

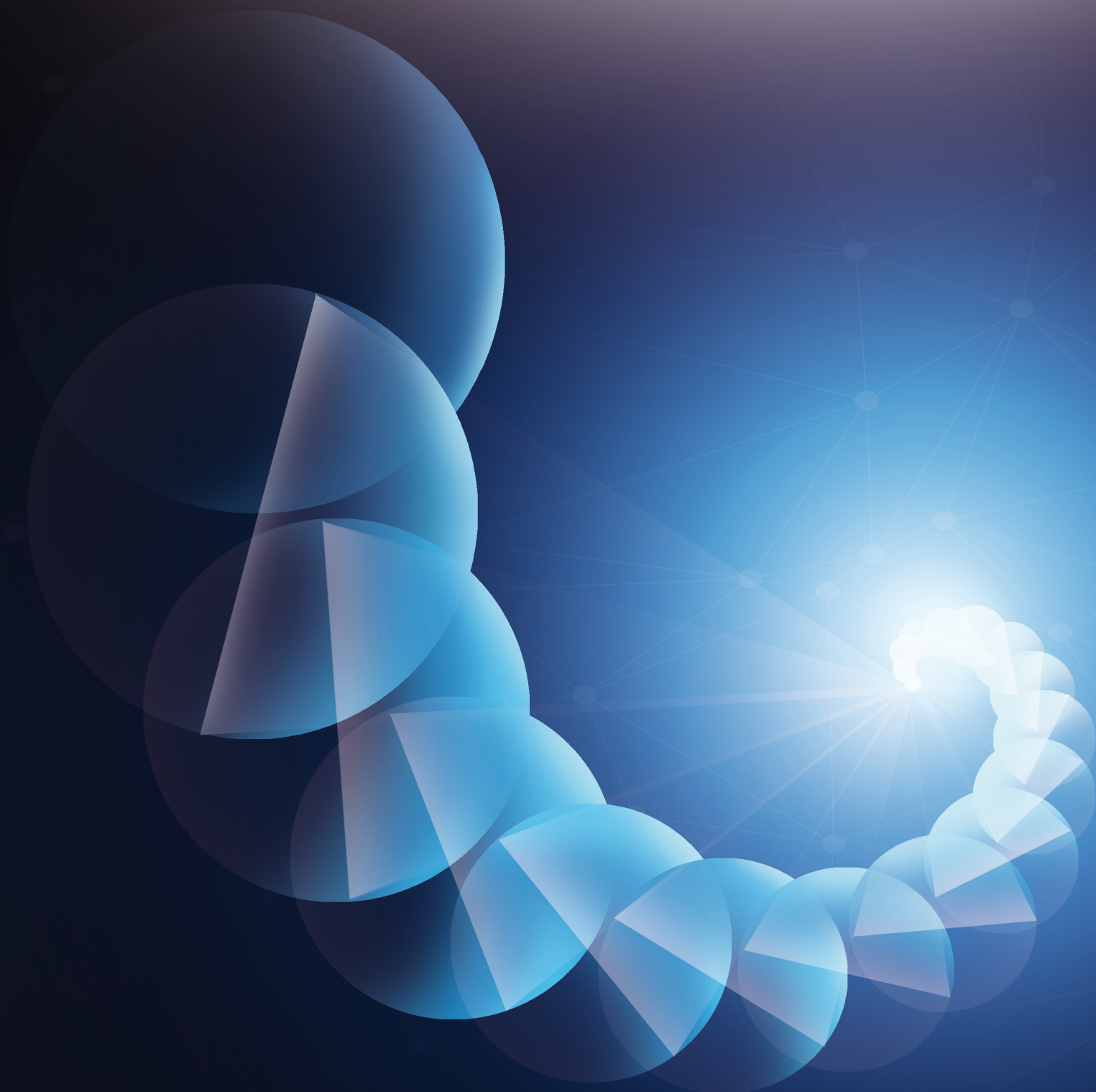


REVISTA

Finnova

Investigación e Innovación Financiera y Organizacional

Revista Finnova · Volumen 3 · Número 5 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, enero - julio de 2017





Investigación e Innovación Financiera y Organizacional

Revista de Investigaciones
del Centro de Servicios Financieros
SENA, Regional Distrito Capital

ISSN 2462-9758
Volumen 3 · Número 5
Bogotá, enero - julio de 2017



Director SENA

Alfonso Prada Gil

Director Regional SENA D.C.

Enrique Romero Contreras

Subdirector Centro de Servicios Financieros

Jorge Alberto Betancourt Rodríguez

REVISTA FINNOVA

Director

Jorge Alberto Betancourt Rodríguez, MSc

Directora Editorial

Liliana González Díaz, MSc

COMITÉ EDITORIAL

Manuela del Carmen Sánchez Humarán, Ph.D, Centro de Estudios Universitarios de Baja California

Stella Betancourt, Ph. D, Universidad Cooperativa de Colombia

Ana María Ortegón, Candidata Ph.D, Universidad Federal de Santa Catarina

Alejandra Calderón, Candidata Ph.D, Universidad Nacional de Colombia

María Patricia Asmar Amador, Ph.D, Universidad de Navarra

ÁRBITROS REVISTA No. 5

Juan Manuel Andrade Navia

Ph. D, Universidad Surcolombiana USCO

Ernesto Ome Alvarez

MSc, Universidad De Buenos Aires

Corrección de estilo

Liliana González Díaz, MSc

Dirección de arte

Patricia Gutiérrez Marín, SENA

Diseño y diagramación

Patricia Gutiérrez Marín, SENA

Distribución

Centro de Servicios Financieros

Cra. 13 No. 65 – 10

Tel. 5461600, ext. 14558

Bogotá

Suscripciones

Centro de Servicios Financieros

Cra. 13 No. 65 – 10

Tel. 5461600, ext. 14558

Bogotá

Canjes

Centro de Servicios Financieros

Cra. 13 No. 65 – 10

Tel. 5461600, ext. 14558

Bogotá

Revista FINNOVA

Dirección: Cra. 13 No. 65 – 10

Teléfono: 5461600 Ext. 15630

Correo electrónico: revistacsfs@misena.edu.co

Periodicidad: semestral

Páginas del número: 96

Formato: 21.5 x 28 cm.

Tiraje: 200 ejemplares

Precio: circulación gratuita

No incluye gastos de envío

El material de la revista puede ser reproducido sin autorización para su uso personal o en el aula de clase, siempre y cuando se cite la fuente. Para reproducciones con cualquier otro fin es necesario solicitar autorización al comité editorial de la revista. Las opiniones e ideas aquí consignadas son de responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente reflejan la opinión del SENA.



Tabla de Contenido

Editorial

Educación financiera

15 **La amortización contable de los activos biológicos**

Accounting amortization for biological assets

Elena Marcela Arévalo Orjuela

Diana Julieth Pulido Moreno

Adriana María Rangel Díaz

Gestión y desarrollo empresarial

25 **Gestión de la información para tener éxito en la toma de decisiones en marketing**

Information management to succeed in making marketing decisions

María Emma Lombana González

César David Domínguez Olmos

37 **Evaluación de la asociatividad agroempresarial, en productores víctimas del conflicto armado en Samaná – Caldas**

Assessment of agricultural associativity business, among farm producers victims of the armed conflict in Samaná – Caldas

José Mauricio Herrera Castañeda

Alexander Mendoza

Desarrollo e innovación financiera (Finanzas, Banca y Seguros)

51 **Bases para implementar una consultoría económica, financiera y de gestión para la Mipymes**

Basis to implement an economic, financial and management consultancy services for the MSMEs

Johemir Pérez

61 **Evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio de promoción y prevención “P y P”, en los usuarios de las EPS y los colaboradores en el sector salud del área de Pitalito**

External and internal assessment of satisfaction of promotion and prevention service “P and P”, among basic health care EPS system users and staff in the area of Pitalito

Carlos Enrique Parra Rodríguez

Hernando GilTovar

Patricia Carrera Bernal

Temas varios

71 **Transformaciones productivas e impacto en los perfiles de enfermedad en la Orinoquía colombiana**

Productive changes and their impact in the public health profiles of colombian Orinoquia

Diana Rodríguez Triana

Sara Pérez Sáenz

Editorial

El Malestar en la Educación – Parte II

“Todos somos hijos de nuestra educación, nuestra cultura y nuestra época”

Oliver Sacks¹ – En movimiento – Una vida

El tema a tratar en este editorial corresponde a la segunda parte de algunas reflexiones que sobre el mismo tema inicié en el número anterior, donde dejé planteadas varias inquietudes que revelan mi análisis de la crisis que aqueja a las instituciones públicas de educación, debido a los recortes presupuestales y a la exigua inversión que en nuestro país se dedica al campo de la investigación, la innovación y las nuevas tecnologías; lo que ha generado el que ocupemos una vergonzosa posición en la escala comparativa de inversión frente a otros países latinoamericanos.

Corresponde ahora, tal como lo dije antes, proponer salidas con una visión más amplia y actualizada de nuestro sistema de educación observando siempre dos objetivos fundamentales: **mayor calidad y pertinencia, sin perder de vista los cambios mundiales que ocurren a una gran velocidad.**

Por eso propongo que la primera mirada que debemos realizar es a la legislación vigente que brinda el entorno normativo para la educación, la ciencia y la tecnología en nuestro país:

- **Ley 115 de 1994:** Mejor conocida como Ley General de Educación, en la que al definir su objeto dice:

*“La presente Ley señala las normas generales para regular el **Servicio Público de la Educación** que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de **servicio público**.”* (negrilla y subrayados fuera del texto original).

En otras palabras, consagra a la educación como un servicio público, que podrá llevarse a cabo en instalaciones públicas o privadas. Señalando acto seguido:

¹ Oliver Wolf Sacks, (9 de julio de 1933, Cricklewood, Londres, Reino Unido; 30 de agosto de 2015, Manhattan, Nueva York, Estados Unidos). Neurólogo y escritor británico, aficionado a la química y divulgador de la ciencia, particularmente en lo referente a su especialidad. Ostentó el título de Comendador de la Orden del Imperio Británico, Sus libros figuran galardonados por el New York Times entre los 10 mejores del año. Obtuvo nominaciones al premio Goodreads Choice Award en la categoría de Ciencia y Tecnología.. <https://www.google.com.co/search?q=oliver+sacks&oq=oliver+sacks&aqs=chrome>.

“...De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, define y desarrolla la organización y la prestación de la educación formal en sus niveles preescolar, básica (primaria y secundaria) y media, no formal e informal, dirigida a niños y jóvenes en edad escolar, a adultos, a campesinos, a grupos étnicos, a personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas, con capacidades excepcionales, y a personas que requieran rehabilitación social.”

Al final la misma ley señala que:

Artículo 35 – Articulación con la educación superior

“Al nivel de educación media sigue el nivel de la Educación Superior, el cual se regula por la Ley 30 de 1992 y las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan. Este último nivel se clasifica así:

- *Instituciones técnicas profesionales,*
 - *Instituciones universitarias o escuelas tecnológicas, y*
 - *Universidades.”*
- Por su lado la Ley 30 de 1992 – Ley de Educación Superior señala:

“Artículo 1° La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

*Artículo 2° **La Educación Superior es un servicio público cultural**, inherente a la finalidad social del Estado.*

*Artículo 3° El Estado, de conformidad con la Constitución Política de Colombia y con la presente Ley, **garantiza la autonomía universitaria y vela por la calidad del servicio educativo a través del ejercicio de la suprema inspección y vigilancia** de la Educación Superior.”*

Es aquí donde comienzan los problemas originados en nuestra propia legislación, ya que se define la educación como un servicio público que, en la práctica, se lleva a cabo en instalaciones privadas y públicas; sin embargo, en la actualidad hemos ido más allá; hablamos de las instituciones de educación pública e instituciones de educación privada. Frente a este contexto resulta que no existe una garantía plena para la inspección y vigilancia en la educación superior y tampoco se puede presuponer que esta vigilancia se realice con el rigor que debiera.

Es evidente que no se puede continuar cayendo en la trampa de diferenciar lo público de lo privado, donde lo primero figura como el malo y lo segundo resulta ser el bueno y menos aún podremos proseguir si se admite que la educación privada puede cobrar lo que quiera, en tanto que la educación pública no, ofreciendo además la gratuidad completa en todos los procesos de formación ofrecidos por el SENA.

Esta es la primera idea que debe desarrollarse y definirse claramente ahora, cuando las dos leyes mencionadas cumplen un largo período de ejecución: 25 años la Ley 30 de 1992 y 23 años la Ley 115 de 1994. Considero, por lo tanto, que es el momento para re-pensar e incorporar a una nueva ley de educación, parámetros relacionados con la pertinencia, la calidad, universalidad, inclusión y la movilidad social.

Esta propuesta admite una pregunta a manera de ejemplo: ¿Porqué es posible hablar de los dineros públicos administrados por las instituciones prestadoras de servicios de salud, en la Ley de Seguridad Social en Salud; dineros que son propiedad del Estado y que son administrados por entes públicos o privados; pero este mismo manejo no es posible hacerlo para el sistema de educación?

La nueva Ley General de Educación debería contemplar reglas claras para:

- Modelos educativos
- Movilidad de estudiantes entre entidades de educación pública y privada
- Currículos y ciclos propedéuticos
- Administración y fuentes de financiación con recursos públicos y privados
- Calidad, pertinencia y equidad
- Internacionalización
- Financiación, inversión, vigilancia y control
- Además de educación primaria, secundaria y superior, reglas claras para la educación terciaria y sus niveles de especialización
- Ciencia, tecnología e innovación en cada uno de los ciclos de formación.

Detengámonos a analizar ese último factor: Ciencia, tecnología e innovación, de acuerdo con lo expuesto por Eslava Schmalbach-Navarro Vargas (2009)², quienes señalan:

La investigación articulada con el quehacer de una nación, la lleva a alcanzar rápidamente el desarrollo científico y tecnológico y a posicionarse entre las mejores del mundo. Es por esto que los países desarrollados destinan entre el 1.5 y el 3.9 por ciento de su producto interno bruto para investigación y desarrollo, lo que les permite ejecutar proyectos estratégicos que les aumentan la productividad, o repercuten en mejorías de su calidad de vida. Países como China, Japón, algunos de Europa y recientemente Corea, han basado su expansión y posicionamiento político en la inversión en investigación científica y tecnológica.

En el caso contrario, un país que no investiga y no innova en su tecnología, está condenado a continuar dependiendo de los desarrollos de otros, pagando los altos precios que tiene la adquisición de estas nuevas tecnologías.

Colombia es un país que adopta las tecnologías rápidamente y esto hace que esté pagando también el costo que implica su adquisición, gran parte del cual es asumido en primera instancia como gasto privado, bien sea de las empresas o las personas. De esta manera las empresas mejor posicionadas y las personas con mejores ingresos son las que se benefician primero de las nuevas tecnologías, comportamiento inequitativo desde el punto de vista socioeconómico.

Evidentemente, al revisar los pobres resultados que hemos alcanzado como nación, nos corresponde igualmente revisar la Ley 1286 de 2009, mejor conocida como Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), la cual da origen a la transformación de Colciencias en Departamento Administrativo y al fortalecimiento del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. Veamos algunas consideraciones para su implementación:³

2 Revista de la Facultad de Medicina Print versión ISSN 0120-001- Editorial vol.57 no.1 Bogotá Jan./March 2009 - Ley de Ciencia y Tecnología - Javier Eslava-Schmalbach, MD, MSc, PhD.1, Ricardo Navarro-Vargas, MD2. 1 Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Profesor Asociado Director Instituto de Investigaciones Clínicas Facultad de Medicina Correspondencia: jheslavas@unal.edu.co 2 Universidad Nacional de Colombia, Bogotá Profesor Asociado Unidad de Anestesiología Departamento de Cirugía Facultad de Medicina Correspondencia: jrnavarro@unal.edu.co.

3 Tomado de http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-191480_archivo15.pdf - Santiago Montenegro -DNP-Comentarios a la Ley 1286 de Ciencia Tecnología e Innovación – junio 2009.

- Es notoria la ignorancia de muchos sectores sociales sobre la importancia de la Ley CTI. Su importancia tan solo es reconocida por los académicos y algunos empresarios. Sin embargo, su valor como parte de la construcción de un mejor futuro no ha trascendido al mundo de los políticos, empleados públicos y sector de los trabajadores.
- La política de formación del capital humano está sesgada hacia los estratos altos: Por lo tanto, la ampliación de cobertura debe ser más incluyente. Existen brechas entre los sectores urbanos y rurales, así como brechas regionales que ameritan ser disminuidas. Una posible solución para ello sería abrir las instituciones públicas de formación, como las universidades, a la interacción con el sector privado.
- Aunque no existan recetas para innovar, se pueden crear condiciones para que florezca la innovación tales como:
 - Ambientes que promuevan la creatividad, la libertad individual y la crítica, como condiciones que desafíen la sabiduría convencional, generando el intercambio de ideas, la integración de culturas y la interrelación de personas con variedad de pensamientos.
 - Aceptar que la innovación sólo se da en ambientes abiertos al mundo físico y de las ideas.
 - Admitir que ninguna empresa, proceso o invento es definitivo; que nada, ni nadie tiene garantizado su futuro. En últimas, entender que para innovar es menester aceptar que el mundo es dinámico y el futuro impredecible.
 - Finalmente recordar la frase de John Kao: *“los países desarrollados no invierten en I&D porque son ricos; son ricos porque invierten en I&D.”*

En este orden de ideas, considero que la mayor frustración generada por la Ley de CTI ocurre con la destinación específica de regalías destinadas al fomento de proyectos de investigación regionales. Y al respecto por encontrar sus planteamientos muy coherentes con las inquietudes que he expuesto, cito a continuación algunas de las recomendaciones tomadas de un foro sobre CTI expuesta por el doctor Jorge Hernán Cárdenas Santamaría⁴:

- “Existe una institucionalidad relevante, pero el avance y efectividad de las políticas es embrionario.
- Transcurridos 6 años desde la importante aprobación en el 2011 del uso de regalías para la CTI, los resultados no son satisfactorios y deben hacerse reformas en los procesos y alcances de esta fuente.
- El Ingreso a la OCDE puede ser beneficioso en materia de CTI: sitúa al país en un club de países con inversiones en CTI 8 veces más grandes (como % del PIB invertido) que las que son propias a nivel nacional y en una organización internacional con políticas más sofisticadas en este campo.
- Se debe reconocer que los centros de Excelencia juegan un papel preponderante en el desarrollo de los Sistemas Nacionales de CTI.
- En materia de maestrías nacionales el atraso es enorme y de este sucinto recorrido no parece haber políticas claras en esta materia.

- En formación avanzada, tanto a nivel de maestría como de doctorados se reclama una fuente estable de recursos y por fuera del presupuesto regular de Colciencias. Esto tanto para programas nacionales como en el exterior.
- Sería importante que la comunidad de CTI gradualmente convergiera y expresara con una voz muy articulada todas sus propuestas de reforma”.

Todo lo anterior, nos lleva a considerar que para poder avanzar en materia de investigación, innovación y tecnología, se deben realizar esfuerzos muy diversos por parte del gobierno, la academia y el sector laboral, con el objeto de optimizar los recursos para brindar un mayor espacio generador de nuevas investigaciones y aplicaciones de tipo científico y tecnológico y por lo tanto la gran tarea y esfuerzo que nos compete estará en redefinir y repensar las tres leyes que engloban este proceso: **La Ley General de Educación** (Ley 115 de 1994), **Ley de Educación Superior** (Ley 30 de 1992) y **Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación** (Ley 1286 de 1997), lo que nos conducirá, muy seguramente, aunque después de unos 15 o 20 años de ejecución, a alcanzar la construcción de una nación en paz, poseedora de una mejor educación, incluyente y participativa con un mayor y mejor desarrollo científico, innovador y tecnológico que le permita enfrentar en circunstancias más favorables para sus ciudadanos, un mundo altamente competitivo compuesto por sociedades de conocimiento muy especializadas.

Este es nuestro nuevo reto y todos, desde nuestros diferentes espacios, estamos llamados a cumplirlo. ¡Los invito entonces a acompañarnos en esta tarea!

Jorge Alberto Betancourt Rodríguez⁵
Subdirector Centro de Servicios Financieros
SENA - Regional D.C.

⁵ Ingeniero Civil de la Universidad de los Andes, con Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Sergio Arboleda. Se desempeñó por varios años en el sector privado y desde mediados del 2006 al haber ganado el concurso respectivo, fue nombrado como Subdirector del Centro de Servicios Financieros del Sena, Regional Distrito Capital.

Educación financiera

The background of the slide is a deep blue gradient. It features several large, semi-transparent blue spheres of varying sizes. A network of thin, light blue lines connects small dots, creating a web-like pattern across the entire image. The text 'Educación financiera' is positioned in the upper left, within a lighter blue rectangular area.

La amortización contable de los activos biológicos

Accounting amortization for biological assets

A amortização contábil dos ativos biológicos

Elena Marcela Arévalo Orjuela¹

Diana Julieth Pulido Moreno²

Adriana María Rangel Díaz³

Fecha de recepción: 15 febrero de 2017

Fecha de aceptación: 22 de abril de 2017

RESUMEN

Este es un artículo de revisión concerniente a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's), específicamente la NIC 41 Agricultura; cuyo objetivo es prescribir el tratamiento contable, la presentación de los estados financieros y la información a revelar relacionada con el área agropecuaria. Una contribución de gran magnitud especialmente para el sector agrícola, los llamados "activos biológicos", definido en la NIC 41 como "un animal o planta vivo". Ya que en la contabilidad tradicional el tratamiento que se le da a estos es ambigua y no se reconoce que están sujetos a una transformación biológica (ej. Crecimiento propio, deterioro, producción y/o procreación) que produce cambios cualitativos y/o cuantitativos en esos activos, y esa característica puede generar incertidumbre o conflicto cuando se aplican métodos contables tradicionales". En este caso el de los costes históricos que no aportan suficiente información financiera que esté ajustada al valor de los mercados extranjeros. Entre uno de los cambios más representativos que ha realizado la NIC 41, se encuentra la aplicación del valor razonable a elementos como los activos biológicos, criterio de medición que no ha sido utilizado por los profesionales contables en el País y que es de gran importancia ya que regula específicamente la contabilidad del sector más importante de la economía como es el agrícola por lo tanto la profesión contable debe tratar de que el reconocimiento contable sea el más ajustado a la realidad, comprensible, comparable en los mercados internacionales.

Palabras clave: Activos biológicos, valor razonable criterios de medición, transformación biológica y gestión del cambio.

Cómo citar este artículo: Arévalo Orjuela, Elena M., Pulido Moreno, Diana J., Rangel Díaz, Adriana M. (2017). La amortización contable de los activos biológicos. *Revista Finnova*. 3(5), 15 - 22.

1 Universidad Minuto de Dios. E-mail: marcela.arevalo1310@gmail.com

2 Universidad Minuto de Dios. E – mail: dpulido@fna.gov.co

3 Universidad Minuto de Dios. E – mail: adri01rangel@gmail.com

ABSTRACT

This is a review article concerning the International Financial Reporting Standards (IFRS), specifically IAS 41, Agriculture; whose objective is to prescribe the accounting treatment, the rendering of the financial statements and the information and disclosure related to the agricultural activity. A contribution of great magnitude especially for the agricultural sector is the so-called “biological assets”, as defined in IAS 41 as “living plants or animals”. Since in traditional accounting the treatment given to these is ambiguous and it is not recognized that they are subject to a biological transformation (e.g. own growing, degenerating, production and/or procreating) which produces qualitative and/or quantitative changes in those assets, and this feature can generate uncertainty or conflicts when traditional accounting methods are applied”. In this case, the historical costs that do not provide enough financial information that is adjusted to the value of foreign markets. Among one of the most representative changes made by IAS 41, is the application of fair value to items such as biological assets, a measurement criterion that has not been used by accounting professionals in the country and that is of great importance since it specifically regulates the accounting of the most important sector of the economy such as agriculture, therefore the accounting profession must try to make the accounting recognition the most adjusted to reality, understandable, comparable in international markets.

Key words: Biological assets, fair value measurement, biotransformation and change management criteria.

RESUMO

O artigo é uma revisão relacionada com as Normas Internacionais de Informação Financeira (NIIF's), especificamente a NIC 41 Agricultura; cujo objetivo é prescrever o tratamento contábil, a apresentação dos estados financeiros e a informação relacionada com a área agropecuária. Uma contribuição relevante especialmente para o setor agrícola, os chamados “ativos biológicos”, definido na NIC 41 como “um animal ou planta viva”, visto que na contabilidade tradicional o tratamento dado a eles é ambíguo e não é reconhecido que eles são sujeitos a uma transformação biológica (ej. Crescimento próprio, deterioração, produção e/ou procriação) que produza mudanças qualitativas e/ou quantitativas nesses ativos, e essa característica pode gerar incerteza ou problemas quando se aplicam métodos contábeis tradicionais. Neste caso, os custos históricos que não fornecem informações financeiras suficientes são ajustados ao valor dos mercados estrangeiros. Uma das mudanças mais significativas que a NIC 41 fez foi a aplicação do valor justo a elementos como os ativos biológicos, um critério de medição que não tem sido utilizado pelos profissionais de contabilidade no país e é de grande importância, uma vez que controla especificamente a contabilidade do setor mais importante da economia, como a agrícola. Por tanto, a profissão de contábil deve tentar fazer com que o reconhecimento contábil seja mais adequado a realidade, compreensível e comparável nos mercados internacionais.

Palavras Chave: Ativos biológicos, valor razoável, critérios de medição, transformação biológica e gestão da mudança.

Introducción

La adopción e implementación de las normas internacionales en Colombia, ha sido un desafío para los empresarios, inversionistas, proveedores, clientes, socios y contadores públicos titulados y en curso, debido a que la aplicación de la norma conlleva a interrogantes, inquietudes, dudas e incertidumbre acerca del cómo se llevará a cabo su implementación y los responsables de aplicarlas en sus respectivos entes económicos.

Uno de los temas que más inquietudes ha generado es la norma internacional de Contabilidad (NIC 41), activos biológicos, y es apenas razonable la preocupación que genera, debido a que en la norma local el contenido de la sección no tenía mayor complicación, ya que el Plan Único de Cuentas (PUC), lo clasificaba como inversiones, refiriéndose a agricultura o pesca) o inventarios (refiriéndose a cultivos

en desarrollo, productos extraídos y/o procesados, productos agrícolas y forestales, subproductos, productos de pesca, semovientes, especies mayores, especies menores), y bajo norma internacional se cubre sobre el tema de tratamiento contables, presentación en los estados financieros y la información a revelar de la actividad agrícola, definiéndola como la gestión por parte del ente económico de la transformación biológica de animales vivos o plantas.

Metodología

Se utiliza una metodología descriptiva, Según Sabino (1986) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Este artículo permite conocer, analizar e interpretar las normas internacionales en lo concerniente a la armonización contable de los activos biológicos sección 34.

A través de la lectura exhaustiva de documentos de las Normas Internacionales de Contabilidad en especial la que compete a la Norma Internacional de Contabilidad NIC 41-Agricultura, en lo concerniente a la armonización contable de los activos biológicos sección 34. En el artículo se utilizará como instrumento la recolección de opiniones de expertos nacionales e internacionales en el tema (IFRS, Junta central de contadores, ministerio de hacienda y crédito público y Ministerio de industria y comercio), libros de investigación, revistas, folletos, libros de normatividad en Colombia; Decreto 2649, páginas de internet en el tema de cómo realizar un adecuado tratamiento de activos biológicos en el sector de la agricultura de la NIC.

Antecedentes

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), conocidas por sus siglas en inglés como IFRS (International Financial Reporting Standards), son estándares técnicos contables adoptadas por el IASB, (International Accounting Standards Board), que en un lenguaje propio trata de estandarizar las normas contables

en un punto en común, una homologación, una armonización, comprensible, transparente para generar información financiera que sea comparable entre los países.

Lehman (2005), afirma que los proyectos internacionales de armonización contable se encuentran orientados a nociones de utilidad para la toma de decisiones y la representación fiel. Se hace necesario revisar la literatura del proceso de armonización contable y los conceptos básicos de las NIIF, enfatizando en el tema específico que son los activos corrientes, los Activos Biológicos de esta manera tener una clara idea del tratamiento contable con respecto a estos activos.

La NIC 41 define conceptos relevantes sobre Activos biológicos “Animal vivo o una planta”, que se clasifican en consumibles y activos biológicos para producir frutos. La NIC 41 Agricultura se ocupa de regular el tratamiento contable de los activos biológicos (animales vivos y plantas) y de los productos agrícolas procedentes de los anteriores, los cuales están relacionados con la actividad agrícola, comienza desde el estudio de la información financiera en las empresas agrícolas hasta la adopción de las normas.

Se compone de: Objetivo de la misma y 59 párrafos agrupados de la siguiente manera:

- Alcance
- Definiciones a. Relacionadas b. Generales
- Reconocimiento y medición
- Ganancias y pérdidas
- Imposibilidad de medir de forma fiable el valor razonable
- Subvenciones del gobierno
- Presentación e información a revelar a. Presentación b. Información a revelar i. General ii. Revelaciones adicionales para activos biológicos cuyo valor razonable no puede ser

medido con fiabilidad iii. Subvenciones del gobierno

- Fecha de vigencia y transición Además incluye un Apéndice, que no forma parte de la Norma, con ejemplos de presentación de los Estados financieros y medición de los Activos biológicos separando el crecimiento vegetativo de los bienes, del cambio de precios de los mismos.

La medición de los activos biológicos, según la NIC 41 “la empresa debe reconocer un Activo Biológico solamente cuando”:

- Se controla dicho bien como resultado de hechos pasados
- Controla los beneficios económicos que probablemente genere el bien
- El valor razonable o su costo puedan ser medidos confiablemente

Tabla 1.

Cronología de las NIC 41

1994	Decisión de acometer el estudio de la información financiera en las empresas
1996	Publicación del borrador de Declaración de Principios sobre la agricultura
1999	Aprobación del borrador E65 de propuesta sobre Agricultura
2000	Aprobación de la NIC 41 Sobre Agricultura
2001	Publicación de la NIC 41 sobre Agricultura
2003	Entrada en vigor para ejercicios con inicio a partir del 01-02-2003
2003	Publicación en el D.O de la Unión Europea del Reglamento por el que se adopta, entre otras la NIC 41
Nota: Tomado de Vera. S. Monografías sobre las NIIF agricultura. Pág. 363	

Teniendo en cuenta la importancia del tema, en los últimos años en Colombia y en el mundo se compila información de una serie de autores que evalúan las NIIF en especial los activos biológicos, de acuerdo a los diferentes puntos de vista, desde su definición hasta lo concerniente a los costos históricos, el valor razonable de los mismos, basándose en el Estándar Internacional que aborda el tema de los activos biológicos en la Norma Internacional de Contabilidad -NIC- 41.

Con respecto a la conveniencia del costo histórico como lo abstrae García (2008) la axiomática construida por Ijiri (1975) permite reconocer que la contabilidad convencional, así como es sinónimo de la aplicación de la regla de imputación (costos históricos) también requiere la existencia de los valores de mercado para los recursos no monetarios y de la existencia de un recurso que permita monetizar las transacciones. Esto nos hace mención a que los costos históricos son trascendentales, pero se hace

necesario de apoyarse de los valores del mercado. Es de resaltar que la normativa internacional al respecto, la NIC 41, incorpora como principal criterio de valoración el del activo biológico, además del precio de adquisición y el coste de producción”, de acuerdo con Arimanya, (2013). La NIC 41 establece que la empresa debe presentar en el balance el importe de sus activos biológicos y sus productos agrarios por separado, dando un amplio volumen de información sobre los mismos en los estados financieros, según Arimanya, (2013).

En el siguiente cuadro se presentan algunos ejemplos de activos biológicos, productos agrícolas y productos que resultan del procesamiento tras la cosecha o recolección, de acuerdo a la Norma Internacional de Contabilidad 41 referida a la Agricultura (NIC 41):

Tabla 2.

Ejemplo de Activos biológicos NIC 41

Activos biológicos (NIC 41)	Productos agrícolas (NIC 2)	Productos resultantes del procesamiento
Ovejas	Lana	Hilo de lana, alfombras
Árboles de una plantación forestal	Árboles tratados	Troncos, madera
Plantas	Algodón	Hilo de algodón, vestidos
	Caña cortada	Azúcar
Ganado lechero	leche	Queso
Cerdos	Reses sacrificadas	Salchichas, jamones curados
Arbustos	Hojas	Te, tabaco curado
Vides	Uvas	Vinos
Árboles frutales	Fruta recolectada	Fruta procesada

Nota: Fuente: NIC 41, párrafo. 4

Un ejemplo sencillo sería el de la vida, la planta es un activo biológico y debe contabilizar a la NIC 41 en el caso de una empresa de vino, la uva sería un producto agrícola o sea un inventario catalogado en la NIC 2. También el de una empresa de animales que compra y vende cerdos, su actividad no es la producción, en este caso no tiene una actividad agrícola, por lo cual los cerdos serán clasificados como inventario.

El manejo contable de los activos biológicos va a depender de la intencionalidad de la producción y de las características propias de la especie animal o vegetal que se esté utilizando. Por lo tanto, hay activos biológicos que no se deprecian y otros que sí lo hacen, experimentando un agotamiento de su capacidad productiva a través del tiempo. Para su depreciación llamado actualmente en la norma “cálculo del agotamiento de animales”:

Según NIC 41, El cálculo del agotamiento de animales (depreciación) se puede realizar a través del método de la línea recta, considerando la vida útil probable del animal, la edad, el valor de reposición o valor razonable en el mercado y el valor residual, descarte o salvamento.

Puntos a tener en cuenta:

- **Vida útil probable:** este relaciona la vida útil del animal, bajo los beneficios que genera el

animal si este activo es menor a los costos de producción es necesario reemplazarlo.

- **Valor de reposición, valor razonable o valor en libro:** trata del intercambio de un activo para cancelar un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado mediante la transacción libre, su valor razonable es basado en la ubicación y condición, referente actual un ejemplo es: valor razonable del ganado vacuno en una finca es el precio del mismo en el mercado correspondiente, menos el costo del transporte y otros costos de llevar las reses a ese mercado.

- **Valor residual, descarte o salvamento:** En animales es considerado como el valor del activo en el mercado una vez agotado se calcula con base a su peso y el valor de carne en piel o sacrificado.

El tratamiento contable como menciona Verdesoto (2015) “tanto como la agricultura la NIC 41 también arrastra o incluye los tratamientos para los Activos Biológicos, los procesos contables, y su transformación, sea este desde su inicio (nacimiento), hasta su venta” Esta norma establece un tratamiento contable con respecto a la valoración de los activos biológicos en lo concerniente al valor razonable. Para la presentación contable los activos biológicos ocupan una categoría independiente dentro del balance general como no circulantes (no se espera que se ejecuten durante el siguiente año posterior a la fecha del balance) así mismo deben

Tabla 3.

Vida útil probable para algunas especies de interés zootécnico

Especie animal	Vida útil probable (años)
Machos reproductores	
Toros	5
Búfalos	7
Carneros	5
Caprinos	5
Verracos	5
Hembras reproductoras	
Vacas	8 partos
Búfalas	18
Ovejas	5
Cabras	5
Cerdas	6

Fuente. Tomado de Pérez. J. (2017) Agotamiento o Depreciación de los Activos Biológicos.

ser clasificados dentro de la sección de activos no corrientes en el Estado de Situación Financiera, se recomienda una descripción cuantificada de cada grupo de activos biológicos, si es necesario o adecuado indicar cuáles son los activos para el consumo y cuales se mantienen para producir frutos.

- Para su reconocimiento inicial, los activos biológicos de la NIC 41 grupo 1: deben ser medidos por su valor razonable menos los costos estimados en el punto de venta, si este activo mencionado no puede ser medido, la entidad solo podrá reconocerlos al costo menos su depreciación acumulada menos la pérdida por deterioro del valor que pueden ser imputables. De acuerdo con Ramírez (2011) Los activos biológicos para ser tomados en cuenta o ser reconocidos como tales deben ser de sucesos de ejercicios pasados, se pueda controlar los beneficios económicos, y su valor razonable pueda ser medido razonablemente.

La medición del bien se realizará: Valor razonable menos los costos en el punto de venta, según el punto 12 de la NIC 41. Un ejemplo sería que una empresa piscícola tiene un contrato para vender los peces a un precio futuro a US\$ 3 kilogramos. El precio del mercado es de US\$ 4 kilogramos al 31 de

Tabla 4.

Valor razonable de Activos biológicos

(+) valor de mercado del activo agrícola.....XXX
(-) Coste estimado hasta el punto de venta(XXX)
- Costes de carga y descarga.....xxx
- Costes de transportexxx
- Otros costes.....(xxx)
(=) Valor razonable.....
XXX
(-) Costes estimados en el punto de venta.....(XXX)
- Comisiones.....xxx
- Gravámenes.....xxx
- Otros costes.....(xxx)
(=) Valor asignable al activo agrícola.....XXX

Fuente. (Vera 2004)

diciembre de 2014. El valor razonable utilizando el precio de mercado a 31 de diciembre de 2014 es por US \$4 kilogramos.

La medición del bien se realizará: Valor razonable menos los costos en el punto de venta, según el punto 12 de la NIC 41. Un ejemplo sería que una empresa piscícola tiene un contrato para vender los peces a un precio futuro a US\$ 3 kilogramos. El precio del mercado es de US\$ 4 kilogramos al 31 de diciembre de 2014. El valor razonable utilizando el precio de mercado a 31 de diciembre de 2014 es por US \$4 kilogramos.

Las normas internacionales (NIC 41) han sido adaptadas por diversos países como Australia, Nueva Zelanda y Hong Kong cuyas normativas son idénticas. En Francia hicieron su plan contable de acuerdo a las necesidades de las empresas agrarias y en el Norte de América tanto el American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) como el Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) defienden la valoración de los activos biológicos y productos agrarios al coste histórico como afirma Benavente (2009).

Para efectuar esa normativa Francia representa evidentemente en Europa el país de mayor tradición en el ámbito contable agrícola, en el año 1965 presentó el primer proyecto de plan contable para una empresa agrícola, El PGCAF denomina bienes vivos al conjunto de animales y vegetales empleados

en la actividad productiva de la empresa como inversiones económicas de carácter fijo o circulante en curso de producción.

En Estados Unidos establece la valoración de las existencias de acuerdo al coste o mercado, sobre la valoración de productos agrícolas. Australia recomienda para los productos vegetales recolectados el uso del valor de mercado (farmgateprice) obtenido por diferencia entre el precio de venta y los costes de transporte y venta. Nueva Zelanda sugiere desglosar los cambios en el valor del ganado en dos componentes -cantidad y precio- y, aunque deja libertad para el tratamiento de las ganancias no realizadas, aconseja optar por el criterio de la realización para su incorporación a la cuenta de pérdidas y ganancias.

En el caso colombiano en julio de 2009 se emitió la ley 1314 que se refiere a la convergencia con las normas internacionales de contabilidad y de información financiera. "... la acción del estado se dirigirá hacia la convergencia de tales normas de contabilidad de información financiera y de aseguramiento de la información, con estándares internacionales de aceptación mundial, con las mejores prácticas y con la rápida evolución de los negocios (art 1 ley 1314/2009).

Conclusiones

Las normas internacionales de información financiera (NIIF) se hacen necesarias para armonizar la información financiera, en nuestro caso colombiano que sea coherente con la exigencia de los mercados internacionales que requieren de unos estados financieros de aceptación general que sirva a los socios, proveedores.

Las NIC 41 hacen un aporte relevante en el tema de activos biológicos, ya que la contabilidad tradicional solo se basa en el coste histórico y en el principio de realización, se deberá tener en cuenta el concepto valor justo como medio de valoración, es decir el activo biológico tiene que ser medido con base en el momento de reconocimiento inicial y se vuelve a medir cada año, es ahí en la variación que se genera la diferencia.

El impacto de esta normativa internacional se verá reflejado en la operación, afectando indicadores de gestión, reparto de utilidades en los sistemas y procesos administrativos y permitirá elaborar una información financiera comparable. Falta conocimiento de la norma, pero sin importar lo confuso que sean, todas las empresas, tendrá que adoptar las normas internacionales, y el sector agrícola no escapa de ello, esto obliga a los profesionales a estudiar, investigar y entender aún más el tema de las NIIF y en la información anexa de estas normas.

Bibliografía

Amat, O., & Perramon, J. (2006). *Normas Internacionales de Contabilidad Online NIC/NIIF*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Arimany, N., Farreras, M. À., & Rabaseda, J. (2013). Alejados de la NIC 41: ¿Es correcta la valoración del patrimonio neto de las empresas agrarias? *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 27-50.

Calvo de Ramírez, A. C. (2005). NIC 41: Tratamiento contable de los activos biológicos y los productos agrícolas. "XXVas. Jornadas Universitarias de Contabilidad y I Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad". Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas – Universidad de Buenos Aires.

Ceriani, M. A., & Vigil, J. I. (2014). Problemas y desafíos recientes de las normativas contables para los estados financieros en la actividad agropecuaria. *Ciencias Económicas*, 75 - 89.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA . (13 de Julio de 2009). Ley 1314 de 2009. "Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia". Bogotá.

García Casella, C. L. (2010). Un interesante cuestionario relativo a la posible medición del llamado Fair Value o Valor Razonable. (F. d.-U. Aires, Ed.) *Contabilidad y Auditoría*(31), 36 - 59. Obtenido de <http://ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/Contyaudit/article/view/55/59>

Internacional Accounting Standards Committee Foundation. (2003). *Norma Internacional de*

Contabilidad 41. Agricultura. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/41_NIC.pdf

International Accounting Standards Board (IASB). (2009). *Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Parte A.* Obtenido de Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/>

Lehman, G. (2005). A critical perspective on the harmonisation of accounting in a globalising world. *Critical Perspectives on Accounting*, 975-992.

Mantilla, S. A. (2013). *Estándares - Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIIF)*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Pérez, J. J. (2017). *Agotamiento o depreciación de los activos biológicos.* Obtenido de Departamento de Estudios Regionales y Urbanos, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad del Zulia: [https://www.](https://www.academia.edu/15251396/AGOTAMIENTO_O_DEPRECIACION_DE_LOS_ACTIVOS_BIOLÓGICOS)

[academia.edu/15251396/AGOTAMIENTO_O_DEPRECIACION_DE_LOS_ACTIVOS_BIOLÓGICOS](https://www.academia.edu/15251396/AGOTAMIENTO_O_DEPRECIACION_DE_LOS_ACTIVOS_BIOLÓGICOS)

Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación.* Obtenido de <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion-carlos-sabino.pdf>

Trujillo del Castillo, J. I. (14 de Noviembre de 2012). *Los PUC y las cuentas de orden frente a las NIIF/IFRS.* Obtenido de Actualícese: <http://actualicese.com/opinion/los-puc-y-las-cuentas-de-orden-frente-a-las-niifirs-jose-israel-trujillo-del-castillo/>

Vera, S. (2004). "Agricultura", *Monografías sobre las Normas Internacionales de Información Financiera*. Madrid: AECA-Recoletos.

Verdezoto Reinoso, M., & Vargas Jiménez, M. (2015). *Introducción a la Contabilidad Agropecuaria.* (U. T. Machal, Ed.) Ecuador: Ediciones utmach.

Gestión y desarrollo empresarial

Gestión de la información para tener éxito en la toma de decisiones en marketing

Information management to succeed in making marketing decisions

Gestão da informação para o sucesso na tomada de decisões em marketing

María Emma Lombana González¹

César David Domínguez Olmos²

Fecha de recepción: 26 enero de 2017
Fecha de aceptación: 2 de abril de 2017

"La mejor forma de predecir el futuro es construyéndolo"
Peter Drucker

RESUMEN

En un mundo globalizado en permanente cambio, las empresas que quieren lograr ventajas competitivas sostenibles, deben ser conscientes de que la información es el recurso estratégico más valioso de la compañía, por cuanto es el eje central de la toma de decisiones. Este artículo de revisión presenta un análisis comparativo entre los conceptos que inciden de manera significativa en la toma de decisiones para la gestión del marketing, en las organizaciones actuales: sistema de información, inteligencia de negocios, investigación de mercados y vigilancia tecnológica.

Para ello se hizo una búsqueda, organización y análisis de documentos que permitieron, la compilación de información conceptual a través de un cuadro comparativo, que sintetiza los términos básicos y cómo se complementan entre sí para lograr una toma de decisiones exitosa en la gestión del marketing por parte de las personas y empresas interesadas, con conocimientos mínimos y poca experiencia en estas áreas del conocimiento. A lo largo del

1 Magister en psicología del consumidor, especializada en psicología del consumidor y psicóloga de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Catedrática universitaria y consultora empresarial en investigación y gestión de marketing.

2 Ingeniero Industrial Universidad Tecnológica Pereira, especialista en finanzas Universidad EAFIT, experto en innovación y desarrollo tecnológico de la Simon Fraser University Vancouver Canadá, certificado en herramientas y competencias para la innovación por la Universidad Politécnica de Valencia, certificado entrepreneurship advisory por la Universidad de San Francisco California (USA). Formador pedagógico especializado en formación profesional con base en competencias laborales SENA, líder formador en metodología de aprendizaje por proyectos, líder SENNOVA Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información, líder del grupo de investigación SUOMAYA CGMLTI SENA y miembro de la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia.

artículo se describen a profundidad cada uno de los conceptos, siguiendo un mismo hilo conductor: qué es en sí mismo, por qué es importante en el marketing y cómo se aplica.

El producto más destacado del artículo es la construcción de un cuadro comparativo conceptual, que tiene como objetivo diferenciar cada termino y establecer claramente la relación “sinérgica” entre los mismos para un exitoso proceso de toma de decisiones.

Palabras clave: Decisiones, marketing, sistema de información, inteligencia, investigación de mercados y vigilancia.

Como citar este artículo: Lombana González, María E., Domínguez Olmos, César D. (2017). Gestión de la información para tener éxito en la toma de decisiones en marketing. *Revista Finnova*, 3(5), 25 - 35.

ABSTRACT

In a globalized world in continuous change, companies that want to achieve sustainable competitive advantages should be aware that the information is the most valuable strategic resource of the company, as it is the core of decision-making. This review article presents a comparative analysis between the concepts that have a significant impact in the decision-making process for the management of marketing, in current organizations: information system, business intelligence, research market and technological surveillance.

For this a search, organization and analysis of documents was carried out that allowed compiling conceptual information through a comparative chart, which summarizes the basic terms and how complement each other to achieve decision-making successful in marketing management by individuals and companies interested therein, with minimal knowledge and little experience in these areas of learning. Throughout the article each of the concepts, following a same thread are described in depth: what is in itself, why it is important in marketing and how to apply it. The most outstanding item product of the article is building a conceptual comparison chart, which aims to differentiate each term and clearly establish the “synergistic” relationship between them for a successful decision making process.

Keywords: Decisions, marketing, information system, intelligence, market research and surveillance system.

RESUMO

As mudanças permanentes do mundo globalizado promovem nas empresas cominteresse em atingir vantagens competitivas sustentáveis, devem conhecer que a informação é o recurso estratégico mais valioso da empresa, visto que é o eixo central das tomadas de decisões. No artigo de revisão se apresenta uma análise comparativa nos conceitos que influenciam significativamente na tomada de decisões para a gestão do marketing nas organizações atuais: sistema de informação, inteligencia de negócios, pesquisa de mercados e vigilância tecnológica.

Para o trabalho realizou-se uma pesquisa, organização e análise documental que possibilitaram a compilação de informação esconceituais através de uma caixa comparativa que sintetiza os termos básicos. Como tem complementaridade entre si para atingir uma tomada de decisões exitosas na gestão de marketing por parte das pessoas e empresas interessadas que tem pouco conhecimento e experiêncianas áreas do conhecimento. No artigo se descrevem a profundidade de cada um dos conceitos, seguindo uma mesma ideia: qué é, por que é importante o marketing e como se aplica. O produto com maior importância do artigo é a construção de um quadrado comparativo conceitual, que temo objetivo de diferenciar cada termo e esclarecer a relação “sinérgica” entre eles para ter sucesso no processo da tomada de decisões.

Palavras Chave: Decisões, marketing, sistema de informação, inteligência, pesquisa de mercados e vigilância.

Introducción

En la evolución de los sistemas de información se evidencia que, los conceptos que inciden de manera significativa en la toma de decisiones en las actuales organizaciones son: el sistema de información, la inteligencia de negocios, la vigilancia tecnológica y la investigación de mercados, los cuales deben ser analizados y aplicados conjuntamente. La gestión de la información en la organización ayuda a señalar el direccionamiento certero y efectivo entre las metas propuestas, los esfuerzos y los recursos necesarios para lograrlas.

La idea de realizar este trabajo surgió de la experiencia de los autores, en la asesoría a emprendedores y empresarios para elaborar modelos y planes de negocio y en orientar cátedras de gestión de marketing, gestión empresarial e investigación de mercado a estudiantes de diferentes entidades de educación superior, con conocimientos y experiencia limitada en estos temas.

El artículo de revisión que se presenta es el resultado de esa experiencia y de un análisis exhaustivo de información bibliográfica especializada, sobre los temas de: toma de decisiones, sistema de información, inteligencia de negocios, investigación de mercados y vigilancia tecnológica. Estos conceptos fueron analizados a la luz de tres interrogantes: qué es el concepto, por qué es importante en el marketing y cómo se aplica. Como resultado de síntesis, se elaboró un cuadro comparativo que puede ser aplicado en la gestión organizacional, con énfasis en la gestión del marketing.

Se espera que este producto constituya una guía práctica, real y efectiva en el proceso de toma de decisiones, con base en un eficiente sistema de información, dado que es paradójico que en un mundo donde abunda la información de diferente calidad y desde una amplia diversidad de fuentes y temas, a muchas personas que trabajan en el área se les dificulta comprender y aplicar los conceptos relacionados con la toma de decisiones basadas en sistemas de información.

Metodología

Apartir de la definición del tema central del artículo, se consultaron bases de datos especializadas como EBSCOhost, ProQuest; Biblioteca Virtual Pearson, Google académico, OCEANO Administración y utilizando ecuaciones de búsqueda se exploraron publicaciones recientes y relacionadas con los temas de estudio: sistemas de investigación, inteligencia de negocios (Business Intelligence), vigilancia tecnológica e investigación de mercados. Del material examinado se seleccionaron las definiciones más representativas y útiles para contextualizar a los lectores interesados pero nuevos en el área, buscando establecer claramente la relación entre los procesos de la toma de decisiones en marketing y los sistemas de información.

Con la información analizada se estructuró un cuadro comparativo, con el fin de diferenciar cada concepto y establecer claramente la relación “sinérgica” entre los mismos para un exitoso proceso de toma de decisiones. El diseño del cuadro comparativo se realizó ubicando de una parte en las filas los conceptos de sistema de investigación, inteligencia de negocios (Business Intelligence), vigilancia tecnológica e investigación de mercados; y de otra parte en las columnas se registran los siguientes interrogantes: qué es el concepto, por qué es importante en el marketing y cómo se aplica.

Conceptualización base para comprender el tema

Sistema de información

Según las características del mismo, un sistema de información, se puede definir como “(...) un conjunto organizado de partes componentes que se hallan interrelacionadas funcionalmente con vistas a lograr ciertos objetivos” (Solana, 1993). De acuerdo con Solana, un sistema de información se compone de datos, personas, actividades, recursos y herramientas materiales y digitales, con los cuales se procesa y genera información, para diferentes

usuarios en una organización, con el fin de apoyar el proceso de toma de decisiones.

Para Andreu, Ricart y Valor, un sistema de información es el “conjunto formal de procesos que, operando sobre una colección de datos estructurada de acuerdo a las necesidades de la empresa, recopila, elabora y distribuyen selectivamente la información necesaria para la operación de dicha empresa y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, al menos en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios para desempeñar funciones de negocio de la empresa de acuerdo con su estrategia” (Andreu, Ricart, & Valor, 1996).

Un sistema de información es importante para el marketing, porque las empresas deben tener una clara cultura de información, que se traduce en tener todos los valores y comportamientos organizacionales encaminados a la gestión de la información (Martínez López, Padilla Meléndez, Del Águila Obra, & García Ordaz, 2013). Desde el 2000 hasta la actualidad, las empresas a través de la recolección de la información, crean modelos descriptivos que permiten identificar patrones de comportamientos; por ejemplo, las empresas identifican y perfilan al cliente actual a través de la información que los consumidores buscan en la web, con la información recolectada se procede a cruzar y determinar quiénes son los clientes potenciales. Por ejemplo, Amazon genera con sus bases datos, rutas de búsqueda facilitando el éxito de la información para el usuario (Ullen & Germain, 2002).

Los sistemas de información se han aplicado en el marketing desde 1950, cuando inicia la comercialización de la analítica, que consiste analizarla información obtenida a través de sistemas de algoritmos, utilizando una programación no lineal y la resolución de problemas a través del manejo de heurísticos. La analítica se utilizó en sus inicios para resolver problemas de logística y carga y actualmente sus principales actividades se enfocan en la creación de modelos para estudio de créditos en el consumidor y su riesgo crediticio (Andreu, Ricart, & Valor, 1996).

Durante los años 1970 y 1999 el análisis de los datos se comenzó a dar en tiempo real, los profesionales del área lograron trabajar con modelos que permiten el análisis predictivo de la información; estas herramientas son utilizadas por empresas medianas especialmente por aquellas empresas dedicadas a la tecnología. Posteriormente aparecieron las empresas online y la información obtenida por estas organizaciones fue analizada en tiempo real y en línea. La aplicación de algoritmos para análisis de la información, comienza con Larry Page y Sergey Brin creadores de google, ellos utilizaron esta tecnología para facilitar las búsquedas en las páginas web generando una verdadera revolución de la información (García Marco, 1995).

Inteligencia de negocios - Business Intelligence

El concepto de inteligencia de negocios, que de ahora en adelante llamaremos BI - Business Intelligence -, es utilizado por Howard Dresner quien trabajó en la empresa de consultoría de Garnet Group en 1989, época donde los softwares eran llamados DSS (decision-support-system). A partir de allí, él crea el concepto de BI como un proceso interactivo donde se recoge, analiza e interpreta la información con el fin de sacar patrones y tendencias de algún tema en especial, teniendo una aplicación muy importante en la vigilancia tecnológica, que más adelante se va a describir a profundidad. Esta información es valiosa para todos los procesos internos de la compañía y para los proveedores y clientes (Cano, 2007).

Para Mohamed, la BI es la utilización de sistemas que proporcionan apoyo a las empresas en la gestión empresarial (Elbashir, Collier, & Davern, 2008). Este mismo concepto es reforzado por Lin, quien menciona que la inteligencia de negocio es una herramienta utilizada por las empresas para recoger, analizar los datos y la información de una manera más estructurada mediante el aprovechamiento de la tecnología, todo esto para evitar sesgos en las tomas de decisiones (Lin, 2008).

Para Chen y otros, la BI desarrollada durante los años 70s y 90s se caracteriza por generar un análisis estadístico y minerías de datos dado que, la gestión

de datos y almacenamiento de la información es el fundamento de la BI&A 1.0. Actualmente se utilizan las herramientas de extracción, transformación y carga de datos llamadas ETL, para realizar el análisis de procesos en línea (OLAP) que permite visualizar métricas de rendimiento y los informes generados son de segmentación de datos, agrupación de datos, análisis de regresión, clasificación de datos, detección de anomalías y modelos de predicción (Chen, Chiang, & Storey, 2012).

La Business Intelligence es importante para el marketing, porque la revolución del análisis de datos está dada por la inteligencia artificial, por sistemas (datamarts y las bases multidimensionales) que permiten interpretar múltiples series de datos y predecir eventos (Borja, 2008). La herramienta del internet se convierte en un recurso valioso para las organizaciones, que bien utilizado puede generar información útil para la gestión de una compañía. Hoy en día no se requiere de una gran inversión para tener un sistema de información y ser competitivo (Mazón Calpena & Pereira, 2002).

La aplicación del Business Intelligence en el marketing, se puede ejemplificar a través de la BI&A 2.0 que representa el momento en que la internet y la web comienzan a ofrecer una recolección de datos e investigación de análisis para generar oportunidades de desarrollo. Los buscadores google y Yahoo! permiten ofrecer y vender sus productos en línea, así como también interactuar con sus clientes. Cuando un consumidor navega en el internet en busca de información de productos y marcas, comienza a aportar información a las empresas a través de las cookies quedando el registro de servidor de su IP. Como se ve esta es una mina de oro para la comprensión de necesidades del cliente y el entendimiento de oportunidades empresariales (Doan, Ramakrishnan, & Halevy, 2011).

Para Osorio (2014), las pymes por los bajos costos de esta tecnología ya pueden hacer uso tipo de analítica, al igual que todas las personas pueden tener acceso a la información y tener un rol activo a través de los dispositivos móviles. Este tipo de herramienta ha generado un impacto en la recolección de la información debido a la producción de datos en tiempo real, esto hace que la analítica

utilice un lenguaje natural, la creación de datos a diario se aumenta en forma exponencial, la tecnología permite unos costos más económicos, pero requieren talento humano para el manejo de la información.

Data Driven Marketing (Marketing impulsado por datos)

Es el proceso de toma de decisiones enfocado en planear, desarrollar y evaluar los planes y programas de marketing, con base en datos e información oportuna, confiable y razonable sobre los clientes y consumidores. La definición de Semmelroth, indica que el concepto de data-driven marketing no es más que la utilización de la información (data) de los clientes para conducir apropiadamente los esfuerzos de las comunicaciones de marketing (Semmelroth, 2013). Para Jeffery, el data-driven marketing toma una connotación más profunda proponiendo indicadores para la información tradicional como: Brand Awareness, Test-Drive, Churn, Customer Satisfaction (CSAT), Take Rate, Customer Life Time Value (CLTV); y para la información no tradicional como: Cost per Click (CPC), Transaction Conversion Rate (TCR), Return on Ad Dollars Spent (ROA), Word of Mouth (WOM) (Jeffery, 2010).

La importancia del Data Driven Marketing se refleja en el principio número uno de Philip Kotler para el marketing 3.0, que hace referencia a la situación donde la empresa debe reconocer el poder del consumidor, la información está por todas partes y los consumidores están muy informados acerca de los productos que cubren sus necesidades, por lo tanto los gerentes de mercadeo deben basar sus ventas en una buena comunicación y sus estrategias de mercadeo deben estar orientadas a “conectar y colaborar”. Es momento de ofrecer buenas experiencias para tener relaciones a largo plazo con los clientes (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2011).

Para poner a funcionar el Data Driven Marketing en una empresa, se requiere una buena cantidad de datos, entender cuáles son las metodologías que se tienen que utilizar, cuáles pueden ser esas herramientas para la optimización de datos y lo más importantes cuáles son las habilidades y competencias que deben tener los profesionales para el manejo de esta

información (Ardila, 2015). Para Ardila, lograr una buena gestión del Data Driven Marketing requiere de: (a) una clara sincronización de plataformas de email marketing, (b) empatar con las plataformas de social media y (c) tener un software para la gestión de subastas de tiempo real de los distintos espacios publicitarios; con estos tres aspectos se puede cumplir con la función de un sistema, identificar los distintos datos de los usuarios que ingresan a la página web y hacer que el anuncio aparezca inmediatamente. Además, las empresas deben contar con plataformas de CRM, generar desarrollo de mercadeo móvil y como parte fundamental, desarrollar una analítica digital robusta que funcione en tiempo real.

Vigilancia tecnológica

Rojas (2011) menciona que la vigilancia tecnológica es la utilización de sistemas de información para la recolección y análisis de la información científico - tecnológica, que sirve para el apoyo en los procesos de toma de decisiones. La información suministrada ayuda a conocer las tendencias tecnológicas, las novedades que hay en el mundo sobre invenciones, socios potenciales, competidores y aplicaciones tecnológicas. Tanto las clasificaciones como las definiciones sobre el concepto de vigilancia tecnológica tienden a equipararlo con el concepto de inteligencia de negocios, dado que la vigilancia tecnológica permite a las empresas el desarrollo y el ejercicio de la inteligencia al estar pendiente del adecuado manejo y difusión de la comunicación de la información dentro de la empresa, al utilizar la información y conocimiento para la toma de decisiones como ya se ha mencionado, en el contexto propio de la inteligencia de negocios (Palop & Vicente, 1999).

Uno de los principales objetivos que tiene vigilancia tecnológica es obtener información confiable, precisa y oportuna para mejorar los procesos de la organización y la posibilidad de compartir toda la información en cada una de las áreas organizacionales de la compañía, así como también, uno de los mayores beneficios obtenidos es integrar las áreas a través de la utilización de la tecnología, esto con el fin de tener un mayor control sobre la empresa y su entorno competitivo (Ramírez, Escobar, & Arango, 2012).

Zaintek (2004) retoma las fuerzas de competitivas de Michael Porter: *Nuevos entrantes, clientes, proveedores, competidores y productos sustitutivos* y a partir de estas, identifica cuatro tipos de vigilancia: a) vigilancia tecnológica: tecnologías que acaban de aparecer y ayudan generar nuevos productos o procesos, b) vigilancia competitiva: es la encargada de la evaluación de los competidores actuales y potenciales, c) vigilancia comercial: estudia información de productos, mercados, clientes y proveedores y d) vigilancia del entorno: evaluación y detección de los hechos y noticias del ambiente, políticos, sociales, demográfico, reglamentaciones según el sector.

Para Zaintek las fuentes son útiles en la medida que se haga un buen uso de las mismas y de las habilidades de la empresa para explotarlas. Entre estas fuentes se encuentran algunas informales como: a) competidores, b) proveedores, c) clientes, d) empresas subcontratadas, e) ferias y exposiciones, f) congresos, seminarios, g) misiones empresariales, h) estudiantes en prácticas, i) comités y h) fuentes internas de las empresas, y otras fuentes formales como: a) prensa, b) patentes, c) bases de datos, d) publicaciones de otras empresas, e) publicaciones de organismos oficiales y f) libros.

Investigación de Mercados

La investigación de mercados es entendida como el conjunto de procesos sistémicos, críticos y empíricos que se utilizan para el entendimiento de un fenómeno y/o un problema (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2015). Por otra parte, se define la investigación de mercados, como la recolección, organización, análisis e interpretación de la información que conecta a la organización con el entorno del mercado (Aaker, Kumar, & Day, 2003). También Zikmund (2009) define la investigación de mercados como el proceso sistemático para generar información y ayudar a la reducción de la incertidumbre en la toma de decisión.

La investigación en si misma tiene dos enfoques, la investigación básica y la investigación aplicada; el objetivo de la investigación básica es la generación de conocimientos a través de la recolección de información válida y confiable mientras que la

investigación aplicada por su parte, se utiliza para identificar soluciones a problemas de nivel empresarial y social; esta se desarrolla a partir de los hallazgos obtenidos por la investigación básica, permitiendo una aplicación de la teoría a la realidad.

La diferencia de la investigación de mercados con los otros sistemas de información, es que esta se utiliza para identificar problemas y oportunidades específicas que la empresa requiere solucionar. Los problemas que la investigación de mercados ayuda a solucionar tienen que ver con el comportamiento del mercado, la incursión en nuevos mercados, el lanzamiento de un producto nuevo al mercado, identificación de segmentos, conocimiento acerca del posicionamiento, análisis del impacto de las estrategias de comunicación implementadas por la empresa y también el análisis de la satisfacción de servicios al cliente (De la Torre, 2016).

Metodológicamente la investigación de mercados como la investigación a nivel general, puede tener un enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto. Los procesos de la investigación cualitativa son inductivos y permiten analizar múltiples realidades subjetivas, para ello se utiliza la recolección y análisis del datos y la generación de hipótesis por parte del investigador, en contraste los procesos de la investigación cuantitativa son deductivos, secuenciales y analizan realidades objetivas, para ello se utiliza la recolección de datos en la prueba de hipótesis mediante el análisis estadístico, con el fin de establecer y en algunos casos generalizar pautas del comportamiento, finalmente, la investigación mixta es la combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2015).

Teniendo en cuenta la descripción y análisis de los conceptos señalados, se presenta a continuación un cuadro comparativo que establece la relación entre los procesos de la toma de decisiones en marketing y los sistemas de información. Este cuadro debe ser entendido como una herramienta conceptual que facilita la diferenciación de cada concepto y al mismo tiempo permite establecer claramente la relación “sinérgica” entre los mismos para un exitoso proceso de toma de decisiones.

Como se puede observar en la Tabla 1, en las filas se ubican los conceptos de: sistema de investigación, inteligencia de negocios (Business Intelligence), vigilancia tecnológica e investigación de mercados y en las columnas se ubican los siguientes interrogantes: qué es el concepto, por qué es importante para el marketing y cómo se aplica en el marketing. Su lectura debe permitir ver que los elementos que diferencian estas herramientas son alcance o enfoque, la forma como se recolecta, organiza, procesa, analiza la información y cómo esta información es aprovechable en la gestión del marketing.

Es importante señalar que el cuadro de síntesis facilita leer, estudiar y establecer comparaciones entre los diferentes conceptos y su aplicación en la toma de decisiones, considerando además que todos los conceptos deben tenerse en cuenta en la gestión del marketing a partir de la información que cada uno aporta. Aplicando lo propuesto en forma organizada y sistemática se puede contar con información amplia y suficiente que fundamenta la toma de decisiones para una gestión exitosa del marketing en una organización.

Inteligencia competitiva en Latinoamérica y Colombia

¿Estas herramientas de toma de decisiones estratégicas para el marketing, son utilizadas por las empresas latinoamericanas y particularmente por las colombianas? Ramírez y otros (2012) mencionan que en Latinoamérica no es muy común el desarrollo de la vigilancia competitiva, debido a ciertos factores como: a) la poca cantidad de empresas que gran tamaño con herramientas para hacerlo, aunque menciona que las pymes también podrían hacer vigilancia tecnológica con el apoyo de instituciones educativas, centros tecnológicos y grupos de investigación, b) las empresas no reportan información fidedigna al estado c) en las universidades no hay programas de formación para la realización de la vigilancia competitiva y d) se sigue viendo el tema de vigilancia competitiva como una forma de espionaje corporativo.

La situación particular de pymes colombianas con respecto a los sistemas de información, inteligencia de negocios y vigilancia competitiva, muestra

Tabla 1.

Cuadro comparativo entre los sistemas de información y la toma de decisiones en marketing

Conceptos	¿Qué es?	¿Por qué es importante para el marketing?	¿Cómo se aplica en el marketing?
Sistema de información	Es una colección estructurada de datos que genera información útil para diferentes tipos de usuarios, con el fin de apoyar los procesos de toma de decisiones.	Provee información para crear modelos descriptivos en los que se pueden identificar los patrones de comportamiento y consumo de una población o núcleo humano.	Facilitando información para la solución de problemas a través de algoritmos, métodos heurísticos, análisis predictivo y de datos en línea y en tiempo real; creando modelos para el estudio del comportamiento del consumidor.
Inteligencia de Negocios	Es la gestión de información relacionada con los procesos de una compañía, útil para generar análisis estadísticos, visualizar métricas de rendimiento y modelos de predicción, para tomar decisiones sin sesgos.	Posibilita interpretar múltiples y abundantes series de datos, como también predecir eventos y generar información útil para la gestión del mercadeo en una compañía.	Recolectando datos en línea y analizando información para identificar y generar oportunidades de desarrollo empresarial, como también definiendo estrategias para interactuar con los clientes y comprender sus necesidades.
Vigilancia tecnológica	Es la obtención de información científico - tecnológica mundial, para identificar y conocer tendencias y aplicaciones tecnológicas, competidores y socios potenciales, que sirve como soporte a la toma de decisiones estratégicas.	Proporciona información confiable, pertinente y oportuna del entorno competitivo en que opera la empresa, por lo que se puede mejorar la gestión de la organización e incorporar tecnología avanzada.	Incorporando tecnologías emergentes en la generación de nuevos productos y procesos; evaluando productos, mercados y competidores actuales y potenciales; detectando hechos y noticias del ambiente político, social, legal e identificando su efecto sobre la compañía.
Investigación de mercados	Es la adquisición de información relacionada con el entorno del mercado en el que opera una organización, contribuye a reducir la incertidumbre en la toma de decisiones.	Facilita entender el comportamiento de los consumidores, identificar problemas y oportunidades específicas en el mercado hacia el que se orienta la empresa, provee información para ingresar a nuevos mercados y lanzar nuevos productos.	Mediante análisis de múltiples realidades subjetivas y objetivas; recolección y análisis de información; generación, prueba y validación de hipótesis; análisis estadísticos para establecer pautas de actuación.

un panorama de importantes problemáticas como: a) los costos para la aplicación de estas herramientas, b) el mantenimiento y la renovación del software requerido, c) el desconocimiento que tiene el personal de la empresa con respecto al manejo de la información, d) los altos costos de formación de las personas para implementar estos procesos y (e) la resistencia de las empresas con respecto a los cambios. En suma, todas estas problemáticas generan

una alta brecha digital afectando la competitividad a nivel mundial de las empresas colombianas (Martillo, Chávez Chica, Dier Luque, & Proaño Castro, 2015).

Al analizar la situación de las empresas de la ciudad de Bogotá, la Cámara de Comercio de Bogotá en el boletín de octubre de 2015 se informa que del total de empresas registradas según su tamaño: el 87% son microempresas, el 9% son pequeñas empresas,

el 3% son medianas y un 1% son grandes empresas. Bogotá-Cundinamarca es la región del país con más dinámica empresarial, generación de empleo y con un 31% del PIB nacional. Los resultados de la encuesta sobre el clima de negocios, realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá en 2015, muestran que las empresas identifican como temas en los que se requiere capacitar o formar a supersonal: servicio al cliente (29%), mercadeo y ventas (29%) y maquinaria y equipos (23%). Las capacitaciones requeridas se realizaron por la misma empresa (51%) o por otras empresas del sector (15%) y hay algunas que no hacen capacitación (16%). Con estos resultados no es claro si las empresas son conscientes de la necesidad de capacitar a sus colaboradores en actividades de manejo de información.

En la Gran encuesta PYME del 2015, los resultados muestran que las acciones de mejoramiento de las empresas, están enfocadas en capacitar al personal y obtener certificados de calidad; igualmente la encuesta señala que existe un porcentaje representativo del 38% en el sector industrial, 50% en el sector comercio y 21% del sector de servicios, en las que no tienen claras sus acciones de mejora.

Conclusiones

Los sistemas de información, la inteligencia de negocios, la vigilancia tecnológica y la investigación de mercados son herramientas con fines muy similares, todos están enfocados a la toma de decisiones estratégicas. Los elementos que diferencian estas herramientas son alcance o enfoque, la forma como se recolecta, organiza, procesa, analiza la información y cómo esta información es aprovechable en la gestión del marketing.

Actualmente circula mucha información de diferente calidad y diversidad de temas, sin embargo, la principal dificultad esta en comprender, aplicar los conceptos e información pertinente y oportuna en los procesos de toma de decisiones, especialmente para la gestión del marketing. Las grandes empresas son conscientes del valor estratégico que genera los sistemas de información para ser competitivas, pero a nivel de pymes, en especial en Colombia, son muy pocas las que utilizan este recurso.

A nivel mundial, en especial en los países asiáticos, la gestión de la información cada día cobra mayor importancia. Es importante resaltar que, si las empresas colombianas quieren ser competitivas y sostenibles, deben dar alta importancia en estos procesos de gestión de la información. De igual manera, la academia deberá incluir en sus programas especializados de formación, temas y actividades que formen a los profesionales en las competencias necesarias para responder efectivamente a las exigencias de ésta era de la información.

Bibliografía

Aaker, D., Kumar, V., & Day, G. (2003). *Investigación de mercados*. Mexico: Limusa Wiley.

Andreu, R., Ricart, J., & Valor, J. (1996). *Estrategia y Sistemas de Información*. España: McGraw-Hill.

Araya Guzmán, S., & Orero Gimenez, A. (2004). Los sistemas de información y su interacción con la dimensión cultural de las organizaciones. *Revista Ingeniería Industrial*, 5 - 17.

Ardila, I. (16 de Marzo de 2015). *Promo, activación y data driven marketing ¿Quién es quién en este sector en Colombia?* Obtenido de Revista P&M: <http://www.revistapym.com.co/destacados/promo-activacion-data-driven-marketing-qui-n-qui-n-sector-colombia.html>

Arribas Urrutia, A. (enero-junio de 2000). ¿Centralizar o descentralizar los sistemas de información en la empresa? (U. d. Sevilla, Ed.) *Ámbitos* (4), 153-168. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800412>

Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF. (2015). *La gran encuesta Pyme*. Bogotá: Centro de estudios economicos .

Camara de Comercio de Bogotá. (2015). *Clima de los negocios en Bogotá*. Bogotá: Camara de Comercio de Bogotá.

Camara de Comercio de Bogotá. (octubre - noviembre de 2015). *Crece el número de empresas en Bogotá y la región*. Obtenido de Noticias: <http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Salud-de-Bogota/>

Noticias/2015/Octubre-y-noviembre/Crece-el-numero-de-empresas-en-Bogota-y-la-region

Cano, J. L. (2007). *Business Intelligence: Competir con información*. Madrid: Banesto Fundacion cultural.

Chen, H., Chiang, R., & Storey, V. (2012). Business intelligence and analytics: from big data to big impact. *MIS Quarterly*, 1165-1188.

CIO America Latina. (11 de septiembre de 2013). *La relevancia de incorporar Data-Driven Marketing en los negocios*. Obtenido de <http://www.cioal.com/2013/09/11/la-relevancia-de-incorporar-data-driven-marketing-en-los-negocios/>

Comas Rodríguez, R., Nogueira Rivero, D., & Medina León, A. (2013). Análisis evolutivo de los sistemas de información y su marco conceptual. *Ciencias de la Información*, 9-15.

Da Cunha, M. (2013). La ciencia de la información y sus interfaces. *Ciencias de la Información*, 47-50.

De la Torre, L. (2016). *Investigación de mercados*. Lima: Macro.

Doan, A., Ramakrishnan, R., & Halevy, A. (2011). Crowdsourcing Systems on the World-Wide Web. *Communications of the ACM*, 86-96.

Elbashir, M., Collier, P., & Davern, M. (2008). Measuring the effects of business intelligence systems: The relationship between business process and organizational performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 135-153.

García Marco, F. (1995). Hacia un modelo de intervención en procesos de transmisión del conocimiento. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 105 - 138.

Hribar Rajterič, I. (2010). Overview of Business Intelligence Maturity Models. *Management : Journal of Contemporary Management Issues*, 47 - 67.

IALE Tecnología para Zaintek. (2003). *Guía de vigilancia tecnológica: Sistema de información estratégica en la Pymes*. Bilbao: DZ Centro de Diseño.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

Laudon, K., & Laudon, J. (2004). *Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital*. Mexico: Pearson Educacion.

Lin, Y., Kuo, T., Tsai, K., Shiang, W., & Tsai, C. (2009). *Research on using ANP to establish a performance assessment model for business intelligence systems*. Expert Systems With Applications, 36(2 PART 2).

Martillo, I., Chávez Chica, K., Dier Luque, L., & Proaño Castro, M. (2015). *Sistemas de información aplicado a las Pymes*. Obtenido de Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/sistema-informacion.html>

Martínez López, F., Padilla Meléndez, A., Del Águila Obra, A., & García Ordaz, M. (2013). Estudio longitudinal de las formas de intercambio de información en las empresas españolas. *El profesional de la información*, 299 - 304.

Mazón Calpena, C., & Pereira, P. (2002). Las tecnologías de Internet y las empresas: riesgos y oportunidades. *Cuarto Congreso de Economía de Navarra* (págs. 105 - 118). Navarra (Comunidad Autónoma): Departamento de Economía y Hacienda . Obtenido de <https://www.navarra.es/nr/rdonlyres/a9e2f1dc-194f-42ce-a9f5-c8af054d34ad/79802/cristina.pdf>

Palop, F., & Vicente, J. (1999). *Vigilancia Tecnológica e inteligencia competitiva. Su potencial para la empresa española*. Madrid: COTEC.

Prieto Morales, R., Meneses Villegas, C., & Vega Zepeda, V. (2015). Análisis comparativo de modelos de madurez en inteligencia de negocio. *INGENIERE - Revista Chilena de Ingeniería*, 361 - 371.

Ramírez, M., Escobar, D., & Arango, B. (2012). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva. *GPT Gestión de las Personas y Tecnología*.

Rojas, J. P. (2011). *La Vigilancia Tecnológica como herramienta de competitividad e innovación*. Obtenido de Exito empresarial - CEGESTI: http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_154_270611_es.pdf

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2015). *Metodología de investigación*. Mexico: MC Graw Hill.

Semmelroth, D. (2013). *Data Driven Marketing for Dummies*. John Wiley & Sons.

Search Data Center en Español. (2014). Aplicaciones móviles: Gran oportunidad para las PyMEs en México, dice AMITI. [online] Recuperado de: <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/cronica/Aplicaciones-moviles-Gran-oportunidad-para-las-PyMEs-en-Mexico>

Skyrius, R. (2015). The relations of maturity and dimensions of business intelligence. *Proceedings of Informing Science & IT Education Conference*, (págs. 417-428).

Solana, R. (1993). *Administración de organizaciones*. Buenos Aires: Interoceánicas.

Tavallaei, R., Shokohyar, S., Moosavi, S., & Sarfi, Z. (2015). Assessing the evaluation models of business intelligence maturity and presenting an optimized model. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 1005 - 1019.

Ullen, M. K., & Germain, C. A. (2002). Business as usual: Amazon.com and the academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 319 - 324.

Zaintek. (2004). *Servicios avanzados de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en pymes: el caso zaintek*. (España). PUZZLE: Revista Hispana De La Inteligencia Competitiva, 3(9), 31-34.

Zikmund, G., & Babin, J. (2009). *Investigación de mercados*. Mexico : Cengage Learning.

Evaluación de la asociatividad agroempresarial, en productores víctimas del conflicto armado en Samaná - Caldas

Assessment of agricultural associativity business, among farm producers victims of the armed conflict in Samaná - Caldas

Avaliação da associatividad e agroempresarial, em produtores vítimas do conflito armado em Samaná - Caldas

José Mauricio Herrera Castañeda¹
Alexander Mendoza²

Fecha de recepción: 26 febrero de 2017
Fecha de aceptación: 20 de abril de 2017

RESUMEN

El municipio de Samaná en el departamento de Caldas, presenta un bajo nivel histórico de desarrollo, evidenciado en sus altos índices de pobreza; adicionalmente la presencia de grupos armados generó el desplazamiento de más de veinte mil (20.000) campesinos entre los años 2003 a 2007, una situación que profundizó el atraso económico del municipio. En este contexto, durante los últimos seis (6) años, se viene promoviendo el fortalecimiento y creación de grupos asociativos rurales buscando mejorar la capacidad de negociación, la articulación y la integración de la población rural a los mercados agropecuarios, a través de: (i) la cualificación técnica y organizacional, (ii) la promoción y gestión de programas como Oportunidades Rurales, Alianzas Productivas, programas de empresarización del DPS, etc., y (iii) la orientación de los incentivos de desarrollo rural al favorecimiento de proyectos bajo esquemas asociativos.

El objetivo del proyecto de investigación que se presenta en este artículo, fue evaluar el impacto de los diferentes procesos y programas implementados, en el mejoramiento de los procesos productivos, administrativos y de las condiciones de socioeconómicas de los campesinos. Se aplicó una herramienta de diagnóstico integral, aplicada a una muestra de ocho (8) grupos asociativos. Los resultados mostraron que la ejecución de este tipo de proyectos, inciden positivamente en los procesos comerciales, el trabajo en equipo, el auto

1 SENA Centro Pecuario y Agroempresarial. La Dorada Caldas. E-mail: josemauricio6@gmail.com.

2 SENA Centro Pecuario y Agroempresarial. La Dorada Caldas.

ahorro y la solidaridad entre los miembros de los grupos. Igualmente ha cambiado sustancialmente la visión de empresa que tienen de las microempresas rurales del municipio.

Palabras clave: Asociatividad, desarrollo rural, Programas gubernamentales.

Cómo citar este artículo: Herrera Castañeda, José M., Mendoza, A. (2017). Evaluación de la asociatividad agroempresarial, en productores víctimas del conflicto armado en Samaná - Caldas. *Revista Finnova*, 3(5), 37 - 48.

ABSTRACT

The town of Samaná in the department of Caldas, shows a historical low level of development, revealed in its high rates of poverty; in addition, the occurrence of armed groups caused the displacement of more than twenty thousand (20,000) countrymen from 2003 to 2007, a situation that deepened the economic backwardness of the municipality. In this context, during the last six (6) years, the strengthening and creation of rural associative groups seeking to improve the negotiating capability has been promoted, the manner of articulation and integration of the rural population to the agricultural markets, through: (i) the technical and organizational qualification, (ii) the promotion and management of programmes such as Rural Opportunities, Productive Partnerships, DPS entrepreneurship programmes, etc., and (iii) the targeting of rural development incentives to favouring projects under partnership schemes.

The aim of the research project exhibited in this article was to assess the impact of different processes and implemented programs, into the improvement of productive, administrative processes and socio-economic conditions of the countrymen. A comprehensive diagnostic tool was implemented, focused onto a sample of eight (8) associative groups. The results showed that the implementation of such projects, have a positive impact on business processes, team work, self-saving and solidarity among group members. Similarly, the company's view of the rural microenterprises of the municipality has changed substantially. Company's vision of rural microenterprises of the municipality has also changed substantially.

Keywords: Associativity, rural development, government programmes.

RESUMO

O município de Samaná no estado de Caldas, apresenta um baixo nível histórico de desenvolvimento, evidenciado nos altos índices de pobreza. Além disso, a presença de grupos armados geraram uma deslocização de mais de vinte mil camponeses nos anos 2003-2007, uma situação que aprofundou o atraso econômico do município. Neste contexto, nos últimos seis (6) anos, vem-se promovendo o fortalecimento e criação de grupos associativos rurais procurando melhorar a capacidade de negociação, a articulação e a integração da população rural com os mercados agropecuários, através de: i) a qualificação técnica e organizacional, ii) a promoção e gestão de programas como Oportunidades Rurais, Alianças Produtivas, programas de empresarialização do DPS, etc. e, iii) a orientação dos estímulos de desenvolvimento rural para os projetos de interesse associativo.

O objetivo do projeto de pesquisa que se apresenta no artigo, foi avaliar o impacto dos diferentes processos e programas implementados, no melhoramento dos processos produtivos, administrativos e das condições socioeconômicas dos camponeses. Aplicou-se uma ferramenta de diagnóstico integral, aplicada em uma amostra de oito (8) grupos associativos. Os resultados mostraram que a execução desses projetos tem influência positiva nos processos comerciais, no trabalho em equipe, auto-poupança e solidariedade entre as pessoas que formam o grupo. Também foram mudadas a visão de empresa nas microempresas rurais do município.

Palavras chave: Associatividade, desenvolvimento rural, Programas do governo.

Introducción

La asociatividad es una opción organizativa que involucra aspectos económicos, pero también culturales, políticos y ambientales; significa en muchos casos, cambiar comportamientos individualistas en dirección hacia la cooperación. La dinámica de la asociatividad está en estrecha relación con lo que se denomina empresariación, en tanto esta es una herramienta que mejora la capacidad de la organización para interactuar en comunidad y también con el mercado. Pero es necesario tener en cuenta que la inmensa diversidad y heterogeneidad de productores, productos, regiones, dinámicas, tipología de organizaciones o aun instituciones del estado con responsabilidades en el tema, hace que el escenario sea complejo y que una de las claves del éxito de procesos como estos sea la articulación de esfuerzos, de políticas y de iniciativas no sólo en la planeación o formulación de propuestas sino también y principalmente, en la ejecución de los distintos recursos (Solarte, 2011).

La realidad económica, social y ambiental actual obliga a los sectores productivos a asumir el reto de diseñar y estructurar nuevos modelos empresariales, para lograr mayores niveles de productividad a menores costos y buscar integraciones entre pequeños, medianos y grandes productores. “Es por ello que la asociatividad se convierte en un modelo eficiente en beneficio de los productores del campo, con el fin de mejorar su acceso a nuevos mercados, lograr la formalización del trabajo y el desarrollo de capacidades empresariales” (Sociedad de Agricultores de Colombia SAC, 2013, pág. 5).

El municipio de Samaná con 97.581 hectáreas es el más grande del departamento de Caldas (13.16% del total) y del país, se localiza al nor-oriental del departamento, en la ladera Oriental de la Cordillera Central. Este municipio sobresale por su gran riqueza en aguas, flora, fauna y paisaje natural, elementos que caracterizan su potencial en biodiversidad y posibilidades de desarrollo agroecológico (actividades productivas de ecoturismo y agroturismo) e hidroenergético. Estas fortalezas biofísicas se encuentran principalmente en el ecosistema del Bosque de Florencia, la Laguna de San Diego y en la diversidad de

climas y tierras, adicionalmente están los proyectos del complejo hidroeléctrico de los ríos La Miel y Samaná, las aguas esmeraldinas del río Moro y la riqueza minera (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015, pág. 4). El área urbana tiene una extensión de aproximadamente 64 hectáreas, sin tener oficializada la extensión de los centros poblados de los cuatro corregimientos, al igual que los límites veredales.

Las nuevas realidades geográficas y socio-territoriales derivadas del proceso de globalización que el mundo entero experimenta, demandan figuras de organización territorial flexibles que se puedan conformar fácilmente con base en la voluntad de los gobiernos. Dentro de este contexto, los esquemas asociativos adquieren una relevancia particular, en la medida que permiten impulsar estrategias de desarrollo eficaces y construir o reconstruir procesos regionales sólidos a partir de los gobiernos locales, con la participación del sector privado, para generar alianzas entre instituciones y organizaciones y así promover el ordenamiento y el desarrollo territorial.

Antecedentes

Las condiciones básicas de los esquemas asociativos de producción agropecuaria, se basan en la Ley 1454 de 2011 - Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial LOOT -, que contempla la asociatividad como una herramienta que permite abordar de manera mancomunada, el diseño, implementación y ejecución de políticas, programas, proyectos y acciones de desarrollo de interés común, tanto por las autoridades territoriales como por las nacionales, aplicando los principios de coordinación, concurrencia, subsidiariedad y complementariedad para contribuir en el desarrollo sostenible, equitativo, competitivo y de gobernabilidad de los territorios.

El éxito comercial de la pequeña producción rural depende cada vez menos del apoyo del Estado y más de la existencia de organizaciones de productores a partir de su iniciativa asociativa, que les permitan la participación y autogestión. Las estrategias de mercadeo asociativo son tan o más importantes que las inversiones en la producción,

dado que garantizan la obtención de mejores precios y la venta total de los productos. Entre las estrategias pueden estar las siguientes: a) acceder a canales comerciales a través de formas asociativas, b) ampliar el ámbito comercial a través de vínculos con otras entidades asociativas o corresponsales comerciales y c) obtener financiamiento para llegar a nuevos mercados o desarrollar nuevas formas de negociación.

Existen múltiples beneficios derivados de la asociación de productores, por ejemplo, la mejora de las condiciones de negociación de los productos, la disminución de los costos de producción, la ampliación del capital social y productivo de carácter colectivo, el mejoramiento de los niveles de vida y la ampliación de las oportunidades a las nuevas generaciones, entre otras (Moreno Cepero, Uribe Chávez, & Santiago, 2011, pág. 25).

Enfoques de desarrollo territorial

Las asociaciones deben ser entendidas bajo un enfoque de desarrollo territorial, que sitúa al territorio como sujeto y protagonista de los esfuerzos de desarrollo y gobernanza en el ámbito regional y local, bajo el liderazgo de las autoridades territoriales. En este orden de ideas “incorporar la lógica territorial implica analizar las características actuales y potenciales de los territorios, la estructura productiva y los eslabonamientos posibles, con miras a generar mecanismos y procedimientos orientados a apoyar procesos de transformación. De esta forma, es un enfoque que pone atención sobre activos, actores y procesos intencionados de desarrollo” (Serrano, 2010, pág. 6).

El enfoque territorial resulta complementario a las estrategias sectoriales y nacionales de desarrollo, está comprometido con la conservación del capital natural para el logro del bienestar humano. Por ello se hace necesario fortalecer los vínculos entre diferentes entidades y niveles de gobierno para ampliar la gobernabilidad y gobernanza en el territorio. Igualmente, ello hace que la asociatividad territorial (AT) para el desarrollo se exprese como un enfoque emergente, esto es, una respuesta desde lo local o regional al servicio de las políticas públicas definidas, por y bajo, el liderazgo de los gobiernos territoriales (Serrano, 2010). En este sentido, las asociaciones territoriales

proporcionan un medio para la implementación eficaz de los principios de coordinación, complementación y concurrencia en un entorno de concertación, cooperación y participación de las entidades territoriales sin menoscabo de sus autonomías.

Un ejemplo muy importante de asociatividad territorial se encuentra en Perú, donde la legislación establece una serie de criterios, para la conformación de asociaciones estratégicas en las municipalidades, tales como: vínculo territorial o espacial en unidades como micro-corredores económicos, microcuencas, valles, corredores viales (que involucran la articulación de planes de desarrollo integrados a un nivel interdistrital); vínculo cultural y/o tradición cultural en relación a la existencia de grupos sociales que representan una historia e identidad común; estas asociaciones tienen como fin generar a) economías de escala y aprovechamiento de recursos o potencialidades comunes b) acceso al mercado regional o nacional y c) representación y desarrollo de capacidades en la gestión del desarrollo local y humano.

Con este marco legal, Perú busca establecer entidades supra municipales de acuerdo a sus competencias y fines, para liderar y organizar el desarrollo integrado lo cual genera varios retos: a) crear nuevos sistemas de participación ciudadana en los espacios integrados (multisectoriales o sociales de base por unidad interdistrital), b) integrar planes inter-municipales previa actualización de planes, c) incorporar el enfoque asociativo municipal al diseño de presupuestos participativos, d) lograr presencia en los espacios de coordinación y/o concertación provincial, regional o nacional, e) formación de equipos técnicos integrados para monitorear su regulación interna, (órganos de gobierno, planes, programas y proyectos estratégicos) y f) generar un marco normativo que brinde personería pública, reconocimiento, asistencia técnica y estímulos compensatorios a la asociatividad municipal.

Por otro lado, se encuentra la asociatividad empresarial que es un mecanismo mediante el cual las organizaciones se unen en torno a sus voluntades, iniciativas y recursos, para promover objetivos comunes y lograr ser más competitivas en el mercado global (Rosales, 1997). Como producto de la implementación de procesos de asociatividad en países de

América Latina, las organizaciones logran obtener una amplia gama de beneficios, entre los que están el surgimiento de economías de escala debido a que cada organización que hace parte del proceso se beneficia como si se hubiese unido a otras organizaciones de manera formal o como si tuviese acceso a una escala mayor (Chang, 2003).

La Dirección de Desarrollo Rural del DNP dos niveles de empresarización del agro: de base donde se promueve que los productores incorporen buenas prácticas de gestión empresarial a su actividad (llevar registros de sus costos, de su producción, precios de venta, y otras variables que permitan medir su verdadera rentabilidad) y hacer así productivo el campo; y de competitividad donde los productores desarrollan competencias empresariales, habilidades comerciales y condiciones específicas para incursionar en mercados más sofisticados (desarrollo de planes exportadores, protección de la propiedad intelectual, adquisición de sello verde o de denominación de origen, etc.), logrando mayores niveles de diferenciación en sus productos. Así, la generación de competencias empresariales en productores facilita el desarrollo de proyectos productivos rentables, sostenibles y con viabilidad comercial en mercados interno y externo. (Sociedad de Agricultores de Colombia SAC, 2013, pág. 12).

Como forma de asociación, vale la pena hablar de los clústers, que pueden definirse como una aglomeración productiva empresarial, alrededor de un sector o de un núcleo geográfico, mediante los cuales las empresas producen y venden una serie de artículos similares entre sí o complementarios y, por tanto, se enfrentan con problemas y oportunidades de mercado comunes. En Colombia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo implementó el término cluster para hacer una definición similar, complementando que los clusters dan lugar a “economías externas y a la creación de servicios especializados en aspectos técnicos, administrativos y financieros”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2002, pág. 3).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OECD - indica que la participación en un cluster le permite a cada organización tener acceso a información relevante, obtener bajos costos de transacción, acceder fácilmente a infraestructura

y obtener economías de escala en la producción. Con base en la experiencia de varios países, se pueden destacar los siguientes logros de las asociaciones tipos cluster:

- Avance en el nivel técnico y tecnológico de las empresas que hacían parte del mismo en comparación con el periodo de tiempo en que habían actuado en solitario.
- Fortalecimiento de las relaciones de las empresas con los proveedores, traders o empresas transnacionales con las que negociaban.
- Fomento de la competencia; las empresas establecieron lazos de colaboración para obtener avances en diseño, calidad y mejoras productivas, aunque también con el objetivo de competir entre ellas.
- Potencia el progreso competitivo de las organizaciones en términos de procesos y de productos y aumentaba la eficiencia colectiva (Grueso Hinestroza, Gómez, & Garay Quintero, 2009, pág. 11).

Un ejemplo de cluster colombiano se encuentra en la caña de azúcar, que está conformado por aproximadamente 1.400 empresas del sector manufactura, comercio y servicios y ha logrado posicionarse como un líder en cuanto al desarrollo tecnológico de actividades de campo y rendimiento de caña por hectárea y ha desarrollado un portafolio de servicios de asesoramiento técnico que vende a países de Suramérica y Centroamérica. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2009).

Otro ejemplo a destacar de modelos asociativos se encuentra en el sector palmicultor, donde se implementa un encadenamiento productivo mediante alianzas, como herramientas para promover el desarrollo empresarial y social de comunidades vulnerables. Estos modelos han generado nodos con formas de trabajo asociado encadenados a empresas ancla, donde la comunidad involucrada en dichos proyectos ha logrado desarrollar capacidades productivas y empresariales. De esta manera, los productores locales han incrementado sus ingresos quincenales hasta en un 300 por ciento y han accedido a protección

social, capacitaciones y a asistencia técnica sobre el manejo del cultivo.

Otras experiencias destacadas son:

- Los proyectos del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – Cecodes - en el sector camaronicultor en Tumaco, Nariño y las siembras de teca, tabaco, mango y producción de miel en Montes de María, Bolívar.

- La Cooperativa de Lecheros de Guatavita -Colega- que ha logrado desarrollar un modelo asociativo con el apoyo de Colanta y ha mejorado sus procesos de comercialización.

- La empresa Alquilería ha diseñado un modelo que consiste en incorporar productores y consumidores de ingresos bajos o de la base de la pirámide a las cadenas de suministro, beneficiando a 1.500 familias en la sabana de Bogotá y Cundinamarca.

- La Compañía Nacional de Chocolates que, con el apoyo de USAID, ha iniciado un modelo donde la empresa ancla realiza alianzas estratégicas con agricultores basadas en el beneficio mutuo, donde se conforma una alianza entre una entidad financiera, un operador, una asociación o cooperativa de productores y la empresa ancla. (Sociedad de Agricultores de Colombia SAC, 2013, pág. 11).

En resumen, se debe resaltar que la asociatividad desarrolla mecanismos de acción conjunta y cooperación que contribuye a que los productores mejoren su participación en el mercado. Por medio de esta figura se busca que la producción cumpla con las condiciones y requisitos necesarios para penetrar y lograr sostenibilidad en mercados, lo que aumenta el poder de negociación y permite desarrollar economías de escala para responder a las exigencias de la actividad comercial. Esto implica la formalización de la actividad, el cumplimiento de registros y requisitos ante la DIAN y las Cámaras de Comercio, que va a facilitar el acceso a recursos financieros y a otros beneficios como la asistencia técnica integral, la formación del recurso humano y el mejoramiento de infraestructura.

La formalización también facilita la actividad comercial disminuyendo las asimetrías existentes entre productores e intermediarios, aumentando la

capacidad de negociación, logrando contratos de venta de cosecha con anterioridad a un precio justo, evitando así la marginalización en procesos de comercialización y logrando una mejor distribución de beneficios. Uno de los impactos de la formalización de asociaciones rurales es garantizar el acceso al crédito, ya que la obtención del NIT del colectivo o del RUT en la representación legal del mismo es considerado un requisito de elegibilidad en programas como el de Oportunidades Rurales y Alianzas Productivas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, así como de los programas de otorgamiento de crédito del Banco Agrario y Finagro.

Método

Se realizó una investigación de carácter exploratorio donde se utilizó el método de estudio de caso, de una muestra total de 30 asociaciones, fueron seleccionados (8) ocho grupos asociativos. Para la selección se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Que la asociación estuviera integrada por pequeños productores
- Que participara en varios programas de apoyo al fortalecimiento asociativo,
- Que tuviera permanencia en el tiempo y
- Disponibilidad de información sobre la organización.

Mediante la aplicación de una herramienta de diagnóstico empresarial, aplicadas a cinco (5) integrantes por asociación se hicieron los diagnósticos. La información fue tabulada y organizada de acuerdo a varios componentes temáticos: Administrativos, de operación, de mercadeo, contables y financieros, fuentes de financiación, innovación, asociatividad e impacto; allí se asignaron valores de uno (1) si cumplían y de cero (0) si no cumplían, estos valores fueron calculados asignando un porcentaje, el puntaje total asignó en tres rangos así:

- 0 a 50 en peligro
- 50 a 80 Indefensa
- 81 a 100 fortalecida

Herramienta de diagnóstico empresarial y caracterización de unidades productivas					
Regional:					
Centro de formación:					
Nombre de la unidad productiva:					
Código unidad productiva (Sofia Plus)					
Producto/servicio:					
Dirección:					
Municipio:					
Teléfono:					
Lider de la unidad productiva:					
Número de integrantes de la UP:					
Fecha de aplicación:					
Profesional responsable de la aplicación:					
Página web (si la tiene)					

Indicadores					
Aspectos administrativos	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 5%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Direccionamiento estratégico (objetivos, misión, visión y valores)	0	0,00%	0,5%	0,0%	
Estructura organizacional, Perfil de cargos y Funciones	0		0,5%	0,0%	
Planeación operativa de la unidad productiva	0		0,5%	0,0%	
Manejo de registros (RUT, Invima, normas fitosanitarias y permisos) en el caso que aplique	0		1,0%	0,0%	
Capacidades administrativas (uso de Tic's en la UP)	0		0,5%	0,0%	
Se encuentra formalizada (Cámara de Comercio)	0		1,0%	0,0%	
Genera empleos directos/indirectos	0		1,0%	0,0%	
Aspectos de operación	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 20%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Conocimientos técnicos del proceso de producción del bien o prestación del servicio	0	0,0%	4,0%	0,0%	
Cuenta con instalaciones locativas/ terreno (alquiler, propio, comodato...)	0		2,8%	0,0%	
Montaje agropecuario, agroindustria, servicios	0		1,5%	0,0%	
Servicios tecnología-maquinaria	0		2,5%	0,0%	
Diagrama Flujos de procesos	0		1,5%	0,0%	
Fichas técnicas (nombre y especificaciones del bien/servicio)	0		0,6%	0,0%	

Estandarización del Producto/Servicio	0	0,0%	0,5%	0,0%	
Existe capacidad instalada y/o proyectada	0		1,8%	0,0%	
Existe capacidad operativa	0		1,8%	0,0%	
Tiene conocimiento de los proveedores (materia prima)	0		2,0%	0,0%	
Implementa normas de higiene y Seguridad industrial (BPA, BPM...)	0		1,0%	0,0%	
Aspectos de mercado	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 20%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Cuenta con elementos de publicidad (volantes, pancartas, tarjetas de presentación, pendón, participación en eventos comerciales, perifoneo) de acuerdo al presupuesto y al tipo de negocio	0	0,0%	2,0%	0,0%	
Tiene identificado sus clientes actuales y potenciales, sabe cuantos son, tiene una base de datos, frecuencia de compra, volumen de consumo, satisfacción del cliente	0		3,0%	0,0%	
Conoce sus competidores, donde están ubicados, qué productos venden, qué los diferencia de usted, qué precios manejan	0		1,0%	0,0%	
Tiene definido un portafolio claro de productos o servicios	0		3,0%	0,0%	
Existe algún tipo de encadenamiento productivo o existe la posibilidad de desarrollar alianzas o acuerdos comerciales	0		3,0%	0,0%	
Tiene estrategias de mercadeo que pone en práctica en su empresa (de servicio, comunicación, promoción, ventas)	0		3,0%	0,0%	
Utiliza algún canal de distribución para su negocio (vende a tiendas, mayorista o directamente al consumidor final)	0		3,0%	0,0%	
Tiene establecida una proyección de ventas con respecto a cada producto, les hace seguimiento para conocer tendencias	0		1,0%	0,0%	
Ofrece la empresa algún valor agregado o un diferencial a sus clientes en comparación a la competencia	0		1,0%	0,0%	
Aspectos contables y financieros	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 10%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Registros contables (ingresos, egresos flujo de caja)	0		2,0%	0,0%	

Definición de costos y gastos	0	0,0%	2,5%	0,0%	
Punto de equilibrio	0		2,5%	0,0%	
Estados financieros básicos	0		1,5%	0,0%	
Inventarios	0		1,5%	0,0%	
Fuentes de financiación	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 15%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Propias	0	0,0%	5%	0%	
Otras fuentes	0		10%	0%	
Innovación	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 10%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos) Describir cuáles son las características innovadoras
Posee un componente de innovación y/o de valor agregado	0	0,0%	10%	0,0%	
Asociatividad	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 15%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Existe encadenamiento productivo	0	0,0%	7,5%	0,0%	
Mejora la productividad a través de este encadenamiento productivo	0		7,5%	0,0%	
Impacto	Cumple=1 No cumple=0	Puntaje total 5%	% Participac.	% Cumpum.	Observaciones cualitativas (hallazgos)
Social (generación de empleos directos e indirectos), jornales, pasantías, contrato de servicios, empleos en nómina	0	0,0%	2,5%	0,0%	
Política ambiental	0		2,5%	0,0%	
Total general		0,0%			
Resultado					
En peligro	De un puntaje total de 0-50				
Indefensa	De un puntaje total de 51-80				
Fortalecida	De un puntaje total de 81-100				

Figura 1. Estructura de Seguimiento Integrada.

Fuente. Herramienta elaborada para el programa SER. SENA.

Resultados

Los resultados obtenidos mostraron que en un 60% de las organizaciones, los programas implementados han generado un impacto positivo, reconocible en variables como empleos indirectos principalmente, el 58% evidenció beneficios en sus fuentes de financiación lo que les ha permitido mejorar sus

procesos productivos (adquiriendo maquinaria, mejoras o innovación en la venta de sus productos), además de la creación y fortalecimiento de fondos rotatorios, un 85% percibe un mejoramiento en las condiciones de comunicación y trabajo en equipo entre los asociados, el 100% de las asociaciones evidencian la necesidad de continuar con este tipo de programas por los beneficios que representan.

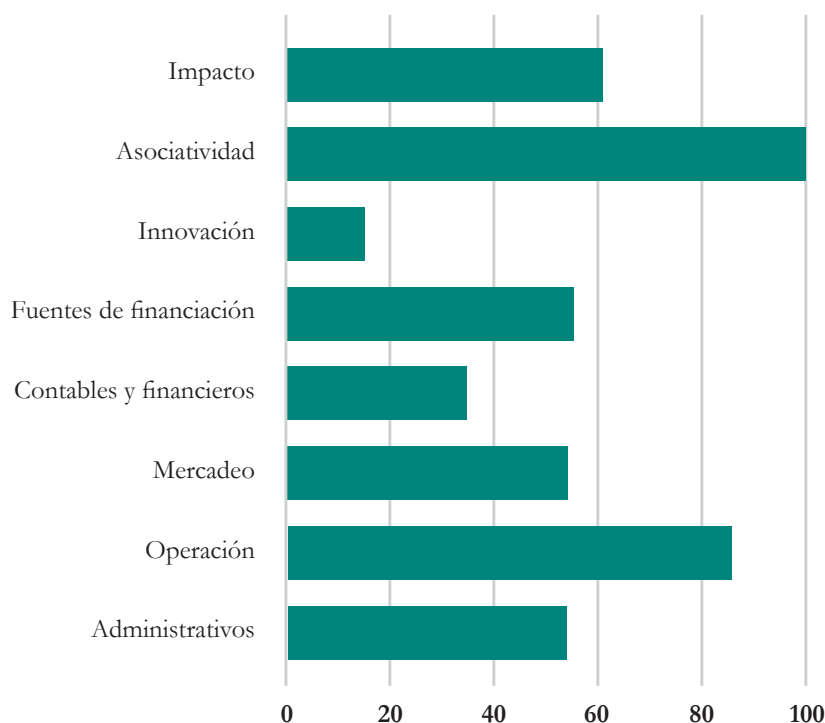


Figura 2. Resultados de las variables medidas en las asociaciones.

También se evidencio que el 90% de las organizaciones accedieron a asistencia técnica en el desarrollo de los programas, particularmente en temas relacionados con sistemas, lo que ha representado mejoras en sus procesos operacionales (82%). Así mismo, se identificó que un 55% de las asociaciones perciben que mejoraron sus procesos comerciales debido al acceso a maquinaria, el cambio de empaques, el aumento de volumen de producción y la comercialización conjunta, lo que ha permitido el mejoramiento del proceso comercial.

En el diagnóstico realizado por componentes, muestra resultados muy interesantes que se sintetizan a continuación:

Componente administrativo

De acuerdo a la recopilación y análisis de la información, se pudo evidenciar que existe una deficiencia importante en los procesos de planeación y organización de las asociaciones. Otro aspecto a resaltar es la falta de un análisis detallado de los

procesos productivos implementados por las asociaciones que es causa de baja información y de una oportuna comunicación entre los socios de la empresa, generando rupturas en la coordinación de las actividades, estancamiento y limitación de las metas propuestas.

Componente comercial

En este aspecto es donde las asociaciones presentan mayor evolución, porque existe una demanda amplia en el mercado por sus productos y cuando se asocian logran el acceso a otros mercados con mejores precios, adquieren mejores herramientas publicitarias, hacen un mejor análisis del mercado, todo esto resultado de las capacitaciones brindadas en la ejecución de los programas. Igualmente, al estar registradas en Cámara y Comercio aumentan la posibilidad de hacer convenios con otras entidades, lo que promueve la formalización agropecuaria.

Componente técnico

Las asociaciones tienen grandes vacíos en el tema técnico - productivo; el diagnóstico mostró su capacidad en torno a la elaboración de productos acordes con los estándares del mercado, pero aún se requiere mayor cualificación del producto frente a aspectos como presentación y empaque del mismo. Por otra parte, hay una falencia con respecto al abastecimiento continuo según la demanda, falta tecnificar y planificar mejor producción (las máquinas y equipos adquiridos por las asociaciones no se están aprovechando al 100%) de manera que haya una oferta de productos consistente y permanente garantizada, que cumpla con las exigencias del mercado y así se mejore la competitividad con respecto a otras empresas del sector.

Conclusiones

Es evidente que, a partir de los programas implementados, los procesos de asociatividad estudiados se encuentran en consonancia con los hallazgos que presentan otros estudios realizados en Latinoamérica y otros contextos. En concreto la investigación permitió llegar a varias conclusiones, sobre

los beneficios de la participación en los procesos de asociatividad:

- Permite a las organizaciones mejoras significativas en su estructura, procesos, capacidad de negociación, eficiencia y capacidad de aprendizaje e innovación.
- A nivel de indicadores de desempeño operativo, potencia en las organizaciones un incremento en las ventas, disminuye los costos de compra de materiales, aumenta la tasa de empleo y aumenta los activos fijos.
- Posibilita en las regiones un crecimiento socioeconómico y mejoran en los indicadores de competitividad.

La literatura sobre procesos de asociatividad, también ha permitido concluir que este mecanismo tiene efectos positivos especialmente para las MIPYMES que, debido a sus características cuentan con mayores limitaciones para operar en solitario y se convierte en herramienta para lograr la perdurabilidad de las empresas y del tejido empresarial.

Los programas, además han mostrado efectos muy positivos en el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores asociados, sin embargo, es incuestionable la falta de coordinación entre las diferentes entidades, donde se repiten las mismas actividades y no permite a los grupos evolucionar en los diferentes procesos productivos. Igualmente se presentan grandes falencias en el acompañamiento y seguimiento de los programas que permitan un mejoramiento continuo. Otras necesidades que se deben mencionar son:

- La principal necesidad de las asociaciones se encuentra en el trabajo social, debido al frecuente individualismo, bajo compromiso de los productores con la organización y falta de capital financiero para competir con los intermediarios.
- En las capacitaciones se requiere abordar de manera integral aspectos: Económicos, técnicos, ambientales, políticos y sociales, en la ejecución de programas y proyectos.

- Es necesario crear instrumentos para guiar la planificación sostenible del territorio y complementarlos con la creación de capacidades locales, para que las regiones identifiquen sus potenciales y se articulen en igualdad de condiciones con la oferta institucional del Gobierno Central.

Bibliografía

Chang, L. (2003). *Iniciativa de Asociatividad: Actores, Procesos y Experiencias*. Quito: Corporación Andina de Fomento.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2009). *Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en América Latina y el Caribe: Políticas de articulación y articulación de políticas*. Santiago de Chile.

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2013). *Definición legal y funcional de los esquemas asociativos de entidades territoriales en Colombia*. Bogotá: Comité Especial Interinstitucional.

Departamento Nacional de Planeación. (2007). *Documento Conpes 3484: Política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: Un esfuerzo público - privado*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación – Dirección de Desarrollo Empresarial.

Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Grueso Hinestroza, M. P., Gómez, J. H., & Garay Quintero, L. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional*. Bogotá: Documentos de investigación. Facultad de Administración. Universidad del Rosario.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). *Cadenas, redes empresariales y asociatividad*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=52129&name=CadenasRedesAsociatividad.pdf&prefijo=file>

Moreno Cepero, D., Uribe Chávez, M. C., & Santiago, L. F. (2011). *Comunicación y manejo social. Mecanismo para la sostenibilidad rural*. Convenio SENA - SAC.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). *Perfiles productivos y económicos del municipio de Samaná*. Bogotá.

Rosales, H. (1997). La asociatividad como estrategia de sobrevivencia de las PYMES. Cambios estratégicos en las políticas industriales. *Revista Cápítulos de SELA*, 311 - 319.

Saiz Vélez, J. E. (2013). Capital social y empresas rurales: un estudio de caso. *Criterio Libre*, 143 - 161.

Serrano, C. (2010). *Coaliciones regionales de desarrollo en América Latina*. Obtenido de http://observ-ocd.org/sites/observ-ocd.org/files/publicacion/docs/4_claudia_serrano1_2.pdf

Serrano, C. (noviembre de 2010). *Políticas de Desarrollo Territorial en Chile*. Obtenido de Rimisp – Centro Latinoamericano de Desarrollo Rural : https://www.sociedadpoliticaspublicas.cl/archivos/BLOQUE1/Descentralizacion/Políticas_de_desarrollo_territorial_en_Chile.pdf

Sociedad de Agricultores de Colombia SAC. (abril - junio de 2013). *Asociatividad para el bienestar del campo*. Obtenido de Revista Nacional de Agricultura: <http://www.sac.org.co/images/contenidos/revistanacional/2baja.pdf>

Solarte, G. (Marzo de 2011). *Asociatividad, empresarialización y pactos territoriales: Claves del desarrollo de los territorios rurales*. Obtenido de Corporación Latinoamericana Misión Rural : http://www.misionrural.net/publicaciones/pactos/empresarializacion_pactos.pdf

The background is a deep blue gradient. In the upper right, a bright light source emits several white rays that fan out across the upper half of the image. A faint, light-blue network diagram with circular nodes and connecting lines is visible in the background. In the lower left, there are overlapping, semi-transparent geometric shapes in various shades of blue, including a large circular arc and several rectangular blocks.

Desarrollo e innovación financiera (Finanzas, Banca y Seguros)

Bases para implementar una consultoría económica, financiera y de gestión para la Mipymes

Basis to implement an economic, financial and management consultancy services for the MSMEs

Bases para implementar uma consultoria econômica, financeira e de gestão para Mipymes

Johemir Pérez¹

Fecha de recepción: 16 febrero de 2017
Fecha de aceptación: 2 de abril de 2017

RESUMEN

Este artículo tiene por objetivo realizar una recopilación y análisis de información pertinente y actualizada que brinde insumos paraver la viabilidad e implicaciones de la puesta en marcha de un servicio de consultorías para pequeñas y medianas empresas ofrecido por el Centro de Servicios Financieros (CSF); el artículo se deriva del proyecto de investigación "Implementación de la consultoría para el área económica, financiera y de gestión de las empresas Mipymes de Bogotá y Cundinamarca del CSF" financiado por SENNOVA desde el año 2016.

Este artículo de revisión bibliográfica busca contextualizar a los lectores interesados acerca de la naturaleza de las consultorías (particularmente en temas económicos) y las experiencias precedentes en Colombia, como resultado se identifican prácticas interesantes que pueden ser modelo de réplica al interior del CSF para crear un portafolio de servicios para las Mipymes que no pueden costear asesorías especializadas y necesitan mucho apoyo para garantizar su rentabilidad y sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Palabras clave: Consultoría financiera; Mipymes, prácticas empresariales.

Cómo citar este artículo: Pérez, J. (2017). Bases para implementar una consultoría económica, financiera y de gestión para la Mipymes. *Revista Finnova*, 3(5), 51 - 59.

ABSTRACT

This article aims to make a compilation and analysis of relevant and up-to-date information that provides input to see the feasibility and implications of the start-up of a consultancy service for small and medium-sized enterprises rendered by Centro de Servicios Financieros (CSF); this article is derived from the research

1 Comunicador social para la paz y magíster en Educación. En la actualidad es instructor de la Coordinación de Economía y Gestión Financiera del CSF - Sena. Correo electrónico: johemirp@yahoo.com.

project “Implementation of consultancy for the economic, financial and management areas of MSMEs enterprises of Bogotá and Cundinamarca of CSF” financed by SENNOVA since 2016.

This bibliographical review article seeks to contextualize interested readers about the nature of consultancies (particularly as regards economic issues) and previous experiences in Colombia, as a result, interesting practices that can be a replica model to be implemented within the CSF are identified to set up a portfolio of services for MSMEs that cannot afford specialized consultancy and need a great deal of support to guarantee their profitability and sustainability in the medium and long term.

Keywords: Financial consultancy; MSMEs, business practices.

RESUMO

Este artigo tem por objetivo realizar uma recopilação e analisar informações relevante e atualizada que sejam úteis como insumo para determinar a viabilidade e as implicações no início de um serviço de consultorias para pequenas e médias empresas, oferecido pelo Centro de Serviços Financeiros (CSF). O artigo deriva-se do projeto de pesquisa “Implementação da consultoria para área econômica, financeira e de gestão das empresas Mipymes de Bogotá e Cundinamarca del CSF” com recursos financiados pela SENNOVA a partir do ano 2016.

Com o artigo de revisão bibliográfica buscou-se contextualizar para os leitores interessados sobre a natureza das consultorias (particularmente em temas econômicos) e as experiências precedentes na Colômbia. Nos resultados identifica-se práticas interessantes que podem ser o modelo de réplica ao interior do CSF para criar um portfólio de serviços para as Mipymes que não podem pagar as assessorias especializadas, e precisam um apoio maior para garantir a rentabilidade e sustentabilidade no médio e longo prazo.

Palavras chave: Consultoria financeira; Mipymes, práticas de negócios.

Introducción

La iniciativa de implementación de un servicio de consultorías para pequeñas y medianas empresas del Centro de Servicios Financieros del SENA (CSF) es resultado del proyecto de investigación *“Implementación de la consultoría para el área económica, financiera y de gestión de las empresas Mipymes de Bogotá y Cundinamarca del CSF”* financiado por SENNOVA desde el año 2016, en la cual se identificaron las necesidades de asesoría de las Mipymes que podrían ser cubiertas desde el CSF con apoyo de instructores y aprendices.

En Colombia las Mipymes suelen presentar dificultades a la hora de enfrentar la disrupción digital, la competitividad en el mercado, los modelos operativos más eficientes y el alistamiento de la fuerza de trabajo de las empresas para el futuro. Allí cobra sentido e importancia la consultoría, que tiene un papel crucial en guiar a las pequeñas empresas por la evolución competitiva del país y favorecer el motor empresarial, dado que ayudan a entender los desafíos del mercado, las coyunturas macroeconómicas y la búsqueda de los aliados estratégicos que permiten convertir a las unidades productivas en líderes en el mercado.

La situación actual de las Mipymes se caracteriza por el desinterés, desconocimiento o falta de recursos para contratar consultorías que les ayuden a proyectarse desde una óptica financiera, de gestión organizacional y contable para su subsistencia en el mercado. Según informe anual de la Cámara de Comercio de Bogotá (2016), en 2015 y 2016 se crearon aproximadamente 68.000 empresas cada año y se liquidaron aproximadamente 21.000 empresas cada año, esto corresponde al 31%, es decir que de cada 3 empresas creadas una no sobrevive, lo cual es muy preocupante, pues las Mipymes son esenciales para el desarrollo económico del país (Castillo

y Cortellese, 1998), y por lo tanto se hace necesario el traslado de las herramientas para facilitar la aplicación de estrategias económicas, financieras, sociales e institucionales que les conduzcan a un más alto crecimiento y consolidación.

El propósito de este artículo es contextualizar el escenario empresarial de las Mipymes identificando las necesidades de una consultoría financiera, los temas y las alternativas de trabajo que se plantear en una consultoría especializada ofrecida por el Centro de Servicios Financieros del SENA. La metodología utilizada para el desarrollo del presente artículo está basada en recopilación sistemática de la bibliografía sobre el tema, desde el año 2010 en adelante. Para ubicar los documentos de consulta se utilizaron varias fuentes documentales, especialmente en bases de datos “Ambientalex, Digitalia, Dialnet, Google Académico y Redalyc” y en algunas páginas de entidades privadas y gubernamentales como FENALCO, Cámara de Comercio de Bogotá, DANE, Portafolio y Banco de la República.

Realidad empresarial frente a las consultorías

Para dimensionar la necesidad de las consultorías para Mipymes, es indispensable tener en cuenta que el aparato productivo del país se concentra en cuatro departamentos -Antioquia, Atlántico, Santander y Valle del Cauca- y en Bogotá D.C., “según el Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas” (Revista Dinero, 2016) que generan alrededor de 67% del empleo del país y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB). A nivel Bogotá, se identifican el mayor número de Mipymes con 740.069 empresas (sociedades y personas naturales).

Las Mipymes son muy vulnerables ante los retos del mercado, especialmente cuando son creadas por personas naturales que no cuentan con capacitación o conocimiento en los temas administrativos y financieros y no tienen acceso a información estratégica del entorno y del sector económico en el que desarrollan su actividad, lo que dificulta definir un plan de negocio o anticiparse a los cambios del mercado

con visión de mediano y largo plazo y por supuesto no cuentan con los recursos necesarios para contratar asesorías en los apoyen en estos temas.

Así, se evidencia la necesidad de diseñar estrategias empresariales dirigidas al fortalecimiento de la gestión y organización de las Mipymes buscando su permanencia y posicionamiento en el mercado y en este contexto la consultoría es un aliado valioso para determinar las fortalezas y debilidades en la organización, propiciando medidas correctivas y de mejora que ayuden a afianzar los procesos productivos, niveles de competitividad y estandarización de productos y servicios que impacten directamente a los *stakeholders*. A nivel de consultoría se pueden observar dos escenarios que se dan en la ciudad de Bogotá:

El primer escenario agrupa aun selecto grupo de firmas consultoras, como Everis, Amrop Top Management, Deloitte, Meritum Consulting, PwC Colombia y KPMG; estas firmas asesoran a las grandes compañías en sus diferentes líneas del negocio planteando escenarios estratégicos, generando y evaluando iniciativas para cerrar las brechas existentes en el mercado, revisando los planes estratégicos y de negocio, analizando el crecimiento de la empresa, creando nuevos modelos de negocio, analizando la competencia y los precios y otras actividades que mejoran el nivel organizacional. Producto de estas asesorías, se crean mejores relaciones con los clientes, se ofrecen mejores servicios y ventas de productos, se renueva la visión del negocio y aumenta la satisfacción del cliente. Para ello es fundamental una alineación estratégica y congruente entre estructura, procesos, personas y tácticas determinadas, en donde las plataformas tecnológicas apalancan la consecución de objetivos estratégicos.

El segundo escenario agrupa a las instituciones públicas y privadas que ofrecen capacitaciones desarrollando talleres, charlas, diplomados, conferencias y cursos en forma general sin un conocimiento real de la consultoría, sus tipos y aportes de acuerdo a cada unidad productiva. Aquí es indispensable plantear que la consultoría debe ser una estrategia personalizada y propia de cada Mipymes, sin embargo, su costo elevado impide el acceso de los gerentes de las micro, pequeña y mediana empresa a este servicio, lo que muestra la oportunidad de ofrecer a estos

empresarios opciones de asesoría a su alcance, que además suplan su desconocimiento en cuanto a las actividades que llevan a cabo; combatan la desconianza de estos respecto a tercerizar la información y ayuden a optimizar los procesos organizacionales.

En este contexto, la consultoría especializada que podría ofrecer el Centro de Servicios Financieros permitiría el manejo de la información para la correcta toma de decisiones, formulación de proyectos midiendo los riesgos del mercado y de los inversionistas, análisis bancario, innovación a través de proyectos de investigación empresarial, talento humano (aprendices) especializado formado para afrontar los retos empresariales y demandas del mercado generando ventajas competitivas para las industrias.

Metodología

La metodología utilizada en el presente artículo se basa en la recopilación sistemática de bibliografía existente desde el año 2002 en adelante, que busca presentar la información de mayor interés para el lector y relacionarla con la temática de análisis: la consultoría para Mipymes en las áreas financiera, contable y de gestión administrativa. Dicha revisión se realizó en cuatro fases, veamos:

Fase I: recolección del corpus mediante buscadores especializados (Dialnet, E-libro, Ambientalex y Digitalia), bibliotecas y visitas a instituciones como Cámara de Comercio, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Observatorio de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá y Confecámaras.

Fase II: selección del corpus, delimitando la búsqueda a partir de las siguientes variables:

- Investigaciones similares sobre las consultorías en las pequeñas y medianas empresas.
- Textos publicados en los últimos diez años.

Esta fase dio como resultado un total de sesenta documentos.

Fase III: análisis en torno a cuatro ejes: i) diagnóstico del estado de las Mipymes, en especial en lo

que atañe a sus problemas para subsistir en el mercado, ii) conceptualización teórica de las consultorías, c) priorización estratégica en los programas de formación y d) portafolio de actividades para una consultoría.

Fase IV: apropiación conceptual, definiendo los objetivos, un portafolio específico de actividades de las consultorías, el perfil del consultor y el impacto esperado del consultorio que se abriera para los empresarios que estén interesados en las consultorías como herramientas estratégicas para mejorar su lugar en el mercado.

Marco teórico

Los líderes empresariales actuales enfrentan retos que se deben afrontar a tiempo, convirtiéndolos en una ventaja competitiva, transformando las posibles amenazas en oportunidades para la industria, donde es crucial tener claridad sobre el negocio, el mercado y los productos, identificando los puntos focales y la definición de la estrategia, donde se hace vital estructurar un programa que genere una alineación trascendental de los objetivos corporativos para lograr nuevas forma de hacer el negocio.

En la actualidad las Mipymes cuenta con razones estratégicas para contratar servicios de consultoría debido a:

- La empresa obtiene un impulso tecnológico que le ayuda a acelerar su propio desarrollo organizacional.
- La empresa cuenta con un punto de vista externo que le permite visualizar los resultados a corto, mediano y largo plazo.
- La empresa detecta y modifica los paradigmas organizacionales que le impedían mejorar su posición competitiva.
- La empresa tiene un consultor imparcial y profesional que lo atiende y apoya veinticuatro horas al día.

Para el tejido empresarial bogotano es importante concebir la consultoría como una transformación de información y experiencia en realidades

operacionales combinando profesionales estratégicos, técnicos y funcionales, donde la experiencia en la industria juega un papel fundamental y brinda una perspectiva objetiva sobre el *core* de los negocios y apalanca la toma decisiones enfocada en rentabilidad, valor y ventaja para la organización, extendida en beneficios para el cliente.

Consultoría

Según el Instituto de Consultores de Empresas del Reino Unido (s. f.) la consultoría de empresas es un “Servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendaciones de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones”.

Para Kubr (1997) la consultoría de empresas es ante todo un método que aplican asesores especializados para mejorar las prácticas de gestión de las organizaciones. Quijano (2006) *indica que la consultoría es un tipo de relación* de ayuda establecida entre diferentes actores -el consultor y la organización- basada por un lado en los conocimientos, habilidades y acciones del consultor y, por otro, en el conocimiento, la colaboración y la necesidad de la empresa-cliente.

De acuerdo con Block (1994), la meta o producto final de cualquier actividad de consultoría es la intervención, que tiene dos variantes: i) intervención es cualquier cambio estructural, político o de procedimiento en la línea de organización: un nuevo conjunto de medidas remunerativas, un nuevo proceso de información, un nuevo programa de seguridad; y ii) intervención es el resultado final por el cual una o muchas personas en la línea de organización han aprendido algo nuevo, por ejemplo, qué normas dominan las reuniones de su *staff*; qué hacer para mantener a personal de un nivel más bajo en una posición altamente dependiente en la toma de decisiones; cómo comprometer a las personas de un modo más directo para fijar metas o cómo proceder para mejorar las evaluaciones del desempeño.

Por su parte, Garzón y Alfonso (2005) sostienen que la consultoría proporciona conocimientos

y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos al interior de las compañías.

Según la Universidad Autónoma de Bucaramanga (2012) la consultoría es la aplicación del conocimiento al medio empresarial, ofreciendo servicios de asesoría, auditoría, asistencia técnica, interventoría y veeduría, contribuyendo en la solución de problemas y buscando el desarrollo de la competitividad y el alto desempeño de las organizaciones.

Así pues, la consultoría en relación con las instituciones educativas hace posible la misión de estas, cual es aplicar y socializar, como servicios, sus actividades de estudio y de investigación. De esta forma las instituciones de educación superior contribuyen al avance científico, tecnológico y cultural de la sociedad en que se insertan, a la vez que amplían la experiencia de sus profesores. Así, la consultoría se constituye en una fuente de ingresos que permite sustentar nuevos desarrollos académicos. La consultoría que ofrece la universidad se provee a un agente externo, público o privado con el fin de mejorar su información y capacidad de toma de decisiones respecto a la productividad o al mercado (Pontificia Universidad Javeriana, 2004).

Por último, para De Lara (2011), las organizaciones se han visto en la necesidad de crear nuevos esquemas de trabajo que les permitan operar de forma eficiente en un entorno cada vez más incierto y mantenerse en un nivel de competitividad óptimo dentro del mercado en el cual despliegan sus actividades operacionales a nivel administrativo, financiero, contable y organizacional.

¿Qué ofrece la consultoría?

En la actualidad el servicio de consultoría de información empresarial “es una actividad dirigida -a partir de un análisis de los flujos de información en la organización- a diagnosticar los problemas de la empresa en la gestión de la información e identificar sus recursos de forma estratégica”. Por el anterior análisis se toma como punto de partida lo que una consultoría ofrece en la solución de los problemas identificados en la tipo y calidad e la información, de esta manera se puede citar los siguientes ítems

que se tienen en cuenta en el momento de realizar una consultoría:

- La consultoría gerencial estratégica ofrece a la organización crear su futuro, combinando ideas de negocios con el conocimiento sobre cómo la tecnología impactará las industrias y los modelos establecidos.
- Cómo ser más competitivos en los mercados de la globalización.
- Cómo definir modelos operativos más eficientes y cómo preparar la fuerza de trabajo del futuro.
- Cómo generar planeación financiera y de credibilidad en los bancos.
- Cómo realmente se alinean las estrategias y objetivos y cómo migrar a nuevas formas de hacer negocios.

Con lo señalado anteriormente se puede decir que las consultorías permiten a las organizaciones tomar medidas para anticipar a las tendencias y cambios en sus mercados, innovar para desarrollar nuevos productos y servicios, transformarse para

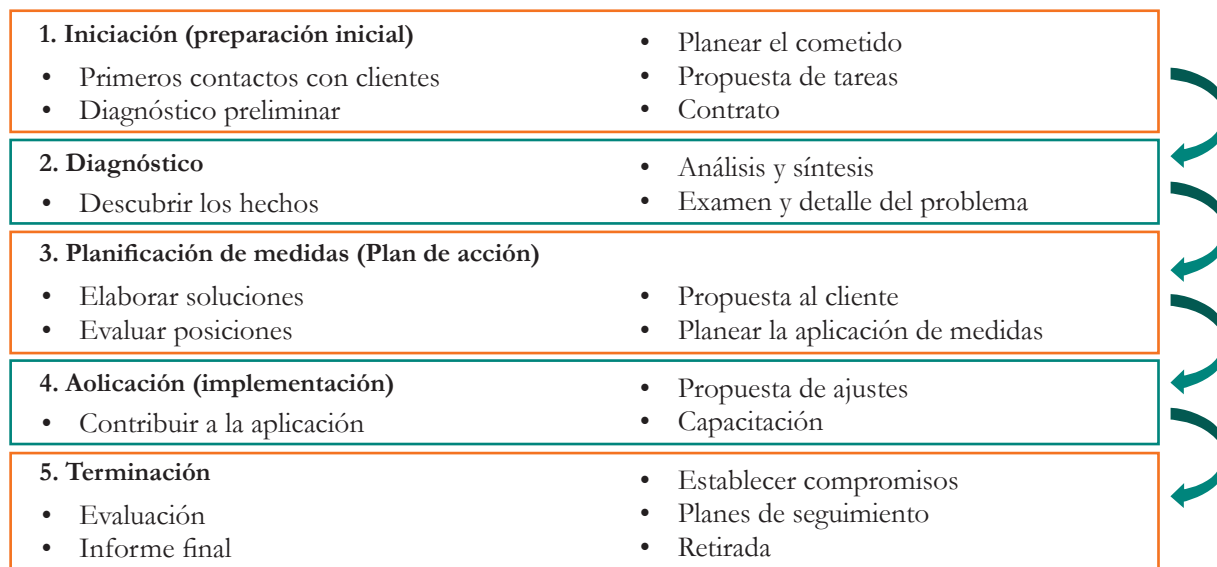
competir y triunfar en un entorno de negocios cada vez más complejo y retador.

¿Cómo se desarrolla la consultoría a nivel de procesos organizacionales?

Durante los últimos años la consultoría es conocida como una actividad conjunta del consultor y el empresario destinada a resolver un problema concreto y aplicar los cambios deseados de la empresa del cliente. Este proceso tiene un inicio (se establece una relación y se inicia la consultoría) y un cierre (la partida del consultor). Entre esas dos fases, el proceso se puede subdividir en varias etapas básicas, lo que induce al profesional en consultoría y al cliente a ser sistemáticos, metódico y pasar de una etapa a otra y de una operación a otra, siguiendo una secuencia lógica.

En la literatura se pueden hallar formas diferentes de subdividir el proceso de consultoría, o ciclo, como lo mencionan algunos autores, en etapas principales. Numerosos autores sugieren modelos que comprenden de tres a diez etapas. Es útil utilizar un simple modelo de cinco etapas principales, que considera Kubr (OIT 194).

Fases del proceso de consultoría



Experiencias de consultorías académicas en Colombia

En la tabla 1 se detalla algunas experiencias de consultorías apoyadas desde la academia en el país, los objetivos de estos, las estrategias que desarrollan y los productos que han generado. Si analizamos la información recogida y que aparece en la Tabla 1, podemos decir que las instituciones de educación

superior están llamadas a ocupar un papel protagonista en la conformación de consultorías. Si bien, es imprescindible que tales observatorios no solo se conformen, formulen objetivos, conozcan su campo de acción y las estrategias para cumplir dichos propósitos; es necesario también que se consoliden, permanezcan en el tiempo y estén en constante renovación o actualización para que así crezcan y aporten a la sociedad que se dirigen.

Tabla 1.

Consultoría	Objetivos	Estrategias
Universidad del Norte	Garantizar un apoyo al sector productivo e institucional de carácter público y privado a nivel regional, nacional e internacional, con las últimas tendencias y conocimientos en asesorías, consultorías, diseños, asistencia técnica y servicios técnico - científicos.	Cuenta con los recursos científicos y tecnológicos más avanzados para desarrollar todo tipo de proyectos en diferentes áreas, por ejemplo: Acompañamiento revisión Plan Estratégico Contratante: CI Biocosta S.A. Objeto: “Acompañamiento al equipo directivo de la empresa durante la sesión de revisión de su Plan Estratégico”
Universidad Javeriana	Diseñar mecanismos para la preservación y acceso al conocimiento generado por la organización. En los procesos de validación y retroalimentación que suceden durante la ejecución de ideas para nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo, se genera gran cantidad de descubrimientos y resultados que vale la pena preservar.	Consultorías busca privilegiar un enfoque interdisciplinario, en concordancia con lo establecido en sus Estatutos y en su Proyecto Educativo y de acuerdo con la naturaleza de los problemas presentados por el solicitante.
Universidad Sergio Arboleda	Se creó a raíz de la necesidad de las empresas de resolver problemas particulares que no podían solucionarse únicamente a través de procesos de formación, así como también, de la necesidad estrechar lazos entre la academia y el sector empresarial.	El modelo integral de consultoría muestra la relación que existe entre los consultores y empresas aliadas con el portafolio de servicios. Este modelo asegura que detrás de cada uno de los productos del portafolio exista un capital humano o un aliado con la experiencia y calidad requerida para solucionar la necesidad del cliente y que los consultores lleven sus conocimientos y amplia experiencia a los programas de pregrado, postgrados y educación ejecutiva.
Universidad Externado	Fortalecer los procesos institucionales y empresariales a nivel nacional e internacional, lo que le permite no sólo ampliar su espacio de formación académica, sino que la ubica como entidad de investigación y de servicios.	Se ha encargado de desarrollar asesoría, auditoría y capacitaciones a través de foros, conversatorios, diplomados, debates, conferencias, seminarios y talleres.

Universidad ICESI	CENSEA es proporcionar a los estudiantes un espacio para interactuar con el entorno empresarial, como potenciales consultores. Las empresas se benefician al obtener servicios de la más alta calidad sin costo.	Través de CENSEA, estudiantes próximos a culminar sus estudios de la Carrera de Contaduría Pública y Finanzas Internacionales de Icesi trabajan resolviendo problemas contables y financieros de mediana complejidad en los cuales los estudiantes del programa tienen competencias que les permiten acometer los diferentes trabajos solicitados con solvencia y propiedad.
PwC - KPMG	Consultoría en diferentes líneas de negocio, con personal idóneo, siempre garantizando mejores prácticas y efectividad en la industria.	Consultores especializados in house o externos.

Gestión financiera

La gestión financiera es la encargada de planificar y organizar la estrategia financiera de la empresa y de controlar las operaciones financieras de esta. Por ello, la gestión financiera es vital para la salud de cualquier organización, ya que tiene que tener en cuenta el pasado, el presente y el futuro de la organización y del mercado. Solo así podrá evitar repetir errores, evaluar riesgos u oportunidades futuras y analizar la situación económico-financiera actual para lograr mayores niveles de rentabilidad y beneficios. En este orden de ideas, Gitman y Zutter (2012) señalan que para conocer si una decisión aumenta o disminuye el precio de las acciones de una de empresa, es necesario evaluar el rendimiento (flujo de entrada de efectivo vs. flujo de salida) de la operación y el riesgo asociado (atendiendo la complejidad de elementos con los cuales una organización interactúa).

López (2010) argumenta que a la gestión financiera de la empresa le corresponde analizar las necesidades de recursos financieros y la forma más conveniente de obtenerlos; así como estudiar y decidir respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones de una organización. Para Bancóldex (2015) la gestión financiera de la empresa es un flujo continuo de decisiones y cada mejora, por pequeña que sea, puede fortalecer significativamente el desempeño general de la firma. Es, entonces vital, la cultura financiera, el aprendizaje y las competencias en finanzas y sistema de información. Es precisamente tarea de la gerencia reflexionar sobre las acciones requeridas para mejorar y fortalecer cada uno de estos aspectos.

En síntesis, la gestión financiera integra: la determinación de las necesidades de recursos financieros (planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo las necesidades de financiación externa); la consecución de financiación según su forma más beneficiosa (teniendo en cuenta los costos, plazos, condiciones contractuales, condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa); la aplicación juiciosa de los recursos financieros; el análisis financiero (para obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa) y el análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones.

Conclusiones

La incursión del CSF - SENA en la creación de un consultorio de consultorías para Mipymes dará lugar al fomento de la investigación en las organizaciones desde los aprendices hasta los instructores de la academia, siendo en primera instancia formadores de conciencia crítica y en segunda instancia entes que permitan vislumbrar y adoptar medidas tanto preventivas como correctivas a las pequeñas y medianas empresa de Bogotá.

La ejecución del consultorio de consultorías empresariales - CSF coayudará en la articulación de las diversas coordinaciones académicas del Centro que desarrollan investigaciones transversales para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y que aportan a la asociación de la mesa sectorial del CSF y procesos educativos. En este artículo de

investigación resulta evidente la necesaria y urgente relación que debe establecerse cada vez con mayor solidez entre empresa e instituciones de educación superior, y entidades educativas como el SENA.

Se espera que la propuesta del consultorio de consultorías haga parte del trabajo resultante del Colectivo de los programas tecnológicos que integran el CSF - SENA, y que permita presentar al CSF como una escuela de aprendizaje que genera impacto positivo en la sociedad bogotana y vela por el cumplimiento del sector productivo, aportando al desarrollo humano, integral y sustentable a través de potenciar el aprendiz frente a los nuevos retos de la sociedad empresarial.

Bibliografía

De Lara, A. (2001). *Medición y control de riesgos financieros* (9ª ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2005). *Cuentas nacionales consolidadas del censo 2005*. Bogotá: Dane.

Garzón, M. A. (2005). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*. Bogotá: Universidad del Rosario.

Gitman, L. y Zutter, C. (2012). *Principios de la administración financiera* (8ª ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.

Gómez, P. y Partal, A. (2011). *Gestión de riesgos financieros* (4ª ed.). Santiago de Chile: Pacífico Nuevo.

Hechavarría Kindelán, Angela. (2002) Las consultorías de información. Apuntes de un plan de marketing. (Ciudad de la Habana: Instituto de Información Científica y Tecnológica.). 20p.

Kubr, M. (1997). *La consultoría de empresas*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Kubr. (OIT 1994): *La Consultoría de Empresas*. Guía de la Profesión Ginebra Suiza.

Lozano, M. (2009). Elementos de la consultoría en empresas familiares. *Revista Pensamiento & Gestión*.

Mendoza, J. y Quintanilla, J. (2010). *Papel de las auditorías en los estados financieros de las pymes*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Nuñez, P. (2016). *Ciencias económicas y comerciales de gestión financiera*. Lisboa: Lisboa Editores.

Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. (2008). Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.

Pontificia Universidad Javeriana. (1998). *Directrices para la actividad académica de consultoría en la Pontificia Universidad Javeriana*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Quijano, J. y Mambrilla, V. (2006). Los deberes fiduciarios de diligencia y lealtad. En particular, los conflictos de interés y las operaciones vinculadas. En: *Derecho de sociedades anónimas cotizadas (estructura de gobierno y mercados)*. Tomo II. Navarra: Thomson-Aranzadi.

Sabino, C. (1995). *El proceso de la investigación*. Buenos Aires: Lumen.

Universidad Autónoma de Bucaramanga. (2012). *Consultoría empresarial*. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Valles, J. A. (2008). *Consultoría en la logística y transporte*. Morrisville: Avyasa.

Evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio de promoción y prevención “P y P”, en los usuarios de las EPS y los colaboradores en el sector salud del área de Pitalito¹

External and internal assessment of satisfaction of promotion and prevention service “P and P”, among basic health care EPS system users and staff in the area of Pitalito

Avaliação externa e interna da satisfação do serviço de promoção e prevenção “P y P”, nos usuários da EPS e os colaboradores no setor da saúde da área de Pitalito

Carlos Enrique Parra Rodríguez²
Hernando GilTovar³
Patricia Carrera Bernal⁴

Fecha de recepción: 10 febrero de 2017
Fecha de aceptación: 12 de abril de 2017

RESUMEN

Los cambios que están ocurriendo en las empresas del sector salud conllevan una competencia permanente por la participación en el mercado por ello los directivos y trabajadores empiezan a descubrir en el Servicio al Cliente un elemento importante que aporta ventaja competitiva a las empresas. Dadas las directrices del gobierno nacional para aumentar la calidad del servicio de promoción y prevención “P y P” en el mercado de la salud en todos los municipios de Colombia y en especial en las entidades descentralizadas como son las Empresas Sociales del Estado, se hace pertinente realizar una investigación acerca de la evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio “P y P”, en los usuarios de las EPS y los

-
- 1 Artículo de Investigación del Proyecto Financiado por la E. S. E. Manuel Castro Tovar del Municipio de Pitalito (Huila), según contrato No 026 de fecha 15 de febrero de 2007.
 - 2 Magister en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos. Sena Centro de Servicios Financieros. Soacha. Colombia. E – Mail: rapa53@misena.edu.co.
 - 3 Magister en Administración. Universidad Surcolombiana. Neiva. Colombia. E – Mail: hergil@usco.edu.co.
 - 4 Magister en Gestión Pública del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey - México. Profesora Tiempo Completo – Programa Contaduría Pública - de la Universidad Surcolombiana.

colaboradores en el sector salud del área de Pitalito, como un estudio de caso que permita comprender los retos y alcances de este servicio en la región.

El estudio de caso cuyos resultados se presentan en este artículo, se realizó en la ESE. “Manuel Castro Tovar”, con base en los indicadores de gestión elaborados por su administración. En la investigación se generó una doble perspectiva de análisis, desde los colaboradores de la empresa (interna) para analizar los factores administrativos y desde los usuarios de las EPS (externa) para ver el posicionamiento de la empresa, con el fin de comparar los alcances de esta entidad con los de otras EPS de la región, como lo son: Saludcoop, Coomeva, Emcosalud, Policía, Seguro Social, Comparta y otras.

Palabras clave: Evaluación interna y externa, Promoción y Prevención, participación en los mercados, posicionamiento empresarial.

Cómo citar este artículo: Parra Rodríguez, Carlos E., Gil Tovar, H., Carrera Bernal, P. (2017). Evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio de promoción y prevención “P y P”, en los usuarios de las EPS y los colaboradores en el sector salud del área de Pitalito. *Revista Finnova*, 3(5), 61 - 68.

ABSTRACT

The changes that are taking place in the health care sector companies lead to a permanent competition for market share, therefore, their managers and staff begin to discover in Customer Service an important element that provides competitive advantage to companies. Under the guidelines of the national government to increase the quality of the service of promotion and prevention “P and P” in the health care market in all the municipalities in Colombia, and particularly in the decentralized entities such as the State Social Enterprises, it becomes relevant to carry out a research about the external and internal assessment of the satisfaction of “P and P” service, among basic health care EPS system users and staff in the area of Pitalito, as a case study for understanding the challenges and scope of this service in the region.

The case study, whose results are exhibited in this article, was carried out at ESE “Manuel Castro Tovar”, based on the performance indicators prepared by management. In the research a double perspective of analysis, was generated from both the staff of the company (internal) to analyze administrative factors, and the users of the EPS (external) to see the positioning of the company, in order to compare the scope of this entity with the other EPS in the region, such as: Saludcoop, Coomeva, Emcosalud, Police, Social Security, Comparta, and others.

Keywords: Internal and external assessment, Promotion and Prevention, market share, corporate positioning.

RESUMO

As mudanças que estão ocorrendo nas empresas do setor de saúde, implicam uma competição permanente pela participação no mercado, por isso, os gestores e os trabalhadores começam a descobrir no atendimento ao cliente um elemento importante que proporciona vantagem competitiva às empresas. Ao considerar as diretrizes do governo nacional para a qualidade do serviço de promoção e prevenção “P e P” no mercado de saúde em todos os municípios da Colômbia e, com maior atenção, nas empresas descentralizadas como as Empresas Sociais do Estado (ESE), é relevante realizar uma pesquisa sobre a avaliação externa e interna da satisfação do serviço “P e P”, nos usuários das EPS e os colaboradores no setor da saúde da área de Pitalito, como um estudo de caso que permita compreender os desafios e limites desse serviço na região.

O estudo de caso, cujos resultados se apresentam no artigo, foi realizado na ESE “Manuel Castro Tovar”, baseado nos indicadores de gestão feitos pela administração. Na pesquisa gerou-se uma dupla perspectiva de análise: i) dos colaboradores da empresa (interna) para analisar os fatores administrativos; ii) dos usuários das EPS (externa) para ver o posicionamento da empresa e comparar os objetivos atingidos da organização

como outras EPS da região, como são: Saludcoop, Coomeva, Emcosalud, Policía, Seguro Social, Comparta y otras.

Palavras chave: Avaliação interna e externa, Promoção e Prevenção, participação nos mercados, posicionamiento empresarial.

Introducción

El estudio de caso se realizó en la Empresa Social del Estado ESE “Manuel Castro Tovar” del municipio de Pitalito que presta servicios de salud de alta calidad con énfasis a la promoción de la salud y prevención de las enfermedades, sin dejar de lado la asistencia y rehabilitación de los usuarios con atención personalizada, humanizada, integral y continua que respeta las diferencias.

Debido al crecimiento y expansión de la empresa hay una clara tendencia por mejorar el área de servicio al cliente, lo que obliga una necesaria congruencia entre los procesos administrativos y psicológicos para la optimización del funcionamiento organizacional, por ello se han creado ambientes agradables de trabajo y actividades de desarrollo cultural y social para empleados y usuarios, todo relacionado con el mejoramiento del servicio promoción y prevención “P y P”, razón por la cual se realizó la investigación para evaluar externa e internamente la satisfacción del servicio “P y P” entre los usuarios de las EPS y colaboradores en el sector salud del área urbana de Pitalito.

El propósito del estudio fue diagnosticar el nivel del clima organizacional y de la cultura corporativa existente en los colaboradores de la ESE, en el cual se evalúe entre otros, el conocimiento que tienen los colaboradores sobre la empresa, las instalaciones y elementos para prestar los servicios, las interacciones entre las áreas funcionales y personales, las interacciones entre los funcionarios, directivos, administrativos y público en general.

De esta manera, se busca conocer la calidad del servicio prestado y compararlo con lo hecho por otras EPS en el municipio de Pitalito (área urbana), en torno a los factores observables dentro del clima organizacional y la cultura corporativa y quizá proyectar el traslado de servicios de “P y P” a EPS que

tienen falencias en esta área. Adicionalmente se espera que este estudio pueda contribuir al desarrollo de futuras investigaciones en el área del comportamiento organizacional, clima organizacional y manejo de los recursos humanos en general.

Antecedentes

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron 3 conceptos fundamentales: Prevención y promoción de la salud, Cultura organizacional y Clima organizacional, que se desarrollan a profundidad a continuación.

Prevención y promoción de la salud

El concepto de prevención implica preparación anticipada para evitar algún daño; en el ámbito de la salud “exige una acción anticipada, basada en el conocimiento de la historia natural a fin de hacer improbable la expansión posterior de la enfermedad” (Leavell & Clark, 1976, pág. 17). Las acciones preventivas que se implementan en el sector de la salud, tienen que ver con las intervenciones orientadas a evitar la aparición de enfermedades específicas o para reducir su impacto en determinadas poblaciones.

El modelo de prevención en el sector de la salud, tiene como base el avanzado conocimiento epidemiológico moderno; que permite tomar acciones anticipadas para el control de la transmisión de enfermedades infecciosas y la reducción del riesgo de enfermedades degenerativas u otros perjuicios específicos a la salud. Las EPS implementan estos procesos mediante la divulgación de información y de recomendaciones para el cambio de hábitos entre sus usuarios.

Por otro lado, el término promover hace referencia al impulso o fomento que se hace para generar una nueva práctica, hábito o idea, en el ámbito de la salud la promoción tiene un alcance mayor que la

prevención, dado que no se restringe a la contención de alguna enfermedad o infección, sino que busca informar y concientizar para mejorar la calidad de vida, salud y bienestar a toda la población. Las estrategias de promoción que implementan las EPS enfatizan la importancia de transformar las condiciones de vida y de trabajo que son perjudiciales para la salud, implicando un abordaje intersectorial mediante políticas gubernamentales responsables de los espacios físico, social y simbólico de las personas (Terris, 1990).

Cultura organizacional

Ante todo, se puede afirmar que la cultura organizacional ha adquirido gran importancia al interior de las organizaciones, por lo que ha sido centro de numerosas investigaciones. Los enfoques sobre cultura organizacional han abarcado diferentes manifestaciones culturales: valores, creencias, ritos, historias, etc., hasta el rol del gerente como emisor de la cultura de las organizaciones (Cujar, Ramos, Hernandez, & Lopez, 2011). En consecuencia, el estudio de la cultura organizacional es fundamental tanto en las ciencias administrativas, como en la sociología organizacional y en la psicología industrial.

Hay que considerar que la cultura organizacional es el espejo de la compañía y que en ella se reflejan sus principios, valores, actitudes, mentalidad, estilo de vida, normas, comportamientos, reglas, filosofía y clima organizacional. Una empresa debe tener bien definida su cultura, y dentro de ella preocuparse por la satisfacción de todas las partes interesadas,

para así elaborar y aplicar correctamente sus estrategias, administrar y utilizar adecuadamente la información (Cantillo, y otros, 2011), por tanto, el análisis la caracterización y el fortalecimiento de la cultura de una empresa es un punto neurálgico de su concepción estratégica y un factor central en su funcionamiento y desarrollo.

Tomando en consideración lo anterior hay que, en primer lugar, tener en cuenta algunas definiciones aceptadas en el ámbito académico sobre este tópico. Para Ouchi (1985), por ejemplo, la cultura organizacional es una serie de símbolos, ceremonias y mitos que comunican al personal de las empresas los valores y las creencias más arraigados dentro de la organización, en cambio Chiavenato (2001) afirma que la cultura organizacional reposa sobre un sistema de valores, tradiciones, creencias y actitudes, como forma aceptada y estable en las relaciones sociales de cada organización, asimismo, Shein (2009) considera que el término debería reservarse a un nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa.

Dentro de los modelos más aceptados de la tipología de cultura organizacional se encuentra el de Robbins (2004), cuyo modelo clasifica las culturas de débiles o de fuertes, en su modelo las culturas fuertes se caracterizan porque los valores de la organización se aceptan con firmeza y son ampliamente compartidos, caso contrario a las culturas débiles en el que una sólo una minoría comparte los valores de la organización.

Características	Cultura débil	Cultura fuerte
Autonomía individual	Supervisión estrecha	Supervisión general
Estructura	Puestos de trabajo estandarizados	Puestos de trabajo flexibles
Apoyo	Enfoque de la gerencia a la producción	Enfoque de la gerencia al personal
Recompensa	Se desconocen los niveles productivos del personal	Compensaciones y ascensos basados en niveles de productividad
Tolerancia al conflicto	Poca, escaso o nulo conflicto productivo	Poco conflicto destructivo, gerencia apoya el conflicto funcional o constructivo
Valores	Valores son aceptados con firmeza	Valores son asimilados de forma insuficiente

Figura 1. Características de la Cultura Organizacional Débil y la Cultura Organizacional Fuerte.

Clima organizacional

Existe una gran diversidad de perspectivas para definir el clima organizacional. los conceptos varían desde factores organizacionales netamente objetivos referidos a las políticas, las reglas y las estructuras de la empresa, hasta atributos percibidos de manera tan subjetiva como la honestidad y la amistad. probablemente un buen concepto es aquel que es capaz de enlazar ambos extremos. entre los principales enfoques que se conocen para clasificar las definiciones de clima organizacional se tienen:

- Forehand y Gilmer (1964): Definición del clima organizacional a través de descripciones de factores organizacionales objetivos, como el conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra, e influyen en el comportamiento de las personas que lo forman.
- James y Jones (1974): Destacan una serie de atributos, tanto del individuo como de la organización, e identifican tres modos diferentes de conducir una investigación acerca del clima, (a) la medida múltiple de atributos organizacionales, (b) la medida perceptiva de los atributos individuales y (c) la medida perceptiva de los atributos organizacionales.

En la medida múltiple de los atributos organizacionales, el clima es considerado como un conjunto de características que: a) Describen una organización y la distinguen de otra, b) Son relativamente estables en el tiempo, y c) Influyen en el comportamiento de los individuos dentro de la organización (Brunet, 1992). Bajo esta definición, el clima se convierte en una medida de representación de los atributos y características específicas de la organización que, en la mayoría de los casos, son casi imposibles de analizar en su totalidad, por la cantidad de variables involucradas.

Metodología

El estudio fue de tipo básico con enfoque descriptivo y perceptivo y de naturaleza tanto cuantitativa como cualitativa, aplicado directamente al campo de los hechos debido a sus propósitos exploratorios.

Su diseño fue no experimental y de corte transversal. La población de estudio estuvo constituida por 80 empleados, así como por usuarios de las 6 EPS, las cuales hacen presencia en el municipio de Pitalito (Ecopsos, comfamiliar del Huila, saludcoop, comparte y emcosalud). Las principales variables contempladas en la investigación son: cultura organizacional, cultura gerencial, creencias, valores, actitudes, clima laboral y satisfacción del cliente.

Para la recolección de información de las fuentes primarias se utilizaron por un lado encuestas de selección múltiple aplicadas a los 80 clientes de la ESE Manuel Castro Tovar, con un muestreo aleatorio simple, un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95% para poblaciones infinitas y por lado entrevistas de profundidad realizadas a los gerentes de los locales y observación directa; las fuentes secundarias están conformadas por la teleología de la ESE Manuel Castro Tovar y sus políticas de calidad.

Durante estas fechas se hicieron las entrevistas, se gestionaron las encuestas y se hizo uso de la técnica de observación directa dentro de la ESE Manuel Castro Tovar, para posteriormente realizar análisis de resultados y concluir el estudio. En lo que respecta a las entrevistas a profundidad, fueron consultados 80 empleados del área de Promoción y Prevención. Para ello se hizo una programación previa de cada una de las entrevistas en las que se dejaron las pautas de las mismas y los temas a tratar. Las entrevistas se realizaron dentro de la ESE Manuel Castro Tovar y tuvieron una duración promedio de siete minutos. Las entrevistas arrojaron luces sobre los valores, la teleología, los modelos gerenciales y el clima laboral interno que se presenta en la ESE Manuel Castro Tovar.

La encuesta está conformada por 9 enunciados o ítems, los cuales, fueron calificados por los individuos de la muestra en una escala de Likert; una vez diligenciadas todas las encuestas se hizo un profundo análisis estadístico a cada uno de los ítems de la encuesta; se usaron técnicas de estadística descriptiva como análisis gráfico por medio de gráficos de torta y Box Plot, medidas de tendencia central y de dispersión y análisis correlacional. Esto permitió determinar las percepciones del cliente con respecto a

la cultura organizacional presente en la ESE Manuel Castro Tovar y su percepción de los principales valores, creencias y actitudes de los locales. Asimismo, se hizo observación directa en la ESE Manuel Castro Tovar como método complementario.

Resultados

Una vez realizado el trabajo de campo del estudio y habiéndose hecho un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los datos recolectados, se determinó que en primer lugar, la presentación personal de los trabajadores, así como la estética y la limpieza de los Empresas Sociales del Estado, son valores fundamentales en la configuración de estas empresas y que gran parte del atractivo que encuentran los clientes al visitar la ESE Manuel Castro Tovar se debe a la armonía visual que este posee, además, que la gerencia ejerce un importante esfuerzo para llegar a este cometido.

De igual manera, se estableció que los miembros que conforman la ESE Manuel Castro Tovar tienen un gran sentido de pertenencia por los mismos y por tanto mantienen una actitud favorable en sus funciones laborales. Además, un punto importante y a tener en cuenta es que existe poco rumor mal intencionado entre los empleados de la ESE Manuel Castro Tovar y la opinión de ellos sobre sus puestos de trabajo es generalmente positiva lo que, como es lógico pensar, se configura como algo propicio en la concepción de la cultura organizacional de los mismos, esto quedó claro tanto en el desarrollo de las entrevistas de profundidad como en la observación directa que se ejerció durante el estudio.

Un punto importante y que implica una ventaja competitiva en la ESE Manuel Castro Tovar presenta una cultura gerencial dada a ambientes democráticos y participativos. Pese a haber líneas jerárquicas bien definidas, en la ESE Manuel Castro Tovar se manejan modelos de comunicación participativos, además de notarse relaciones de compañerismo entre los jefes y los subordinados, lo que permite establecer que existe la creencia de que, si los trabajadores tienen cierto grado de empoderamiento en la empresa y son tratados de manera asertiva se van a lograr mejores resultados y los objetivos van

a ser alcanzados con una mayor facilidad. Por otro lado, en la ESE Manuel Castro Tovar hay una clara actitud hacia el servicio, es decir que se realiza un esfuerzo conjunto en busca de ofrecer al cliente un servicio integral en elementos que involucran etapas de pre compra, compra y pos compra. El análisis hecho a las entrevistas de profundidad permite vislumbrar que la disciplina se configura otro valor fundamental.

Un punto no tan favorable y que marca un factor a considerar, radica en el hecho de que existe cierta disonancia entre cómo es percibido el servicio dispensado por la ESE Manuel Castro Tovar. Mientras los gerentes consideran que valores como honestidad, amabilidad y calidad del servicio son los valores más importantes y determinantes dentro de la concepción de sus empresas, los clientes creen que, pese a que existen estos valores dentro de la ESE Manuel Castro Tovar, no son tan categóricos, adicionalmente en ocasiones el servicio no es lo suficientemente ágil y oportuno. Se presentan ciertos inconvenientes con respecto a la información de productos y cumplimiento de garantías, además, la tasa de servicio (el número de clientes atendidos a una razón de tiempo) no es del todo satisfactoria para los usuarios.

Conclusiones

La ESE Manuel Castro Tovar muestra una cultura organizacional fuerte, en el que es innegable el énfasis de la gerencia por una actitud hacia el mejoramiento y la consolidación de valores y principios basada en la creencia de que el cliente es el centro de la organización y en el que valores como el orden, la disciplina o la solidaridad son fundamentales en su cultura como empresas, además, se puede afirmar que, en términos generales, los usuarios están satisfechos con los servicios prestados. Sin embargo, hay que considerar que aspectos como la agilidad en el servicio podrían ser mejores, con miras a un mayor fortalecimiento organizacional, por tanto, es pertinente implementar un estudio sobre tiempos de espera de los usuarios a la hora de realizar una compra o la media de usuarios haciendo cola para ser atendidos. Lo que podría incrementar la agilidad en los servicios ofrecidos y lograr enaltecer la creencia que prima entre los miembros de la ESE Manuel Castro

Tovar, de que el cliente es el centro y la razón de ser de sus empresas y que siempre se debe velar por su satisfacción y bienestar.

Las condiciones actuales han determinado que más allá de una simple relación causal entre la cultura organizacional y el cambio en la gerencia, lo que existe es una vinculación recíproca entre todos los elementos, que generan desafíos permanentes implícitos en los retos que debe enfrentar toda organización. Esto destaca que la gestión empresarial actual tiene sentido, en la medida en que los retos sean superados satisfactoriamente, para lo cual se requiere una amplia dosis de creatividad para el manejo y control del sector salud tan cambiante en el municipio de Pitalito. La inversión en la capacitación y actualización del personal, es, otro aspecto de especial significado, a fin de convertirlo en el eje y motor de los procesos de transformación.

La complejidad del entorno actual, por otra parte, saturado de competencia, de problemas sociales, de clientes exigentes, de rígidas leyes ambientales, e inmerso en un creciente proceso de globalización, hace que trabajar sea insuficiente. Es necesario más que nunca el pensar y repensar las organizaciones, darles sentido de dirección, rediseñar u optimizar los procesos medulares, desarrollar estructuras organizacionales aptas para que dicho procesos funcionen oportunamente, utilizar agresivamente la tecnología de punta que ayude a materializar la visión trazada para la organización. Trabajar por trabajar es hoy signo de improductividad. Lo que se requiere para ser más competitivo es dinamismo, es decir, energía orientada hacia el logro de los objetivos.

La visión indicada facilita a la gerencia del cambio dimensionar las características del negocio y orientar sus esfuerzos para satisfacer las expectativas de la organización. Asimismo, le facilita romper paradigmas, probablemente aplicables en el pasado, pero que han perdido sentido con el tiempo, por nuevas reglas útiles para satisfacer las exigencias del futuro. La integración de esfuerzos, el beneficio compartido, el trabajo en equipo, la permanente disposición a aprender y cambiar, las organizaciones por procesos, el aplanamiento de las estructuras organizacionales, la disminución de los niveles jerárquicos y puntos

de control, la ruptura de barreras, la necesidad de comunicación, etc., son algunas de las nuevas reglas.

Por otro lado, a nivel externo, se identificaron recomendaciones dadas por los usuarios para el servicio de promoción y prevención en el área urbana de Pitalito, pero cabe mencionar la dificultad en la realización de los programas de prevención y promoción por la desconfianza de los usuarios frente a las estrategias como: Control a Jóvenes, Visitas Puerta a Puerta y promotoría rurales, razón por la cual no se están llevando a cabo por las EPS. Se considera que los servicios de promoción y prevención deberían prestarse en lugares estratégicos como colegios y universidades (beneficiarios), lugares de trabajo (cotizante), hogares (beneficiarios y cotizantes) y con ello reducir enfermedades de alto riesgo con son el dengue, fiebre amarilla, desnutrición, entre otras.

A continuación, se sugieren varias recomendaciones relacionadas con cada uno de los aspectos considerados en el trabajo realizado:

Sobre el área de la cultura organizacional, fomentar programas de sensibilización al colectivo organizacional, con la finalidad de educar a la gente para que internalicen la cultura organizacional, como ventaja competitiva en la gestión gerencial. Es imprescindible que los colaboradores conozcan plenamente los valores culturales que distinguen a su organización a fin de que pueda promoverlos y reforzarlos mediante un plan de acción. Una vez hecha esta distinción se debe definir qué es lo que se necesita cambiar, para determinar los aspectos favorables o desfavorables de la cultura organizacional.

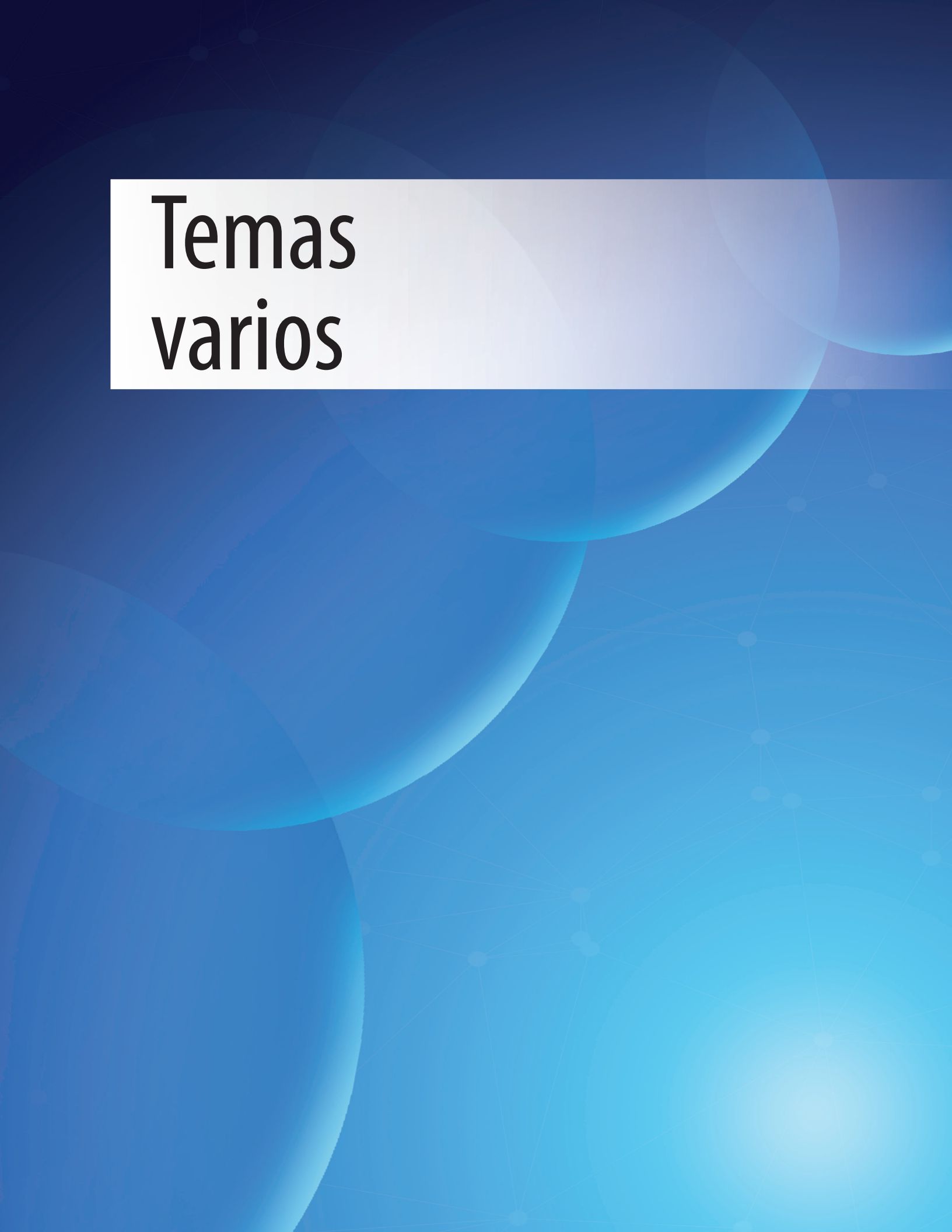
Sobre la gerencia, plantear nuevas estrategias con miras a buscar aplanamiento de las estructuras organizacionales, con la finalidad de lograr una disminución de niveles verticales y de supervisión gerencial, logrando mejor comunicación y mayor flexibilidad. Las organizaciones deben mantener gerentes con visión hacia la eficacia y efectividad, fundamentados en una filosofía asertiva de cambio, lo cual les permite la posibilidad de crear nuevos paradigmas a partir del desarrollo personal para el logro de mejoramiento continuo.

La gerencia debe desarrollar habilidades que le permitan reconocer la importancia y beneficios de una buena comunicación y aplicar estrategias efectivas para mejorar la red comunicacional en la organización. La alta gerencia (Consejo de administración y Gerencia) debe plantearse como prioridad el aprovechamiento máximo del potencial humano y tecnológico; lo cual es de vital importancia, para incrementar la efectividad y productividad.

Bibliografía

- Brunet, L. (1992). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Cantillo, E., Alzate, A., Galindo, K., Arteta, A., Landinez, D., & Serje, N. (2011). *Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas*. Medellín: Ninth LACCEI.
- Chiavenato, I. (2001). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: McGraw Hill.
- Cujar, A., Ramos, C., Hernandez, H., & Lopez, J. (2011). *Cultura organizacional: evolucion en la medicion*. Santiago de Cali: ICESI.
- Dávila, C. (1985). *Teorías organizacionales y administración. Informe crítico*. Mexico: McGraw Hill.
- Forehand, G., & Von Haller, G. (1964). Environmental variation in studies of organizational behavior. *Psychological Bulletin*, 361 - 382.
- Hicks, H., & Gulley, R. (1971). *The management of organizations and human resources approach*. Washington D.C: McGraw Hill.
- James, L., & Jones, A. (1974). Organizational climate: A review of theory and research. *Psychological Bulletin*, 1096 - 1112.
- Leavell, S., & Clark, E. (1976). *Medicina Preventiva*. San Pablo: McGraw-Hill.
- Oushi, W. (1985). *La teoría Z: cómo pueden las empresas hacer frente al desafío japonés*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Mexico: Pearson.
- Shein, E. (2009). *Corporate culture survival guide*. Washington D.C: Library of congress.
- Terris, M. (1990). Public health policy for the 1990s. *Review of Public Health*, 39 - 51.

Temas varios

The background of the slide is a deep blue gradient. It features several large, overlapping, semi-transparent circles in various shades of blue. A faint, light blue network pattern, consisting of small dots connected by thin lines, is visible across the lower right portion of the slide.

Transformaciones productivas e impacto en los perfiles de enfermedad en la Orinoquía colombiana

Productive changes and their impact in the public health profiles of colombian Orinoquia

Mudanças produtivas e seu impacto nos perfis de doenças na Orinoquia colombiana

Diana Rodríguez Triana¹
Sara Pérez Sáenz²

Fecha de recepción: 12 febrero de 2017
Fecha de aceptación: 26 de marzo de 2017

RESUMEN

Los determinantes sociales de la salud explican la interrelación entre el entorno, el sistema económico, las relaciones y otras condiciones que influyen en la salud de los individuos. Los perfiles de enfermedad se encuentran ligados a las condiciones del entorno, razón por la cual conocer las enfermedades más recurrentes en una región puede ayudar a comprender cuáles condiciones del medio se relacionan con el estado de salud de una población. En el presente trabajo se realizó una revisión de fuentes secundarias sobre los perfiles de enfermedad en los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada y sus variaciones entre el 2000 y el 2014. Al mismo tiempo se realizó una búsqueda sobre las modificaciones productivas en los mismos departamentos y alteraciones ambientales que estas generan. Se identificaron las enfermedades con mayor incidencia en dichos departamentos, información que fue clasificada para su análisis. Las enfermedades con ocurrencias más altas en la región fueron las prevenibles. Las modificaciones de las tasas de enfermedad a través del tiempo indican que existen posibilidades de promover medidas, con las poblaciones afectadas, de apropiación del conocimiento con el fin de concientizar sobre la influencia de las condiciones del entorno en los individuos y la colectividad. Así, la educación y estrategias de promoción de la salud y prevención pueden ser enfocadas en incrementar la conciencia sobre los determinantes sociales, ambientales y económicos sobre la salud para así generar modificaciones en los hábitos y estilos de vida desde la acción colectiva.

Palabras clave: Determinantes sociales de la salud, entorno, Orinoquía, morbilidad, mortalidad.

Cómo citar este artículo: Rodríguez Triana, D., Pérez Sáenz, S. (2017). Transformaciones productivas e impacto en los perfiles de enfermedad en la Orinoquía colombiana. *Revista Finnova*, 3(5), 71 - 87.

1 MSc. Desarrollo Sostenible, Esp. Gestión Regional del Desarrollo.

2 R.N. Especialista en Salud Mental, Especialista Gobierno y Gestión Pública Territorial, Catedrática Facultad de Ciencias de la Salud. UNILLANOS.

ABSTRACT

Social determinants of health explain the relationship among the environment, economic system and other factors that influence people health. The disease profiles are related with the environment, this condition permits to know the most common diseases in a region and to comprehend the health condition in a specific population. This document reviews secondary information about disease profiles and their variations, between 2000 and 2014, in four states of Colombia: Arauca, Casanare, Meta and Vichada. At the same time, was conducted a research about productive transformations and their environmental effects in the four states. The information was analyzed and it permitted identify that preventable diseases are most common in those states. Through the time was possible to identify rate disease variations, for this reason, promoting knowledge appropriation among affected populations can conscientize them about the influence of environment conditions and colectivity. Finally, education and health promotion and prevention strategies can manage to increase consciousness about social, environmental and economic determinants of health to transform habits and lifestyles around colective action.

Keywords: Social determinants of health, environment, Orinoquia, mortality, morbidity.

RESUMO

Os determinantes sociais da saúde explicam a inter-relação entre o entorno, o sistema econômico, as relações e outras condições que influenciam a saúde dos indivíduos. O perfil das doenças encontram-se ligados as condições do entorno, assim conhecer as doenças mais recorrentes numa região pode contribuir para entender quassão as condições do meio que influenciam a saúde de uma população. No presente artigo foi realizada uma revisão de fontes secundárias sobre os perfis de doenças nos estados de Arauca, Casanare, Meta e Vichada, assim como as variações para os anos 2000 até 2014. Também foi realizada uma pesquisa das mudanças produtivas nos mesmos departamentos, bem como, as alterações ambientais geradas por essas transformações. Foram identificadas as doenças com maior incidência nesses estados e as informações encaminhadas para análises. As doenças com maior presença foram as preveníveis. As variações achadas nas taxas de enfermidades através do tempo indicam a possibilidade de desenvolver ações com as comunidades afetadas para diminuí-las. A apropriação do conhecimento apresenta-se como uma oportunidade de conscientizar sobre as relações, influência do entorno dos indivíduos e a coletividade. Portanto, a educação e estratégias de promoção da saúde e prevenção de enfermidades podem ser focadas no incremento da consciência acerca dos determinantes sociais, ambientais e econômicos da saúde, e assim gerar mudanças nos hábitos e formas de vida, uma vez que seja considerada a ação coletiva.

Palavras chave: Determinantes sociais da saúde, entorno, Orinoquia, morbidade, mortalidade.

Introducción

La Orinoquía es una extensa región natural compartida por Venezuela y Colombia. En Colombia representa el 30.4% del territorio nacional equivalentes a 347,165 km² (Correa, et. al, 2005). Agrupa a los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada (mapa 1) (Viloria de la Hoz, 2009) y cuenta con una población de 1.478.000 de habitantes (Benavides, sf). Esta región sobresale por su riqueza hídrica, su importancia histórica como medio de comunicación y de transporte nacional e internacional, y su diversidad cultural, de paisajes y ecosistemas terrestres y acuáticos que albergan distintas formas de vida (Paredes y Hernández, 2013). Además, es considerada como una zona de ampliación de la frontera de desarrollo, a partir de sus potenciales energéticos, agroindustriales, turísticos y localización estratégica entre el Atlántico y Pacífico (Conpes, 2014).

La región de la Orinoquía en 2007 contribuyó con el 5.5% del PIB (Benavides, sf), en 2014 un promedio de los departamentos que la conforman permite identificar que contribuyó con el 1,35% del PIB (DANE,

2014). La participación en dicho indicador ha variado pues durante la década de los 80's Benavides (sf) afirma que la actividad agropecuaria dominaba en la región, no obstante, a finales de la década de los 90's las dinámicas económicas y productivas del país se transformaron enfocándose en la extracción del petróleo y formas productivas agroindustriales. Las transformaciones fueron diferentes en cada departamento ya que en la década de los 80's los departamentos de Casanare y Arauca fueron considerados como petroleros, por otro lado, Meta y Vichada se enfocaron, principalmente, en el sector de servicios (Viloria de la Hoz, 2009).

Las transformaciones productivas tienen una gran influencia sobre las dinámicas sociales y ambientales. De acuerdo con Göbel (2015), el extractivismo es una actividad económica que no se puede desarrollar sin producir impactos sociales, ambientales y económicos, muchos de ellos irreversibles. De otro lado, en 1948 la OMS definió la salud como estado completo de bienestar físico, mental y social y no sólo la ausencia de enfermedad. Posteriormente, en 1986 la misma institución resalta la importancia de la educación y las políticas públicas para generar cambios en la salud. Seguido el informe Brundtland y las consecuentes discusiones sobre el desarrollo sostenible posibilitaron evidenciar la estrecha relación de la salud con el ambiente (Forget y Lebel 2001).



Mapa 1. Región de la Orinoquía: sus departamentos y ciudades capitales.
 Tomado de Viloria de la Hoz (2009).

Los cambios del concepto han permitido reconocer que existen estrechas relaciones entre los factores ambientales, sociales, económicos que a su vez influyen el bienestar y la salud. Así surge el concepto de los determinantes sociales de la salud el cual explica que la distribución de poder, renta,

bienes y servicios, global y local, así como las visibles circunstancias de las personas como el acceso al cuidado de la salud, educación, condiciones de trabajo y descanso, las condiciones de vivienda, las diferencias entre las comunidades rurales y urbanas influyen las condiciones de salud de las personas

y sus consecuencias (OMS, 2010). Este concepto explica además que existen determinantes estructurales e intermediarios, los primeros, son aquellos que generan o fortalecen la estratificación de la sociedad y definen la posición socioeconómica de las personas, estos moldean la salud de un grupo de salud con base en su localización en las estructuras de poder, prestigio y acceso a recursos. Los segundos, determinan las diferencias en exposición y vulnerabilidad a las condiciones de amenazas para la salud, las principales categorías son la vivienda, relaciones, soporte social, comportamiento, confianza y la estructura del sistema de salud (OMS, sf).

Las anteriores consideraciones y cambios del concepto permitieron, también, que 2010 por medio de la Declaración Adelaida sobre la Salud en Todas las Políticas la intersectorialidad fuera considerada necesaria para la formulación de políticas y programas ya que el cuidado de la salud no es sólo responsabilidad del individuo y su comportamiento, sino de diferentes niveles de organización (OMS, 2010). Nutbeam (2000) afirma que la educación en salud ha sido considerada de forma limitada para mejorar el conocimiento, creencias, cambios de comportamientos entre otros en las poblaciones, razón por la cual la promoción de la salud y la promoción de la enfermedad debe considerar estrategias que propendan por incrementar la conciencia sobre los determinantes sociales, ambientales y económicos de la salud para generar acciones colectivas. Esta consideración es relevante una vez que se admite que la educación puede realizar transformaciones sociales, sin embargo, la misma debe responder a las necesidades del contexto y, además, propender por soluciones integradoras y no individuales. Las anteriores perspectivas son útiles una vez que, en el contexto de la Orinoquía, es posible afirmar que los determinantes estructurales e intermediarios de las poblaciones que allí habían se han modificado a través del tiempo y han influenciado directamente los perfiles de enfermedad de las poblaciones.

El presente trabajo tiene por objetivo evidenciar la interrelación existente entre los determinantes sociales de la salud y los cambios en los perfiles de enfermedad de las poblaciones de la Orinoquía colombiana en el periodo comprendido entre 2000 y

2015. Dado que las principales enfermedades presentes en la región son aquellas que son prevenibles, su identificación e interrelación con los determinantes sociales de la salud podrán generar alternativas para ser abordadas en un trabajo articulado entre el sector educativo y el sector de salud. Para abordar dichos objetivos y contribuir con el establecimiento de un esquema de las principales enfermedades que afectan la población de la Orinoquía y su relación con la modificación del entorno, el presente trabajo se dividirá en cinco partes, la primera describe la metodología, la segunda enfocada a los perfiles de enfermedad durante el periodo 2000-2014; la tercera, identificar las condiciones los cambios de las actividades productivas de la región (1980-2015); la cuarta, las implicaciones de los cambios productivos sobre el entorno, seguido de la discusión y una última parte destinada a las conclusiones.

Metodología

Se realizó una búsqueda de literatura en los sitios web de organismos gubernamentales, no gubernamentales y otras agencias relacionadas con la investigación. Se consideraron artículos científicos, libros, revisiones, documentos técnicos de entidades oficiales y documentos legislativos. Seguido se seleccionaron las enfermedades que presentaban mayores índices de ocurrencia entre los años 2000-2014 en los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada, para lo cual fueron revisados los informes ASIS de cada uno de los departamentos en cada uno de los años mencionados. Finalmente fueron elaboradas tablas y figuras para analizar y presentar los datos obtenidos durante el periodo seleccionado.

Resultados

Perfiles de enfermedad en la región de Orinoquía

Los perfiles de enfermedades se encuentran ligados a las condiciones del entorno de los individuos. Merchan (2014) afirma que las precarias condiciones de servicios y el menor nivel de educación, inciden en el estado de salud, esto unido a la presencia del conflicto armado y la violencia son

los factores que determinan una menor esperanza de vida para los habitantes rurales. En Colombia, el escenario de los servicios ofrecidos a las comunidades rurales es limitado, la infraestructura a nivel de servicios en el área rural es precaria y ha estado relacionada con las políticas desiguales que se manifiestan en una trampa de la pobreza a nivel rural, en dónde el nivel de educación básico, sin acceso a servicios de salud y en algunos casos sin vivienda o con precarias condiciones (Parra-Peña, et al., 2013; Ocampo, 2014).

La región de la Orinoquía no está exenta de las condiciones de precariedad en la oferta de servicios para sus poblaciones, razón por la cual algunas condiciones como calidad de agua se puede ver afectada dado que solo el 56% del área rural cuenta con sistema de acueducto y 12% alcantarillado (Ministerio de Salud, 2013). Si bien en el periodo comprendido entre 2000 y 2014 los índices de algunas enfermedades se han modificado a nivel nacional, así como

la oferta de servicios para las poblaciones, resulta relevante identificar cuáles son las principales causas de mortalidad y morbilidad en la región y algunas variaciones en diferentes periodos de tiempo. En la Figura 1 es posible identificar las principales causas de mortalidad de la población de la Orinoquía colombiana.

• Indicadores de mortalidad

En la Figura 1 se evidencia que las principales causas de mortalidad en la región se relacionan con: las externas, las del sistema circulatorio y demás causas. La mortalidad varía por departamento siendo Arauca, Meta y Casanare los departamentos con mayor incidencia de estas causas. A continuación, se presentarán cada una de las causas de mortalidad antes presentadas y las variaciones de las mismas en un periodo de 14 años. Las figuras comparan las tasas entre los departamentos que conforman la región.

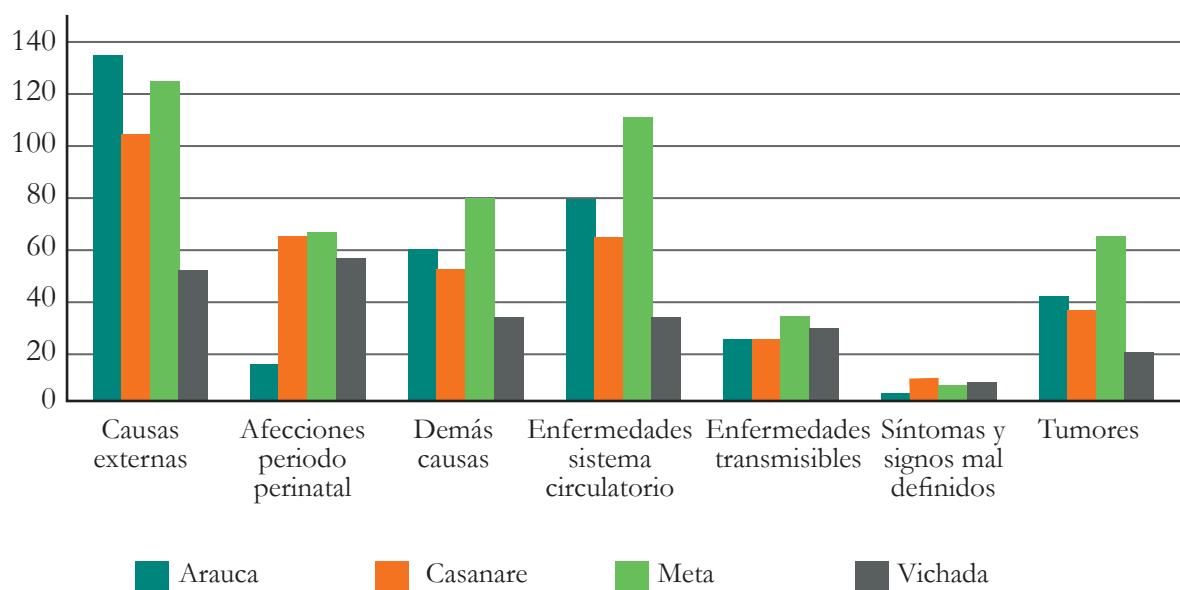


Figura 1. Tasa promedio de las principales causas de mortalidad en el periodo 2000-2014 por departamento.

En la Figura 2 es posible apreciar que en 2009 se presentaron el mayor número de muertes por afecciones causadas en el periodo perinatal en los

cuatro departamentos de la región. Se evidencia que las muertes por estas causas han disminuido a través del tiempo en la región.

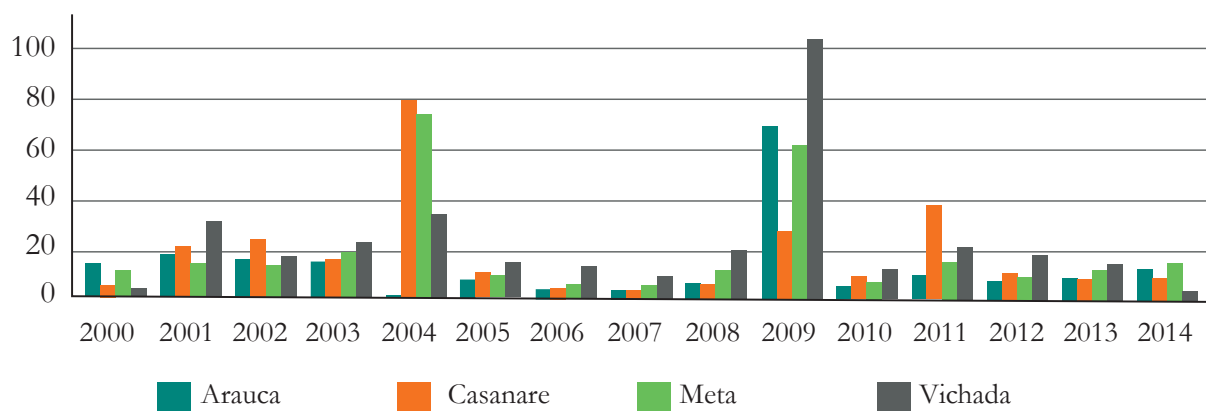


Figura 2. Tasas de muerte generadas por afecciones generadas en el periodo perinatal.

Las causas externas son predominantes en la región. A través del tiempo se evidencia una disminución, no obstante, el periodo comprendido entre

2004 y 2008 presentan el mayor número de muertes asociadas a estas causas (Figura 3).

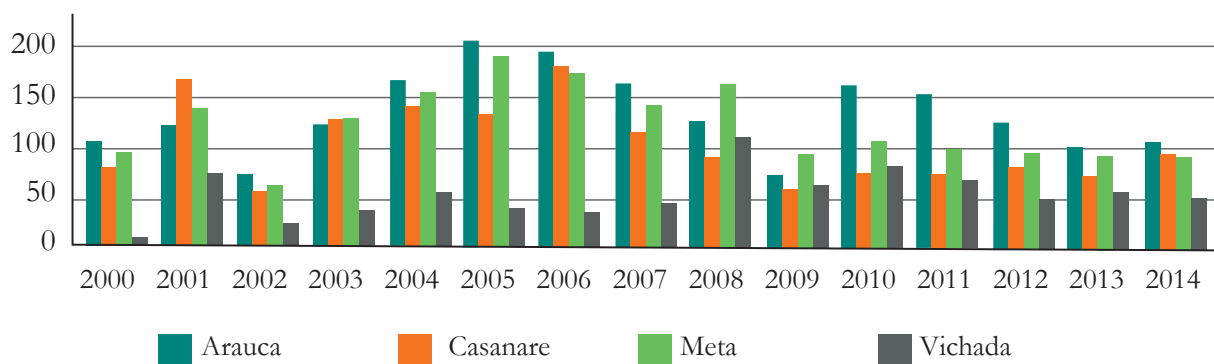


Figura 3. Tasas de muerte generadas por causas externas.

La Figura 4 permite evidenciar que el departamento del Meta es el que registra decesos por esta

causa a través del tiempo. En el año 2009 se presentó el mayor número de muertes por esta en la región.

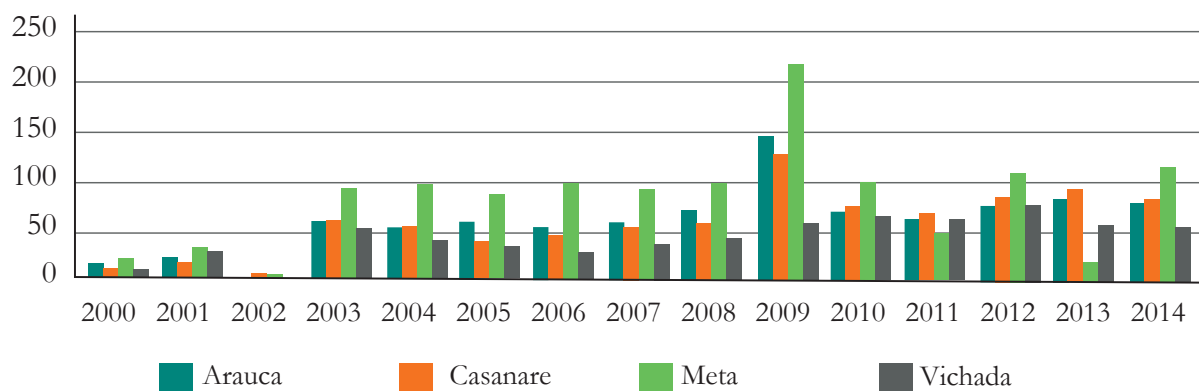


Figura 4. Tasas de muerte generadas por demás causas.

En la Figura 5 es posible evidenciar que las enfermedades del sistema circulatorio son un problema generalizado en la región. Además, el departamento

del Meta registra el mayor número de muertes por esta causa a través del tiempo.

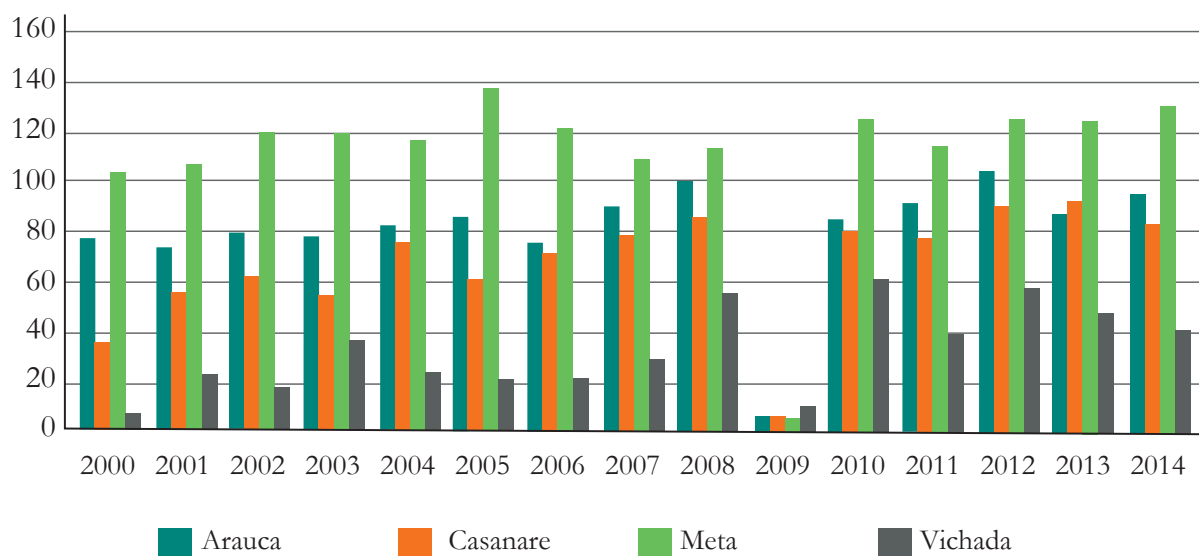


Figura 5. Tasas de mortalidad por enfermedades del sistema circulatorio.

De acuerdo a la Figura 6, las enfermedades transmisibles son predominantes en todos los departamentos de la región. Es de resaltar que en

2009 el departamento del Vichada registró un pico de muertes.

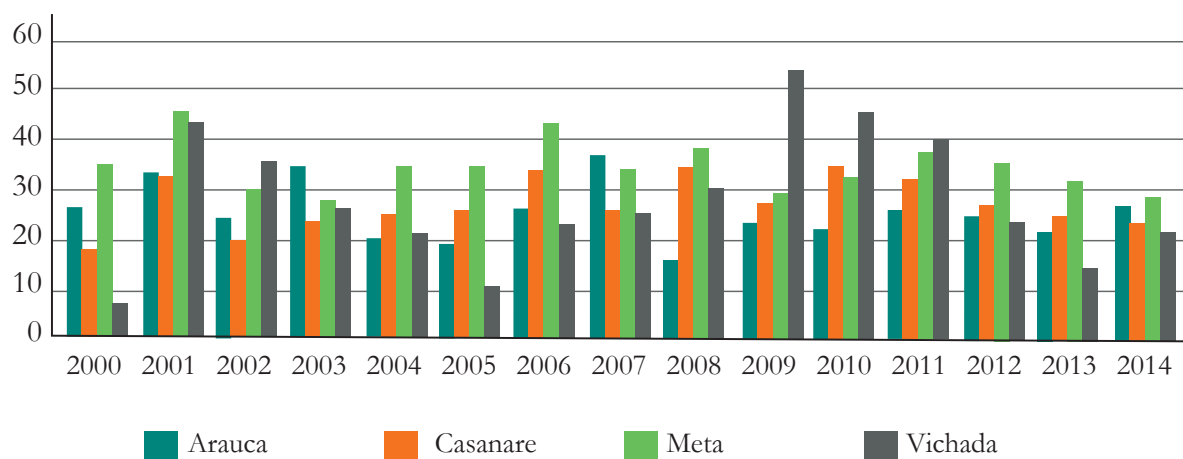


Figura 6. Tasas de mortalidad por enfermedades transmisibles.

Es posible evidenciar en la Figura 7 que en el año 2000 y 2004, los departamentos de Casanare y Vichada respectivamente, presentaron una tasa elevada de mortalidad por estas causas. Si bien se

evidencia disminución en todos los departamentos, en el periodo comprendido entre 2012 y 2014 se evidencia que en el Casanare se registró aumento de estas causas de muerte.

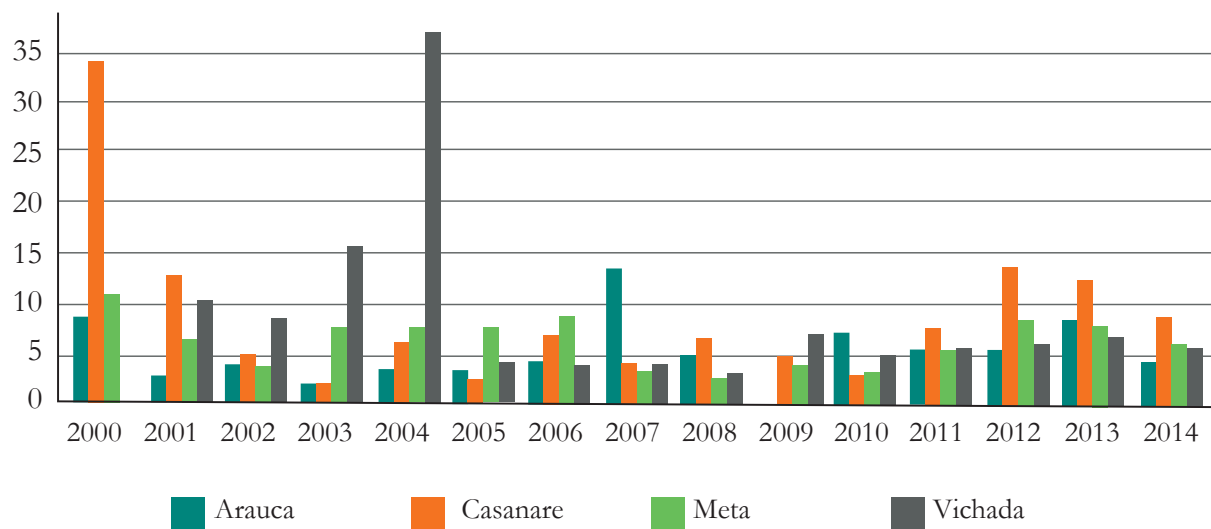


Figura 7. Tasas de mortalidad por síntomas y signos mal definidos.

La Figura 8 permite evidenciar que el Meta, Casanare y Arauca presentan el mayor número de causas de muerte por tumores en la región. Se observa también un aumento de muertes a través del tiempo por esta causa. Basado en la información de las figuras anteriores es posible realizar algunas relaciones de la presencia o aumento de las mismas con las modificaciones del entorno. Por ejemplo, el aumento de las muertes causadas por causas externas puede estar relacionado con un aumento de la violencia causado por el conflicto armado en el

periodo comprendido entre 2005 y 2009. De acuerdo con la SNAIPD (2010) los departamentos de Caquetá, Meta y Arauca se encuentran dentro de los 20 departamentos más expulsores del país y, además, entre el 2001 y 2008 el número de desplazados aumentó en estos departamentos.

Con relación al aumento de las enfermedades transmisibles, es posible relacionar el aumento de las actividades productivas como el cultivo de palma y la deforestación o disminución de la biodiversidad.

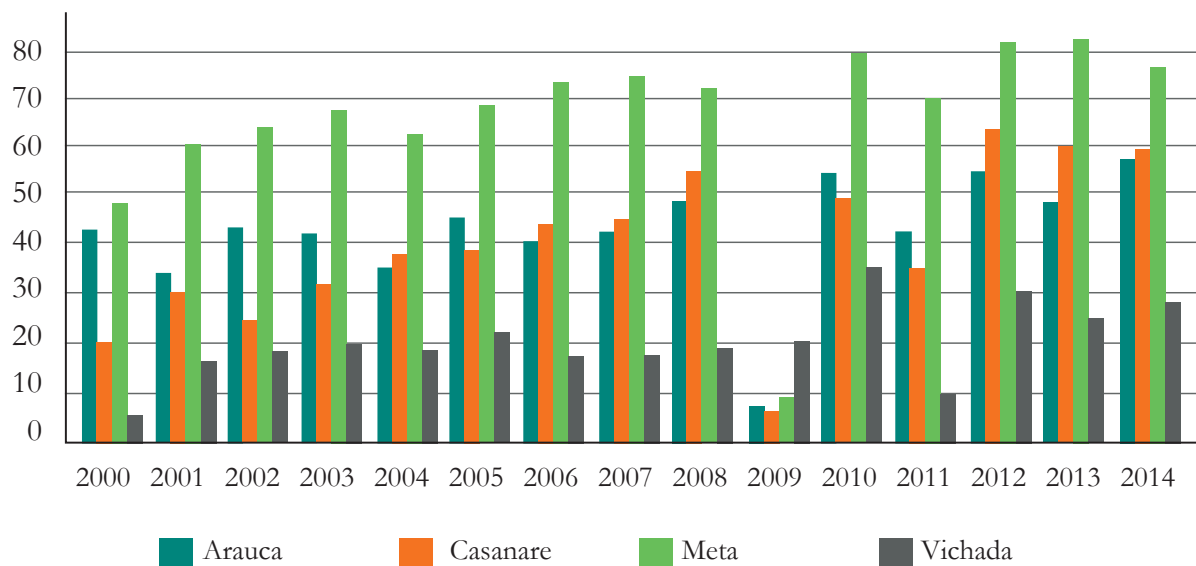


Figura 8. Tasas de mortalidad por tumores.

Lo anterior al considerar que los procesos de intensificación productiva demandan grandes áreas de cultivo y, por lo tanto, expansión de la frontera agrícola con la consecuente alteración de ciclos ecológicos y dinámicas de transmisión de enfermedades y enfermedades transmitidas por vectores (ETV).

• Indicadores de morbilidad

Con relación a los indicadores de morbilidad, se agruparon las ETV, las inmunoprevenibles, la sífilis y

el VIH-Sida. En la tabla 1 se presentan las variaciones anuales de morbilidad de las enfermedades transmitidas por vectores. En la misma es posible identificar que la mayoría de las ETV han disminuido, sin embargo, el dengue clásico se presenta durante todo el periodo analizado con picos en algunos años, además, los datos indican que en 2014 se registraron desde 578,5 hasta 1303,4 casos en el año 2014. Por otro lado, la incidencia de malaria ha disminuido, aunque Vichada registra el mayor número de casos.

Tabla 1.

Morbilidad de enfermedades transmitidas por vectores en la región de la Orinoquía (2000-2014)

Transmitidas por vectores	Departamento	2000	2001	2002	2003	2004	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dengue clásico	Arauca	405,10	288,50	1355,00	831,40	817,52	705,58	440,78	787,91	1647,06	134,00	322,64	578,50
	Casanare	91,20	105,80	163,60	182,80	828,82	1047,26	615,38	1521,90	938,79	373,00	866,03	1303,40
	Meta	36,70	131,30	201,80	178,90	494,36	221,27	369,40	382,21	850,28	399,00	913,63	1116,00
	Vichada	3,70	3,60	93,80	1,10	187,55	1532,08	519,53	219,32	1376,67	1,08	390,54	898,10
Dengue hemorrágico	Arauca	1,70	36,60	152,80	5,10	1,51	4,19	7,41	43,07	54,23	12,20	20,88	55,96
	Casanare	4,00	0,40	23,40	7,90	21,18	37,51	7,23	128,65	61,56	17,50	7,31	9,19
	Meta	3,50	8,40	175,30	4,40	9,75	5,30	0,65	27,83	66,62	10,80	4,85	6,31
	Vichada	0,00	1,20	0,00	0,00	7,21	18,02	36,82	15,67	38,24	25,80	3,55	16,57
Malaria Falciparum	Arauca	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
	Casanare	6,50	13,00	2,55	0,80	0,10	0,02	0,02	0,04	0,02	0,03	0,00	0,00
	Meta	246,90	348,00	8,74	616,20	9,30	2,27	1,33	0,72	0,82	0,44	0,15	0,04
	Vichada	567,80	1034,80	8,24	669,60	23,46	7,67	2,51	4,16	4,22	0,41	0,58	0,86
Malaria Vivax	Arauca	430,60	231,20	4,11	1,40	11,26	2,51	0,21	0,12	0,06	0,02	0,03	0,01
	Casanare	28,50	29,50	0,26	7,40	1,14	0,12	0,09	0,10	0,12	1,15	0,02	0,02
	Meta	403,50	675,60	23,88	2102,00	26,85	6,07	4,54	3,18	2,34	0,78	0,53	0,28
	Vichada	1529,40	961,70	13,20	1391,60	54,62	16,02	16,38	19,92	8,40	2,02	4,03	4,19

Fuente. Documentos ASIS de cada uno de los departamentos entre 2000-2014.

La tabla 2 evidencia datos de morbilidad de enfermedades inmunoprevenibles de la región entre 2000-2014. La información permite afirmar que la hepatitis B y la tuberculosis (TBC) en todas sus formas son las enfermedades que se presentan anualmente en la región y, aunque en algunos años se evidencia disminución en los indicadores, no es una tendencia evidente para la TBC. Es de resaltar que el número de casos asociados a la tosferina ha aumentado en los dos últimos años.

Con relación a la sífilis y el VIH-sida, en la región la morbilidad de estas enfermedades fue alta en 2003 a partir de este año los indicadores evidencian su disminución, aunque en los departamentos del Meta y Casanare se presentan en 2014 un aumento en el número de casos. Al considerar que las ETV, las enfermedades inmunoprevenibles, sífilis y VIH-Sida son susceptibles de ser controladas con estrategias de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, es posible afirmar que la educación y vacunaciones son mecanismos que han

permitido disminuir la presencia de las mismas. Sin embargo, el aumento de algunas de estas enfermedades en los últimos años o el continuo registro de

casos sugieren la necesidad de realizar intervenciones que posibiliten la disminución y erradicación de estas enfermedades.

Tabla 2.

Morbilidad de enfermedades inmunoprevenibles en la región de la Orinoquía (2000-2014)

Inmuno-prevenibles	Departamento	2000	2001	2002	2003	2004	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hepatitis B	Arauca	34,90	22,90	14,90	2,10	0,76	4,25	4,97	7,36	14,54	11,60	7,89	3,90
	Casanare	2,20	2,50	0,70	3,50	1,06	3,65	4,47	34,11	4,30	3,60	7,89	5,80
	Meta	2,00	1,60	0,90	0,70	1,48	2,12	2,51	3,52	3,79	5,70	4,30	5,00
	Vichada	2,50	2,40	10,40	6,40	7,66	3,49	6,62	12,89	6,28	1,50	2,99	7,30
Meningitis Haem	Arauca	1,70	1,20	1,20	0,10	0,76	0,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Casanare	1,40	0,00	0,00	0,20	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,60	0,00	0,00
	Meta	0,60	0,10	0,30	0,00	0,00	0,00	0,12	0,00	0,00	0,00	0,11	0,00
	Vichada	0,00	0,00	0,00	2,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parálisis flácida	Arauca	1,10	1,10	3,20	0,00	2,02	0,97	6,35	2,11	1,05	2,09	1,04	0,00
	Casanare	1,00	0,00	2,80	0,80	0,00	0,85	0,00	0,94	1,87	0,94	1,04	SD
	Meta	0,40	1,20	0,30	0,40	0,77	1,51	3,47	2,68	1,90	1,51	1,12	SD
	Vichada	0,00	0,00	0,00	0,00	2,51	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	SD
Rubeola	Arauca	0,90	2,00	1,60	1,20	1,13	1,70	1,66	1,64	3,23	2,79	1,97	0,00
	Casanare	4,30	0,00	0,00	0,80	0,32	1,33	0,64	0,63	0,61	2,11	1,97	0,00
	Meta	0,30	1,00	0,60	0,40	0,27	0,63	0,00	0,00	0,92	0,79	0,33	0,00
	Vichada	2,5	1,20	3,50	0,00	0,00	0,00	1,65	0,00	3,14	0,00	0,00	0,00
Sarampión	Arauca	0,90	0,00	0,00	10,70	0,38	2,55	3,31	1,23	3,23	2,79	5,13	0,00
	Casanare	1,10	0,00	0,00	5,20	0,32	1,99	0,64	0,94	1,23	2,11	5,13	0,00
	Meta	1,00	0,00	0,00	1,20	0,13	1,62	0,96	0,35	0,92	1,13	0,77	0,00
	Vichada	1,20	0,00	0,00	0,00	1,09	3,49	0,00	17,72	1,57	1,53	0,00	0,00
TBC todas sus formas	Arauca	31,50	43,30	39,00	21,40	34,73	43,78	28,58	36,40	35,95	22,35	24,06	40,93
	Casanare	23,10	28,00	29,00	31,40	17,48	36,50	21,38	34,11	29,79	22,91	31,67	32,26
	Meta	15,30	40,50	15,30	47,30	29,05	50,47	36,15	40,32	44,32	34,54	42,68	42,60
	Vichada	21,10	8,40	27,80	70,40	15,32	40,09	47,98	32,22	56,54	24,51	11,96	18,96
Tétanos neón	Arauca	0,00	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Casanare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Meta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Vichada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tosferina	Arauca	0,00	0,00	0,00	0,10	1,13	0,00	2,94	8,59	2,83	3,59	42,37	27,26
	Casanare	4,70	0,40	0,00	0,90	0,65	0,50	0,00	0,63	0,61	0,94	42,37	36,21
	Meta	0,30	0,40	0,40	0,30	0,00	0,00	1,13	0,00	0,46	0,56	44,91	33,64
	Vichada	0,00	0,00	0,00	0,00	2,19	0,00	109,08	0,00	0,00	0,00	73,00	164,30

Fuente. Documentos ASIS de cada uno de los departamentos entre 2000-2014.

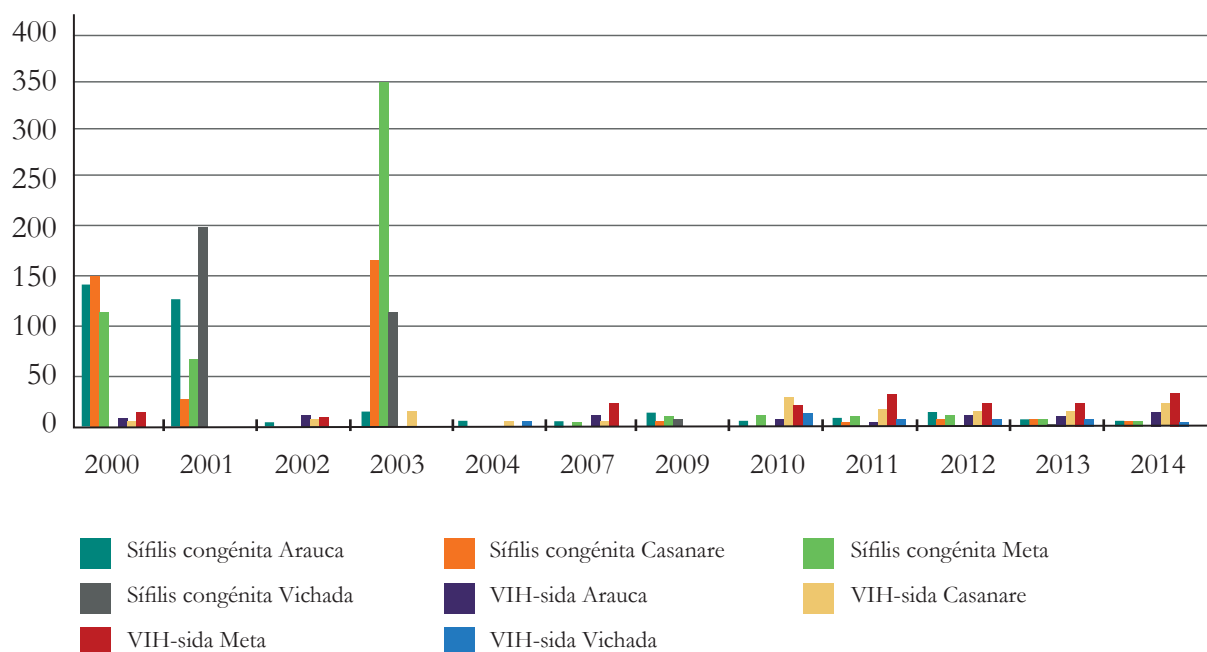


Figura 9. Morbilidad causada por Sífilis y VIH-sida en la región de la Orinoquía.

Cambios en las actividades productivas de la región de la Orinoquía (1980-2015)

Durante la década de los 80's las actividades de la región estuvieron vinculadas a las actividades agropecuarias en las que destacan la ganadería y el cultivo de arroz. Durante la década de los noventa las dichas actividades se mantuvieron, sin embargo, aumentó la explotación de petróleo y sus derivados como el gas. Los cambios de las actividades productivas se presentaron en respuesta a las dinámicas del nivel nacional. Es así como se evidenció una tendencia de intensificación de la agricultura y, consecuentemente, el aumento de cultivos permanentes y disminución de los transitorios. Particularmente para el caso de la Orinoquía se registró aumentos de los cultivos de palma de aceite. A su vez la ganadería extensiva, actividad que ha caracterizado la región, ha presentado comportamiento variable dado que algunos periodos han disminuido, sin embargo, a partir de este periodo se ha mantenido en aumento. Así, en 2008 el Meta registró el primer lugar de hato ganadero departamental (Benavides, sf.).

En la tabla 3 se evidencian los cambios en el PIB de cada uno de los departamentos de la región y el comportamiento de las actividades productivas. En ella es posible identificar que existe una dinámica que tradicionalmente se sustentó en una economía de agricultura tecnificada; de ganadería extensiva en las zonas de sabana, y de cultivos transitorios y permanentes en el piedemonte. No obstante, con el tiempo, las explotaciones petroleras han representado la fuente principal de sus exportaciones e ingresos, especialmente para los departamentos del Meta y Casanare (Paredes y Hernández, 2013). Los cambios han sido registrados principalmente en los departamentos de Meta y Casanare, dado que la explotación de petróleo ha presentado auges y disminuciones que impactan directamente en las restantes actividades económicas desarrolladas por la población. Además, estos dos departamentos ocupan el segundo y tercer lugar en la producción departamental de arroz.

Tabla 3.

Tasas del crecimiento promedio del PIB por departamento de la Orinoquía y principales actividades productivas

Década	Arauca	Meta	Casanare	Vichada
1981-1990			0	
(Tasas de crecimiento promedio del PIB) y comportamiento de las principales actividades productivas	1,62	-Act. Agropecuarias (base de la economía)	-Sector secundario (principal actividad) -Act. agropecuarias	0 -Sector primario (base economía)
			1,67	
1991-2000				
(Tasas de crecimiento promedio del PIB) y comportamiento de las principales actividades productivas	- Act. Petrolera (aumentó)	1,89 -Act. Agropecuarias -Sector secundario (aumentó)	-Act. Petrolera (aumentó) -Act. Agropecuarias -Sector terciario (aumentó)	0,08 -Sector primario (base economía)
	2,5			
2001-2010			2,04	
(Tasas de crecimiento promedio del PIB) y comportamiento de las principales actividades productivas	-Cultivos de palma (aumentaron) -Ganado bovino (aumentó) -Producción petrolera (aumentó) -Sector terciario (disminuyó)		-Act. Petrolera (disminuyó) -Act. Agropecuaria (disminuyó) -Cultivos de palma (aumentaron)	0,07 -Diversificación de actividades (principalmente agrícolas y pecuarias con alguna influencia del sector de servicios)

Sector primario incluye las actividades agropecuarias, silvicultura y pesca (la minería y el petróleo hacen parte del sector primario sin embargo para este estudio se indicaron en forma específica). Sector secundario incluye la construcción, industria manufacturera, electricidad, gas y agua. Sector terciario se refiere a actividades de comercio, servicios y transporte.

Fuente. Paredes y Hernández, 2013.

En la tabla 4 es posible apreciar las principales actividades de cada uno de los departamentos de la región al PIB específicamente para el año 2007. En ella se evidencia que, por ejemplo, en Vichada las actividades del sector primario continúan siendo las principales, seguido de los servicios y el comercio. Por otro lado, en Arauca la actividad de explotación de petróleo y el sector primario son las más relevantes. Al considerar los datos anteriores es evidente que el cambio de composición de la economía

regional fue del todo relevante, al pasar de una actividad eminentemente agrícola y ganadera, a una de minería intensiva, basada en la explotación de crudo y gas natural, cuyo promedio anual de participación aumentó de 22,1% en la década de 1990 a 46,3% en la de 2000 (Paredes y Hernández, 2013). También se puede evidenciar que, si bien las actividades agropecuarias se mantienen, la extracción petrolera ha generado cambios que pueden ser evidenciados en el crecimiento de otros sectores como el terciario.

Tabla 4.

Porcentajes del PIB de cada gran rama de actividad económica (corriente 2007\$) por departamento en la Orinoquía

Rama	Meta	Casanare	Arauca	Vichada	Colombia
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	15,91	6,57	23,25	49,11	10,32
Minería	16,94	73,80	38,84	0,16	6,34
Industria	6,75	2,17	4,55	6,53	14,58
Servicios públicos	9,16	2,62	5,13	4,98	11,33
Construcción	10,12	3,88	3,73	3,51	7,56
Comercio, hoteles y restaurantes	13,04	3,77	5,95	7,05	10,95
Intermediación financiera y actividades inmobiliarias, empresariales y alquiler	3,82	1,66	2,54	1,68	9,70
Administración pública e impuestos	15,87	2,76	8,06	13,48	10,45
Educación, salud, servicios comunitarios y domésticos	8,39	2,77	7,95	13,50	18,77

Fuente. Benavides, J. (sf)

Implicaciones de los cambios productivos en el entorno

Los cambios en las actividades económicas responden a políticas públicas y destinación de recursos para cumplir con metas de desarrollo. Dichos cambios generan impactos en aspectos tanto económicos como sociales y ambientales. En la Orinoquía estas variaciones se han presentado por la intensificación de cultivos y la producción petrolera principalmente, problemas que se describirán a continuación. Con relación al primer problema se ha afirmado que entre 2001-2005 el 24,8% del área sembrada con palma de aceite en el departamento del Meta correspondía a áreas con bosques nativos y cuerpos de agua (MAVDT, 2008 citado por GEF, BID otros, 2013). Los cultivos como el de palma de aceite son realizados en grandes extensiones. Viloria (2009) afirma que este cultivo genera 0.16 empleos por hectárea, a su vez, se afirma que genera dos efectos negativos principales: i) la ocupación de nuevas tierras para el cultivo, y ii) la implementación de prácticas agrícolas inadecuadas en las plantaciones (GEF, BID otros, 2013).

Específicamente para los segundos efectos negativos se afirma que se genera erosión, compactación del suelo, contaminación hídrica y del suelo por uso de insumos químicos y desechos sólidos, alteración de fuentes de agua, alteración de

actividad biológica y contaminación por efluentes (MAVDT, 2008 citado por GEF, BID otros, 2013). Lo anterior conlleva a una degradación de la base productiva natural en dichas zonas, así como al fraccionamiento de la integridad ecológica y funcionalidad de los ecosistemas naturales.

Por otro lado, con relación a los aspectos socioeconómicos se ha afirmado que la intensificación de la producción acentúa la polarización socioeconómica y técnica de la producción, el carácter imitativo y dependiente del modelo (uso alto de insumos y agroquímicos). Por lo tanto, al no resolver los problemas básicos del desarrollo se concentra el ingreso, se restringe la demanda interna de productos agrícolas, se incrementa la pobreza rural, aumenta la dependencia tecnológica y alimentaria (Academia y sector rural, 2004). Todo lo anterior influencia la calidad de vida de las poblaciones dependientes de los sistemas productivos.

Con relación a la explotación petrolera se ha afirmado que esta implica valorización de ciertos bienes y servicios ambientales del ecosistema y la desvalorización de otros, así como invisibilización de bienes y servicios ambientales que son extraídos junto con el producto deseado (por ejemplo, el agua y la funcionalidad de esta para el ecosistema) (Göbel, 2015). Por su parte, Bonilla (2015) asegura que se ha demostrado la existencia de una correlación entre

el incremento de explosiones y la contaminación de reservas de agua en aquellos espacios ambientales cercanos a yacimientos donde se ha implementado el uso de agua a presión para extraer hidrocarburos. Específicamente con relación a los contaminantes se ha afirmado que estos pueden ser: químicos, sonoros y lumínicos; también se presenta deforestación causada por la instalación de infraestructura, construcción de campamentos y apertura de carreteras (Trujillo, 2013). Las anteriores alteraciones conllevan a la modificación de la estabilidad ecosistémica afectando fauna y flora silvestre y, con ello, los recursos disponibles para las poblaciones que dependen de estos. Por otro lado, a nivel institucional Niño (2015) afirma que existe una relación negativa entre las regalías y las instituciones. Así, es posible considerar que los municipios que tienen mayores ingresos por regalías presentan un deterioro en las instituciones las cuales influyen la calidad de vida de las poblaciones. Complementariamente, se ha afirmado que en el área de influencia de los proyectos petroleros no se generan mayores coberturas en servicios públicos y no mejora los indicadores de NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas) (Dureau y Flórez, 1999, citado por Trujillo, 2015) y en otros casos modifican la estructura social y cultural de las comunidades nativas (Bustamante y Jarrín, 2004, citado por Trujillo, 2015).

Los modelos productivos, que han sido la base económica de la Orinoquía, son estructuras que generan diversos impactos sociales, ambientales y económicos. Considerando que la salud se encuentra estrechamente ligada a estas variables, es importante identificar cuáles son las principales causas que generan los sistemas productivos y que pueden ser abordadas para disminuir los impactos negativos sobre los perfiles de las enfermedades que afectan a las comunidades. Además, se convierte en una oportunidad para definir cuáles son las estrategias institucionales y educativas más adecuadas para generar resultados positivos.

Discusión

La medición del estado de salud de una población es fundamental en las intervenciones y monitoreo de la salud pública, dado que esta es causa y

consecuencia de las dinámicas demográficas, económicas y sociales de una población y sus interacciones (Acosta, 2014). En este trabajo se quiere aclarar que no se puede inferir directamente que exista una relación entre los perfiles de enfermedad y las transformaciones económicas, sin embargo, los resultados de las tablas y Figuras presentadas anteriormente permiten establecer algunas conexiones lo cual es útil para realizar ejercicios académicos diferentes y que contribuyan con soluciones innovadoras. En el ejercicio aquí realizado fue posible identificar que las principales causas de mortalidad y morbilidad en la región de la Orinoquía se relacionan con enfermedades prevenibles. Para iniciar, la mortalidad se presenta principalmente por las causas externas, enfermedades del sistema circulatorio y demás causas, las cuales son susceptibles de ser disminuidas al realizar procesos adecuados de promoción de la salud.

A su vez, la mortalidad causada por afecciones en el periodo perinatal indica la importancia de realizar una mejor oferta de servicios de salud para las comunidades. En las regiones de Colombia es posible encontrar debilidad institucional y, por lo tanto, servicios de calidad para la población. Ramírez et al. (2014) afirman que dadas las barreras de acceso reveladas y las condiciones de atención en zonas rurales, se debe concentrar en acercar la oferta y desarrollar modelos de atención y organización institucional alternativos. De esta forma contribuir a la disminución de la mortalidad, relacionada con el periodo perinatal, sugiere el fortalecimiento de tanto de las estrategias de prevención como de las institucionales.

Al considerar las restantes causas de mortalidad en la región es importante recordar las transformaciones que se han realizado a los sistemas productivos y en las dinámicas económicas. Las principales han estado relacionadas con la intensificación de los cultivos de palma, las prácticas agrícolas y pecuarias y la intensificación de la explotación petrolera, las cuales emplean sustancias o prácticas que resultan nocivas para el entorno. Es así como, por ejemplo, el deterioro de las fuentes hídricas causado por estas sustancias conlleva a la suspensión del servicio de acueducto en los municipios perturbando la calidad de vida de las poblaciones afectadas y aumentando los riesgos para su salud.

Con relación a la morbilidad en la región son las ETV las que generan las principales afecciones en la población. La dinámica de incidencia de estas enfermedades indica la posibilidad de realizar intervenciones y controles sobre el entorno para disminuir la afectación en los humanos. Al mismo tiempo, demandan que las poblaciones conozcan los ciclos de las enfermedades y los efectos que sus decisiones tienen sobre la presencia o no de la enfermedad. De acuerdo con Ramírez et al., (2014), las características de dispersión y epidemiológicas de las comunidades rurales exigen que el componente de atención primaria y preventiva en salud sea muy relevante, además, el sistema de salud debe buscar aproximarse activamente a las personas y comunidades, para prevenir y anticiparse a situaciones críticas de salud. Por lo tanto, solo a través de estas intervenciones, tanto de los individuos como de las instituciones, es posible generar capacidades y oportunidades para influenciar los determinantes sociales de la salud y modificar las influencias negativas sobre las poblaciones.

En el periodo de tiempo estudiado se han observado variaciones positivas en los indicadores de morbilidad y mortalidad, no obstante, garantizar las condiciones adecuadas de salud para las poblaciones implica reconocer que la historia del país en el sector rural se ha caracterizado por un problema de exclusión social y productiva. Las transformaciones de los modelos productivos influenciaron el manejo de los recursos del entorno ya que los cultivos permanentes y monocultivos desencadenan en abarcar grandes áreas geográficas, disminuir la biodiversidad del entorno y, por lo tanto, transformar el paisaje natural. Estas alteraciones tienen implicaciones que no son percibidas inmediatamente, tanto por el medio como por las poblaciones que se encuentran en él, sin embargo, a largo plazo generan alteraciones que pueden demandar mayores recursos para ser prevenidas.

Revisar las variaciones de los perfiles de enfermedad a través del tiempo, junto con las transformaciones productivas de la región puede contribuir a evidenciar interrelaciones entre estos dos componentes. Además, al considerar que las enfermedades que generan mayores problemas en la región son aquellas que pueden ser controladas con estrategias

educativas es evidente que existen oportunidades de aumentar la conciencia de las poblaciones afectadas sobre los determinantes sociales de la salud y, de esta forma, proponer el desarrollo de acciones colectivas dando otra perspectiva a las propuestas de promoción de la salud y prevención de la enfermedad.

Conclusiones

Las estrechas relaciones que se establecen entre el entorno y los individuos permite entender por qué los determinantes sociales de la salud han sido tan estudiados a nivel mundial. Las principales causas de enfermedad en la región de la Orinoquía se relacionan con enfermedades que pueden ser evitadas, es decir, al realizar modificaciones de comportamientos, actividades y acciones de cada uno de los individuos que se encuentran expuestos y, también, del Estado. En el caso particular de las poblaciones afectadas promover medidas de apropiación de conocimiento sobre su realidad y de cómo se pueden disminuir los riesgos sobre su salud, posibilita la oportunidad de generar alternativas de educación puesto que no todos los actores podrán modificar los patrones productivos o económicos, pero sí pueden generar cambios en sus hábitos y estilos de vida, así mismo en la comprensión sobre, cómo las dinámicas intrínsecas contribuyen de manera tanto positiva como negativa en generar bienestar y calidad de vida en las poblaciones del territorio de la Orinoquía.

Bibliografía

Acosta, K. (2014). La salud en las regiones colombianas: inequidad y morbilidad. Documentos de Trabajo sobre Economía Regional, Banco de la República, Núm.213, diciembre. Consultado el 18 de mayo de 2016. Disponible en: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_213.pdf

Benavides, J. (sf). El desarrollo económico de la Orinoquía, como aprendizaje y construcción de instituciones. CAF-FEDESARROLLO. Consultado el 18 de mayo de 2016. Disponible en: <https://www.caf.com/media/3783/desarrolloOrinoquia.pdf>

Bonilla, J. (2013). Política extraccionista de hidrocarburos en Colombia y Ecuador: Crítica desde

el análisis del posdesarrollo. *Análisis Político*, No. 83, enero-abril, pg.32-43. Consultado el 1 de junio de 2016 en: <http://www.scielo.org.co/pdf/anpol/v28n83/v28n83a04.pdf>

Brundtland, G., Khalid, M., Agnelli, S., Al-athel, S., Chidzero, B., Fadika, L. & Singh, M. (1987). *Our common future* (\`brundtlandreport\`).

Cega(1998). Del proteccionismo a la apertura ¿el camino a la modernización agropecuaria? Centro de Estudios Ganaderos y Agrícolas- Misión Rural.

CONPES 3707 (2014). Política para el desarrollo integral de la Orinoquía: altillanura- Fase I. DNP, consultado el 1 de junio de 2016 en: <http://portal-territorial.gov.co/apc-aa-files/40743db9e8588852c19cb285e420affe/3797.pdf>

Correa H. D, Ruíz, S. L. y Arévalo, L. M. (eds) (2005). Plan de acción en biodiversidad de la cuenca del Orinoco – Colombia / 2005 - 2015 – Propuesta Técnica. Bogotá D.C.: CorpOrinoquía, Cormacarena, I.A.v.H, Unitrópico, Fundación Omacha, Fundación Horizonte Verde, Universidad Javeriana, Unillanos, WWF - Colombia, GTZ – Colombia. 273 p. Consultado el 25 de mayo de 2016 en: <https://www.cbd.int/doc/world/co/co-nbsap-oth-es.pdf>

DANE (2014). Cuentas Anuales Departamentales-Colombia Producto Interno Bruto (2014) preliminar. Consultado el 18 de mayo de 2016. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Bol_dp-tal_2014pre.pdf

DANE (2005). Resultados Censo 2005. Consultado el 18 de mayo de 2016. Disponible en: <http://www.dane.gov.co>.

Forget, G, Lebel J. (2001) *Anecosystemapproach to human health*. *International Journal of Occupational and Environmental Health*.7(2):3-38.

GEF, BID, IAvH, Fedepalma, Cenipalma, WWF (2013). Síntesis del Proyecto GEF, Conservación de la Biodiversidad en las Zonas de Cultivos de Palma. Consultado el 25 el mayo de 2016 en: http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/2013-05_S%C3%ADntesisProyectoGEF.pdf

Göbel, B. (2015). Extractivismo y desigualdades sociales. *Iberoamericana*; 15(58); 161-165.

IGAC s.f. Consultado el 18 de mayo de 2016. Disponible en: <http://www.igac.gov.co/wps/wcm/connect/d2be2400457c3e11b9d6bf543564456d/un+mapa.pdf?MOD=AJPERES>

Merchan, C.A. (2014) Sector rural colombiano: dinámica laboral y opciones de afiliación a la seguridad social. *Archivos de Economía*. Dirección de Estudios Económicos. Documento 410. [Acceso 11 de agosto de 2015]. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/410.pdf>

MINISTERIO DE LA SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL (2000-2014). Análisis de la situación de salud Meta. Dirección de epidemiología y demografía.

MINISTERIO DE LA SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL (2000-2014). Análisis de la situación de salud Arauca. Dirección de epidemiología y demografía.

MINISTERIO DE LA SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL (2000-2014). Análisis de la situación de salud Casanare. Dirección de epidemiología y demografía.

MINISTERIO DE LA SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL (2000-2014). Análisis de la situación de salud Vichada. Dirección de epidemiología y demografía.

Nutbeam, D. (2000). *Healthliteracy as a publichealthgoal: a challengeforcontemporaryhealtheducation and Communicationsstrategiesintothe 21st Century*. HEALTH PROMOTION INTERNATIONAL. Oxford UniversityPress 2000, Vol.5. No. 3.

Ocampo, J.A. (2014) Misión Rural: una nueva ruta para el desarrollo del campo colombiano. *Revista Javeriana*; 809: 15-19.

OMS (2010). Declaración de Adelaida sobre la salud en todas las políticas: hacia una gobernanza compartida en pro de la salud y el bienestar. 2010. [Acceso 1 de septiembre de 2015]. Disponible en:

http://www.who.int/social_determinants/spanish_adelaide_statement_for_web.pdf

OMS (2010). Equity, Social Determinants and PublicHealthProgrammes. Geneva: WHO.

OMS (sf). (2012) Healthdeterminants and inequalities. [Acceso 1 de septiembre de 2016]. Disponible en: http://www.paho.org/salud-en-las-americas-2012/index.php?option=com_content&view=article&id=58%3Ahealth-determinants-and-inequalities&catid=24%3Achapters&Itemid=165&lang=en#ref13

PLAN DECENAL DE SALUD PÚBLICA 2012-2021: La salud en Colombia la construyes tú. Ministerio de Salud y Protección Social.

Ramírez C, Pardo R, Acosta L, Uribe J. (2015) Bienes y servicios públicos sociales en la zona rural de Colombia: brechas y políticas públicas. [Acceso 21 de enero de 2016]. Disponible en: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38948/S1500725_es.pdf?sequence=4

repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38948/S1500725_es.pdf?sequence=4

SNAIPD (2010). Informe del gobierno nacional a la corte constitucional sobre la superación del estado de cosas inconstitucional declarado mediante sentencia T-25 de 2004. Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada.

Trujillo, H. (2015). Principio de precaución: una aproximación para la Amazonía colombiana. Universidad de San Buenaventura. Bogotá. Consultado el 1 de junio de 2016 en: <file:///Users/Diana/Downloads/2003-4395-1-SM.pdf>

Viloria de la Hoz, J. (2009) Geografía económica de la Orinoquía. Documentos de Trabajo sobre Economía Regional. Banco de la República. Consultado el 10 de abril de 2016 en: <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-113.pdf>

Escribir para publicar: normas para autores de la Revista FINNOVA

La revista **FINNOVA** es una publicación promovida por el Centro de Servicios Financieros del SENA, regional D.C., la cual tiene como objetivo fomentar la generación y divulgación de los resultados de las investigaciones, y proyectos de desarrollo tecnológico en temáticas relacionadas con educación financiera, innovación social, y gestión y desarrollo empresarial.

FINNOVA es un medio de divulgación científica, que publica resultados de investigación, artículos de reflexión y artículos de revisión del estado del arte, de acuerdo con las normas internacionales sobre la materia y con los criterios establecidos por el Índice Bibliográfico Nacional PUBLINDEX.

Las normas para autores de FINNOVA tienen como propósito orientar en la elaboración, estructuración y redacción de los artículos, de manera que se ajusten a los requerimientos editoriales de la revista, al tiempo que se facilitan las labores de producción textual y de revisión editorial.

Con esta finalidad, el presente documento se estructura en tres partes: tipos de artículos publicables en FINNOVA, características formales de los manuscritos; y proceso de arbitraje. El documento se basa, entre otros, en textos clásicos sobre la materia como el Manual de publicaciones de la American Psychological Association (2010) (comúnmente conocido como normas APA), y los Requisitos de uniformidad de manuscritos enviados a revistas biomédicas, del Comité Internacional de Editores de Revistas Médicas (ICMJE, 2010).

Tipos de artículos publicables en FINNOVA

Dado que se trata de una revista de divulgación científica, los artículos publicables en FINNOVA corresponden a resultados inéditos de investigación, revisiones de literatura, y trabajos de revisión de estado del arte, cuyas características de propósito, estructura y forma se explican a continuación:

Artículos resultado de investigación científica

Suponen un aporte al conocimiento en alguna de las áreas objeto de interés de FINNOVA, y cuentan con una extensión entre 5.000 y 10.000 caracteres.

El título de los artículos debe ser breve, conciso y redactado a manera de proposición que relaciona las principales variables analizadas, con una extensión recomendada de máximo 12 palabras (APA, 2010, pág. 23). De acuerdo con las normas APA, el título nunca debe ser una pregunta.

Después del título, el artículo debe presentar el nombre de los autores, así como sus datos de identificación tales como afiliación institucional, departamento académico o, en el caso del SENA, coordinación a la que están vinculados. Esta información debe ir en pie de página, con un asterisco ubicado después de los nombres de

los autores. Igualmente va en esta leyenda de pie de página, la información sobre si el artículo es resultado de investigación, así como el nombre del proyecto y la fuente de financiación.

Seguidamente se ubica el resumen o abstract, en español y en inglés, con una extensión máxima de 350 palabras, el cual presenta una síntesis del artículo en términos del problema identificado, el objetivo del artículo, la metodología empleada, los principales hallazgos y conclusiones.

El cuerpo del artículo parte de una breve disertación sobre la importancia del problema de investigación, una descripción de los trabajos previos relevantes sobre la materia y en qué se diferencian de la investigación en curso, lo cual justifica su elaboración y posterior publicación. Igualmente se debe exponer la hipótesis del artículo y su correspondencia con el diseño de investigación.

A continuación se presenta la metodología, la cual describe a detalle cómo se realizó el estudio, incluyendo las definiciones conceptuales y operacionales de las variables analizadas, así como de los métodos empleados, lo cual permite al lector evaluar su pertinencia, así como la confiabilidad y la validez de los resultados obtenidos.

En la sección de resultados, se presentan los datos que arrojó el proceso de investigación, y el análisis de los mismos. Esta parte del documento expone la tabulación de los resultados de encuestas, pruebas y experimentos, teniendo en cuenta las características de los participantes, los procedimientos de muestreo y las mediciones realizadas.

El artículo resultado de investigación finaliza con los comentarios sobre los resultados expuestos. Como señala APA en este apartado se procede a evaluar e interpretar sus implicaciones, en especial con respecto a la hipótesis original. Aquí se examinan, interpretan y califican los resultados y, a partir de ellos, se obtienen las conclusiones, haciendo énfasis en las consecuencias teóricas o prácticas de los resultados, así como en sus limitaciones y alcances.

Artículo de reflexión

De acuerdo con PUBLINDEX (2010) se trata de un “documento que presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales”.

Como su nombre lo indica, el artículo elabora una reflexión argumentativa que parte del análisis de un reporte de investigación o de un corpus disciplinar determinado, con el objeto de emitir un juicio, desde la perspectiva del autor, sobre su validez, alcances, limitaciones y posibles campos de desarrollo a futuro. Como todo ensayo, el autor plantea una tesis que debe sustentar con argumentos, en un ejercicio dialéctico rico en referencias, que invita a un diálogo crítico y erudito sobre la temática planteada.

La estructura del ensayo académico está compuesta por introducción, cuerpo argumental o sustentación, y conclusiones. La introducción cumple funciones tales como atraer la atención del lector, establecer el tono del escrito, y el marco conceptual de referencia.

La sustentación es el componente principal del artículo de reflexión, en cuanto plantea la tesis central y los argumentos que la soportan: teorías, elementos fácticos de apoyo, contra-argumentos, ejemplos, etc. El propósito es demostrar la seriedad de las tesis planteadas y su peso conceptual, así como su validez disciplinar, en diálogo con autores representativos y referencia a fuentes primarias.

De acuerdo con Díaz (2014, pág. 119), entre los propósitos de la argumentación académica se pueden destacar los siguientes: convencer auditorios, controvertir argumentos, establecer relaciones intelectuales, defender un

punto de vista o ponerlo en entredicho, reforzar una adhesión, establecer acuerdos para resolver una diferencia de opinión, modificar la actitud de auditorios neutrales, entre otros. Finalmente, las conclusiones invitan a finalizar la lectura, recordando los puntos más significativos de la argumentación, y haciendo uso de recursos retóricos que inviten a la reflexión.

Como todos los artículos publicados en FINNOVA, el texto debe tener un título de máximo 12 palabras, y un abstract o resumen con las características ya expuestas.

Trabajos de revisión de estado del arte

Definidos por Pubindex (2010), como aquellos que permiten “analizar, sistematizar e integrar los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia o tecnología, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias”.

Estos artículos tienen como objetivo analizar el estado del arte, a partir de una exhaustiva revisión de documentos y autores relevantes en la materia, tal como señala la política nacional de indexación de revistas científicas.

De acuerdo con Londoño, Maldonado y Calderón (2014):

Una versión generalmente aceptada de la expresión estado del arte es la de seguirle las huellas a un proceso hasta identificar su estado de desarrollo más avanzado. Es una forma de investigación que apoya otras estrategias también de investigación. Como resultado se tiene un conocimiento sobre la forma como diferentes actores han tratado el tema de la búsqueda, hasta dónde han llegado, qué tendencias se han desarrollado, cuáles son sus productos y qué problemas se están resolviendo. Un artículo del estado del arte resume y organiza los avances del conocimiento en una forma novedosa y apoya la comprensión de un campo específico de conocimiento.

(...) La elaboración de estado del arte se considera una etapa en los procesos de investigación convencionales, como se presenta en los manuales de metodología de la investigación científica. En este sentido, se pueden identificar dos procesos generales: a) la búsqueda, selección, organización y disposición de fuentes de información para un tratamiento racional; b) la integración de la información a partir del análisis de los mensajes contenidos en las fuentes, que corresponde a la dimensión hermenéutica del proceso, muestra los conceptos básicos unificadores. En consecuencia, un estado del arte estudia una porción substancial de la literatura y fuentes relevantes de información en un área y desarrolla un proceso de comprensión que converge en una visión global e integradora y en una comunicación de este resultado para otros. (pág. 5)

La revisión del estado del arte requiere la definición de la problemática particular que se desea evaluar, la justificación de su relevancia en el marco de la discusión científica sobre la materia, así como la definición de los criterios y metodología para la selección de la bibliografía analizada.

Como todos los artículos publicados en FINNOVA, este tipo de artículos debe tener un título de máximo 12 palabras, y un abstract o resumen con las características ya expuestas.

Características formales de los artículos

Los artículos publicables en FINNOVA deben cumplir con unas características formales, razón por la cual en este apartado se explican aspectos relacionados con la presentación de los artículos enviados a la revista.

Tablas y figuras

En muchas ocasiones, la presentación de los resultados de la investigación se grafican mediante tablas o figuras. Las primeras se utilizan para presentar un número de datos que requieran una clara organización y visualización, y que por su complejidad se deben presentar de manera sintética y estructurada.

Las tablas y las figuras, de acuerdo con las normas APA les permiten a los autores mostrar una gran cantidad de información con el fin de que sus datos sean más fáciles de comprender. Por lo general, las tablas muestran valores numéricos o información textual (...) organizados en una técnica de visualización en columnas y filas. Una figura puede ser un esquema, una gráfica, una fotografía, un dibujo o cualquier otra ilustración o representación no textual. (...) Cualquier tipo de ilustración que no sea una tabla se denomina una figura (APA, 2012, pág. 127)

Si la información es sencilla y puede incluirse en el texto, por razones de economía y funcionalidad, se debe evitar la elaboración de tablas.

De acuerdo con las normas APA, las Tablas tienen la siguiente estructura:

- Número
- Título
- Información
- Nota explicativa

No deben utilizarse líneas verticales para separar las columnas, ni horizontales para separar las filas internas. Solamente hay 3 rayas en una tabla: las que marcan los encabezados de los títulos de las columnas y la raya inferior con la que se finaliza.

De otra parte, las figuras se emplean para visibilizar tendencias significativas y pronunciadas que puedan ser observadas fácilmente al graficarlas. Si no se dan estas tendencias, se recomienda explicar los resultados en el texto. Contrario a las tablas, las figuras se numeran y titulan en la parte inferior.

En caso de que se requiera, se incluye una nota explicativa de la figura, debajo del título con la información que se requiera para comprender la visualización presentada.

Al momento de entregar el artículo a FINNOVA, se solicita a los autores adjuntar junto al archivo en Word, las tablas y figuras debidamente numeradas en formato JPG y en Excel.

Citas y referencias bibliográficas

Escribir un artículo académico es siempre un diálogo con otros autores que también han investigado y publicado sobre los temas tratados. Quien elabora un artículo parte necesariamente de trabajos previos, cuyos aportes deben ser reconocidos, mediante citas y referencias.

De acuerdo con Cossette (2011, pág. 65),

Citar un trabajo es reconocer la contribución de ese autor en la evolución del propio pensamiento y en el advenimiento de un nuevo trabajo de investigación. Como si el investigador indicara precisamente cómo pone al servicio de la investigación los trabajos realizados antes. No solamente se trata de un gesto de humildad, como sensatamente lo señaló hace tiempo Merton (1957), sino también es prueba de

honestidad, sin omitir que este deber de citación le da al investigador la oportunidad de demostrar que hasta ahora ha seguido la conversación académica sobre el objeto de su investigación.

El número de citas de un artículo puede variar de acuerdo con su propósito. APA (2011, pág. 169) señala que la mayoría de los artículos referencian uno o dos autores por cada concepto o temática relevante. No obstante, esta norma no aplica en la elaboración de artículos de revisión de estado del arte, lo cual requiere una amplia revisión bibliográfica, como se señaló previamente.

De acuerdo con Cossette (2011), los trabajos citados deben ser pertinentes, proceder de fuentes fiables, atribuidas a autores que “merecen la paternidad” de las ideas, y consultados directamente por el autor, quien debe evitar hacer citas de citas.

Uno de los criterios para seleccionar citas es preguntarse si estas resultan funcionales al propósito del artículo, en cuanto contribuyen a conceptualizar, contextualizar y problematizar las temáticas sobre las que versa, así como a fundamentar el discurso, definir variables, o valorar el estado de discusión sobre las temáticas tratadas.

El adecuado manejo de las fuentes es un requisito indispensable del trabajo académico, para lo cual FINNOVA establece el cumplimiento de las normas APA en esta materia.

Citas directas e indirectas

En el siguiente cuadro se presenta de manera sintética los diferentes tipos de citas y la forma en que estas deben ser elaboradas:

Tipo de cita	Definición	Ejemplo de cita directa
Directa	Reproduce literalmente un texto elaborado por otro autor, lo que obliga al uso de las comillas, y a la referencia, dentro del texto, al autor, al año de publicación y al número de la página.	De acuerdo con Cossette, “Hay un principio que siempre debería guiar al investigador: las ideas más que las personas, deberían ser objeto de una cita” (2011, pág. 70.)
Indirecta	Paráfrasis de la idea de otro autor. Consiste en decir con las propias palabras las ideas de otro escritor. En este caso se debe dar crédito, dentro del texto, al autor, año de publicación y al número de página.	Cossette (2011, pág.71), llega a afirmar que citar a otro sin haberlo leído constituye un tipo de plagio y una conducta antiética.

Elaboración de referencias bibliográficas

Debido al desarrollo de las tecnologías digitales, han aumentado los recursos y fuentes de información, lo cual implica distintas formas de citación.

Dada la amplia posibilidad de citaciones generada por las nuevas tecnologías y el acceso al conocimiento, se recomienda a los autores de FINNOVA utilizar la herramienta de citación de Word, la cual permite la organización

de la información siguiendo el formato APA en los diferentes tipos de citas. El siguiente video ilustra sobre el modo de utilizar esta herramienta: <https://www.youtube.com/watch?v=DcgEL7IQvB4>

Redacción y estilo

Los textos enviados a FINNOVA deben ser claros, precisos, concisos, sencillos, directos, bien estructurados, con adecuado tono académico y bibliografía precisa:

- Un texto es claro cuando transmite de manera sencilla las ideas para facilitar la comprensión de los lectores, evita los párrafos demasiado extensos y el lenguaje denso.
- Un texto es preciso cuando escoge cuidadosamente las palabras para significar lo que se quiere decir, y omite expresiones generalistas que no son propias de los textos académicos (la mayoría, muy pocos, algunos, etc.).
- Un texto es conciso cuando evita explicaciones obvias, paráfrasis y circunloquios innecesarios.
- Un texto es sencillo y directo cuando cuida las normas gramaticales y ortográficas, evita las palabras rebuscadas y las oraciones largas y complejas.
- Un texto está bien estructurado cuando articula sus partes o componentes, guía al lector a lo largo del documento e incluye subtítulos que facilitan la comprensión y aligeran la lectura.
- La bibliografía de los artículos debe ser actual, presentada en orden alfabético y ajustado a las referencias citadas en el texto.

FINNOVA acoge los cinco niveles de encabezado de las normas APA (2010, pág. 63) y evita en consecuencia las secuencias numéricas.

Todos los artículos deben ser remitidos en Times New Roman, tamaño de fuente 12 e interlineado doble.

Proceso de arbitraje

Como es propio de las publicaciones académicas, los artículos científicos presentados a FINNOVA se someten, de acuerdo con los lineamientos de Colciencias, a evaluación de un par académico externo a la entidad editora, experto y con reconocida trayectoria en la temática de la investigación realizada.

La evaluación imparcial, independiente y crítica es una parte intrínseca del proceso científico, y por lo tanto debe formar parte de todo trabajo académico. La evaluación por pares o por iguales (peer review) es la valoración crítica de los manuscritos por parte de expertos que no forman parte del personal editorial. Por lo tanto, puede ser considerada una prolongación del proceso científico. Aunque su valor ha sido poco estudiado y se debate ampliamente, la evaluación por pares ayuda a los editores a definir qué manuscritos son adecuados para sus revistas, a la vez que ayuda a autores y editores en sus esfuerzos para mejorar la calidad de sus artículos. (ICMJE, 2010; pág. 6)

Los artículos presentados a FINNOVA son evaluados atendiendo a los siguientes criterios contemplados en el documento Formato de evaluación (FINNOVA, 2015):

- Pertinencia del título y resumen. Descripción adecuada del contenido del artículo
- Claridad. La formulación del argumento y su desarrollo son entendibles y bien fundamentados

- Marco teórico. Hay una inserción del problema en los debates teóricos vigentes, con literatura actualizada
- Rigor metodológico. La metodología presenta rigor científico y permite el desarrollo de los objetivos planteados
- Análisis. Se hace un adecuado uso de los datos para presentar debates pertinentes y aportar al conocimiento sobre el tema
- Coherencia. Existe articulación entre los diferentes componentes del artículo
- Estilo y redacción. Es apropiada para una publicación científica y usa la terminología especializada
- Bibliografía. Las fuentes utilizadas son pertinentes y actuales, en relación con el tema desarrollado
- Aporte al conocimiento y pertinencia para la revista. El artículo contribuye a avanzar en la comprensión de una temática relevante para la revista
- Nivel analítico. La profundidad y complejidad del análisis es propia de un artículo científico

De acuerdo con estos criterios, la evaluación de pares académicos puede arrojar los siguientes resultados: aprobado, aprobado con ajustes menores, aprobado con cambios sustanciales o no aprobado.

El editor informará a los autores sobre los resultados de la evaluación o arbitraje externo. En caso de ajustes, comunicará a los autores los plazos en que deberán entregar los documentos con los cambios solicitados.

Referencias bibliográficas

American Psychological Association (2010). Manual de publicaciones. Ciudad de México: Manual Moderno.

Comité Internacional de Editores de Revistas Médicas (ICMJE, 2010). *Requisitos de uniformidad para manuscritos enviados a revistas biomédicas*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Cossete, P. (2011) *Diez reglas de la publicación de una revista académica*. Bogotá: Universidad de Los Andes.

Díaz, A. (2014). *Retórica de la escritura académica. Pensamiento crítico y argumentación discursiva*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Londoño, O., Maldonado, L., Calderón, L (2014). *Guía para construir estados del arte*. Bogotá: International Corporation of Networks of Knowledge.



Centro de Servicios Financieros
SENA, Regional Distrito Capital
· 2017 ·

