ayuda a tener un mejor control de los ingresos y egresos, pero ¿en serio nos ajustamos al presupuesto que hacemos? Sólo un 4% de nuestras encuestas reflejan el seguimiento adecuado de un presupuesto, todas las demás frecuencias demuestran que no sabemos ajustarnos.

13. Gastos no planeados

Todos los días pueden presentarse imprevistos, oportunidades para adquirir algún bien o servicio o simples necesidades por cubrir, pero ¿de dónde obtenemos el dinero para pagar por ello? De acuerdo a los resultados de esta encuesta el 59% cubre esos gastos con sus ahorros, lo cual muestra una buena cultura financiera, el 29% logra hacerlo con ingresos regulares, el 6% usa tarjetas de crédito, aunque debemos tener cuidado con las famosas "letras chiquitas", el 4% recibe apoyo económico de familiares y solamente el 2% pide préstamo a amigos, sea cual sea el modo de cubrir dichos gastos debemos tener cuidado para no excedernos.

14. Dinero a final de mes

Para éstos resultados podemos crear 3 grupos de personas: el primero; a quienes a final de mes le sobra dinero (33%); el segundo, personas que no les sobra e incluso les falta dinero (61%) y quienes se exceden en los gastos a tal grado que necesitan pedir préstamos y por

consecuencia adquieren una deuda mayor, si no somos cuidadosos con las finanzas, las deudas pueden acumularse y acumularse a un punto donde sea casi imposible salir.

15. Importancia de ahorrar

Sería preocupante no pensar en ahorrar, pero en este caso la respuesta es muy positiva, ya que es un término considerado muy importante.

16. Ahorro

La pregunta es muy fácil de responder, incluso se puede hacer casi de inmediato, nuevamente la respuesta más popular es en sentido positivo, ya que un 82% ha respondido que, si destina parte de sus ingresos a un ahorro, el 16% que no ahorra esperamos que no lo hagan porque son inversionistas y ese 2% que no respondió ojalá comience a hacerlo.

17. Medios de ahorro

Cuando se trata de ahorrar, existen diversas maneras para hacerlo, algunas pueden ser formales como es en; bancos (18%), cajas de ahorro (8%) u otras como inversiones (4%), pero también están las informales, esos métodos curiosos pero funcionales en su mayoría de casos como pueden ser: Alcancías (57% y más popular), guardar el dinero en cajas o en medio de un libro (12%) o las famosas tandas (2%). Siempre hay que tomar en cuenta que la mejor manera de hacer crecer el dinero es que esté en constante movimiento, es decir, generando intereses.

18. Porcentaje destinado al ahorro

Muchos economistas mencionan que el mejor porcentaje de ahorro es a partir del 10% pero estamos conscientes de que

en ocasiones puede no ser tan fácil, la cultura del ahorro es fundamental pero también debemos ser realistas, a veces la situación no lo permite por más que lo intentemos, jamás debe perderse de vista que el monto o porcentaje ideal de ahorro depende de tus metas, necesidades y situación de vida.

19. Pedir préstamos

Todos en la vida hemos pasado por momentos de inestabilidad económica (o pasaremos) pero ¿A quién recurrimos cuando no alcanzamos a cubrir nuestros gastos? El 62% indicó que este apoyo lo recibe por parte de sus padres, lo cual es una ventaja enorme porque normalmente no es necesario pagar intereses y no hay sanciones en caso de exceder el plazo de pago, lo mismo sucede con quienes piden préstamos a amigos representando el 56%, el 54% lo pide a familiares, un 12% se acerca a instituciones bancarias para dichas transacciones, el 8% prefiere usar una tarjeta de crédito, el 4% indicó que obtiene dinero por otros medios y únicamente el 2% de los encuestados no han pasado por ésta situación, lo cual comprueba que han sabido crear presupuestos y han tenido cuidado de no excederse con las cuentas.

20. Tipos de créditos

Es esta pregunta predominan las personas que no cuentan con crédito alguno, arrojándonos un saldo del 72%, tenemos doble empate, el primero; del 12% entre quienes cuentan con préstamo personal y tarjeta de crédito, y el segundo; del 4% quienes indican tener crédito automotriz y otros tipos de crédito,

únicamente el 2% nos muestra que cuentan con crédito hipotecario.

21. Puntualidad en pagos

Contar con tarjeta de crédito puede ser de gran ayuda, pero también puede perjudicarnos si no la usamos de manera correcta, ¿qué dicen nuestra encuesta al respecto? ¿Qué tan puntuales somos a la hora de pagar? El 46% paga toda la deuda, el 25% no puede pagar la deuda, el 11% paga el mínimo, pero paga a tiempo, otro 11% paga más del mínimo y el 7% paga cuando puede, recordemos que es un apoyo, pero ser impuntuales en los pagos trae consecuencias.

22. Razones de solicitud de crédito

Existen diversas razones para solicitar un crédito, va desde querer invertir en la educación propia (31%), algo tan inevitable como una emergencia familiar o médica (17%), tener el deseo de emprender o mantener un negocio (14%), querer pagar cuentas pendientes (14%), o ¿por qué no? comprarse un automóvil para desplazarse más cómodamente (3%), todos tenemos necesidades pero es cierto que cada quien tiene prioridades diferentes, depende de cada uno destinar el crédito obtenido. Mientras se emplee para generar algo positivo, debe aprovecharse este apoyo.

23. Inversiones conocidas

Los economistas afirman que tener el dinero en constante movimiento nos dará como resultado ganancias, veamos ahora en qué medios lo ponemos a trabajar: sin duda la educación es la mejor inversión que puede hacerse y así lo dejó ver el 34% de los encuestados, nuestra clase

empresaria representa el 26% invirtiendo en negocios, otros más se han acercado a Instituciones Bancarias para inversiones a plazo (18%), algunos han decidido involucrarse en la bolsa de valores (8%), un 10% comenzó a invertir en bienes raíces, área que por cierto es de las más rentables y nuestro final 4% que aún no se ha dado la tarea de investigar qué tipos de inversiones existen y cuáles les convienen.

Conclusiones

Con base a los resultados obtenidos de esta investigación dirigida a la comunidad universitaria de Villavicencio Colombia, se percibe que, a pesar de reconocer la importancia de temas financieros para su vida personal, los alumnos carecen del conocimiento pertinente respecto al ahorro y crédito formal, en la mayor parte por la influencia de los padres.

Acorde con los servicios financieros existentes, el ahorro, no obstante que se realiza por gran parte de los universitarios, se lleva a cabo de manera informal, al igual que los créditos, pues en casi todos los casos se recurren a fuentes poco formales como la familia y amigos.

El tema del ahorro para el retiro no es relevante en la población joven no, como se vio en los pues se ve reflejado en los datos obtenidos a través de esta investigación que más de la tercera parte encuestada no cuenta con este ahorro

Por otro lado, se visualiza que gran parte de nuestra muestra no tiene una inversión proyectando que las principales

razones son por falta de recursos y por falta interés. Asombrosamente la respuesta con menos impacto ha sido la de que no se invierte por falta de confianza en las instituciones bancarias

Según lo ya expuesto y sabiendo que los jóvenes se encuentran en disposición de aprender a manejar sus recursos, el que se fortalezca su educación financiera muestra un avance trascendental, pues a pesar de entender la importancia de esta, carecen de conocimiento o no tienen a su alcance la información de servicios financieros que podrían perfeccionar sus recursos financieros.

Referencias Bibliográficas

Amezcu García, E. L., Arroyo Grant, M. G., & Espinosa Mejía, F. (23 de Mayo de 2014). Universidad Veracruzana. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/09/03CA201401.pdf>

Arboleda, U. S. (2010). Maneja tus Finanzas. Obtenido de <https://www.manejatusfinanzas.com/Loquenecesitassaber/Finanzas/SistemaFinanciero/tabid/77/language/es-CO/Default.aspx>

BANCAFACIL. (30 de Noviembre de 2015). BANCAFACIL. Obtenido de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contentido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000027&idCategoria=5>

Banco de México. (2017). Banco de México. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/glosario/glosario.html>

Banco de México. (2017). Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/sistema-financiero/sistema-financiero.html#ElSistemadeAhorroparaelRetiroylasafos>

BANXICO. (30 de Agosto de 2013). BANXICO. Obtenido de <http://www.anterior.banxico.org.mx/divulgacion/sistema-financiero/sistema-financiero.html#Serviciosfinancieros>

Burdillo Vázquez, R. (20 de marzo de 2016). Economipedia. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/ahorro.html>

Catro, C. (06 de Febrero de 2017). Dinero en Imagen. Obtenido de <https://www.dineroenimagen.com/2017-02-06/83260>

CONASAR. (26 de septiembre de 2018). Gob.mx. Obtenido de <https://www.gob.mx/consar/que-hacemos>

CONDUSEF. (05 de Octubre de 2010). ¿Cuál es tu nivel de cultura financiera? Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2010/10/05/condusefras-la-educacion-financiera>.

Credits, G. (30 de Agosto de 2013). Pro Ahorro. Ahorra dinero, reduce tus deudas, aumenta tu riqueza. Obtenido de <http://www.proahorro.com/que-son-las-finanzas-personales/>

Domínguez, F. (17 de Julio de 2017). Forbes, México. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/mexico-mejora-en-educacion-financiera-pero-no-lo-suficiente/>

ENIF. (Agosto de 2017). Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Obtenido de [https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Encuesta%20Nacional%20de%20IF/Cuadr%C3%ADptico%202016%20\(impresi%C3%B3n%20carta\).pdf](https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Encuesta%20Nacional%20de%20IF/Cuadr%C3%ADptico%202016%20(impresi%C3%B3n%20carta).pdf)

ENIF. (2017). Comisión Nacional Bancaria y de Valores MX. Obtenido de Comisión Nacional Bancaria y de Valores MX: <https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%208.pdf>

Financiera, B. (28 de Septiembre de 2017). BBVA. Obtenido de [BBVA](https://www.bbva.com):

<https://www.bbva.com/es/afecta-falta-educacion-financiera-economia/>

Financiera, E. (17 de Mayo de 2017). BBVA. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>

Financieras, S. I. (2017). Banca fácil. Obtenido de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=30000000000000027&idCategoria=5>

García, N., Grifoni, A., & López, J. C. (2013). OCDE. Obtenido de http://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/oecd_caf_financial_education_latina_mericaes.pdf

González, J. D. (Junio de 2017). Euro Mediterranean Network. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/desarrollo-empresarial/36-educacion-financiera-en-mexico.pdf>

Joehnk, G. &. (2009). Fundamentos de Inversiones. México: Pearson Education.

Management, M. F. (2015). Obtenido de <http://www.mfm.com.mx/wp-content/uploads/2015/10/Curso-de-Educaci%C3%B3n-Financiera-MFM.pdf>

MAPFRE. (22 de junio de 2011). Seguros y pensiones para todos. Obtenido de <https://segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org/syp/es/seguros/definicion-seguro-asegurar/>

México, G. (2018). gob.mx. Obtenido de <https://www.gob.mx/shcp/articulos/conoce-a-las-22-instituciones-que-conforman-el-sector-hacendario?idiom=es>

Mnuel, G., & Seria, E. (2015). Consideraciones sobre la evolución y retos del sistema de ahorro para el retiro. México: Fundación de Estudios Financieros - FUNDEF, A.C.

OCDE. (28 de Septiembre de 2005). GOB. Obtenido de GOB: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf

OECD. (28 de Septiembre de 2008). GOB. Obtenido de GOB:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf

Peumans, H. (1967). Zona Económica. Obtenido de Zona Económica: <https://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>

Sánchez Alvarado, F. (2017). Repositorio Digital IPN. Obtenido de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5395/4/52-4.pdf>

Sanciprian, E. (16 de febrero de 2018). IDC on line. Obtenido de IDC on line: <https://idconline.mx/fiscal-contable/2018/02/16/que-es-el-sistema-financiero-mexicano>

Terceño, A., & Guercio, M. B. (15 de Agosto de 2010). El crecimiento económico y el desarrollo del sistema financiero. Un comparativo. En A. Terceño, & M. B. Guercio, El crecimiento económico y el desarrollo del sistema financiero. Un comparativo (pág. 34). Tarragona. Obtenido de

<http://www.anterior.banxico.org.mx/divulgacion/sistema-financiero/sistema-financiero.html#Introduccionalsistemafinanciero>

Torres, M. (02 de enero de 2010). Crédito desde el punto de vista jurídico. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-credito-desde-el-punto-de-vista-juridico/>

Unión, C. d. (10 de Enero de 2014). Cámara de Diputados, LXIV Legislatura. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/52.pdf>

Uribe, J. D. (2013). El sistema financiero colombiano: estructura y evolución reciente. Revista del Banco de la República, 5.