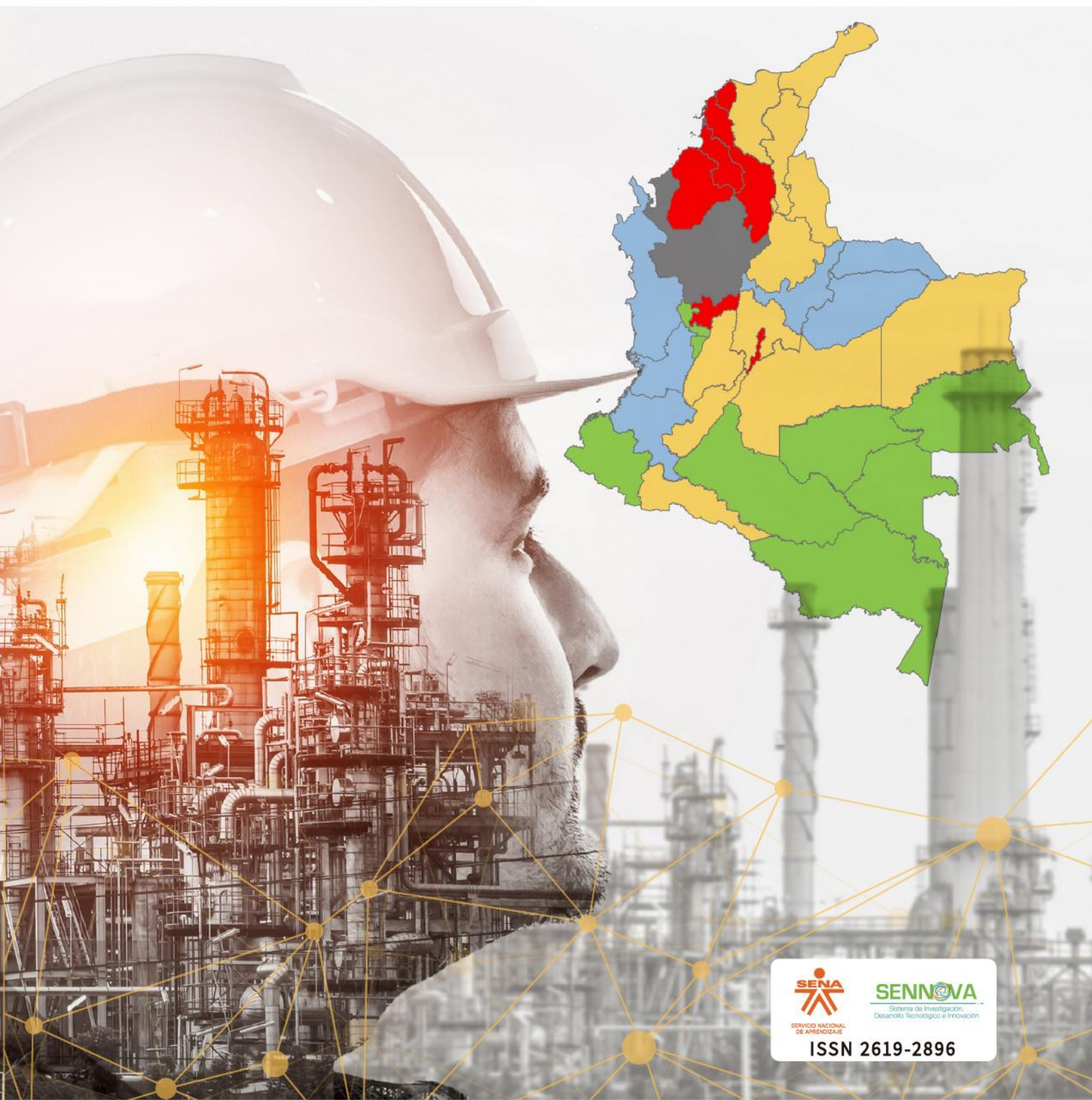


Revista RenovaT

Revista de Estudios Interdisciplinarios
en Ciencias Sociales, Tecnología e Innovación.



ISSN 2619-2896



Revista de Estudios Interdisciplinarios
en Ciencias Sociales, Tecnología e Innovación.

Revista RenovaT

Título abreviado: Rev. RenovaT

ISSN 2619-2896

Periodicidad: Semestral

Julio – Diciembre 2020

**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Regional Guajira
Centro Industrial y de Energías Alternativas – CIEA**

**Calle 21 Carrera 15 Av Aeropuerto, Edificio Administrativo, Piso 3,
Riohacha - La Guajira
Tel.: +57 (5) 7274608 ext. 53550 – 53563
rrenovat@misena.edu.co
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/rnt>
Riohacha, La Guajira, Colombia**

Equipo Editor

Director General

Carlos Mario Estrada Molina
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Directora Regional Guajira

Linda de Jesús Tromp Villarreal
Gestión de Empresa y Liderazgo MBA
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Coordinador Sennova

Emilio Eliecer Navia Zúñiga
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Subdirector Centro Industrial y de Energías Alternativas

Carlos Eduardo Robles Palomino
Maestría Administración de Empresas
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Editora

Esmerlis Camargo Torres
Doctora en Ciencias Gerenciales
Magister en Gestión de la Innovación
Magister en informática educativa
Líder Sennova
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Editor Asociado

Marieth Orcasitas Peñaloza
Doctora en Ciencias Gerenciales
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Editor Asociado

Jesús García Guillany
Doctor en Ciencias Gerenciales
Universidad Simón Bolívar - Colombia

Comité Científico

Cira Elena Fernández de Pelekaís

Doctora en Ciencias mención Recursos Humanos
Florida Global University Estados Unidos

Gisela Quijada

Doctora en Ciencias Gerenciales
Universidad privada Dr. José Gregorio Hernández.
Venezuela

Wileidys Chiquinquirá Artigas Morales

Doctora en Ciencias Sociales, mención Gerencia
Universidad del Zulia - Venezuela

René Jesús Aguirre Bracho

Doctor en Ciencias Gerenciales
Florida Global University. Estados Unidos

Julio García Del Junco

Doctor en Ciencias
Universidad de Sevilla - España

Amylkar Acosta Medina

Economista
Universidad Externado de Colombia
Doctor en Ciencias Gerenciales

Sugey Martha Issa Fontalvo

Doctora en Gestión de la Innovación
Magister en Telemática
Servicio Nacional de Aprendizaje - Colombia

Edgar Enrique Bonilla Blanchar

Doctor en Ciencias Gerenciales
Magister en Políticas Públicas
Universidad de La Guajira - Colombia

Iván Guillermo Vargas Chaves

Doctor en Derecho
Universidad Tecnológica de Bolívar - Colombia

Aida Dinorah García Álvarez

Doctorado en Educación
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco - México

Edila Herrera Rodríguez

Doctora en Ciencias Empresariales
Especialización en Contabilidad
Universidad de Panamá - Panamá

Oswaldo Vergara Carmona

Doctor en Ciencias Gerenciales
Universidad del Desarrollo - Chile

Carlos Medeiros

Doctor en Teoría Literaria
Instituto Federal Sul-Riograndense - Brasil

Ender Enrique Carrasquero

Doctor en Ciencias Gerenciales
Concejo Nacional de Evaluación y Acreditación
Panamá

Pablo Alejandro Haim

Magister en Energías Renovables
Universidad Tecnológica Nacional - Argentina

José Felipe Ojeda Hidalgo

Doctor en Administración
Universidad Politécnica De Guanajuato - México

Virginia Guadalupe López Torres

Doctora en Ciencias Administrativas
Universidad Autónoma De Baja California - México

Francisco Ganga Contreras

Doctor en Administración de Empresas
Doctor en Gestión Estratégica y Negocios Intern.
Universidad de los Lagos - Chile

Marina Tomás Folch

Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación
Universidad Autónoma de Barcelona - España

Ángel Maestre Daza

Doctorante en Gerencia Pública y política Social
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena

Comité Evaluador

Gladys Elena Mateos Gutiérrez
Magister en Administración y en Docencia
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
México

Reynier Israel Ramírez Molina
Doctor en Ciencias de la Educación
Universidad de la Costa
Colombia

Ronald Antonio Prieto Pulido
Doctor en Ciencias Gerenciales
Universidad Simón Bolívar
Colombia

Migdalena Josefina Caridad Farias
Doctora en Ciencias Gerenciales
Tecnológico de Antioquia
Colombia

Hugo Ramón Martínez Caraballo
Doctor en Economía Universidad Simón Bolívar
Colombia

Hugo Hernández Palma
Magister en Sistema Integrado de Gestión
Universidad del Atlántico
Colombia

Víctor Martín Fiorino
Doctor en Filosofía
Universidad Católica de Colombia
Colombia

Edwin Causado Rodríguez
Doctor En Ciencias Gerenciales
Universidad Del Magdalena
Colombia

Adriana Rodríguez Rojas
Doctora en Logística y Dirección de la Cadena de
Suministros Universidad Antonio Nariño
Colombia

Gregoria Polo De Lobaton
Doctora en Ciencia Gerenciales
Universidad Cooperativa de Colombia
Colombia

Isabel Portillo De Condore
Doctora en Ciencias Gerenciales
Universidad Dr Rafael Belloso Chacín
Venezuela

Sandy Elena Romero Cuello
Doctora en Gestión de la Ciencia y la Tecnología
Universidad de La Guajira

Ángel Nava

Doctor en Ciencias Gerenciales
Universidad Nacional Experimental Rafael María
Baralt, Venezuela

Ramon Estaba

Doctor en Ciencias Mención Gerencial Universidad
Miguel de Cervantes - Chile

José Vicente Villalobos Antunez

Doctor en Derecho Universidad de Zulia
Venezuela

Darcy Luz Mendoza

Doctora en Ciencias Gerenciales
Universidad de La Guajira
Colombia

Elquin Benjamín Mejía Suarez

Especialista en Electrónica Industrial y Energías
renovables, con énfasis en Energía Solar Fotovoltaica
Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.
Colombia

Tomás Fabián González Peralta

Ingeniero Mecánico
Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena. Colombia

Lorena Gómez Bermúdez

Doctora en Gestión de la Ciencia y la Tecnología
Universidad de La Guajira
Colombia

Alejandro Jesús Osorio Amaya

Magister en Gerencia en Proyectos Industriales
Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena
Colombia

Jesús Céspedes Rangel

Magister en Gerencia de Proyectos de
Investigación y Desarrollo
Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena
Colombia

Gelvis Melo Freile

Magister en Ingeniería de Control y Automatización de
Procesos
Universidad de La Guajira
Colombia

Daldo Araujo Vidal

Magister en Ciencias Agroalimentarias y en
Gerencia de Proyectos I+D
Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena
Colombia

Alda María Pérez Campusano

Doctora en Ciencias de la Educación
Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena
Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Editorial.....	Pág. 5
-----------------------	---------------

Influencia de las narrativas en la construcción de imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela.....	Pág. 7
--	---------------

María Laura Aponte Aarón

Estrategia de impulsar el aprendizaje organizacional como factor de éxito de empresas manufactureras.....	Pág. 32
--	----------------

*Camilo Enrique Barragán Morales, Dayana Ruth Salazar Araujo,
Esmerlis Camargo Torres, Jesús García Guiliany*

Contabilidad ambiental y su contribución al desarrollo sostenible en el sector turístico de Riohacha.....	Pág. 45
--	----------------

Elkin Fuentes Jiménez

Laboratorio de ideación y co-creación: una propuesta de adecuación centrada en la colaboración para la formulación de proyectos de I+D+i.....	Pág. 65
--	----------------

Carlos Alberto Redondo Robles, Eufemia Margarita Pacheco Maya

Solvencia de las empresas exportadoras fabricantes de aceite de oliva en España.....	Pág. 89
---	----------------

Ana María Cazallo Antúnez

Gestión de tesorería en las pymes de Riohacha D.E.T.C.: caso gestión de cobros.....	Pág. 107
--	-----------------

*Kenny Jamir Pinto Lubo, Edier Edir Mendoza Medina,
Karine Adelaida Pinto Lubo*

Responsabilidad social empresarial de la policía metropolitana de Barranquilla.....	Pág. 123
--	-----------------

*Cinara Marcela Castaño Avella, Johanna Patricia Barrios Donado
Lauren Paola Barrios Romero, Maura Belén Quintero Gutiérrez*

EDITORIAL

Con este Volumen 5 Número 2, cumplimos dos años de haber iniciado nuestro recorrido divulgativo en formato digital, lo cual nos enorgullece pues ha implicado un diálogo científico entre pares investigadores en diversas áreas del conocimiento. Ha sido una experiencia gratificante, que de seguro se multiplicará por mucho tiempo, permitiendo mostrar lo que hacen en su día quienes se dedican a escribir y postular los resultados de sus proyectos y estudios de carácter académico.

En este sentido, cada uno de los volúmenes que preceden a éste es una contribución significativa al saber formal, sistemático, holístico; donde lo pretendido es y será siempre propiciar espacios de encuentros plurales, diversos, divergentes entre los que investigan por el hecho humano de solventar situaciones y ofrecer alternativas tendentes a satisfacer necesidades de grupos y colectivos.

Entonces, sustentados en esta filosofía se presenta el artículo *Influencia de las narrativas en la construcción de imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela*. Donde su finalidad fue analizar la influencia de las narrativas en la construcción de los imaginarios turísticos del Cabo de La Vela. Encontrando que, dichos imaginarios turísticos del Cabo de a Vela, están fuertemente influenciados por las fotografías, imágenes, vídeos y comentarios que sobre el destino hacen la mayoría de actores del turismo relacionadas con la belleza paisajística, por encima del significado cosmogónico del lugar.

De igual forma, con otra investigación titulada *Estrategia de impulsar el aprendizaje organizacional como factor de éxito de empresas manufactureras*. Se pudo identificar las estrategias necesarias para el impulso del aprendizaje dentro de organizaciones del sector manufacturero, con el fin de crear ventajas competitivas que permitan alcanzar el éxito corporativo dentro del sector. Asimismo, el proyecto intitulado *Contabilidad ambiental y su contribución al desarrollo sostenible en el sector turístico de Riohacha*, permitió que se analizara la contabilidad ambiental y su contribución al desarrollo sostenible en el sector turístico de la región, demostrando su importancia en la aplicación de la misma en el sector turístico del Municipio de Riohacha. Concluyendo que los empresarios son conscientes del impacto positivo que la implementación de la contabilidad ambiental brinda al medio ambiente y al desarrollo sostenible del distrito.

Con el mismo orden de ideas se presenta el estudio intitulado *Laboratorio de ideación y co-creación: una propuesta de adecuación centrada en la colaboración para la formulación de proyectos de I+D+I*. Cuya finalidad fue presentar fundamentos teóricos que sustentan la propuesta de adecuación del Aula TIC del

Centro Industrial y de Energías Alternativas (SENA Regional Guajira), como Laboratorio de ideación y co-creación para la formulación de proyectos de I+D+I. Concluyendo que se puede tributar al mejoramiento de la calidad de la formación, y a la construcción de escenarios constructivistas de aprendizaje centrados en la colaboración.

En referencia a otro contexto, el artículo *Solvencia de las empresas exportadoras fabricantes de aceite de oliva en España*, tuvo como objetivo explicar la clasificación de las empresas españolas exportadoras fabricantes de aceite de oliva, considerando su solvencia a partir de los indicadores de rentabilidad económica, rentabilidad financiera y endeudamiento. El resultado presenta un modelo, cuya bondad de ajuste se sitúa en el 75,4% a partir del cual se explica la situación de solvencia en las empresas a partir del porcentaje de endeudamiento de la empresa.

Por su parte, el proyecto denominado *Gestión de tesorería en las pymes de Riohacha DETC: caso gestión de cobros*, donde se determinó la gestión de tesorería en las pymes de Riohacha D.E.T.C, específicamente la gestión de cobros. Los resultados muestran que en estas empresas se establecen políticas de cobros en función de las ventas a créditos, respetando el principio fundamental de las finanzas. Concluyendo que las empresas tienen una política para fidelizar su clientela, a través de condiciones de créditos favorables, que les permitan prolongar sus exigencias.

Cerrando exitosamente esta edición del segundo año de nuestra Revista RenovaT, tenemos el estudio cuyo título es *Responsabilidad social empresarial de la policía metropolitana de barranquilla*, que sirvió para identificar las acciones de responsabilidad social que implementa dicho cuerpo policial, considerando éstas como la base fundamental de la filosofía institucional, validando que dichas acciones están consumadas para garantizar el bienestar social que tienen con la ciudadanía, y el respeto a los derechos constitucionales de libertad, igualdad y justicia.

Esmerlis Camargo Torres
Líder Sennova
CIEA - SENA Guajira
Editora de la revista

INFLUENCIA DE LAS NARRATIVAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGINARIOS TURÍSTICOS SOBRE EL CABO DE LA VELA.



María Laura Aponte Aarón¹.

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad analizar la influencia de las narrativas en la construcción de los imaginarios turísticos del Cabo de La Vela, empleando el enfoque mixto utilizando entrevistas, encuestas y observación no participante como principales instrumentos, encontrando que las agencias de viaje, los visitantes, los empresarios Wayuu locales y demás entidades que crean narrativas de este lugar, inducen a otros turistas a buscar principalmente

actividades de sol y playa, y con menos fuerza la cultura. Por tanto, se concluye que los imaginarios turísticos del Cabo de a Vela, están fuertemente influenciados por las fotografías, imágenes, vídeos y comentarios que sobre el destino hacen la mayoría de actores del turismo relacionadas con la belleza paisajística, por encima del significado cosmogónico del lugar.

Palabras Clave: Imaginarios turísticos, narrativas, Cabo de La Vela, turismo cultural, cultura Wayuu.

INFLUENCE OF NARRATIVES IN THE CONSTRUCTION OF TOURIST IMAGINARIES ABOUT CABO DE LA VELA.

Abstract:

The present research aims to analyze the influence of narratives in the construction of tourist imaginaries of Cabo de La Vela, using the mixed approach using interviews, surveys and non-participating observation as the main instruments, finding that travel agencies, visitors, local Wayuu entrepreneurs and other entities that create narratives of this place, induce

other tourists to seek mainly sun and beach activities, and with less force the culture. Therefore, it can be concluded that the tourist imaginary of Cabo de a Vela is strongly influenced by the photographs, images, videos and comments that most tourism actors make about the beauty of the andscape, above the cosmogonic meaning of the place.

¹ Magister en Planificación y Gestión del Turismo, Instructora de turismo en el SENA Regional Guajira. Investigadora activa. Email de contacto: maponte@misena.edu.co

Keywords: Tourist imagery, narratives, Cabo de La Vela, cultural tourism, Wayuu culture.

Introducción

El turismo es considerado como un fenómeno sociocultural que abarca todo el mundo, impulsado por la internacionalización económica y cultural

(Barreto, 2007). En Colombia, por su ubicación geográfica privilegiada, su riqueza pluriétnica y multicultural, se promueve la actividad turística como una estrategia para la generación de empleo y desarrollo de las regiones.

Así mismo, este país posee una gran diversidad de destinos que ofrecen productos turísticos a partir de la riqueza cultural y belleza natural de sus territorios. Uno de esos destinos es precisamente el Cabo de La Vela, atractivo emblemático del departamento de La Guajira, descrito como *paisajes de ensueño* (Destinos Awake Travel, 2020), *playas más tranquilas de Colombia* (Colombia Travel, 2020), o *hermosas playas de arena dorada* (Solera Travel, 2020).

No obstante, es importante indagar por qué siendo el Cabo de La Vela un territorio ancestral, mítico, espiritual, considerado por sus habitantes los indígenas Wayuu, como un territorio sagrado, los turistas lo visitan más por el disfrute de sol y la playa.

Por tal razón, la presente investigación tiene como propósito

analizar la influencia que tienen las narrativas en la construcción de los imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela. Para lograrlo, primero se describieron las consideraciones teóricas sobre los conceptos pertinentes para la investigación; se identificaron los actores que influyen en la construcción de los imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela y se revisaron las narrativas difundidas por ellos, cuando promocionan ese destino turístico.

Por otro lado, los imaginarios turísticos, tema estudiado de manera relativamente reciente, especialmente en diversos destinos turísticos, están a la orden del día, es por ello que dicha temática puede verse enriquecida con el estudio de este caso que se analiza en un territorio ancestral de los indígenas Wayuu.

Fundamento Teórico

Narrativas que influyen la construcción de imaginarios turísticos.

Las narrativas son definidas por Ferrari (2013) como los elementos atractivos que figuran los espacios de las escenas turísticas aprendidas al momento de la experiencia vivida y son del orden de lo sensible estético y de la pasión por los viajes. En el momento en que imágenes, objetos y relatos orales y/o escritos que forman parte del recuerdo de la experiencia turística se transmiten a otros, las narrativas participan en la creación del

imaginario de otros individuos y del colectivo.

A lo anterior, se suma el siguiente pronunciamiento de Hiernaux (2002)

“De tal suerte, la experiencia del viaje transformada en narración, participa de la creación del imaginario del otro cercano, y de hecho participa así al imaginario colectivo, a la construcción de cierta visión subjetiva del lugar destino turístico o del acto turístico en sí. El narrador, como sujeto, reconstruye así su experiencia, la transmite y participa a un imaginario como productor de imágenes” (p. 31).

Siguiendo con los imaginarios, el estudio y la conceptualización de los mismos ha sido históricamente un campo de interés para la sociología. Hiernaux (2002) construye un concepto preliminar de imaginarios, definiéndolos como

“el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva - en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar y que se gesta a partir de la historia, la experiencia social y los acervos de conocimiento, también llamados contextos internos” (p. 7).

Para Gravari y Graburn (2012) los imaginarios turísticos

“representan una porción específica de la visión del mundo que tienen los individuos o los grupos sociales, tanto en lo que concierne a los lugares distintos a su residencia principal, como en lo referente a lugares en los que podrían realizar actividades de ocio (prr. 2)”.

Finalmente, Enríquez y Robles (2014), plantean los imaginarios turísticos bajo un carácter simbólico, porque no son la realidad, sino la representación que de ella se elabora. Igualmente, Mujica (2010) establece que los imaginarios turísticos son “algo vivo”, sujeto a modificaciones y revisiones, como un proceso incompleto que además es variable en el tiempo, que lo individual y lo colectivo cambian igualmente su influencia en el mismo. Un ejemplo de ello es la información que recibimos regularmente acerca de un país: la prensa, los eventos cotidianos relatados por la televisión o la radio, no forzosamente se relacionan con la imagen turística que nos hacemos de ese sitio, ella misma construida progresivamente, pero contribuyen a deconstruir/reconstruir esta imagen (Hiernaux, 2002).

Sin embargo, “si una empresa o destino, según sea el caso, no construye por sí misma su imaginario, otros pueden encargarse de hacerlo y no necesariamente en el sentido deseado” (Herbert, 1988, p. 11).

Es decir, exista o no preocupación por la gestión del imaginario de la empresa, producto, corporación, [...] los diferentes grupos sociales o económicos con los que se relaciona la empresa, producto o corporación, se forman una imagen determinada de la misma. Esta imagen puede ser modulada sólo por información controlada inducida desde la empresa, producto o corporación, a partir de sí misma, de otros elementos ajenos o una mezcla de ambas situaciones (Díaz, 2002, p. 63).

Turismo Cultural.

Se ha definido turismo cultural como “una actividad económica basada en el uso de recursos medioambientales y socioculturales para atraer visitantes” (Fyall y Garrod, 1998).

Según MacCannell (2003, p. 33) toda atracción turística constituye una experiencia cultural, y los elementos que hacen positiva una experiencia turística están estrechamente ligados con los conceptos de autenticidad y de experiencia cultural. Este autor sostiene que estas experiencias se conforman por “modelos de vida social novelados, idealizados o exagerados que son de dominio público”.

El consumo de productos culturales puede realizarse de forma simultánea con otras actividades tales como la gastronomía, las compras, el turismo de naturaleza, etc. Puede ser el motivo principal para visitar un lugar o realizarse por añadir valor a la

experiencia de los visitantes, ya que su consumo se complementa con el deleite de otras actividades (Recuero, Blasco y García de Madariaga, 2016).

Destino turístico.

El destino turístico es definido por la Organización Mundial del Turismo [OMT] (s.f.) como el espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos.

Así mismo, Buhalis (2000) afirma que el destino turístico es un lugar hacia el cual las personas viajan y deciden permanecer temporalmente, disfrutando de una serie de productos y servicios característicos del destino.

Para Rodríguez (2011), los destinos

“conforman realmente un sistema en el espacio, donde se entrecruzan otros dos sistemas más amplios: el turístico y el geográfico, y como tal actúa entre ambos. Por lo cual debe ser interpretado, planificado y gestionado, atendiendo tanto a sus elementos individuales (propios) como también a las interacciones que entre esos y otros elementos (incorporados) se producen” (p. 5).

Además, Rodríguez (2011) profundiza diciendo que

“el destino, como sistema integrado por diversos componentes que interactúan en un espacio determinado y cuyo resultado o “salida” es la oferta de servicios, no puede surgir, crecer, funcionar y

evolucionar de modo anárquico; por el contrario, requiere de la necesaria coordinación entre los “actores” presentes en ese territorio para poder mostrar al visitante un ambiente donde prime la adecuada fluidez y armonía necesaria en toda operación turística” (p. 6).

Métodos

La presente investigación adopta el enfoque de corte mixto porque representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Dicho enfoque, es definido como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales “forma pura de los métodos mixtos”; o bien, que dichos métodos puedan ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio “forma modificada de los métodos mixtos” (Chen, 2006, citado

en Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534).

Diseño de la investigación

Para este estudio se utilizó el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS) que implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

A su vez, se elige la modalidad derivativa. En esta modalidad la recolección y el análisis de los datos cuantitativos se hacen sobre la base de los resultados cualitativos. La mezcla ocurre cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Instrumentos de orden cualitativos utilizados

Entrevistas

La entrevista se define como “una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández y Varela-Ruiz, 2013, p. 162). Canales (2006) la define como la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Por lo tanto, se hicieron diez (10) entrevistas a

indígenas de la etnia Wayuu, con roles determinantes para conocer el significado simbólico del territorio para ellos como comunidad local.

Diario de campo

Según Bonilla y Rodríguez (como se citó en Martínez, 2007)

“el diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil [...] al investigador, en él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo” (p. 77).

Observación no participante.

Se hace uso de la observación no participante como instrumento para la recolección de datos que, en palabras de Campos y Martínez (2012),

“se trata de una observación realizada por agentes externos que no tienen intervención alguna dentro de los hechos; por lo tanto no existe una relación con los sujetos del escenario; tan sólo se es espectador de lo que ocurre y el investigador se limita a tomar nota de lo que sucede para conseguir sus fines” (p. 53).

Para el caso de la investigación, se buscó estudiar las narrativas producidas por las agencias de viajes, los turistas, empresarios locales y otros actores con el fin de obtener una visión externa del territorio e identificar tanto similitudes como diferencias entre unos y otros para entender la

base del imaginario colectivo que se ha formado del destino.

Instrumentos de orden cuantitativos utilizados.

Encuesta

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López – Roldan y Fachelli, 2015).

Se aplicaron 50 encuestas cuyas preguntas son de naturaleza subjetiva, donde se trató de identificar los medios a través de los cuales se transmitieron las narrativas sobre el Cabo de La Vela.

Población

De acuerdo con el *Informe Sector Turismo de La Guajira*, realizado por la Cámara de Comercio de La Guajira (2019) durante 2018 se registraron cerca de 82.225 visitantes; donde 15.740 eran pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares y 66.485 eran viajeros extranjeros no residentes en Colombia. De los cuales se tomó como universo histórico a 4.250 turistas que visitaron el Cabo de La Vela (alojados en las posadas *Apalanshi, Pantu, Marsol, Utta, Sau ipa y Jarrinapi*) en el primer trimestre de ese año.

Muestra

Para aplicar la encuesta a los turistas, se hizo necesario establecer la muestra poblacional. Es entonces cuando se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

N: Es la población total de turistas.

Z: Nivel de confianza

p: Proporción esperada

e: Precisión

Realizándose la conversión, se obtuvo lo siguiente:

$$n = \frac{(4250) \cdot (1,645)^2 (0,05)(1 - 0,05)}{(4250 - 1) \cdot 0,05^2 + (1,645)^2 (0,05)(1 - 0,05)}$$

$$n = \frac{546,28}{10,75}$$

$$n = 50,81$$

El número de turistas a quienes se les aplicó la encuesta es 50.

Resultados

Entrevistas a uno de los principales actores del turismo en el Cabo, los Wayuu.

El Ministerio de Cultura de Colombia (s.f.) afirma que el Cabo de La Vela es considerado como un sitio sagrado de gran importancia para el pueblo Wayuu y se le asocia al último recorrido que hacen los espíritus hacia el fondo del mar, el cual se le denomina “la tierra de los guajiros muertos” (p. 2).

Lo anterior refleja la importancia de resaltar las concepciones sobre el Cabo de La Vela que tienen los indígenas Wayuu, debido a que son ellos uno de los principales actores de la actividad turística en este destino. Para ello, se aplicaron, diez (10) entrevistas a indígenas de la etnia Wayuu, con roles determinantes para conocer el significado simbólico del territorio, desde la comunidad local. No obstante, para esta investigación solo se señalaron 4 entrevistas.

En este sentido, con relación a la pregunta ¿Considera que el Cabo de La Vela es un territorio sagrado? Luis Fuenmayor, indígena Wayuu, manifestó que el Cabo de La Vela es “*Jepira* en *Wayuunaiki*”. Es el lugar más importante para los Wayuu porque “nos conecta” con otro “espacio espiritual y a ese espacio, van las almas de todos los Wayuu”. “*Jepira* es la base de toda su espiritualidad, sueños y pensamientos” (entrevista).

Al mismo tiempo José González, habitante de la comunidad Wayuu Nazareth, comentó que: “desde muy niño nos enseñaban nuestros abuelos que el paraíso terrenal que tenemos nosotros los Wayuu es *Jepira*, que todos al final terminamos nuestra labor en nuestra tierra. *Jepira* queda exactamente en el Cabo de La Vela” (Entrevista).

Eduardo Ipuana, joven habitante del Cabo de la Vela, afirmó que *Jepira* es un lugar donde “descansan las

almas” y donde se van a “reencontrar con sus antepasados”, también es un lugar sagrado porque “está lleno de historias y mitos que se deben respetar y valorar” (Entrevista).

Así mismo, Ángela Vanesa, empresaria Wayuu residente en Ranchería Iwouyaa, en el municipio de Riohacha, afirma que: *Jepira* es un “lugar sagrado para los Wayuu” y donde se “encuentran los antepasados”. También evoca “mucha energía, paz y tranquilidad” (Entrevista).

Siguiendo en la misma línea y dirección, las respuestas obtenidas en este aparte de las entrevistas, en

busca de conocer los imaginarios del turismo que tienen los habitantes de ese territorio por medio de la pregunta, ¿Qué piensa sobre el turismo?, se infiere que los Wayuu asocian el turismo con ganancias; es decir, tiene una connotación meramente económica. No importa la tipología de turismo o las actividades turísticas que deseen hacer en el territorio, a los Wayuu del Cabo de La Vela les es indiferente si son deportes náuticos, contemplación de paisajes, si es un lugar de paso hacia la alta Guajira o una tarde de ranchería, solo les interesa que el turista pague por la estadía y su alimentación.

Figura 1. Narrativas textuales que los turistas promulgan sobre el Cabo de La Vela por medio de la página web Tripadvisor.

Actor	Narrativas
Gustavo:	Paisajes espectaculares, mar, brisa, playa y hospitalidad. Un lugar que sin duda debes visitar, y después de eso querrás regresar. Recomendado el Ojo del Agua y el atardecer en el Faro.
Liliane:	Es un sitio digno de conocer. Después de haber contratado unos guías con moto para recoger, playa arcoíris, ojo del agua, y el pilón de Azúcar con su playa terminamos por el Faro.
Luis:	Los paisajes que encontramos son de ensueño y de playas exóticas, volvería otra vez.
Familia Aguirre:	Hermoso y majestuoso lugar. Con playas exóticas aguas calidas y de marea suave. Donde puedes disfrutar de refrescos mientras te deslumbras con sus paisajes.
Andrea:	El cabo es un lugar hermoso por su paisaje, playas muy bellas, la brisa, el cielo despejado, los colores, desconcierta un poco la desorganización de la comunidad, las basuras y la sensación de inseguridad que se puede sentir en algunos momentos. Sin embargo es un lugar mágico que todos deberíamos conocer.
Ángela:	Cabo es un lugar genial, en el pueblo encuentras hospedajes como hostales y cabañas, también allí puedes practicar kite, como atracciones encuentras el pilón de azúcar que es una montaña con una virgen donde puedes subir sin mayor dificultad y observar el espectacular paisaje, allí mismo hay una playa super linda para refrescarte y pasar el día, también para puedes visitar la playa Ojo de agua, donde también puedes visitar las montañas que la rodean para observar el paisaje completo y por supuesto disfrutar su playa.
Andrea Milena:	Es un lugar realmente hermoso que es digno de visitar no solo una sino muchas veces. El paisaje es realmente hermoso. Un lugar para recargar energía.
Lucerope:	Un hermoso sitio en la Guajira Colombiana, aunque hay que llegar por trochas, vale la pena ir, bellos paisajes y un hermoso mar tranquilo, con unas playas espectaculares.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas que los turistas publican en Tripadvisor (2020).

Revisión de narrativas

Llegado a este punto, se aplicó el instrumento de la observación no participante para la recolección de las

narrativas de ocho turistas, diez agencias de viajes, quince empresarios locales del Cabo y cuatro blogs, donde se expone el Cabo de La

Vela como destino turístico para su posterior análisis.

En las narrativas de los turistas presentados en la Figura 1, se exalta la belleza del paisaje, la hermosura de las playas y la tranquilidad que el Cabo

transmite. Aunque un turista menciona que la poca organización, las basuras y la sensación de inseguridad que se puede sentir en algunos momentos, no es impedimento para disfrutar de la oferta encontrada en el Cabo de La Vela.

Figura 2. Narrativas que los agentes de viaje promulgan sobre el Cabo de La Vela en sus páginas webs.

Actor	Narrativas
Travel Guías:	Cuando solo requieres comida y un sitio donde pasar la noche, este es uno de los lugares imperdibles para los aventureros, eso que solo viajan con una mochila como compañera. En la playa El Cabo, tienes restaurantes y posadas turísticas que te ofrecen una cama o si lo prefieres una hamaca para pasar la noche. Con aguas tranquilas de tonalidades verdes y azules, con acantilados cercanos donde practicar deportes acuáticos o simplemente dar un paseo disfrutando del paisaje. Si deseas una vista panorámica de Cabo de la Vela, no puedes dejar de ir al Faro, usado para guiar a los embarcaderos. Tendrás una perspectiva de toda la playa y algunas rancherías. Aquí en Cabo de la Vela una de las actividades que hay para hacer es visitar las rancherías, donde conocerás de primera mano las tribus Wayuu, por medio de danzas, pintura y vestimenta típica de la etnia.
Guajira Mágica Excursiones:	Salida a las 8 de la mañana visita Manaure para observar la explotación y las charcas de sal. Visita a Uribía antigua capital de la guajira, ahora capital indígena de Colombia, en el cabo de la vela visita al faro para observar la panorámica, al ojo de agua y al pilón de azúcar; playas donde podrán tomar un refrescante baño. Incluye: transporte, guía, seguro de viajes, alojamiento en cama o hamacas y 4 comidas. (primer día almuerzo y cena – segundo día desayuno y almuerzo).
Guajira Tours:	El Cabo de la Vela es uno de los sitios más hermosos del país. En este tour realizaremos un recorrido por las principales playas de este mágico lugar. Kamaishi (en Wayunaiki) o Pílon de Azúcar una de las playas más hermosas de Colombia, un lugar donde el dorado la arena se combina con el azul del cielo y el verde cristalino del mar caribe.
Colombia Travel:	Para descansar en unas de las playas más tranquilas de Colombia es necesario viajar desde Riohacha hacia el norte por tierra durante unas tres horas hasta el Cabo de La Vela. En este sitio, al que llegó en 1499 el capitán Alonso de Ojeda, los viajeros encuentran posadas turísticas – varias hechas con bahareque y yotojoro (el corazón del cactus) – y pueden practicar deportes como kitesurf y windsurf.
Expotur:	El Tour al Cabo de la Vela te lleva a conocer uno de los paisajes más impresionantes y hermosos que tiene Colombia. Un lugar ideal para deleitarse con la espectacular unión entre el desierto y el Mar Caribe. Cabo de la Vela Tour te brinda la oportunidad de vivir una maravillosa experiencia de viaje en comunión con la cultura y las tradiciones de los indígenas Wayuu. En Cabo de la Vela Tour contemplaras la majestuosa puesta de sol sobre el mar Caribe desde el Faro en el Cabo de la Vela.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de las diferentes páginas webs de las agencias de viajes (2020).

Figura 3. Narrativas que los agentes de viaje promulgan sobre el Cabo de La Vela en sus páginas webs.

Actor	Narrativas
Awake Travel:	Visita una tierra de saberes y paisajes de ensueño, donde junto a anfitriones locales podrás vivir una experiencia única y de una manera responsable. [...] Donde podrás descubrir una tierra de saberes acompañado por la encantadora comunidad Wayuu, quienes te guiarán por los diferentes paisajes de ensueño como lo son el Cabo de la Vela, Punta Gallina, o las increíbles montañas cristalinas en las Salinas de Manaure.
MacuiraTours:	Jepirra (Cabo de la Vela), sitio sagrado de nosotros los Wayuu, es el paraíso terrenal donde van a descansar nuestras almas después de la muerte. Ven a pasar un día en un territorio sagrado, donde disfrutarás de sus playas, desierto e interactuar con una cultura milenaria, la Cultura Wayuu.
Magic Tours Colombia:	Cabo de la Vela: Paradisiaco lugar ubicado en la península de la Guajira, es sin duda un destino inigualable que nadie debe perderse de conocer. Desde allí se pueden apreciar hermosos atardeceres dignos de recordar al igual que el contraste verde y azul que brinda su mar y la arena blanca y dorada de las diferentes playas que se visitan hacen un contraste único y especial. Ideal para amantes de la naturaleza y la aventura.
Living Col:	Conoce los tours para explorar el desierto, ver espectaculares atardeceres y disfrutar de maravillosas playas. [...] La Guajira es el punto más norte de Colombia y Sudamérica; llegar a la Guajira es entrar en una dimensión diferente a lo que se conoce para disfrutar de esplendidas playas cristalinas y nuevas culturas. Su paisaje desértico encanta. Entre sus principales atractivos están las playas cristalinas del Cabo de la Vela que invitan a practicar deportes como el Kitesurfing y el Surf. Además, es territorio sagrado de los indígenas Wayuu, cuyos dialectos hacen parte hoy del patrimonio inmaterial de la Unesco. El Cabo de la Vela es uno de los atractivos por excelencia en la Guajira, está a cuatro horas desde Riohacha y brindamos toda la logística para que puedas disfrutar de El Faro, El Ojo de Agua y El Desierto de Carrizal; puedas interactuar con las Comunidades Indígenas Wayuu, aprender de su estilo de vida, dialectos y música ó también disfrutar de la adrenalina practicando deportes náuticos como el Kitesurfing en sus maravillosas playas.
Asawa:	El cielo en la tierra. No hay forma más simple de describir el Cabo de La Vela. Es lugar perfecto para encontrarse a si mismo, respirar paz y escuchar los sonidos calmantes del océano. [...] El Cabo de La Vela o Jepirrá (como es conocido por los wayuu) es un lugar para conectarse con la naturaleza y dejar a un lado las comodidades de la ciudad. El agua y la electricidad son servicios básicos a lo que estamos acostumbrados en las urbes. Pero en el desierto son un lujo. Por lo anterior, ten presente que los servicios de electricidad son intermitentes. Que el agua dulce es escasa y que muy seguramente te va a tocar bajar el baño con una cubeta. En el Cabo encuentras diferentes estilos de hoteles. Hay lugares donde tienen su planta de electricidad con unos horarios definidos y baños comunes. Hay otros donde puedes tener una habitación privada con mayores comodidades.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de las diferentes páginas webs de las agencias de viajes (2020).

En las figuras 2 y 3 se evidencian las siguientes narrativas que promocionan al Cabo como: “un paradisiaco lugar”, “las playas más tranquilas de Colombia” o “un lugar para conectarse con la naturaleza”. Es

importante mencionar que en algunos casos se hace alusión a la espiritualidad que el territorio evoca en sus habitantes, donde se menciona que el Cabo de La Vela es “*Jepira*, sitio sagrado Wayuu”.

Figura 4: narrativas de los empresarios locales de Cabo.

Actor	Narrativas
Amistad hostal y restaurante.	• Relato de la historia de nuestro territorio “Jepira” y el Cabo de La Vela • Desayunos tradicionales • Almuerzos con una variada oferta de platos del mar • Comida vegetariana con la mejor sazón “el amor”
Restaurante y hospedaje Dami	• Restaurante con variedad típica • Servicio de transporte local
Restaurante y hospedaje Faym ag	• Restaurante con especialidad en pescados, mariscos y platos típicos de nuestra región.
Ranchería Jareena	• Restaurante de dos pisos con una hermosa vista al mar con capacidad para 100 personas y una excelente variedad de deliciosas comidas típicas preparadas por las manos laboriosas de la mujer Wayuu.
Restaurante y hospedaje Ka>i kashii	• Restaurante con especialidad en pescados, mariscos y platos típicos de la región.
Hostal Kayuusipaa	• Restaurante con comidas típicas de la región • Arte Wayuu: chinchorros, mochilas y cerámica • Charlas sobre la mitología de Jepira
Restaurante y hospedaje la Ballena Azul	• Contamos con diferentes tipos de comidas con una amplia selección: Platos gourmet, parrilla, pastas y ensaladas.
Restaurante y hospedaje	• Servicio de restaurante con especialidad en comidas típicas. • Barra de servicios con una variedad de frutas frescas
Restaurante y hospedaje Mar abierto	• Restaurante con una amplia variedad de comidas típicas de la región • Zona de bebidas refrescantes • Tienda artesanal • Presentación del Grupo de danza Suku>a Wayuu
Restaurante y hospedaje Mile	• Restaurante con la mejor sazón Wayuu
Restaurante y hospedaje Mira mar	• Servicio de restaurante con una gran variedad comida de mar y platos típicos de la región • Zona de bebidas refrescantes y pasabocas • Comidas rápidas.
Restaurante y hospedaje Nila	• Restaurante con servicio de desayunos, almuerzo y cena con platos típicos de la región • Escuela de kitesurf • Noches inolvidables acompañadas de una hermosa iluminación con velas.
Refugio Pantu	• Restaurante con una gran variedad en comida de mar y platos típicos de la región • Zona refrescante – mini bar
Restaurante y hospedaje	• Restaurante con variedad en comidas típicas de la región • Tour en yate por la región.
Hostal Shipi>ia girnu	• Restaurante con una gran variedad comida de mar y platos típicos de la región • Planes todo incluido: transporte, hospedaje, alimentación y visita a las rancherías • Tienda artesanal Artes Wayatain • Presentaciones del Grupo de danza Suku>aWayuu

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de los diferentes empresarios locales (2020).

En la figura 4 se muestra las narrativas de los empresarios donde prevalece la promoción de la gastronomía y los hospedajes en la búsqueda de generación de ingresos, y tímidamente se muestran elementos sobre la cultura Wayuu, es decir,

pocas actividades turísticas relacionadas con usos y costumbres. Este hallazgo muestra que los mismos empresarios Wayuu del Cabo de La Vela, no están interesados en desarrollar el turismo cultural.

Figura 5. Narrativas que se difunden sobre el Cabo de La Vela por medio de blogs.

Actor	Narrativas
Guías y baquianos	Llegar a Cabo de la Vela , es sumergirse la cultura Wayuu ; una cultura completamente diferente, de costumbres, rituales y colores llenos de vida y magia. Pero también es sentirse un poco en el Oriente Medio debido a la presencia de la mezquita de Omar Ibn Al-Jattab que quedó como legado de la ola de inmigrantes que se asentaron en Maicao por un tiempo.
Organización Colparques	El paisaje del Cabo de La Vela es singular y evoca un paraje lunar. Los vientos, de origen Alisios, son fuertes y casi permanentes; esto permite noches muy despejadas donde constantemente se aprecian estrellas fugaces y se disfruta de bellos atardeceres y amaneceres, al igual que de noches de luna llena son de singular encanto y romanticismo. Este mítico cabo, de nombre nativo Jepirra y que es un lugar sagrado, es destino final de las almas de los Wayuus y soñado paraíso de los colombianos.
Comfaguajira	Una tierra exótica, mágica y única que invita a que conozcas y disfrutes de todos sus encantos paradisíacos en el momento en que lo desees. Desde la Oficina de Mercadeo Corporativo de Comfaguajira organizamos y programamos su viaje al Cabo de La Vela o al destino que desees; es muy fácil hacerlo, solo decida cuando ir y le programamos esta experiencia fascinante en este lugar especial de La Guajira
Chip Viajero	El Cabo de La Vela nos regaló unos de los mejores paisajes en nuestro recorrido por Colombia, vivimos una experiencia fantástica en un lugar con una esencia indescriptible que definitivamente hay que conocer.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de los diferentes blogs (2020).

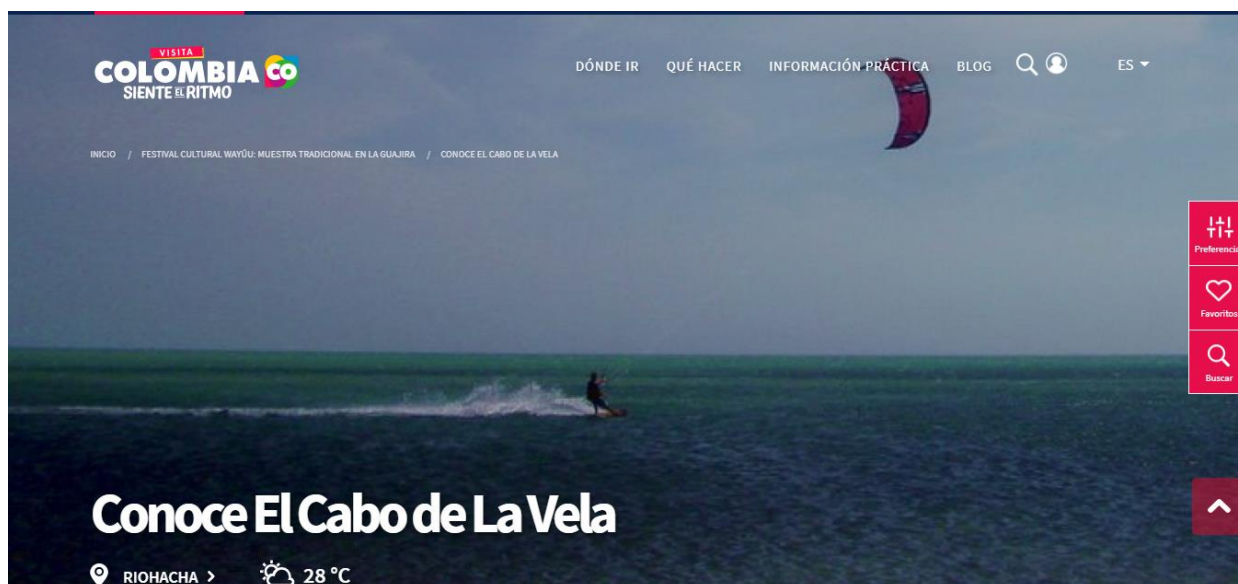
En la figura 5 se evidencian las siguientes narrativas en algunos blog y páginas webs diferentes a las agencias de viajes: “Llegar a Cabo de La Vela, es sumergirse en la cultura Wayuu”, “lugar de bellos atardeceres”, “lugar con uno de los mejores paisajes de Colombia”. Lo anterior muestra la preponderancia del sol y la playa en dichas narrativas, y a pesar de la importancia cosmogónica que tiene este territorio para sus habitantes, los indígenas Wayuu, también se denota la indiferencia por compartir con los turistas esa realidad del territorio

Las narrativas visuales compiladas en la figura 6 destaca al Cabo de La Vela como un destino de sol y playa.

Figura 6. Narrativa visual del Cabo de La Vela.

Fuente: Guía Turística Vive Colombia (2020).

También se hace referencia al componente cultural, en este caso, una indígena Wayuu.

Figura 7. Narrativas visuales sobre el Cabo de La Vela.

Fuente: Tomado de Colombia Travel (2020).

De acuerdo con la principal narrativa visual que emplea Colombia Travel en su página sobre el Cabo de La Vela (Figura 7), se puede inferir que se promociona como un lugar para practicar el Kitesurf, también es importante destacar que, el Cabo de La Vela es promocionado como un destino para disfrutar de la tranquilidad, el mar y la playa.

Encuesta

Para indagar sobre los medios a través de los cuales se transmitieron las narrativas sobre el Cabo de La Vela, se aplicaron 50 encuestas cuyas preguntas fueron de naturaleza subjetiva. Por ello, la codificación y tabulación general de los datos recolectados, hicieron posible ordenar y agrupar de forma sistemática, coherente y sencilla toda la información encontrada en el estudio

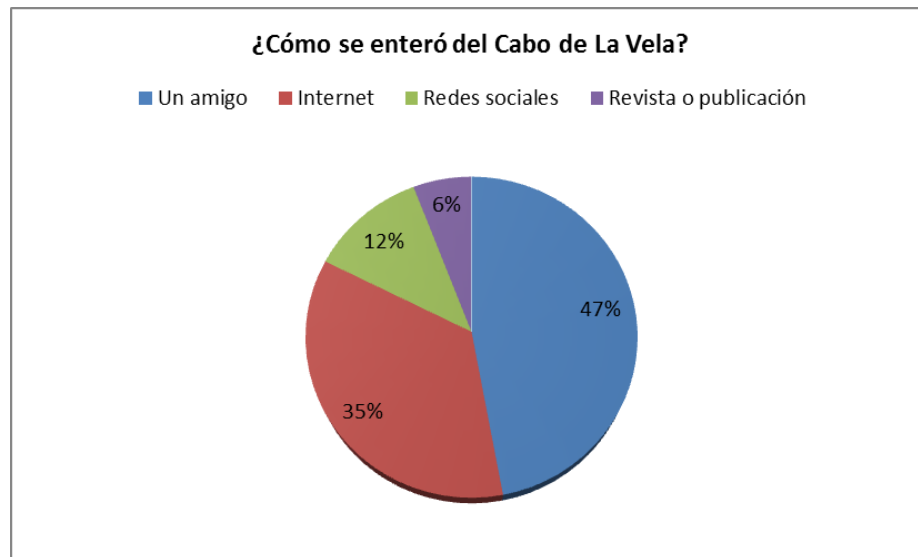
para ser confrontada a un previo análisis, obteniendo los siguientes resultados.

La muestra poblacional utilizada para la investigación evidenció que el 40% de los encuestados eran mujeres y el otro 60% hombres; el 54% eran jóvenes entre 19 y 25 años y el 46% eran adultos entre 26 y 65 años. Seguidamente los turistas encuestados eran en su mayoría nacionales (55%) provenientes de grandes ciudades como Medellín y Bogotá, el 45% restante eran residentes de países como Alemania, Australia, Bélgica, Inglaterra, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia y Holanda.

Es importante destacar que el 69% de los turistas visitaron el Cabo de La Vela con amigos, el 15% con otro tipo de acompañantes (parejas, otros

turistas, grupos de estudio), el 11% con la familia y el 5% solos.

Figura 8. Medios por los cuales los turistas supieron del Cabo de La Vela.

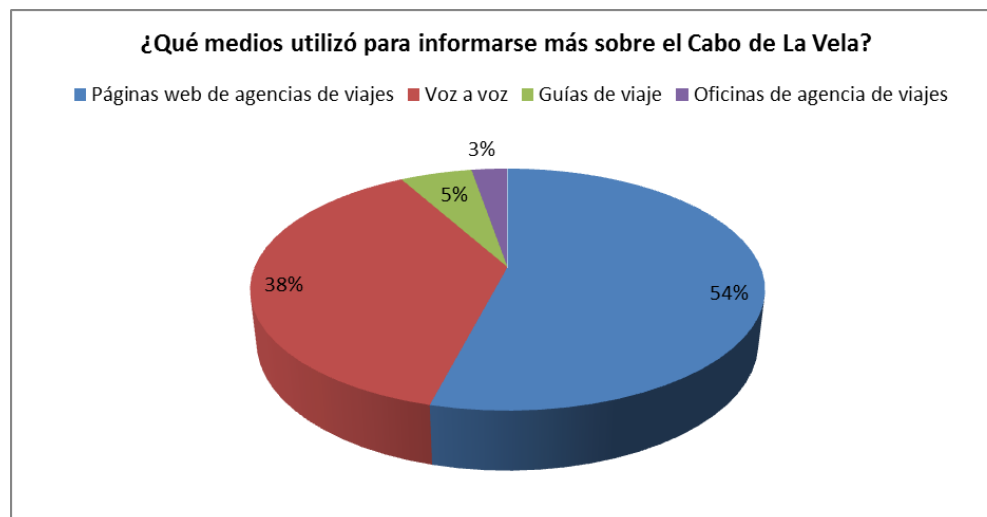


Fuente. Elaboración propia (2020).

En la figura 8, se refleja como los turistas se enteraron de la existencia del Cabo de La Vela, donde el dialogo

entre amigos y el internet contribuyen fuertemente en la decisión del viaje de otros hacia este lugar.

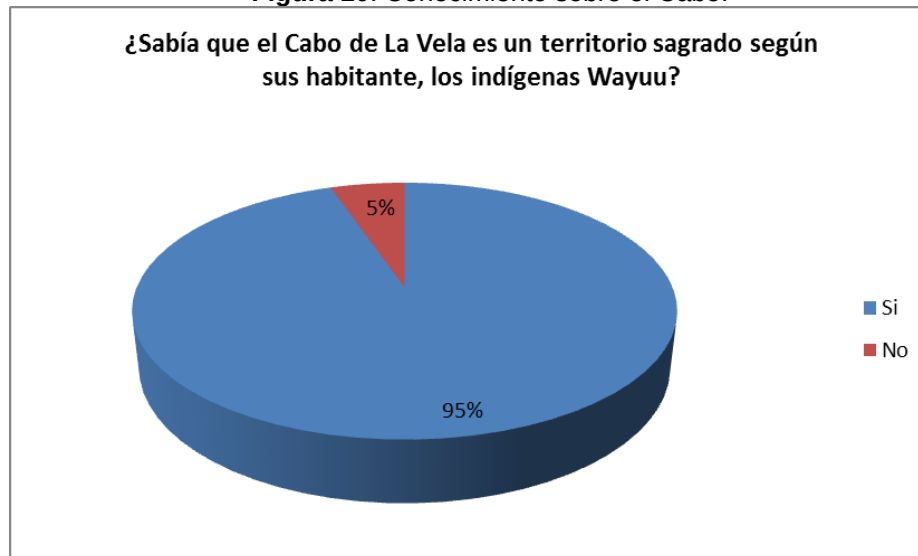
Figura 9. Medios que ayudaron a construir la imagen del destino.



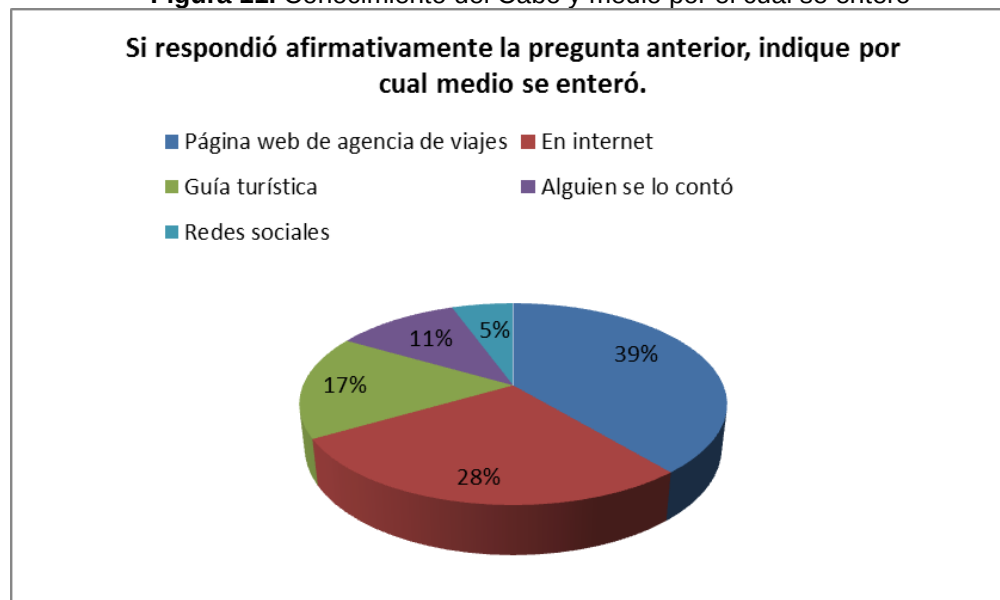
Fuente: Elaboración propia (2020).

La figura 9, muestra que las páginas web de las agencias de viaje seguido del voz a voz, son los

principales medios a través de los cuales los turistas se informaron más sobre el destino.

Figura 10. Conocimiento sobre el Cabo.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 11. Conocimiento del Cabo y medio por el cual se enteró

Fuente: Elaboración propia (2020).

De acuerdo con las figuras 10 y 11, donde se les pregunta a los turistas, si conocen sobre la espiritualidad del Cabo y en caso de ser afirmativo, indicar por el medio por el cual lo descubrió, se puede afirmar que el

95% de los turistas que respondió afirmativamente (figura 10), dicen que se enteraron por medio de las páginas webs de las agencias de viaje (39%) e internet (28%) (figura 11).

Discusión y conclusiones

Durante el desarrollo de la presente investigación se aplicaron las entrevistas, encuestas y observación no participante como instrumentos para alcanzar los objetivos propuestos inicialmente. En primer lugar, las entrevistas aplicadas proporcionaron bases para afirmar que el Cabo de La Vela es un territorio sagrado para sus habitantes, los indígenas Wayuu, quienes contemplan el turismo básicamente como una fuente para obtener ingresos, a través de la venta de hospedaje y alimentación, nada más allá de eso.

Con referencia a lo anterior el poco interés de sus habitantes por mostrarse como un territorio étnico, es quizás una de las causas por las cuales en la oferta turística no se evidencian actividades culturales que muestren los usos y costumbres de los locales, y ello desestimula las bases para la construcción del imaginario del Cabo de La Vela, como un destino de cultura Wayuu, que se debería dar por sus características de “lugar sagrado”, “lugar lleno de mitos y creencias”; por el contrario ese lugar cada vez más se posiciona como un sitio para el disfrute del “sol y la playa”. El fenómeno anterior hizo que otros actores como las agencias de viajes, se hayan encargado de influenciar fuertemente en la construcción del imaginario colectivo que se tiene del Cabo de La Vela actualmente, tal como lo sustenta Helbert (1998).

Por su parte, MacCannell (2003) dice que toda atracción constituye una experiencia cultural, no obstante, las narrativas que los turistas hacen del Cabo de La Vela después de su visita, no se concilian con esta consideración, ya que el destino es mas disfrutado por sus bellos paisajes que por su cultura. Lo antes expuesto es resultado de la fuerza de las narrativas sobre el Cabo de La Vela, como un lugar de paisajes prístinos, sol, mar, desierto, que hacen los turistas con el voz a voz a través de las redes sociales transmitiendo una imagen fundamentada en la experiencia que han vivido al visitar el destino tal como lo plantea Ferrari (2013).

Es importante destacar que entre las narrativas de los turistas y las agencias de viajes hay algunas diferencias en su contenido: mientras que los primeros hacen especial énfasis en la belleza del paisaje, la tranquilidad, la hermosura de las playas, dejando de lado en la mayoría de los casos, lo cultural y simbólico del territorio; los segundos hacen un poco más alusión a la cultura y lo sagrado de este; sin embargo, la fuerza del sol, la playa, arena dorada y los paisajes sigue predominando a la hora de promocionar el destino.

Finalmente, las fotografías, imágenes, historias contadas, las descripciones que sobre el lugar se hagan, son narrativas que ayudan a construir imaginarios e influyen la decisión del viaje y van marcando los

lugares como destinos para el disfrute de actividades turísticas relacionadas con lo que ellas muestran. Es aquí donde los imaginarios turísticos son importantes para el desarrollo de un mejor destino tal como lo expresa Mujica (2010), pues son claves a la hora de definir productos turísticos, posicionarlos y mercadearlos. Así las cosas, para el caso del Cabo de La Vela, la construcción de imaginarios puede ser un instrumento de gestión que ayudaría a la valoración de los recursos turístico, especialmente de la cultura Wayuu y al desarrollo sostenible del territorio, en donde las narrativas cumplen un papel determinante.

Referencias bibliográficas

- Barreto M., (2007). *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: España: PASOS.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 21, 97-116.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Campos, G., y Martínez, N. E. L. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. Recuperado de <file:///C:/Users/APRENDIZ/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf>.
- Canales Cerón M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM Ediciones. p. 163-165.
- Colombia Travel (2020). *Conoce El Cabo de La Vela*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://colombia.travel/es/riohacha/conoce-el-cabo-de-la-vela>.
- Destinos Awake Travel (2020). *Cabo de la Vela, Manaure y Playa Pilón de Azúcar*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://awake.travel/la-guajira/experiencia/cabo-de-la-vela-manaure-y-playa-pilon-de-azucar/>.
- Díaz, R., (2002). *Interrelación entre imagen y comunicación en destinos turísticos*. Universidad de la Laguna. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/39379797_Interrelacion_entre_imagen_y_comunicacion_en_destinos_turisticos.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Enríquez, J. Á., y Robles, M. E. (2014). Imaginarios sociales acerca del turismo en Roses, Cataluña. *Teoría y Praxis*, 15, 138-162.
- Ferrari, C. (2013) A visualidade nos contratos comunicativos em revistas de turismo: construção de imaginários para turistas. [Tesis de doctorado]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUCSP, São Paulo.
- Fyall, A. y Garrod, B. (1998). Heritage tourism: at what Price? *Managing Leisure*. 3(4) pp 213-228.

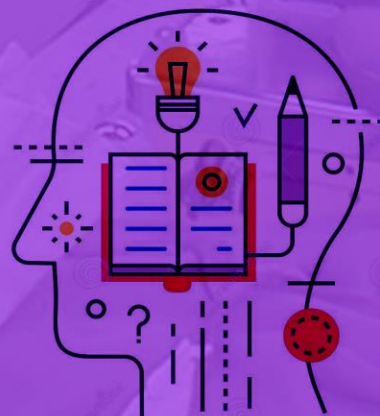
- Gravari, M., y Graburn, N. (2012). Tourits imaginaries. *VIA Tourism reviw.* (1), 1-5. Recuperado de <https://journals.openedition.org/viatourism/1180>.
- Herbert, N. (1988): La empresa y su imagen. *La publicidad institucional: ¿para qué?, ¿cómo?*. Madrid: España. Editorial Deusto.
- Hernández, Fernández y Baptista, (2014). *Metodología de la investigación (6ªed.)*. México DF: México. Mc Graw Hill Education. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaediccion.compressed.pdf>.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2008). *El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto*. En J. L. Álvarez Gayou (Presidente), 6º Congreso de Investigación en Sexología. Congreso efectuado por el Instituto Mexicano de Sexología, A. C. y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México.
- Hiernaux, D. (2002). *Turismo e Imaginarios. En Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible Costa Rica*: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO 7-36.
- MacCannell, D. (2003). *El Turista: Una Nueva Teoría de la Clase Ociosa*. Madrid, España: Melusina.
- Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. *Revista perfiles libertadores*, 4(80), 73-80.
- Ministerio de Cultura de Colombia (s.f.). *Wayuu. Gente de arena, sol y viento*. Recuperado el 14 de octubre de 2020 de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Poblaciones/PUEBLO%20WAY%C3%9AU.pdf>.
- Mujica, E. (2010). *La construcción de imaginarios a partir del turismo: Incidiendo en la valoración de los recursos turísticos y en el desarrollo sostenible de las comunidades*. En De Myttenaere, D y Bellón, E. (Ed.), *Desarrollo territorial y turismo: Una aproximación a partir de la valorización turística* (p. 239-262). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial del Turismo [OMT] (s.f.). *Glosario de términos*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- Recuero, N. Blasco, F. y García de Madariaga, J. (2016). *Marketing del turismo cultural*. Pozuelo de Alarcón, Madrid, ESIC Editorial. Recuperado de <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/119655?page=27>.
- Rodríguez R. (2011). Destino turístico. Realidad y concepto. *Revista TURyDES*. 4(11). 1-10. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>.
- Solera Travel (2020). *Visita el Cabo de la Vela*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://soleratravels.com/>.
- Tripadvisor (2020). *Cabo de La Vela*. Recuperado el 11 de octubre de

2020 de
https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g12033670-d8492881-Reviews-Cabo_de_la_Vela-Cabo_de_La_Vela_La_Guajira_Department.html.

Vive Colombia (2020). *La Guajira Colombia Guía turística*. Recuperado de:
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/promocion-turistica/guias-turisticas-por-departamentos/descargar-en-pdf-la-guajira/descargar-en-pdf-la-guajira.pdf.aspx>



**ESTRATEGIA DE IMPULSAR
EL APRENDIZAJE
ORGANIZACIONAL COMO
FACTOR DE ÉXITO DE
EMPRESAS MANUFACTURERAS**



Camilo Enrique Barragán Morales¹
Dayana Ruth Salazar Araujo²
Esmerlis Camargo Torres³
Jesús García Guiliany⁴

Resumen

En este trabajo de investigación fueron identificadas las estrategias necesarias para impulsar el aprendizaje dentro de organizaciones del sector manufacturero, con el fin de crear ventajas competitivas que permitan alcanzar el éxito corporativo dentro del sector. La investigación fue estructurada y desarrollada bajo un enfoque cuantitativo y un método desde la perspectiva analítico-descriptiva, se llevó a cabo una encuesta de escala Likert para la recolección de datos, de 15 preguntas con una muestra de 100 individuos, dentro de los que se encontraban directivos y empleados de cinco (5) organizaciones del sector manufacturero, escogidos a discreción

del grupo investigador. Por último, se recomienda principalmente estrategias definidas para ejecutar la oportuna identificación de oportunidades en aras de crear procesos de aprendizajes dinámicos en los colaboradores.

Palabras clave: Aprendizaje organizacional, éxito empresarial, competitividad, desarrollo empresarial, empresas manufactureras.

¹ Candidato a Magister en Administración de Empresas e Innovación; Universidad Simón Bolívar, Colombia. Correo: cbarragan3@unisimon.edu.co cbarraganm93@gmail.com – Autor de Correspondencia.

² Profesional en Formación Programa Comercio y Negocios Internacionales; Universidad Simón Bolívar, Colombia. Correo: dayana.salazar@unisimon.edu.co dayasalar11@gmail.com

³ Doctora en Ciencias Gerenciales. Líder Sennova, Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena. Correo: ecamargot@sena.edu.co

⁴ Doctor en Ciencias Gerenciales, Docente Investigador, Universidad Simón Bolívar. Correo: jesusgarcia99@gmail.com

STRATEGY TO PROMOTE ORGANIZATIONAL LEARNING AS A FACTOR OF SUCCESS FOR MANUFACTURING COMPANIES

Abstract

In this research work, the necessary strategies were identified to promote learning within organizations in the manufacturing sector, in order to create competitive advantages that allow achieving corporate success within the sector. The research was structured and developed under a quantitative approach and a method from the analytical-descriptive perspective. A 15-question Likert scale data collection survey was carried out with a sample of 100 individuals, including managers and employees from five (5) manufacturing organizations, chosen at the discretion of the research group. Finally, it is mainly recommended strategies defined to execute the opportune identification of opportunities in order to create dynamic learning processes in the collaborators.

Keywords: learning, competitiveness, business development, manufacturing, organizations.

Introducción

Desde una perspectiva empresarial, a la gerencia le corresponde gestionar el escenario para que al interior de sus organizaciones se generen nuevas ideas, de productos, servicios y procesos que satisfagan adecuadamente las necesidades de su mercado y mejoren la calidad de vida de las personas, dentro de una filosofía de aprendizaje continuo que

permita a las empresas mantener la competitividad.

En este sentido, las empresas exitosas invierten en entrenar y formar a su personal para que sean más competentes en sus tareas. Lo cual implica, aprender profundizando en sus conocimientos, buscando saberes, experiencias y demás fundamentos en función de consolidar un basamento teórico-práctico que permita aplicarlo en su cotidianidad laboral.

Según Robbins y Judge (2009, p. 54), el aprendizaje organizacional (AO) está concebido como cambios en el comportamiento, relativamente permanentes, que suceden como resultado de la experiencia. Para ello, el aprendizaje se manifiesta en la actuación o forma en que las personas realizan sus actividades en una determinada situación. Al ocurrir el aprendizaje, acontece un cambio gradual intangible, que se va asimilando en la práctica, incorporándose como parte de la experiencia con el correr del tiempo.

Por su parte, Hellriegel, Slocum y Woodman (1999) plantean el AO como aquel cambio, más o menos permanente, en la frecuencia con la que sucede un comportamiento individual específico. Dicho aprendizaje tiene lugar en una serie de momentos aislados que los empleados experimentan a diario, como, por ejemplo; observar las

actividades en silencio, interactuar con las personas dentro o fuera de la organización, participar en el trabajo de grupos pequeños, leer documentos internos, desempeñar tareas, prestar atención cómo se hace el trabajo. Esto es, espacios de interacción con otros colaboradores en la empresa, en donde también se logran cambios, experiencia, crecimiento personal y profesional, asumiendo siempre que se aprenden comportamientos favorables.

Lo referido, parte de la idea de que cada individuo aprende por sí mismo en la práctica de un oficio o una profesión, destacando sus aptitudes, habilidades, destrezas y conocimientos, y, además, buscando profundamente mejorar cada día, aprendiendo algo nuevo para su desarrollo personal y profesional. En este sentido, el momento en el cual las personas pasan a formar parte de una organización se encuentran con una filosofía institucional que debe aprender, asumir y practicar, interactúa estos aprendizajes con sus compañeros, es decir de la organización, por lo cual resulta imperativo definir el aprendizaje organizacional.

Fundamento teórico

Aprendizaje organizacional

Castro et al (2020), plantean que, para orientarse a la búsqueda del desarrollo de una empresa, se requiere contar con estrategias que favorezcan estas tendencias, de donde surge el aprendizaje

organizacional para integrar conocimientos, habilidades y actitudes que facilite el cambio o mejora de acciones individuales y grupales. Es así como el aprendizaje se traduce en una acción que toma el conocimiento como input generando nuevo conocimiento.

Según Argyris, en Chiavenato (2012), el AO sucede en dos condiciones básicas: primero, cuando una organización alcanza lo que pretende, es decir, cuando existe una correspondencia entre su plan de acción, así como del resultado real y segundo, cuando se identifica y corrige un desfase entre el objetivo pretendido y el resultado alcanzado, es decir, el desfase se transforma en correspondencia. El aprendizaje ocurre al crear las correspondencias o cuando los desfases se corrigen, primero por medio del análisis del cambio de las variables, enseguida, por intermedio de las acciones en donde la tecnología de la información es crucial para que el aprendizaje ocurra.

La tarea de la gerencia, por lo tanto, consiste en el desarrollo, mantenimiento y cambio de conducta trabajo en los empleados para lograr las metas de la compañía, así mismo, Guns (1996, p. 16) manifiesta que el aprendizaje organizacional consiste en “averiguar qué da buenos resultados o qué da mejores resultados”. De hecho, el aprendizaje radica en buscar las formas de averiguar cómo puede llegarse a resultados óptimos “adquiriendo y aplicando los conocimientos, las

técnicas, valores, creencias y actitudes que incrementan la conservación, el crecimiento y el progreso de la organización” hacia mejores proyecciones y posicionamientos de la empresa en la comunidad y en el mercado, tal como lo plantea el mismo autor (ibídem).

Por su parte, Francés (2006a,b, 2008) señala que el aprendizaje organizacional: se sustenta en el establecimiento de rutinas y esquemas mentales compartidos entre los colaboradores en la organización, lo que implica que el potencial individual se comunica entre los miembros, se comparte y examinan nuevas formas de llevar a cabo las tareas o funciones cotidianas en la empresa y se ponen en práctica luego de pasar por un proceso compartido, de corresponsabilidad mutua a fin de lograr las metas con eficiencia y eficacia (García et. Al, 2019).

Comprendiendo que el aprendizaje implica un continuo cambio producto de la experiencia, conocimiento y habilidades de los trabajadores, apoyados por la gerencia, se concibe un proceso recíproco en donde todos los integrantes intervienen con el aporte de ideas que fomentan el compromiso con el trabajo generador de beneficios mancomunados (Caridad, García y Leal; 2009).

De acuerdo a Tromp y Orcasitas (2014) Se puede evidenciar como cada año se duplica la cantidad de conocimiento que existe en el mundo y se ha comenzado a destacar en las

organizaciones y en las personas el conocimiento como el principal activo que genera competitividad individual y co-lectiva. La gerencia integral moderna, permite entonces que sus colaboradores se sientan motivados hacia el aprendizaje buscando con ello un fortalecimiento intelectual y su sostenibilidad. En tal sentido, las organizaciones como sistemas diseñados a la consecución de metas a través de la gestión de su talento humano, cumplen funciones específicas a través de las cuales alcanza sus propósitos. (p.13)

Igualmente, Tromp y Orcasitas (2016) señalan que el aprendizaje destaca a la persona en la que ocurre el proceso de cambio, o de quien se espera que ocurra; es el acto por el cual se adquiere una transformación de conducta, conocimiento, habilidad y actitudes que conllevan a la construcción de una persona formada integralmente, teniendo que necesariamente todo proceso de enseñanza, debe ser modelado hacia la transfiguración del hombre con aplicabilidad en sus diferentes ámbitos sociales (p.16)

En este orden de ideas, el AO implica la capacidad de los empleados para actuar frente a los cambios de su entorno, de tal forma que a partir de la identificación de los errores puedan corregirlos, empleando para ello nuevas estrategias, con el propósito de contribuir a la innovación y desarrollo organizacional (Beazley, Boenisch, & Harden, 2003).

Asimismo, para Castañeda & Pérez (2005), el AO corresponde al proceso que permite a las organizaciones adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno, mediante la creación y uso del conocimiento que realizan los trabajadores de acuerdo a su nivel de desarrollo. De acuerdo a Angulo (2016), la aplicación de este nuevo paradigma, crea un espacio donde las personas tienen la posibilidad de ampliar su capacidad de lograr lo que realmente desean, promoviendo su cualificación, mediante el aprendizaje individual y organizativo; de tal manera que la capacidad de aprendizaje no se ubica en un componente particular de la empresa, sino que se haya distribuida por toda la organización y entre sus integrantes

Para Duran, Parra y García (2018), los componentes que facilitan el desarrollo de las capacidades de aprendizaje incluyen la estructura, los procesos, la tecnología, el uso de la información y los procesos de generación de conocimiento que detonan en la renovación de la organización en todos sus aspectos, además de que las capacidades de aprendizaje están relacionadas con los procesos humanos de la organización.

Métodos

La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, Cazallo et. Al (2019) y García et al. (2019), Barragán et, al (2019) destacan los estudios metodológicos planteados desde una

perspectiva descriptiva, por cuanto permiten tener un conocimiento profundo de una situación, lo anterior acompañado de un diseño no experimental con tipología de campo. Para esto, la investigación tomó en cuenta la realización de una encuesta como instrumento de medición, el cual constó de 15 preguntas medidas con base en la escala Likert, siendo 1 en total desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, dicho instrumento fue aplicado a una muestra de 100 miembros de las cinco (5) organizaciones, entre directivos y colaboradores elegidos a conveniencia del grupo investigador, previa aprobación por el método de juicio de expertos, que para el caso de la investigación, estuvo conformado por un grupo multidisciplinar.

Resultados y discusión

A continuación, se presentan en la tabla 1, los principales hallazgos de la investigación, dirigidos a identificar, mediante el análisis por parte de los encuestados, la o las estrategias requeridas por las organizaciones objeto de estudio para desarrollar el aprendizaje como estrategia organizacional para destacar dentro del sector manufacturero.

En la tabla 1, se encuentran los resultados en lo relacionado con impulsar el aprendizaje, donde se midió los indicadores identificar oportunidades, seleccionar oportunidades, elaborar el plan y vigilar el progreso. En los mismos se

puede apreciar la valoración que dieron los entrevistados a cada uno de ellos y su contribución con el

posicionamiento de la variable (Ver Gráfico 1).

Tabla 1. Estrategia impulsar el aprendizaje

Ítem	X Ítem	Indicador	X Indicador	X Sub dimensión	S	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
1	3,25	Identificación de oportunidades	3,02	3,09	0,04	13,89	17,36	37,50	15,28	15,97	100
2	2,79										
3	3,46	Selección de oportunidades	3,31								
4	3,17										
5	3,00	Elaborar plan	2,97								
6	2,94										
7	3,29	Progreso	3,06								
8	2,83										
3		X Dimensión	3,27	Frecuencia	8	16	19	16	14	72	
Valoración cualitativa		Regular estrategia del aprendizaje impulsar			%	8,56	22,45	26,39	22,69	19,91	100

Fuente: Cálculos basados en las respuestas del cuestionario Innovación organizacional (2020).

En primer lugar, se recolecta la información referida al indicador identificación de oportunidades, cuyo valor se ubicó en media $\bar{X} = 3,02$, lo cual quiere decir que algunas veces se ejecuta la acción de identificar oportunidades de recursos que no tiene la competencia, concentrando su interés en una línea de productos que sus competidores no han inventado.

Con este orden de ideas, los datos reportan que un 37,50% se identifica con la alternativa algunas veces impulsar la identificación de oportunidades, seguido de casi nunca con el 17,36%, casi siempre y siempre con el 15,97% y en último lugar nunca con el 13,89%. Observando que la $M_o = 3$ indica que la mayoría de las respuestas decidieron por dicha opción.

Puede verse que las empresas inmersas en el estudio deben

identificar necesidades en el entorno interno y externo a fin de aprovechar potencialidades que pueden usarse para materializar procesos o productos que permitan mejorar la competencia de la empresa en el mercado. Apoya esto, lo referido por Bracho y García (2011), cuando señalan que los líderes deben diagnosticar su entorno empresarial en pro de adecuarse a las transformaciones requeridas para afrontar exitosamente la ruta a seguir.

Muy de la mano, resultó el indicador selección de oportunidades, con un valor ligeramente por encima del aspecto anterior con $\bar{X} = 3,31$ en posición regular y muy poca varianza.

Al detallar las proporciones, se determina que la alternativa casi siempre logró el 30,56% del total, 27,08% algunas veces, 18,75% casi nunca, 16,67% siempre y el 6,94%

nunca. Esto se corresponde con una regular gestión de la organización de trabajo del personal con la imagen de un futuro deseado, anticipando estándares futuros para comparar con los de la competencia.

Otro de los indicadores consultados con los ítems 5 y 6 fue elaboración del plan, considerados con las puntuaciones medias más bajas, el indicador se posicionó con media $\bar{X} = 2,97$, muy por debajo del valor logrado en la variable también en posición regular. Encontrándose que la mayor parte de las respuestas se ubicaron en posición negativa. En este sentido, se describe con el 27,08% en la posición casi siempre, 24,31% casi nunca, 22,22% algunas veces, 14,58% nunca y 11, 81% siempre.

Estos resultados describen una situación empresarial donde el aprendizaje organizacional no se está gestionando de forma eficiente, pues falta impulsar estrategias estructuradas en un plan de trabajo concertado partiendo de la identificación y selección de oportunidades del mercado circundante para mantener actualizado el personal en las tareas o funciones que corresponden. Además, bajo la reflexión de una visión inspiradora a la consecución de nuevas metas enriquecedoras del crecimiento, desarrollo y conquista de nuevos mercados que posicionan la empresa en mejores puestos en la competencia (Durán et al, 2018; Castro et al, 2020).

Por último, el indicador progreso según se mantiene en la tabla y gráfico 8, también alcanzó un valor medio similar con $\bar{X} = 3,06$, describiendo el criterio algunas veces la gerencia establece conversaciones con el personal para incorporarlos al aprendizaje en equipo, con ello elaborar nuevos productos innovadores para adelantarse a la competencia. La mayor concentración de respuesta estuvo en la alternativa algunas veces ($M_o = 3$) con el 34,72%, 21,53% casi siempre, 19,44% casi nunca, 13,19% siempre y 11,11% nunca. En efecto, la comunicación en las organizaciones representa una expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar las ideas actuando desde un estado interior de autoconfianza en lo que se hace (Guns, 1996).

Conclusiones

Los hallazgos de la investigación indican que en estas empresas no se está apoyando con regularidad el aprendizaje continuo de nuevas formas de trabajo. Tampoco se refleja en niveles óptimos la institución de un perfil prescrito en una visión futura que se comparta mediante el compromiso del personal con el trabajo.

Ante la información anterior, se concluye que las estrategias para impulsar el aprendizaje no se están gestionando adecuadamente dentro de estas organizaciones, por lo que la gerencia amerita direccionar el

aprendizaje concertando un perfil que fomente las acciones hacia el logro de la visión, instituyendo en la filosofía institucional conductas, mediante la capacitación continua del personal, asumiendo a su vez comportamientos que impulsen el aprendizaje hacia mejores indicadores. Para futuros estudios, se recomienda la consideración de dimensiones dentro del aprendizaje organizacional que permitan nutrir el desarrollo de la temática y el aporte a las organizaciones, no solo del sector manufacturero, sino en general.

Referencias Bibliográficas

- Angulo, R. (2017). Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral. *Informes Psicológicos*, 17(1), pp. 53-70
<http://dx.doi.org/10.18566/infpsic.v17n1a03>
- Barragán, C., García Guiliany, J. E., Meza Rodríguez, V. A., Mercado Zapata, M., & Olarte, L. (2019). Responsabilidad social empresarial en medios impresos en los Departamentos del Atlántico y Magdalena (Colombia).
- Beazley, H., Boenisch, J., & Harden, D. (2003). Knowledge continuity: the new management function. *Journal of Organizational Excellence*, 22(3), 65-81.
- Bracho, O. & García, J. (2011). Características personales del líder transformacional en las contralorías municipales del Estado Zulia. *Clío América*, 5 (10), 182-203
- Caridad, M., García, J. y Leal, M. (2009). Responsabilidad como factor de ventaja competitiva en las universidades privadas. *Centro de Investigación en Ciencias Administrativas y Gerenciales* (CICAG). Universidad Rafael Bellos Chacín. Maracaibo.
- Castañeda, D., & Pérez, A. (2005). ¿Cómo se produce el aprendizaje individual en el aprendizaje organizacional? Una explicación más allá del proceso de intuir. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 24, 1-15.
- Castro, B. et al (2020). El aprendizaje como eje estratégico del desarrollo organizacional en PyMES de Barranquilla (Colombia). *Revista Espacios*, Vol. 41 (41), 194-205
- Cazallo, A.; Barragán, C.; Meñaca, I.; Lechuga, J.; Uribe, C. y Martínez, H. (2019), Mercosur y la Alianza del Pacífico. Dos modelos de competitividad – país. *Revista Espacios*, 40 (18), 26-37.
- Chiavenato, I. (2012). *Administración*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Chiavenato, I. (2010). *Gestión del talento humano*. 4º Ed. McGraw – Hill Interamericana Editores, S.A de C.V. México.
- Durán, S.; Parra, M & García, J. /2018). El aprendizaje como técnica de mejora continua en la gestión de desarrollo organizacional en PyMES Colombianas. En *El conocimiento como base del desarrollo económico y social entre los retos actuales*, 1 (1), 97-127.
- Francés, A. (2006). *Estrategias y planes para la empresa. Con el cuadro de mando integral*, Pearson Prentice-Hall. Ediciones IESA. Gerencia y liderazgo responsable. México.
- Francés, Antonio. (2008a). Competitividad: lo peligroso es ignorarla. *Antología Debates IESA*, 10 - 21.
- Francés, Antonio. (2008b) ¿Cómo mejorar la competitividad de las empresas nacionales? *Antología Debates IESA*, 113 - 123.
- García, J., Cazallo, A., Barragán, C., Mercado, M., Olarte, L., & Meza, V.

- (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(22).
- Guns, B. (1996). *Aprendizaje organizacional. Cómo ganar y mantener competitividad*. Con Anundsen K. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.
- Hellriegel, D., Slocum, J. Woodman, R. (1999). *Comportamiento organizacional. Soluciones empresariales*. 8º Ed. Internacional Thomson Editores, S.A. de C.V. México.
- Hellriegel, D. y Slocum J. (1999). *Comportamiento organizacional*. 8ª Edición. CENGAGE Learning. México.
- Homenaje a Antonio Francés. (2008). *Competitividad, Gerencia y estrategias*. Antología debates IESA. Ediciones IESA. Caracas. Venezuela.
- Robbins, S. y Judge M. (2009). *Comportamiento organizacional*. Editorial Pearson Educación. 13º Edición. México.
- Tromp, L. & Orcasitas, M- (2014). *Gestión del conocimiento en el aprendizaje de las organizaciones*. *Renovat Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, Tecnología e Innovación*, Año 1 N° 1,11 – 21



CONTABILIDAD AMBIENTAL Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL SECTOR TURÍSTICO DE RIOHACHA



Elkin Fuentes Jiménez¹

Resumen

Esta investigación tiene como propósito analizar la contabilidad ambiental y su contribución al desarrollo sostenible en el sector turístico de Riohacha, demostrar su importancia y gestionar la aplicación de la misma en el sector turístico del Municipio de Riohacha. Para lograrlo, se empleó el enfoque transaccional descriptivo, experimental y de campo, donde se usó la encuesta auto-administrativa como instrumento para recabar datos. Como resultado, se consiguió evaluar la importancia que los empresarios guajiros le atribuye al

manejo de una contabilidad ambiental para mejorar el desarrollo sostenible en la capital del departamento de La Guajira. Los resultados obtenidos permiten concluir que los empresarios son plenamente conscientes de impacto positivo que la implementación de la contabilidad ambiental brinda al medio ambiente y al desarrollo sostenible del distrito, además, permite que se reconozca la responsabilidad social que tienen las organizaciones del distrito con el medio ambiente.

Palabras clave: *Contabilidad ambiental, desarrollo sostenible, turismo.*

ENVIRONMENTAL ACCOUNTING AND ITS CONTRIBUTION TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE TOURISM SECTOR OF RIOHACHA

Abstract

The purpose of this research is to analyze environmental accounting and its contribution to sustainable development in the tourism sector of Riohacha, to demonstrate its importance and to manage its application in the tourism sector of the Municipality of Riohacha. To achieve this, the descriptive, experimental and

field transactional approach was used, where the self-administrative survey was used as an instrument to collect data. As a result, it was possible to evaluate the importance that the Guajira entrepreneurs attribute to the management of environmental accounting in order to improve sustainable development in the capital of the department of La

¹Contador público, Instructor Investigador Sena– Regional Guajira. Correo: elkin_david33@misena.edu.co

Guajira. The results obtained allow us to conclude that the businessmen are fully aware of the positive impact that the implementation of environmental accounting has on the environment and the sustainable development of the district. Furthermore, it allows for the recognition of the social responsibility that the district's organizations have with the environment.

Keywords: Environment, accounting, development and tourism.

Introducción

Los saberes ancestrales de las comunidades Wayuu, así como su gastronomía han empezado a despertar oportunidades de crecimiento en el Sector Turístico de Riohacha, ayudando en cierta medida al desarrollo sostenible de la capital Guajira. Por lo que se hace necesario la implementación de una contabilidad con elementos específicos en pro de mitigar, prevenir y compensar los efectos ambientales; los cuales deben ser revelados y valorados apropiadamente en los estados financieros.

Es así pues que los contadores públicos que presten sus servicios a dichas empresas enfocadas al turismo deben incorporar políticas contables que regulen el impacto ambiental a nivel turístico; resaltando que la contabilidad ambiental no solo trata de la presentación de los estados financieros y sus elementos

relacionados, sino también reflejar el compromiso que tienen las empresas turísticas que ayudan el desarrollo sostenible respecto a los impactos ambientales.

Esta exploración en la contabilidad ambiental facilitará a los profesionales de la contabilidad la capacidad de poder conocer e interpretar problemas de carácter ambiental de tal forma que puedan brindar soluciones e informar a las empresas, en este caso, aquellas que funcionen en el sector turístico; acerca de los sistemas tributarios existente que tratan sobre la exoneración de impuestos a los contribuyentes en algunas actividades ambientales como lo son el pago de del impuesto sobre las ventas y una reducción de la base gravable sobre la cual se calcula el impuesto. Por lo que es necesario reconsiderar los procedimientos contables que generen compromisos dentro de las empresas turísticas respecto al impacto ambiental que ayuden a mejorar el desarrollo sostenible del Municipio de Riohacha.

Por estas razones, la presente investigación tiene como objetivo, analizar la contabilidad medioambiental y su contribución al desarrollo sostenible en el sector turístico de Riohacha. Para lograrlo, se procede a demostrar la importancia de la contabilidad medioambiental, generar una contribución que mejore el desarrollo sostenible del Municipio de Riohacha

y gestionar la aplicación de la contabilidad medioambiental en el sector turístico del Municipio de Riohacha.

Debido a lo anteriormente expuesto, la resolución de esta investigación busca hacer aportes al sistema de información contable ambiental y al desarrollo sostenible del Municipio de Riohacha mediante la implementación de herramientas y técnicas que den soluciones de tipo informativa a las empresas del sector turístico. Para lograrlo se usó el método transaccional descriptivo, experimental y de campo como pilares para la resolución de los objetivos propuestos inicialmente.

Fundamento teórico

Contabilidad ambiental

Partiendo de que la contabilidad es el arte de captar, registrar, clasificar, resumir, reportar e informar en forma significativa y en términos cuantitativos, las operaciones, gestiones y hechos ocurridos durante un determinado periodo de tiempo y además que la contabilidad está en función de la sociedad y responde a las necesidades de ésta, es así como es pertinente el surgimiento de un nuevo modelo para los sistemas de información, ya que éstos deberán permitir reflejar adecuadamente la situación o contexto informativo para el análisis y evaluación desde la nueva perspectiva concebida, en función de los ahora diferentes

requerimientos de información relevantes para el usuario.

Una buena demostración de esta nueva perspectiva, se da en la franca decadencia del pensamiento que tiene la sociedad referente a que el lucro genera empleo, renta, prosperidad y bienestar, pues el lucro, como la ecología lo está probando, no genera necesariamente calidad de vida. La relación entre la ecología y la contabilidad se ha visto plasmada en virtud de la problemática medioambiental presentada en las empresas.

Es así como la sociedad es testigo de la fuerte influencia que está ejerciendo la ecología en la economía de las empresas. Una visión mucho más amplia de esta relación es que la contabilidad pasó a ser imprescindible al momento de querer enfrentar el problema ambiental, pues se dice que: para hacer frente a los problemas de conservación del medio ambiente, las empresas cuentan con muchos procedimientos y técnicas de administración, varios de los cuales están directamente relacionados con las funciones de la contabilidad.

En este sentido la incorporación de la contabilidad a las materias ambientales viene a llenar una necesidad referida a la forma de cuantificar, registrar e informar los daños causados al medio ambiente y las acciones preventivas o correctivas necesarias para evitarlos (medidas de protección ambiental). La búsqueda de soluciones al problema

medioambiental exige a las empresas el perfecto conocimiento del problema, conocerlo implica explicar el impacto de hoy sobre el futuro, y explicar es un concepto que considera conocer, identificar, denominar, divulgar, reportar y comunicar.

Es entonces aquí donde se empieza a relacionar la ecología con la contabilidad, ya que la ciencia del proceso contable como ya se dijo capta, registra, reporta e informa. ¿En qué difiere la contabilidad financiera tradicional de la contabilidad ambiental? La contabilidad financiera tradicional mide resultados financieros a partir del consumo humano de recursos de capital. La contabilidad ambiental orientada a las medidas de protección al medio ambiente, pretende medir todos los recursos de capital natural comprometidos en el proceso productivo (Valencia, 2009).

De acuerdo con Maresma (2016), la contabilidad ambiental ha logrado darle un matiz económico y financiero al uso, cuidado y conservación del medio ambiente, convirtiéndose en una herramienta para la toma de decisiones que genere beneficios no solo para las organizaciones sino también al medio natural que nos rodea. Así mismo, plantea la necesidad de adoptar técnicas que sean capaces de adaptarse en pro de mitigar los daños que provocan la emisión de residuos al entorno natural, manteniendo la información

económica que permita tomar las mejores decisiones con respecto a métodos y tecnologías que puedan utilizarse para mitigar los impactos que se ocasionan al medio ambiente.

La necesidad de una contabilidad ambiental se debe a la importancia de realizar una medición del capital natural y su impacto en el desarrollo, pues aunque las cuentas convencionales consideran una parte del capital natural, dejan a un lado elementos ambientales de gran importancia para el desarrollo económico que requieren de medición y monitoreo, con el fin de determinar las condiciones de escasez y degradación natural, ya que el agotamiento y deterioro del medio ambiente ponen en riesgo las condiciones de sostenibilidad del sistema económico y el bienestar social (Murcia, 2010).

En este orden de ideas, Arrieta, Ávila y Herrera (2016), plantean que, si un bien ambiental posee un valor económico, producto de una correcta aplicación de metodologías para la determinación del mismo, entonces la afectación por intervenciones realizadas por el ser humano sobre la tierra en cuanto a la calidad y cantidad de bienes y servicios ambientales recibidos, se considerarían como un costo ambiental.

Es así que la preocupación a nivel mundial por problemas de desarrollo

que se discutieron en La Cumbre de la Tierra en los años de 1992, dejó manifestado la necesidad de la sostenibilidad como medio para asegurar el desarrollo generando interés por el manejo adecuado de los recursos naturales y nuevas demandas de información que reflejaran la vinculación de las actividades económicas con el medio ambiente (Barraza y Gómez, 2005).

Es importante destacar que la gestión contable debe ser abordada a través de la información que ofrecen las ciencias económicas, contables y de gestión ambiental, eliminando fronteras del conocimiento sobre la información que brinda cada ciencia en su concepción teórica. Los problemas ambientales y la sostenibilidad de los recursos naturales deben ser abordados con carácter sistémico e interdisciplinario que integre conocimientos y muestre la información necesaria para el cuidado y conservación del medio ambiente (Cañizares, 2016).

No obstante, las empresas deben estar al tanto del daño que causa su actividad económica al medio ambiente y reconocer su responsabilidad social a través de la contabilidad, por lo que la disciplina enfrenta el desafío de satisfacer la demanda de información de los responsables de las decisiones, no solo de índole económico-financiera, sino también socio-ambiental (Sánchez y Bifaretti, 2013). Ello permitirá desarrollar estrategias para

fomentar un desempeño más eficiente.

Lo anterior se relaciona con la inclusión de elementos relacionados con el medio ambiente entre las cuentas de una organización. En dicho concepto, la evolución de «ganancias» o «pérdidas» trasciende el ámbito contable en cuanto a su cuantificación monetaria, para verse reflejado de manera global. De ello resulta una evaluación de las acciones de la empresa y su impacto sobre el medio ambiente. El objetivo principal de la contabilidad ambiental es evaluar el uso de recursos y el impacto financiero de estos costos sobre la economía general de la empresa (Padilla, 2008).

La contabilidad ambiental, turismo y desarrollo sostenible.

Los estudios asociados a la contabilidad y el medio ambiente incrementan su importancia dentro de las investigaciones contables por las implicaciones que tiene esta temática en la búsqueda del añorado desarrollo sostenible y en la necesidad de hallar alternativas para que las empresas logren internalizar las externalidades medio ambientales (Torres y Mesa, 2011).

Visto que el desarrollo económico y la degradación del medio ambiente han provocado una lucha constante por el logro de la sostenibilidad que se precisa con urgencia. El concepto de sostenibilidad es polémico y

contradictorio; muchos autores consideran como elemento clave para su definición el equilibrio entre los factores económicos, sociales y ambientales. (Mateo, 2002); (McKeown, 2002); (Pelegrín y Urra, 2004); (Cano, 2008); (Moreno, 2009); (Murcia, 2010); (Barrero, 2011). Una de las preguntas más importantes que se deben responder es si realmente se siguen pautas que logren la sostenibilidad; es decir, si se cuenta con indicadores que alerten sobre la evolución positiva o negativa de este proceso.

En la economía neoclásica, siempre y cuando se pueda dar por sentado que un individuo posee toda la información relevante, no puede haber un fundamento ético para tratar de modificar sus preferencias. No puede existir un fundamento para decir que se deba alentar el gusto por el ciclismo y que se deba desalentar el gusto por conducir vehículos motorizados. En la economía ecológica, sí puede existir un fundamento ético para comparar, evaluar y tratar de modificar preferencias.

Los economistas ecológicos se pronunciarían a favor del argumento de que se debe educar el gusto para que se incline por el ciclismo y para que no elija los vehículos motorizados, basándose en que el aumento del ciclismo y la disminución del uso de vehículos motorizados promueven la salud individual y social. Esos economistas consideran

que la sostenibilidad es un requerimiento de la salud social. En la economía ecológica, los requerimientos de la sostenibilidad son una fuente de criterios normativos (Common, Paños, CÁL, y Cadenas, 2015).

La experiencia práctica en la investigación del desarrollo socio económico local en el país nos ha permitido establecer que lo que es característico para la media del desempeño del desarrollo de un municipio no coincide exactamente, hasta el grado de diferir en los niveles de correlación que es posible medir, con el nivel y características determinantes del desarrollo socio económico local de localidades que le integran, como Consejos Populares y asentamientos poblacionales.

De ello se deriva que los procesos de desarrollo socio económico local son de índole particular para cada espacio que sea considerado en el análisis. De ello se desprende que una regla común, un programa único, una estrategia uniforme, lejos de llevar al impulso del desarrollo socio económico local, puede provocar la dilapidación de los recursos escasos que posee la sociedad y el fracaso en el alcance de los propósitos, resultados o metas previstos (López y Pino, 2016).

Ante la realidad que nos apremia, se impone la necesidad de crear una estrategia global de desarrollo

sostenible, pues resulta preocupante la explotación a la que están sometidos importantes recursos naturales, como las reservas de agua dulce, los suelos y la biodiversidad de las naciones subdesarrolladas (Pichs, 2012). Por tal razón cada vez se pueden encontrar más autores que basen sus ideas de sostenibilidad o desarrollo sostenible a la necesidad de asegurar el suministro de servicios ambientales.

La Organización Mundial del Turismo [OMT] define el turismo sostenible como el turismo que integra las necesidades de los turistas y regiones actuales con la protección y aprovechamiento de las oportunidades para el futuro, fiel al enfoque general de la sostenibilidad (Blancas, González, Lozano y Pérez, 2010). El turismo sostenible conlleva la gestión de todos los recursos, bien sean económicos, sociales o medioambientales, de modo que se mantenga la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que permiten la vida. En suma, el turismo sostenible es aquel que hace posible el encuentro entre las necesidades de los turistas y las de las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que se protegen y aprovechan las oportunidades de futuro. Precisamente Romagosa, Priestley y Llurdés, (2011) afirman que desde que la OMT reformuló su definición de turismo sostenible en 2004 se le ha atribuido una mayor importancia a la consecución del equilibrio entre los parámetros medioambientales,

económicos y sociales, incluyendo objetivos de reducción de la pobreza.

Para Timur y Getz, (2009) la sostenibilidad económica asociada al turismo tiene como objetivo básico conseguir la máxima eficiencia en la gestión de los recursos monetarios, tanto para las generaciones presentes como futuras. Naturalmente, la empresa turística también debe ser económicamente sostenible. La sostenibilidad ambiental se refiere al desarrollo turístico que es compatible con los procesos biológicos. La sostenibilidad socio-cultural se refiere a que el desarrollo turístico sea compatible con los valores culturales y la identidad de la población residente.

En la actualidad, por tanto, el desarrollo del turismo sostenible presupone no sólo la viabilidad del turismo a largo plazo, sino también la no degradación del medio físico y humano de los destinos turísticos (Padin, 2012). Por tanto, el desarrollo sostenible de la localidad en el ámbito turístico implica una evolución donde la población obtenga beneficios económicos mediante el uso adecuado de los recursos disponibles en su propio territorio.

Métodos

Metodológicamente el tipo de investigación es transaccional descriptiva, experimental y de campo la población conformada por las

empresas turísticas en el Municipio de Riohacha con el objetivo de conocer cuál es la información que estas empresas manejan de tipo ambiental y que de tal forma se pueda realizar un contraste acerca de su perspectiva ante el problema y la posibilidad de cambios necesarios para la clave del desarrollo sostenible.

La población objeto de estudio son las siguientes agencias turísticas: Alta Guajira Tours, Cabo de la vela Tours, Wayuu Tours, Grupo Guajira travel (agencias de viajes y hospedaje), Aviatur Riohacha, Turismo la Guajira Macuira Tours S.A.S, Luna Tours, Arpushana Tours, Guajira Dream Riohacha – Agencia de viajes, Guajira Tours, Guajira mágica excursiones Riohacha, Guajira Mundo agencia de viajes y turismo. De las cuales tomando una muestra del 25% utilizando el método aleatorio simple reflejo tres agencias

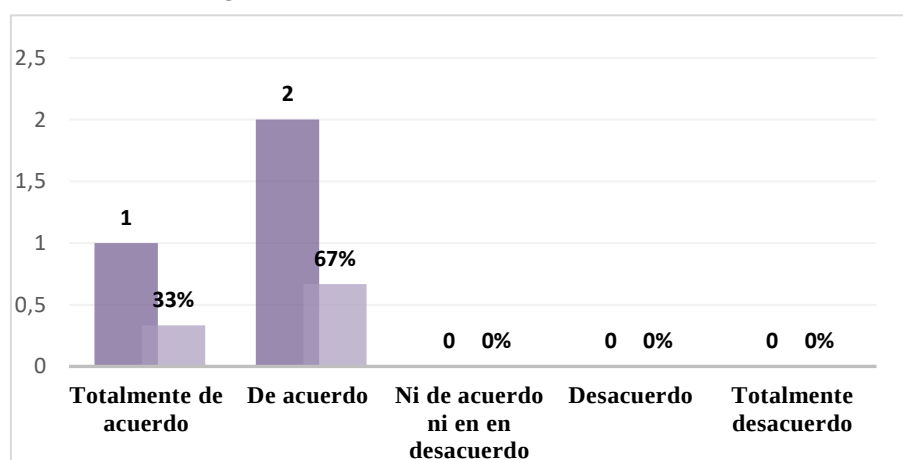
a encuestar que son : Alta Guajira Tours, Cabo de la vela Tours, Wayuu Tours.

La técnica utilizada es la encuesta auto-administrativa, aplicada a una muestra extraída de la población objeto de estudio (Azorín y Sánchez-Crespo, 1994).

Resultados

Para dar cumplimiento con la investigación y teniendo en cuenta si los encuestados consideran que su empresa es responsable y está comprometida con la protección del medioambiente, el 67% de las empresas manifestaron estar de acuerdo con que su empresa es responsable y comprometida con el medio ambiente y el 33% de las empresas manifestaron estar totalmente de acuerdo, tal como lo muestra la figura 1.

Figura 1. Beneficio de la contabilidad ambiental.

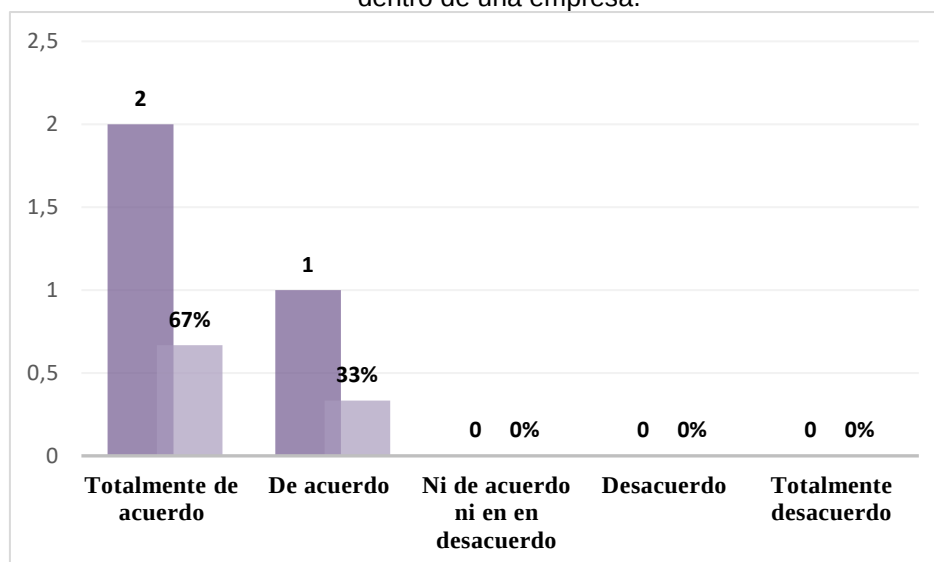


Fuente: Elaboración propia (2019).

Según los encuestados, el 67% de las empresas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo en que la contabilidad ambiental no solo es beneficiosa para

las empresas sino también para la sociedad en general y el 33% de las empresas manifestaron estar de acuerdo, tal como lo muestra la figura 2.

Figura 2. Necesidad de la implementación de una contabilidad ambiental dentro de una empresa.

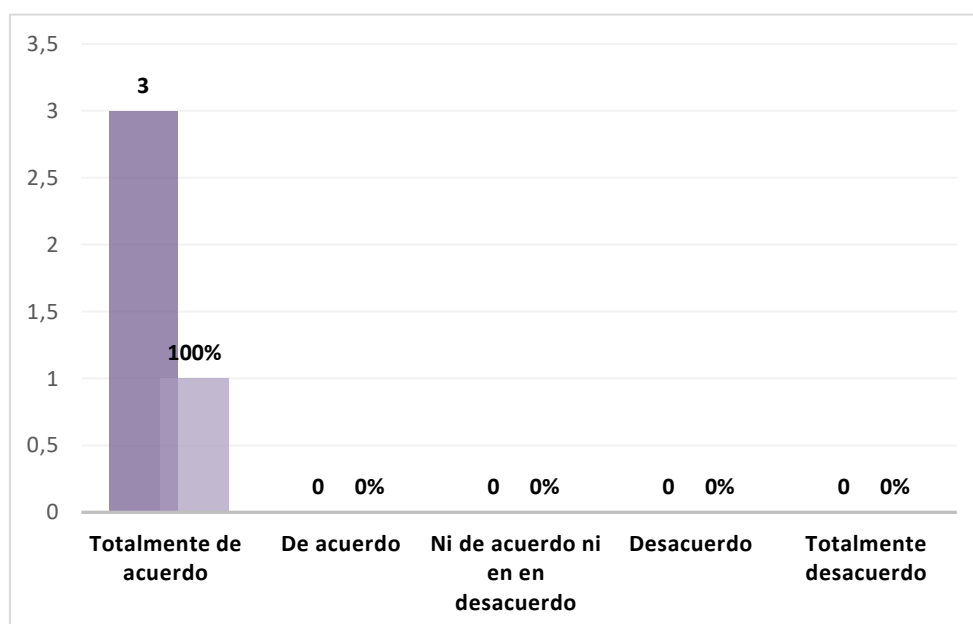


Fuente: Elaboración propia (2019).

El 100% de las empresas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo con que se necesita la implementación de la

contabilidad ambiental dentro de una empresa en pro de mitigar, prevenir y compensar los daños ambientales, tal como lo indica la figura 3.

Figura 3. Implementación de una contabilidad ambiental en la empresa.

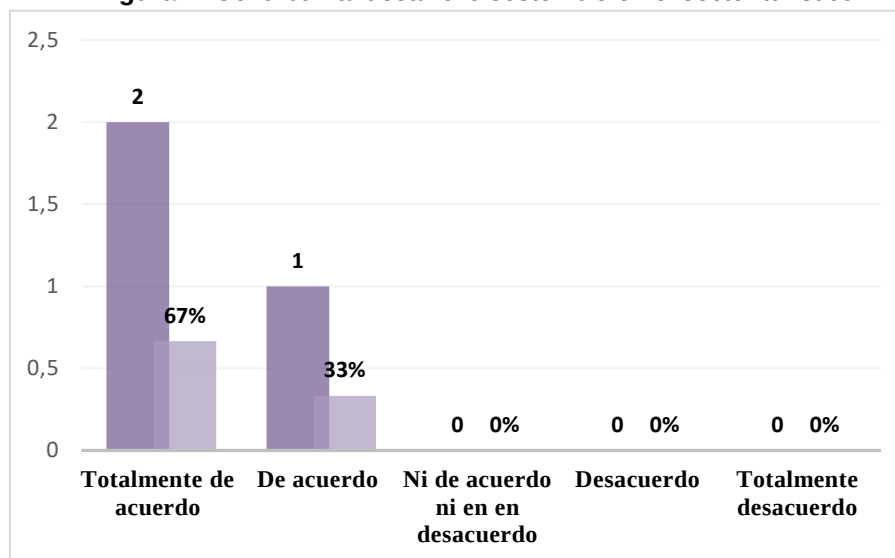


Fuente: Elaboración propia (2019).

Así mismo, el 67% de las empresas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo con la implementación de una contabilidad

ambiental en su empresa y el 33% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo, tal como lo muestra la figura 4.

Figura 4. Contribuir al desarrollo sostenible en el sector turístico.

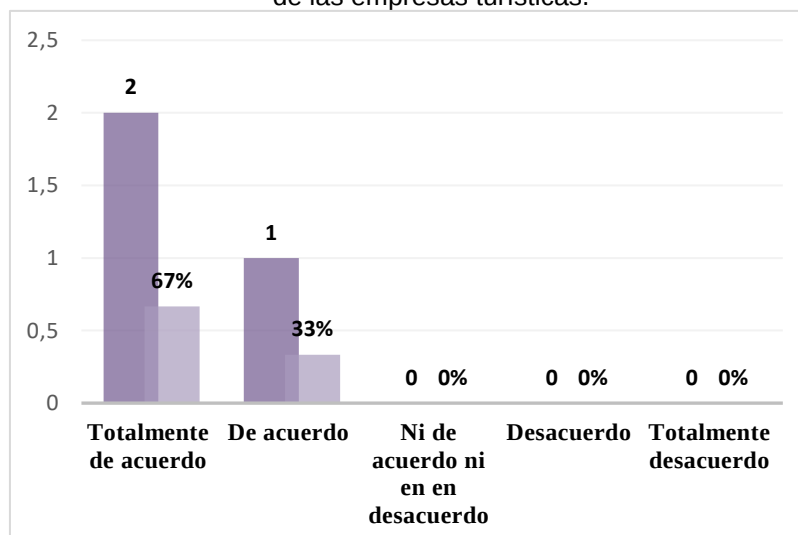


Fuente: Elaboración propia (2019).

Además, el 67% de las empresas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo con que la contabilidad ambiental puede

contribuir al desarrollo sostenible en el sector turístico de Riohacha, tal como lo indica la figura 5.

Figura 5. Procedimientos contables que generen impacto y compromiso dentro de las empresas turísticas.



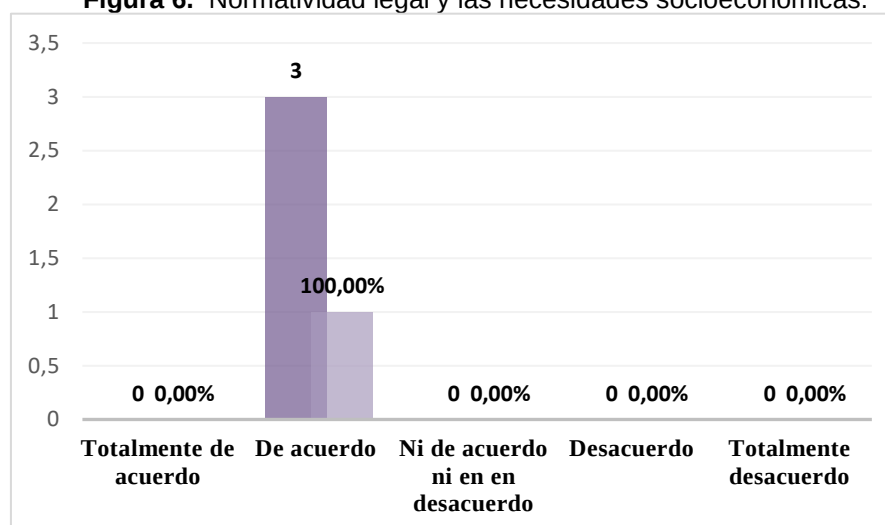
Fuente: Elaboración propia (2019).

El 100% de las empresas encuestadas manifestaron estar de acuerdo con que es necesario

reconsiderar los procedimientos contables que generen impacto y compromiso dentro de las empresas

turísticas respecto al deterioro ambiental, tal como lo muestra la figura 6.

Figura 6. Normatividad legal y las necesidades socioeconómicas.

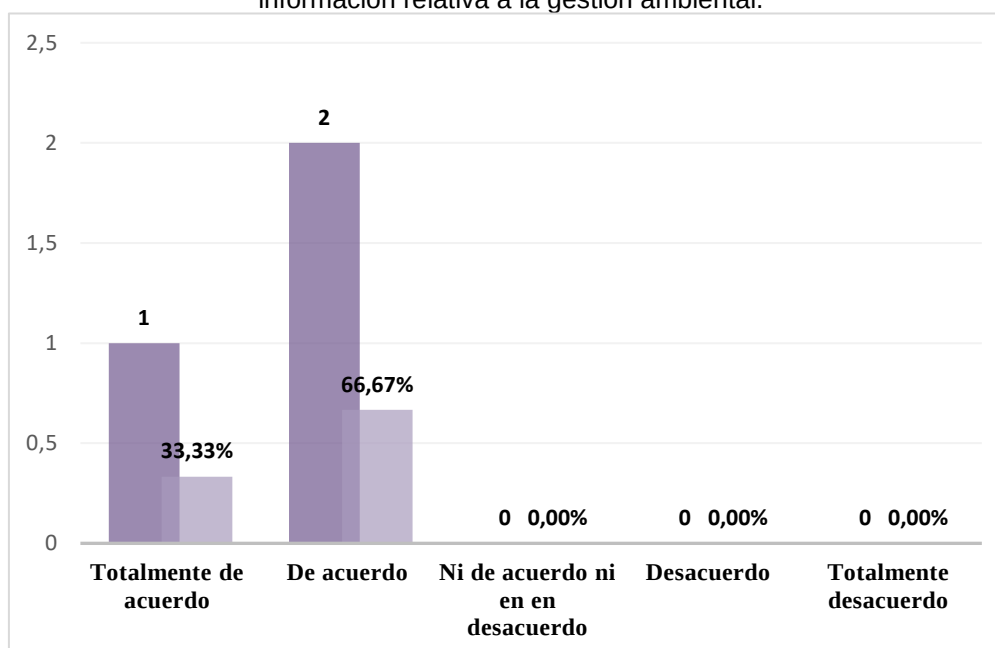


Fuente: Elaboración propia (2019).

El 66,6% de las empresas encuestadas manifestaron estar de acuerdo con que se cumpla la normatividad legal y las necesidades socioeconómicas para la protección

del medio ambiente y el 33,3% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo, tal como lo muestra la figura 7.

Figura 7. En caso de que el gobierno Nacional considere de obligatorio cumplimiento información relativa a la gestión ambiental.

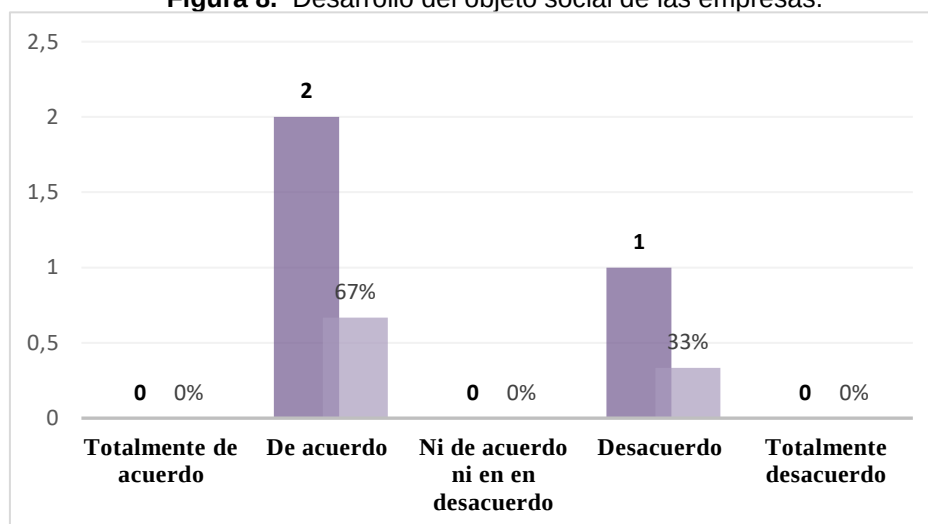


Fuente: Elaboración propia (2019).

El 67% estuvo de acuerdo con que en el caso de que el gobierno Nacional considere de obligatorio cumplimiento la revelación en sus estados financieros y políticas

contables información relativa a la gestión ambiental y el 33% de los encuestados manifestaron estar en desacuerdo, tal como lo indica la figura 8.

Figura 8. Desarrolló del objeto social de las empresas.

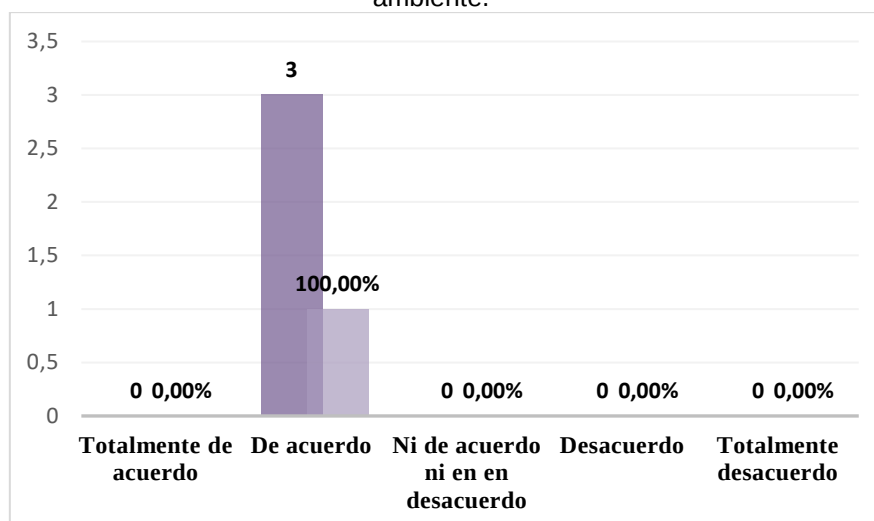


Fuente: Elaboración propia (2019).

El 100% de las empresas encuestadas manifestaron estar de acuerdo considerando que el desarrollo de su objeto social

contribuye al desgaste y deterioro del medio ambiente, tal como lo indica la figura 9.

Figura 9. Desarrollo de su objeto social contribuye al desgaste y deterioro del medio ambiente.

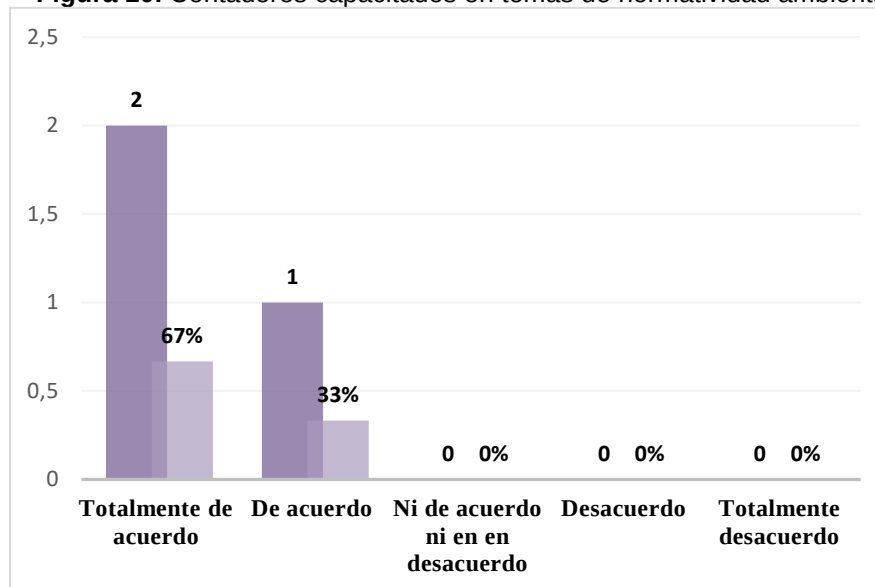


Fuente: Elaboración propia (2019).

El 67% de las empresas encuestadas manifestaron totalmente de acuerdo con que es necesario que los contadores se encuentren capacitados en temas de normatividad ambiental, ya que los profesionales de la contabilidad en la actualidad deben

ser personas capaces de poder conocer e interpretar problemas no solo de tipo empresarial sino también aquellos de carácter ambiental. El 33% de los encuestados manifestó estar de acuerdo, tal como lo muestra la figura 10.

Figura 10. Contadores capacitados en temas de normatividad ambiental.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Discusión y conclusión

En los últimos años la importancia de la contabilidad ambiental, ha generado análisis y cuestionamientos: en la contabilidad administrativa constituye un elemento esencial en los sistemas de información de la gestión ambiental, en la contabilidad financiera, el problema más urgente que debe resolver la contabilidad ambiental es el de los pasivos ambientales; de otro lado, debe considerarse la incidencia en las cuentas nacionales. Se hace necesario fijar criterios técnicos para el tratamiento de los ingresos ambientales de la empresa en

determinadas situaciones, tal como lo señala Arrieta, Ávila y Herrera (2016).

Lo anterior es responsabilidad de la profesión para lograr analizar las nuevas situaciones que se presentan y entrar a definir los criterios técnico-contables para enfrentarla, como lo da a entender Padilla (2008).

Gracias a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, es posible concluir que las entidades encuestadas reconocen y reciben la contabilidad ambiental en sus organizaciones, la cual les permitiría un menor impacto negativo al medio ambiente. Lo hallado permite que sea

posible ayudar a fortalecer los conocimientos del manejo de esta en las empresas del sector turístico de Riohacha. Cabe resaltar que es oficialmente Distrito Especial, Turístico y Cultural en Colombia, por lo tanto, las empresas deben estar al tanto del daño que causa su actividad económica al medio ambiente y reconocer su responsabilidad social a través de la contabilidad, tal como se ratifica en las encuestas realizadas.

Referencias bibliográficas

- Azorín, F., y Sánchez-Crespo, J. L. (1994). *Métodos y aplicaciones del muestreo*. Madrid: Alianza.
- Arrieta, J. J. V., Ávila, I. F. S., y Herrera, A. E. C. (2016). Análisis de los métodos de valoración de costos ambientales: una mirada desde la investigación contable ambiental. Caso: construcción de la doble calzada vía al mar Cartagena-Barranquilla, tramo 1. *Sotavento MBA*, (27), 86-92.
- Barraza, F., y Gómez, M. (2005). *Aproximación a un concepto de contabilidad ambiental*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Blancas, F. J., González, M., Lozano-Oyola, M. y Pérez, F. (2010). La evaluación del turismo sostenible: aplicación a destinos costeros españoles. *Indicadores ecológicos*, 10(2), 484-492.
- Cañizares, M. (2016): «Procedimiento para cuantificar los costos de las actividades ambientales en la gestión de sostenibilidad del recurso agua potable», *Cofin Habana*, 11(2), La Habana, pp. 160-183.
- Common, M., Paños, C., y Cadenas, M., (2015), *Introducción a la economía ecológica*, Editorial Reverté, Barcelona.
- Lea, M. E. (2011). "Análisis y prospectiva de la contabilidad del medio ambiente en México", ponencia, Congreso Internacional de contaduría, administración e informática, México D.F
- López, B., y Pino, A., 2016, *Indicadores de economía ecológica para alcanzar la sustentabilidad: ejemplo de caso: América Latina*, Editorial Universitaria, La Habana.
- Maresma-Hernández, Y, (2016). *Contabilidad de costos ambientales en la industria cárnica, recomendaciones para su desarrollo*. Ciencias Holguín [en línea] [Fecha de consulta: 2 de junio de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181546432001>> ISSN
- Mateo, J. M. (2002): *Medio ambiente y desarrollo*, Universidad de Bogotá.
- Moreno, D. (2009): «Valoración económica del uso de tecnologías de saneamiento ecológico para aguas residuales domiciliarias», *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, vol. 13(1), pp. 1-13.
- Murcia, D. M. (2010). «El sistema de cuentas económicas ambientales integradas: medición de la sostenibilidad del desarrollo», *Departamento de Administración Nacional de Estadística (DANE)*, 1(8), pp. 1-10.
- Padin, C. (2012). *Un modelo de planificación turística sostenible: componentes y relaciones*. *Revisión de negocios europeos*, 24(6), 510-518.
- Pelegrín, A. y Urra K. (2004): «La contabilidad y el medio ambiente. Procedimientos para su evaluación y análisis desde la óptica de la gestión empresarial», *Quehacer Científico*, 1(1), pp. 88-96.
- Romagosa, F., Priestley, G. y Llurdés, J. C. (2011). *El turismo en el marco de una estrategia de planificación sostenible general en Cataluña*. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*, 57, 267-293.

Sánchez, V. A. y Bifaretti M. (2013). "La importancia de la inserción de la contabilidad socio-ambiental en el currículo del contador público", ponencia, XXX conferencia interamericana de contabilidad, Uruguay.

Timur, S. y Getz, D. (2009). Desarrollo del turismo sostenible: ¿cómo perciben las partes interesadas del destino el turismo urbano sostenible? Desarrollo sostenible,17(4), 220-232.

Valencia, N. (2009), Participación de la contabilidad en la rendición de cuentas y presentación de informes de las empresas: bajo la visión de desarrollo sostenible, El Cid Editor | apuntes, Córdoba.

LABORATORIO DE IDEACIÓN Y CO-CREACIÓN: UNA PROPUESTA DE ADECUACIÓN CENTRADA EN LA COLABORACIÓN PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE I+D+I

Volumen 5 Núm. 2 pp. 54-69. Julio – Diciembre 2020 ISSN: 2619-2896 Recibido: 05-07-2020 Aceptado: 16-09- 2020

Carlos Alberto Redondo Robles¹
Eufemia Margarita Pacheco Maya²

Resumen

El estudio se realizó con la finalidad de presentar fundamentos teóricos que sustentan la propuesta de adecuación del Aula TIC del Centro Industrial y de Energías Alternativas (SENA Regional Guajira), como Laboratorio de ideación y co-creación para la formulación de proyectos de I+D+i de manera colaborativa, en apoyo al desarrollo tecnológico de La Guajira. La investigación es de corte cualitativo de tipo descriptivo, no experimental basada en revisión bibliográfica y apoyada en la metodología de Marco Lógico. Se logró organizar y estructurar las bases teóricas y conceptuales que permiten

fundamentar la propuesta, a partir de importantes hallazgos en relación a la integración de TIC en espacios de formación e investigación. Se concluyó que, con la propuesta de adecuación, no solo se tributa al mejoramiento de la calidad de la formación, sino a la construcción de escenarios constructivistas de aprendizaje centrados en la colaboración, para la formulación de proyectos de I+D+i, la co-creación y la resolución de problemas en beneficio de la sociedad.

Palabras clave: Adecuación, Ideación, Co-creación, Ambiente de aprendizaje, Colaboración.

¹ Magíster en Pedagogía de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” Regional Guajira. Centro Industrial y de Energías Alternativas. Instructor investigador. Correo: caredondo8@misena.edu.co.

² Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” Regional Guajira. Centro Industrial y de Energías Alternativas. Coordinadora Académica. Correo: epacheco@sena.edu.co

IDEATION AND CO-CREATION LABORATORY: AN ADEQUACY PROPOSAL FOCUSED ON COLLABORATION FOR THE FORMULATION OF R + D + I PROJECTS

Abstract

The study was conducted in order to present theoretical foundations that support the proposal of Modernization ICT Classroom in the Centro Industrial y de Energías Alternativas (SENA Regional Guajira), as Laboratory for ideation and co-creation for formulation of R+D+ i projects collaboratively, in support of technological development in La Guajira. The research is qualitative, descriptive, non-experimental, based on bibliographic review and supported by the Logical Framework Methodology. It was possible to organize and structure the theoretical and conceptual foundations to base the proposal, according to important findings about ICT integration in learning and research environments. It was concluded that the modernization of ICT Classroom not only contributes to the improvement of the quality of training, but the construction of constructivist learning environment focused on collaboration, for the formulation of R+D+I projects, co-creation and problem solving for the benefit of society.

Keywords: Adequacy, Ideation, Co-creation, Learning Environment, Collaboration.

Introducción

La Modernización de ambientes de aprendizaje desde los

lineamientos SENNOVA como línea de investigación adscrita al programa de Desarrollo Tecnológico, tiene como propósito “adoptar tecnologías y actualizar ambientes de aprendizaje, apoyando el fortalecimiento de proyectos de I+D+i y favoreciendo el mejoramiento tecnológico de las herramientas y condiciones de los ambientes, para responder a los procesos de calidad en los programas de formación...” (SENA, 2020), lo cual implica la disposición de recursos, medios educativos y herramientas tecnológicas de vanguardia que además de mediar los procesos formativos, permitan desarrollar habilidades y destrezas en el campo de la investigación, a partir de la solución de problemas reales del sector productivo.

Por consiguiente, el presente artículo tiene como finalidad presentar los fundamentos teóricos y conceptuales que permitan sustentar la propuesta de adecuación del Aula TIC del Centro Industrial y de Energías Alternativas del SENA Regional Guajira, como Laboratorio de Ideación y Co-creación para la formulación de manera colaborativa de proyectos de I+D+i. En decir, se busca sentar las bases teóricas que orienten la propuesta de adecuación del Aula TIC, con miras a configurar

espacios adecuados y modernos que faciliten la interacción, el acceso a nuevas tecnologías, el trabajo mancomunado entre diferentes actores sociales (instructores, aprendices, comunidad y sector productivo), para la formulación de proyectos que apunten a la solución de problemas reales, en apoyo al desarrollo tecnológico del departamento de La Guajira; una región marcada por los bajos índices de Innovación, bajos niveles de registro de software y poca sofisticación de su estructura productiva, según lo expuesto en el documento Índice Departamental de Innovación para Colombia - IDIC (2019).

El artículo inicia con los antecedentes de la investigación y las bases conceptuales a la luz de revisión bibliográfica en diferentes fuentes tales como: instrumentos de planeación regional, agendas departamentales, planes tecnológicos y algunos autores que permiten comprender la importancia y pertinencia de la propuesta de adecuación. Seguidamente, la descripción del método usado para la investigación, resultados obtenidos, discusión de los aspectos claves con relación a los soportes bibliográficos consultados y, por último, las conclusiones y referencias bibliográficas.

Fundamento teórico

Antecedentes

A nivel mundial en el ámbito de la Educación Superior, se realizan importantes inversiones para la conformación de centros tecnológicos cuyos ejes estratégicos se basan en la generación y valorización del conocimiento, la colaboración y cooperación con los agentes económicos y sociales, así como la contribución al crecimiento tecnológico e innovación, como base de la actividad productiva, con una infraestructura tecnológica que responde a las necesidades de los proyectos de I+D+i en diferentes áreas del saber. Tal es el caso de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER), la cual cuenta con seis (6) centros propios, ubicados en diferentes países del mundo, son ellos (FUNIBER, 2018):

El Centro de innovación Tecnológica Industrial de Colombia (Bogotá, Colombia), el Centro Tecnológico de Ingeniería de Software y Tecnologías Digitales Educativas (Guayaquil, Ecuador), El Centro de Investigación y Tecnología Industrial de Cantabria (Santander, España), el Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías Alimentarias y Nutrición (Lima, Perú), el Centro de Innovación y Transferencias Tecnológicas de Campeche (Campeche, México) y el

Centro Jurídico de Investigación y Desarrollo (Guatemala, México).

Todos estos centros tienen en común la disponibilidad de herramientas tecnológicas, equipos y espacios adecuados para la investigación, formación académica, la co-creación y la generación de soluciones ante diversas problemáticas, relacionadas con sus ejes estratégicos y líneas de actuación. Por otro lado, Rodríguez (2019) en su investigación titulada “Laboratorios de innovación pública: apuntes para una hoja de ruta en materia de buenas prácticas”, permite tener una radiografía a nivel internacional de casos de laboratorios de innovación pública americanos y europeos, a partir de un estudio comparativo de diez casos por cada continente, en donde realizó importantes conclusiones.

Una de estas conclusiones gira en torno a considerar la colaboración como “columna vertebral de los laboratorios de innovación pública”, en los cuales predomina el abordaje de temáticas ligadas a la tecnología, los datos y la participación ciudadana, empleando las TIC como mediaciones para lograr interacciones con la ciudadanía, con una visión de la tecnología “como un medio, no como fin, de los procesos de innovación”, los cuales comprende desde Grandinetti (citado en Rodríguez, 2019), al expresar que “los procesos de innovación se

construyen a partir del intercambio, el aprendizaje, la creatividad y la adaptación, y no desde el trasplante de formas exitosas”. Además, este investigador concluye que en estos espacios se da prioridad al uso de software libre y de código abierto, y que se involucra a la ciudadanía como base para la generación de políticas públicas en materia de innovación.

En Colombia, a través de iniciativas de MINCIENCIAS (antes COLCIENCIAS), se ha venido adelantando políticas en el marco del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, para el reconocimiento de Centros de Desarrollo Tecnológicos, entendidos como “Organizaciones públicas o privadas, dedicadas al desarrollo de proyectos de investigación aplicada, el desarrollo de tecnología propia y actividades de transferencia que responden a necesidades y/o oportunidades de desarrollo social y económico del país, sus regiones y/o ciudades” (MINCIENCIAS, 2019), las cuales según esta misma fuente, se tipifican en centros autónomos o independientes (con autonomía administrativa y financiera) y centros dependientes (adsritos a una entidad pública o privada), cuya actividad nuclear es la investigación aplicada y desarrollo tecnológico. Dichos centros se encuentran dotados de equipos, nuevas tecnologías de la información e

infraestructura para el desarrollo de actividades de I+D+i.

En artículo publicado por Enciso (2019), de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de la ciudad de Bogotá, titulado “Un espacio donde las ideas se transforman en prototipos”, describe lo que han denominado “Tadeo Lab”, configurado como laboratorio cuyo foco es la “participación ciudadana a través de la vinculación de los estudiantes con las comunidades, quienes desarrollan proyectos reales de alta incidencia” (Enciso, 2019). Este laboratorio, según lo publicado en el artículo, precisa que es un “escenario de investigación-creación, que desafía las lógicas tradicionales de la enseñanza y el aprendizaje con modelos de innovación pedagógica, co-creación y estrategias colaborativas” el cual tiene su centro en la participación ciudadana, propiciando experimentación en arte, ciencia y tecnología.

Por otro lado, en Boyacá (Colombia), según los investigadores Zea et al (2019), se realizó el diseño y construcción de un laboratorio móvil de innovación y co-creación, cuyo resultado final consistió en un “dispositivo modular construido a partir de un material compuesto de una matriz polimérica y un refuerzo en fibra de vidrio y Coremat”, configurado como un laboratorio

“para facilitar, promover, acercar y dinamizar procesos de transferencia de conocimiento en diseño, innovación, tecnología e investigación en municipios de Boyacá que presentan dificultades de acceso a estos recursos”. Así, ambas investigaciones permiten vislumbrar los adelantos en el país en materia de usar espacios destinados a la formación, la investigación y el apoyo al desarrollo tecnológico de las regiones.

Finalmente, en la Guajira, según investigación realizada por Palacios y Cotes (2016), titulada “Innovación tecnológica. Caso: Centro de Audiovisuales de la Universidad de la Guajira colombiana”, se presenta como referente el Centro de Audiovisuales de esta universidad, con sede principal en Riohacha y subsede en el municipio de Maicao, el cual según los investigadores “funciona como una unidad de apoyo para los procesos académicos y administrativos” en la cual se emplean equipos y sistemas de información que permiten apalancar el conocimiento organizacional, logrando producción de innovaciones incrementales y radicales a través del “desarrollo de aplicaciones para nuevos servicios, que consisten básicamente en nuevas aplicaciones de software, con los cuales han mejorado la eficacia de los procesos académicos y administrativos”.

En síntesis, el panorama internacional, nacional y regional, permiten vislumbrar la pertinencia, necesidad y viabilidad de la adecuación del aula TIC del Centro Industrial y de Energías Alternativas, como un laboratorio dotado con tecnologías de vanguardia y la disponibilidad de un espacio físico en el que interactúan diferentes actores para la ideación y co-creación, formulando de manera colaborativa proyectos de I+D+i para apoyar el desarrollo tecnológico en la región, la innovación y la investigación, además del fortalecimiento de los procesos formativos.

Acerca de la importancia de la infraestructura física y tecnológica para la formación

La infraestructura de los Centros de Formación comprende los servicios y espacios que permiten la ejecución de la formación SENA. Sus características contribuyen a la conformación de los ambientes de aprendizaje en los cuales se orienta la formación de los aprendices y se proporciona los medios para el desarrollo de competencias, garantizando en todo momento su seguridad y bienestar. Estos ambientes de aprendizaje deberán estar basados en el Modelo Pedagógico implementado por la Entidad, permitiendo la construcción de autonomía, el aprendizaje por proyectos y la resolución de problemas simulados y reales,

recreando y actuando sobre las situaciones del contexto productivo y la realidad cotidiana de cada una de las regiones donde se imparte formación (SENA, 2017).

Por consiguiente, para el desarrollo de los procesos formativos, contar con un ambiente de formación dotado con los materiales, herramientas y equipos tecnológicos necesarios, permite no solo proveer los medios educativos necesarios para el desarrollo de competencias específicas, claves y transversales, sino fortalecer este espacio como una de las cuatro fuentes de conocimiento reconocidos desde los lineamientos pedagógicos de la Entidad. Cada uno de estos espacios físicos, desde las diferentes tipologías reconocidas por el SENA, presentan características especiales que es importante reconocer para orientar la acción formativa.

Al respecto, en la Circular 000143 del 2018, emanada de la Dirección de Formación Profesional Integral del SENA, por medio de la cual se establece la “denominación de los ambientes Físicos de Aprendizaje en los Centro de Formación” se denominan ‘Aulas’ a todo “espacio destinado a la entrega de conocimiento sin realización de práctica” y ‘Laboratorio’ al “espacio cerrado con condiciones ambientales controladas, para desarrollo de prácticas e investigación” (SENA 2018).

Así las cosas, a través de la propuesta de adecuación del Aula TIC se busca reorientar la acción formativa configurando un Laboratorio de ideación y co-creación, que permita apoyar el desarrollo tecnológico de la Guajira, respondiendo a tres necesidades fundamentales: 1. Mejorar la calidad de la formación, 2. Impulsar la formulación colaborativa de proyectos de I+D+i y 3. Generar sinergias con la comunidad y el sector productivo alrededor de generación de ideas creativas para la solución de problemas reales.

Acerca de la ideación, co-creación e innovación en el escenario formativo

Según Brown (citado en McBride et al. 2019), el término “ideación” se concibe como un proceso creativo que tiene como propósito “imaginar, desarrollar y probar diferentes alternativas de solución para atender el problema o necesidad identificado”, centrándose en la generación de ideas alrededor del objeto de estudio de forma abierta y divergente, para luego, según este mismo autor, “pasar a un pensamiento convergente, el cual tiene por finalidad tomar decisiones sobre las alternativas con mayor potencial”. Que en todo caso, para la toma de decisiones, según lo indicado por el autor, se debe tener presente tres criterios esenciales: deseabilidad, factibilidad y viabilidad.

Es decir, la solución debe ser “en primer lugar «deseable» por las personas que tienen el problema o necesidad; en segundo lugar, debe ser «factible» de construir desde un punto de vista tecnológico, ecológico, político y legal; y, por último, debe ser «viable» desde un punto de vista económico” (McBride et al., 2019).

Esto, en el marco del escenario formativo genera nuevas formas de encontrar alternativas de solución a los problemas sobre los cuales versan los procesos de enseñanza-aprendizaje; lo cual se puede enriquecer con la ampliación del escenario formativo a partir de la integración de otros actores como la comunidad y el sector productivo, con los cuales se diversifica el espectro de posibilidades para la ideación, así como el desarrollo de la co-creación.

Se entiende por co-creación desde Wilches (2020) como “un proceso colaborativo para crear valor que cuenta con la participación de actores internos y externos, con el propósito de obtener beneficios en común”, cuya aplicación, no es un proceso del todo sencillo, siguiendo a las razones expuestas por Ramírez et al. (2019) al expresar que el éxito de la co-creación “depende de construir en corto tiempo la capacidad de comunicación entre personas que suelen no conocerse y tienen contextos de vida distintos

entre sí". Sin embargo, impacta positivamente en la formación con la movilización del pensamiento de orden superior, la negociación de las ideas, el trabajo colaborativo y cooperativo, así como el pensamiento crítico, habilidades esenciales para la formación en aras de afrontar las exigencias del actual siglo.

Con respecto al concepto de Innovación, se tiene como base lo expuesto en el Manual de Oslo en su versión 2018 (OECD/Eurostat, 2018), el cual expresa que la Innovación es un "producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de los mismos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso)", precisando que el término genérico 'unidad' describe al "actor responsable de la innovación", es decir, "cualquier unidad institucional de cualquier sector, incluidos los hogares y sus miembros individuales".

Este concepto coincide con lo planteado por los investigadores Dodgson et al. (2014), quienes afirman que la Innovación "es tanto un resultado como un proceso, un hecho y un acto cuyo resultado implica la aplicación exitosa de nuevas ideas, que resultan de

procesos organizativos que combinan varios recursos para ese fin", permitiendo inferir que el alcance de la innovación puede centrarse en un proceso, un producto o en ambos.

De esta forma se logra dimensionar las ventajas de incluir procesos de innovación en el desarrollo de los procesos formativos, teniendo presente que, siguiendo a Dutta y Lanvin (citados en Amdan, 2019), la innovación "ya no se restringe a analizar los laboratorios de I+D, ni a variables como la cantidad de artículos científicos y académicos publicados, sino que asume una definición más horizontal, incluyendo innovaciones sociales, técnicas, de negocios, entre otras". Esta precisión ofrece nuevas posibilidades en el campo de la formación para la generación de Innovaciones de gran impacto, en este caso, en el centro de formación, las comunidades en su zona de influencia y el sector productivo de la región, a partir de la adecuación del aula TIC como laboratorio de ideación y co-creación.

Ahora bien, para la implementación metodológica de las acciones que integren ideación, co-creación e innovación, se indagó en la metodología CREINNOVA en el marco de la propuesta metodológica de enseñanza para la innovación planteada por Arraut (2018), quien describe cuatro elementos

constitutivos de esta iniciativa, que serán aspectos inspiradores para la configuración de la metodología a emplear, con la adecuación del Aula TIC, teniendo en cuenta las bases planteadas en esta investigación:

1. Imaginar: Actividad o actividades que permite despertar la imaginación para lograr la fluidez de los participantes para que puedan expresar sus ideas logrando la confianza del grupo.

2. Implicar: Actividad o actividades que permite hacer la entrada a las actividades que permitirán lograr el objetivo de la intervención.

3. Pensar: Actividad o actividades donde se logra mediante las acciones realizadas de los participantes lograr el objetivo.

4. Actuar: Actividad donde se logra el compromiso de los participantes en las actividades siguientes. Puede ser la próxima tarea a seguir, un plan de acción o como va a llevar a cabo la solución a el desafío.

En el caso en concreto, el paso 1 “imaginar”, sería el punto de partida para la ideación, en el cual se plantee desde la imaginación, cuál sería ese estado “deseable” de lo que se quiere lograr. El paso 2 “implicar” buscaría comprometer a los equipos

colaborativos de trabajo en la consecución de los objetivos. El paso

3 “pensar” se conecta con la intención de establecer actividades de co-creación y el último paso “actuar” se socia a la puesta en marcha de las ideas, su documentación y desarrollo con el apoyo de equipos y recursos tecnológicos de vanguardia con las que contará el ambiente de aprendizaje.

En síntesis, las actividades, proyectos e iniciativas que integren la ideación, co-creación e innovación en los procesos formativos, con participación y colaboración de diferentes actores sociales, impacta tanto en el mejoramiento de la calidad de la formación, como en el desarrollo integral de conocimientos, habilidades y destrezas puestas al servicio de la sociedad.

Acerca del uso de las TIC en la formación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el escenario formativo, deben convertirse en mediaciones que permitan facilitar el aprendizaje a partir de la interacción, la colaboración y participación de los actores que integran el ecosistema de aula. Es decir, concebir “el uso de la tecnología como herramienta de aprendizaje, más que como un medio instruccional” (Aparicio, 2018),

apelando al proceso constructivo que se logra cuando son usadas como “herramientas cognitivas” tal como refiere Aparicio, al considerar que de esta manera “los aprendices se apropian mucho más de la construcción del conocimiento que de la reproducción del mismo”.

En tal sentido, alrededor del uso y apropiación de las Tecnologías como “herramientas cognitivas”, el rol que cumple el instructor es de “facilitador del aprendizaje”, entendiendo la práctica de promover el aprendizaje como “la implicación de diferentes niveles de pensamiento, caracterizados por procesos autónomos y colaborativos que realizan de manera formal e informal un aprendizaje mediado por objetivos y labores deliberadas en una estrategia tanto pedagógica como didáctica” (Padilla et al., 2016). Esto quiere decir, que se orienta la formación desde el lado y no desde el centro, demandando del instructor el desarrollo de lo que se ha denominado competencias TIC, las cuales integran las competencias tecnológicas, investigativa, pedagógica, de gestión y comunicativa (MEN, 2013).

Para Barreto e Iriarte (2019), las TIC favorecen la construcción de nuevos escenarios educativos en sus diferentes modalidades, considerando que “se hace necesario que las Instituciones educativas realicen gestiones y

esfuerzos para dotarse de recursos y herramientas que generen oportunidades de formación en el uso de las TIC”, argumentando la importancia de la adecuada vinculación de herramientas y recursos tecnológicos como medios educativos para potenciar los procesos de enseñanza-aprendizaje en las Instituciones de educación para los programas en sus diferentes modalidades.

Por su parte, Hernández (2017) expresa que a la luz de las distintas percepciones y consideraciones en el sector educativo, se avala “la importancia y creciente perspectiva de la tecnología, lo que fomentaría un aprendizaje social y colaborativo, con una vertiente capaz de generar una vinculación de una educación transformadora y adaptable a las sociedades actuales”, siendo de gran impacto el que se pueda formar a las generaciones actuales y futuras con tecnologías que respondan a los adelantos de vanguardia, siendo significativo en términos de la pertinencia de la formación, en respuesta a las necesidades del sector externo.

Sin embargo, Luque (2016) considera que las TIC, deben transitar hacia las TAC (Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento), es decir, las tecnologías que generalmente son usadas con fines informativos y comunicativos, puedan emplearse

pedagógicamente como herramientas efectivas para la adquisición de aprendizajes y conocimientos profundos, que luego puedan ser difundidos o compartidos.

Esto, teniendo en cuenta las conclusiones de su investigación titulada “Las TIC en Educación: Caminando hacia las TAC”, las cuales se centran en los siguientes aspectos: 1. La importancia de la formación del docente (o en este caso el instructor) en el dominio tecnológico y su uso pedagógico, 2. La importancia de la dotación adecuada de los centros de formación para el uso de tecnología, 3. Lograr desarrollar en los aprendices la criticidad en la selección y gestión de la información que encuentra en la red, 4. El nivel de consciencia que se debe generar en los aprendices frente al uso de las TIC más allá de lo lúdico o la entretenimiento y 5. Mejoramiento de la calidad de los procesos de enseñanza aprendizaje, al lograr transitar de las TIC a las TAC.

Finalmente, las posturas de los autores anteriormente mencionados, permiten confirmar la relevancia, pertinencia e importancia de emplear las tecnologías como efectivas herramientas de aprendizaje en ambientes de formación modernizados, confortables y seguros, en los que no solo se utilicen las tecnologías de manera

instrumental, sino que sirvan como mediaciones para el desarrollo de competencias para su óptimo desempeño laboral o como instrumentos para la generación de nuevas oportunidades de emprender, a partir de la puesta en marcha de estrategias basadas en el uso de TI, sobretodo en el momento histórico que representa la Cuarta Revolución Industrial.

Método

En esta investigación se escogió el enfoque cualitativo de tipo descriptivo, teniendo en cuenta que este enfoque investigativo busca “describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos)” (Quecedo y Castaño, 2002), respaldado además, por la postura de Erickson (citado en Quecedo y Castaño, 2002), al expresar que “los estudios cualitativos, en cuanto explicación de significados, se fundamentan en la interpretación de las informaciones y los datos”.

Por otro lado, teniendo en cuenta que el diseño de la investigación, en la opinión de Arias (2012), es la “estrategia general que adopta el

investigador para responder el problema planteado”, es decir, el plan concebido para obtener la información que se desea, señalando al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y para contestar los interrogantes de conocimiento que se ha planteado, el diseño de esta investigación es no experimental, ya que no existe manipulación de la variable objeto de estudio y basada en revisión bibliográfica, la cual “implica el análisis y exposición de todos los conceptos, definiciones, hipótesis, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes sobre el tema que será objeto de la investigación” (Esquirol et al, 2017). Finalmente, se apoyó en la metodología del Marco Lógico como herramienta de diagnóstico y formulación del problema objeto de estudio (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004).

Resultados

Como resultado principal de esta investigación, se logró organizar y estructurar los fundamentos teóricos y conceptuales que permiten sustentar la propuesta de Adecuación del Aula TIC del Centro Industrial y de Energías Alternativas (SENA Regional Guajira), como Laboratorio de ideación y co-creación para la formulación colaborativa de proyectos de I+D+i, a partir de los siguientes hallazgos:

1. Las Instituciones de Educación Superior que han aportado a los procesos de I+D+i y se destacan por el mejoramiento de la calidad de la formación, cuentan con la disponibilidad de herramientas tecnológicas, equipos y espacios adecuados para la investigación, formación académica, la co-creación y la generación de soluciones ante diversas problemáticas, relacionadas con sus ejes estratégicos y líneas de actuación.

2. Se considera la colaboración como la “columna vertebral de los laboratorios de innovación pública” Rodríguez (2019).

3. En Colombia se adelantan iniciativas de generación de escenarios de formación, participación ciudadana y vinculación de diferentes actores, a partir de laboratorios en los cuales se propicia la experimentación, la co-creación y el desarrollo de proyectos de I+D+i de alta incidencia.

4. Los procesos creativos como la ideación, implican la puesta en marcha de ideas en relación al objeto de estudio, para la toma de decisiones, que impacte en la solución o soluciones a un problema determinado.

5. La co-creación se apoya en el trabajo colaborativo, la negociación de ideas entre personas con diferentes perspectivas o puntos de

vista frente a un tema particular, lo cual favorece el desarrollo de habilidades del Siglo XXI, esenciales para la formación de los aprendices.

6. La integración de Tecnologías de Información y Comunicaciones en los procesos formativos posibilitan desde la construcción de escenarios constructivistas de aprendizaje, potenciar conocimientos, establecer relaciones intersubjetivas mediadas por formas alternativas de comunicación, interacción, colaboración y participación, enriqueciendo los ambientes de aprendizaje.

7. A partir del desarrollo de software en el marco de los procesos formativos, no solo se acerca al aprendiz a las exigencias del momento histórico actual, sino que lo faculta para la solución de problemas reales del centro de formación, su comunidad o el sector productivo, a partir del uso y apropiación de tecnología; para lo cual un ambiente modernizado con tecnología de vanguardia, se constituye en un escenario que provee las herramientas para el logro de los objetivos de aprendizaje trazados.

Discusión

Las posturas y planteamientos teóricos estudiados desde los aportes de Enciso (2019), Rodríguez (2019), Zea et al (2019), Amdan

(2019), Aparicio (2018), Arraut (2018), entre otros, permiten reafirmar y sustentar la pertinencia de la propuesta de adecuación del Aula TIC como Laboratorio de ideación y co-creación, partiendo de la comprensión de los alcances técnicos, metodológicos y epistemológicos de lo que implica la ideación, co-creación y la formulación colaborativa de proyectos de I+D+i. Por consiguiente, partiendo de estas comprensiones, se exponen las razones por las cuales se hace viable dicha adecuación:

1. Se cuenta con la infraestructura física para su desarrollo.

2. Responde a una necesidad de dotación tecnológica que permita apalancar los procesos formativos, de investigación y solución de problemas reales.

3. Permitirá fortalecer la formulación de manera colaborativa de proyectos de I+D+i con participación activa de los semilleros de investigación del centro de formación e instructores investigadores, favoreciendo el mejoramiento tecnológico, el uso y apropiación de TIC, así como las condiciones de calidad para la ejecución de la formación, en apoyo al avance tecnológico en el departamento de la Guajira.

4. Permitirá posicionar al centro de formación en la región, en materia de adelantos tecnológicos e investigación en la línea de desarrollo tecnológico, fortaleciendo las condiciones de calidad exigidas por el Ministerio de Educación Nacional.

5. Permitirá estrechar las relaciones entre: aprendices, instructores, comunidad y sector productivo a partir de la integración de acciones colaborativas para fortalecer los procesos formativos y productivos de la región.

6. Se gestarían nuevos mercados o nichos de negocio a partir de los procesos de ideación y co-creación, beneficiando principalmente a los aprendices, con posibilidades de iniciar Startups que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico de la región, así como la generación de empleos, en coherencia con la misión y la visión del SENA.

7. Se posibilitarán procesos de innovación abiertos, que impacten en el desarrollo tecnológico de la región y en el fortalecimiento de las competencias transversales de los aprendices, así como en la trayectoria investigativa de los instructores.

8. Posibilitaría la apertura de nuevas alianzas estratégicas con el sector externo alrededor del uso y

apropiación de tecnología para apalancar los procesos tanto de formación y cualificación del talento humano en el área TIC, como la producción de bienes y servicios mediados por tecnología, que beneficiaría el logro de las metas de formación, relacionamiento con el sector externo y la formación técnica de aprendices e instructores.

Conclusiones

Al analizar los resultados obtenidos en esta investigación y dando alcance a la discusión planteada con base en las diferentes posturas que sustentan la propuesta, se infiere que la propuesta de Adecuación del Aula TIC como laboratorio de ideación y co-creación para la formulación colaborativa de proyectos de I+D+i, aporta tanto al mejoramiento de la calidad de la formación, como a la construcción de escenarios constructivistas de aprendizaje en donde prime la participación, interacción y colaboración de actores sociales que usan la tecnología más allá de un ejercicio instrumental, para poner en marcha habilidades y destrezas de manera contextualizada, en situaciones reales, analizando lo que sucede a su alrededor, para luego comprenderlo y así generar soluciones que permitan mejorar los procesos tanto formativos como productivos, en beneficio de la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Amdan, F. (2019). Análisis de estrategias de innovación en organizaciones creativas: Agencias digitales de publicidad y marketing en Interact Argentina (Trabajo de grado de Maestría). Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires (Argentina).
- Aparicio, Y. (2018). Las TIC como herramientas cognitivas. *Revista Interamericana De Investigación, Educación Y Pedagogía, RIIEP*, 11(1), 67-80. <https://doi.org/10.15332/s1657-107X.2018.0001.07>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica Sexta Edición. Editorial Episteme, C.A. Caracas.
- Arraut, L. (2018). Modelo CREINNOVA: Propuesta metodológica de enseñanza para la innovación basada en desafíos. Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería. <https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/view/294>
- Barreto, C. & Iriarte, F. (2017). Las Tic en educación superior: Experiencias de innovación. Universidad del Norte. Barranquilla (Atlántico).
- Banco Interamericano de Desarrollo (2004). El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad1/lecturas/BID_ML.pdf
- Dodgson, M., Gann, DM y Phillips, N. (2014). Perspectivas sobre la gestión de la innovación. El manual de Oxford de gestión de la innovación, 3-25.
- Enciso (2019). Un espacio donde las ideas se transforman en prototipos. *EXPEDITIO*, (18), 32-35. <https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/EXP/article/view/1479>
- Esquirol, J., Sánchez, J. y Dalmau, I. (2017). La Revisión Bibliográfica, Base de la Investigación. Actualizaciones en Fisioterapia, 13, 34-37.
- FUNIBER. (2018). Fundación Universitaria Iberoamericana. Centros Tecnológicos: <https://www.funiber.org/centros-tecnologicos>
- Hernández, R. (2017). Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas. *Propósitos y Representaciones*, 5(1), 325 - 347 <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n1.149>
- IDIC (2019). Índice Departamental de Innovación para Colombia. Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Indice-Departamental-Innovacion-Colombia-2019.pdf>
- Luque, F. (2016). Las TIC en educación: caminando hacia las TAC. 3C TIC. Cuadernos De Desarrollo Aplicados a Las TIC, 5(4), 55-62. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2016.54.55-62>
- McBride, D., Valencia, P., Mejía, L., Valdiviezo, A., & Andrade, M. (2019). Nuevos métodos para la innovación ¿Una nueva moda o un cambio de paradigma en la gestión de organizaciones? Departamento Académico de Ciencias de la Gestión. Comité Editorial Editores de Serie de Ciencias de la Gestión. Lima (Perú).
- MEN (2013). Competencias TIC para el desarrollo profesional docente. Oficina de Innovación Educativa con Uso de Nuevas Tecnologías del Ministerio de Educación Nacional.

- http://www.premiosantillana.com.co/pdf/competencias_tic.pdf
- MINCIENCIAS (2019). Centros de Desarrollo Tecnológico. https://minciencias.gov.co/portafolio/reconocimiento_de_actores/centros-desarrollo-tecnologico
- OECD/Eurostat (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Padilla, J., Rincón, D., & Lagos, J. (2016). La poiesis en la facilitación del aprendizaje para el uso de tic en educación superior. *Academia Y Virtualidad*, 9(2), 138-155. <https://doi.org/10.18359/ravi.1760>
- Palacios, L. y Cotes G. (2016). Innovación tecnológica. Caso: Centro de Audiovisuales de la Universidad de la Guajira colombiana. *TELOS*, 18, 362-380.
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39.
- Ramírez, C., Duarte, D., Acero, A., Navarro, C., Osorio, D. & González, C. (2019). Laboratorios de Formación para la Ingeniería: Trabajo en equipo y Responsabilidad Social. Encuentro Internacional De Educación En Ingeniería. <https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/view/111>
- Rodríguez, E. (2019). Laboratorios de innovación pública. Estado Abierto. *Revista Sobre El Estado, La Administración Y Las Políticas Públicas*, 3(1), pp. -107. [//publicaciones.inap.gob.ar/index.php/EA/article/view/72](http://publicaciones.inap.gob.ar/index.php/EA/article/view/72)
- SENA (2017). Documento técnico de solicitudes de Nuevos Registros Calificados. Condición de Infraestructura física. Bogotá, D.C.
- SENA (2018). Circular 000143 del 2018. http://normograma.sena.edu.co/normograma/docs/circular_sena_0143_2018.htm
- SENA (2020). Lineamientos Convocatoria SENNOVA 2021. Proyectos de investigación, innovación y desarrollo tecnológico. Bogotá, D.C.
- Wilches, D. (2020). Aportes de la co-creación para la innovación y las relaciones con clientes. *Suma de Negocios*, 11(24), 84-97.
- Zea, M., Gómez, E., & Espitia, L. (2019). Diseño y construcción de un laboratorio móvil de innovación y co-creación a partir de materiales compuestos. *Informador Técnico*, 83 (2 S1), 45.



SOLVENCIA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS FABRICANTES DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

Ana María Cazallo-Antúnez¹

Resumen

España se sitúa entre los principales productores de aceite de oliva a nivel mundial y, el producto en sí es reconocido por su calidad a nivel internacional, siendo una pieza clave dentro del sector agrícola. Concretamente, esta investigación tiene por objeto explicar la clasificación de las empresas españolas exportadoras fabricantes de aceite de oliva atendiendo a su solvencia a partir de los indicadores de rentabilidad económica, rentabilidad financiera y endeudamiento al mismo tiempo que

permite predecir la pertenencia a un grupo u otro de empresas que no han sido incluidas en el modelo. Metodológicamente, el artículo es cuantitativo, de tipo explicativo y utiliza para su desarrollo la técnica estadística del análisis discriminante. El resultado denota un modelo cuya bondad de ajuste se sitúa en el 75,4% a partir del cual se explica la situación de solvencia en las empresas a partir del porcentaje de endeudamiento de la empresa.

Palabras clave: aceite de oliva, análisis financiero; endeudamiento; exportaciones; solvencia.

SOLVENCY OF EXPORTING COMPANIES MANUFACTURING OLIVE OIL IN SPAIN

Abstract

Spain is among the main producers of olive oil worldwide and the product itself is recognized for its quality internationally, being a key piece within the agricultural sector. Specifically, this research aims to explain the classification of Spanish olive oil exporting companies according to their solvency based on

the indicators of economic profitability, financial profitability and indebtedness at the same time that it allows predicting belonging to one group or another of companies that have not been included in the model. Methodologically, the article is quantitative, explanatory and uses the statistical technique of discriminant analysis for its

¹Doctora por la Universidad de Sevilla (España). Profesora de la Universidad de Jaén. acazallo@ujaen.es

development. The result denotes a model whose goodness of fit is located at 75.4%, from which the solvency situation in companies is explained based on the company's debt percentage.

Keywords: olive oil, financial analysis; indebtedness; exports; solvency.

Introducción

La producción estimada para la temporada 2019/2020 de aceite de oliva en España es de 1.250.000 toneladas muy por encima de otros países productores europeos como Italia (350.000 toneladas), Grecia (300.000 toneladas) o Portugal (140.000 toneladas) según fuente de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Sostenible (2019) de la Junta de Andalucía. La

producción permanece sostenida en las 5 últimas campañas, aunque se debe destacar la de 2018/2019, cuya producción se situó próxima a las 1.800.000 toneladas según se observa en la gráfica 1, lo que provocó una caída considerable en los precios.

El balance de esta campaña se describe en la tabla 1, donde se puede observar que el 57% de la producción se destina a la exportación mientras que, casi el 30% es consumido por el mercado interior, lo cual pone de manifiesto la importancia del comercio exterior en el sector del aceite de oliva español, llegando a situarse el volumen de exportación en el 98.6% de la producción para la campaña 2019/2020 (ver gráfico 1).

Figura 1. Evolución de la producción y exportación del aceite de oliva español, (miles de toneladas).



Fuente: Agencia de Información y Control Alimenticio (2020).

Tabla 1. Balance de la campaña 2018/2019

	Existencias iniciales	Producción**	Importación	Merc.Int(*)	Exportación	Existencias finales
Total	375.6	1793.5	141.0	537.1	1017.3	755.7

Fuente: Agencia de Información y Control Alimenticio, (2020).

Pese al importante peso del comercio exterior en el sector, no es hasta el presente siglo cuando se produce un incremento importante de las exportaciones, siendo un elemento clave no solo para la economía de la región, sino que, a nivel organizacional, permite incrementar la rentabilidad empresarial siendo necesario para que las empresas, organismos e instituciones cooperen formando redes que promuevan y fomenten la inclusión de las empresas en los mercados internacionales, de manera que puedan llevar a cabo los procesos de innovación y aprendizaje necesarios para competir a nivel internacional (Moral y Lanzas, 2008).

Así y desde una perspectiva organizacional, Briz, de Felipe y Briz (2010) resaltan la evolución positiva de la eficiencia sobre todo en las fases de producción y transformación como consecuencia de los cambios producidos en los procesos de transformación, sin embargo, concluyen que el sector sufre fuertes desajustes en la oferta y demanda del producto como consecuencia del clima y de otras cuestiones mercantiles, siendo necesario establecer medidas estructurales desde una perspectiva global que den respuesta a la problemática del sector de manera definitiva.

Por otro lado, en relación a la gestión financiera de las empresas del sector, hay que mencionar el escaso nivel de profesionalización en las empresas exceptuando las grandes corporaciones, siendo necesario establecer mecanismos de orientación dirigidos a las pymes para que pueda organizar mejor su actividad económico-financiera (Extenda, 2017). Debido a esto y dada la importancia que el sector tiene para el conjunto de la economía española surge la necesidad de conocer el estado de solvencia en el que se encuentran las empresas y conocer qué variable financiera resulta significativa a la hora de determinar si una empresa se ha de clasificar como solvente o no.

Es por ello que, con la presente investigación se realiza un análisis discriminante para determinar la clasificación de las empresas atendiendo a su situación de solvencia o no, a partir de la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera y el endeudamiento presentado por la empresa. Por tal motivo se establecen las siguientes hipótesis derivadas de esta investigación:

- H₁: La rentabilidad económica es una variable discriminadora respecto a la solvencia empresarial.
- H₂: La rentabilidad financiera es una variable discriminadora respecto a la solvencia empresarial.

- H₃: El endeudamiento es una variable discriminatoria respecto a la solvencia empresarial.

Fundamento teórico

En su investigación Cabrera-Bravo, Fuentes-Zurita y Cerezo-Segovia (2017) concluyen que la gestión financiera es una herramienta fundamental sobre la que se sustenta la toma de decisiones en las organizaciones, siendo ésta realizada a través de diferentes métodos o tipos de análisis de la información financiera. Se considera que a los estados financieros y contables como la fuente de la información financiera de las corporaciones que hacen referencia al desempeño pasado.

Es a partir de esta información y mediante el análisis financiero, cómo las empresas pueden conocer la situación, fijar los resultados para así establecer las medidas oportunas para corregir o mejorar la posición inicial. Entre los 5 métodos más importantes del análisis financiero se encuentran los porcentajes integrales, las razones financieras, el modelo dupont, el flujo de efectivo y el punto de equilibrio (Robles, 2012).

En esta línea, Baena (2014) considera al análisis financiero como un proceso mediante el cual se recopila e interpreta la información financiera de carácter cualitativa y cuantitativa con el fin de establecer el

diagnostico real y actual de la empresa de forma que le permita tomar las decisiones acertadas y oportunas en cada momento. Es precisamente, el hecho de facilitar la toma de decisiones donde radica la importancia de este análisis a partir de la información suministrada en los estados contables pudiéndose comparar la situación de una empresa con otras empresas o con el sector o incluso llegar a predecir situaciones futuras (Lavalle, 2016).

La solvencia es definida por Gallizo (2017) como la capacidad para hacer frente a las obligaciones financieras a su vencimiento estando estrechamente ligada a la liquidez en el corto plazo y a la capacidad de generar renta en el largo plazo. De esta manera, el autor destaca entre otros indicadores de solvencia al coeficiente de endeudamiento (Leverage) para el largo plazo y el coeficiente de solvencia corriente para el corto plazo que está estrechamente ligado a la liquidez de la empresa. Para medir la solvencia empresarial en este estudio se utiliza el cociente del activo circulante entre el pasivo circulante, y que explica la capacidad para hacer frente a los compromisos a corto plazo por parte de la empresa siendo la unidad, el valor que marca la diferencia entre una empresa solvente o no (De los Ríos, 2015).

Por otro lado, dentro de la rentabilidad hay que distinguir entre

rentabilidad económica que relaciona el resultado del ejercicio antes de impuestos con los activos y, rentabilidad financiera que relaciona el mismo resultado con los fondos propios. Es decir, mientras que la rentabilidad económica tiene en consideración a los activos de la empresa con independencia de cómo han sido financiado, la financiera tiene a los fondos propios constituyendo la rentabilidad para el accionista o propietario de la empresa (Lizcano, 2004). De forma más concreta, Sánchez-Segura (1994) afirma que: las ratios de rentabilidad permiten analizar la capacidad de una empresa para generar resultados siendo, la rentabilidad económica la encargada de medir la eficacia empresarial respecto a las inversiones llevadas a cabo por la empresa, mientras que,

la rentabilidad financiera mide la capacidad de generar riqueza a sus accionistas por parte de una empresa.

Respecto a la variable endeudamiento mide el grado de endeudamiento de una empresa debiendo ser éste inferior al importe que la empresa sea capaz de devolver teniendo en cuenta la capacidad de generación de recursos que tiene una empresa a futuro y estableciendo las precauciones y cautelas necesarias consciente de que un mayor endeudamiento también supone un mayor gasto financiero (Gironella, 2005). A continuación, se muestra cómo se calculan los indicadores de las variables anteriormente descritas y objeto del presente estudio (ver tabla 2).

Tabla 2. Cálculo de los indicadores

Variable	Indicador	Fórmula
Solvencia	Ratio de solvencia (%)	$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo líquido}}$
Rentabilidad	Rentabilidad económica (%)	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos}}{\text{Total activo}} * 100$
Rentabilidad	Rentabilidad financiera (%)	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos}}{\text{Fondos propios}} * 100$
Endeudamiento	Endeudamiento (%)	$\frac{\text{Total pasivo} + \text{capital propio} - \text{fondos propio}}{\text{Total pasivo} + \text{capital propio}} * 100$

Fuente: Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI) (2020).

En relación con lo anteriormente citado, se puede deducir la relación directa entre la rentabilidad

económica y financiera respecto de la solvencia, ya que, resulta lógico que si una empresa es rentable

podrá generar los recursos necesarios para hacer frente a las obligaciones contraídas. Por el contrario, se considera que el endeudamiento y la solvencia tienen una relación inversa ya que, mientras mayor sea el porcentaje de endeudamiento de una empresa mayores serán las obligaciones derivadas de dicho endeudamiento y, por ende, menor capacidad tendrá la empresa para hacer frente a las obligaciones previstas.

Por otro lado, y en relación a la técnica estadística utilizada, el análisis discriminante permite determinar las características diferenciadoras entre los grupos de observaciones mediante la creación de una función discriminante. En este sentido, con el análisis discriminante se puede explicar la pertenencia a un grupo u otro, predecir si un individuo no estudiado debería pertenecer a un grupo u otro y cuantificar el peso discriminatorio de las variables (De la Fuente, s.f.). En esta línea, Lejarza (2018) afirma que mediante análisis discriminante se pretende conocer o determinar los criterios o factores que marquen la pertenencia a un grupo u otro, siendo necesario conocer previamente la pertenencia a los diferentes grupos de las observaciones y pudiéndose determinar la asignación de una observación anónima a un grupo u otro.

La diferencia del análisis discriminante y el análisis de conglomerados es el momento cuando el investigador establece las observaciones pertenecientes a cada grupo de manera que, en el caso del análisis discriminante la pertenencia de los individuos a los grupos es conocida a priori, mientras que para el caso del análisis de conglomerados se configuran a posteriori (Torrado-Fonseca y Berlanga-Silvente, 2013). Para el desarrollo del análisis es preciso distinguir entre la variable categórica (dependiente) sobre la que se determinaran los diferentes grupos y las variables discriminatorias (independientes) que son las que van a explicar la clasificación.

Profundizando dentro del análisis discriminante, Amat (2016) afirma que, el análisis discriminante lineal (LDA) permite estimar la probabilidad de permanencia a un grupo u otro por parte de un individuo atendiendo a una variable de tipo cualitativa, siendo una alternativa a la regresión logística cuando existen más de dos grupos ya que, resulta más estable cuando el número de observaciones es reducido y la distribución de los predictores es aproximadamente normal en cada una de las clases siempre y cuando los grupos estén bien separados.

Métodos

La metodología utilizada en la presente investigación se enmarca

dentro de un enfoque cuantitativo puesto que utiliza para su desarrollo datos cuantitativos de las variables y que tienen su origen en el paradigma positivista, utilizando la estadística para el contraste de hipótesis (Pita y Pertegas, 2002). Se trata de una investigación de tipo explicativa, según Cazau (2006), ya que muestra una visión ampliada del fenómeno de estudio estableciéndose una relación entre la variable dependiente o categórica, la solvencia, y las variables independientes o discriminatorias (rentabilidad económica, rentabilidad financiera y endeudamiento).

La fuente de datos es la base de datos SABI, a partir de la cual se reportó información financiera y contable para el año 2018 para un total de 182 empresas fabricantes de aceite de oliva y exportadoras en España, clasificadas dentro del código de actividad (IAE): 4112. Pese a que la base de datos reporta una población de 182 empresas, no todas las empresas ofrecen información financiera completa siendo seleccionadas como muestra

118 empresas, desgласadas en 2 grupos: empresas solventes (82 empresas) y empresas no solventes (36 empresas).

Tal y como se ha mencionado anteriormente, en este artículo se utiliza la técnica estadística del análisis discriminante que permite, a partir de una clasificación previa de las observaciones en los grupos, clasificar y explicar a qué grupo debería pertenecer de acuerdo al modelo planteado a partir de las variables discriminatorias pudiéndose pronosticar la asignación de una observación anónima a un grupo (Lejarza, 2018).

Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación

realizándose en primer lugar el contraste igualdad de medias entre los grupos para cada variable, rechazándose en el caso de la rentabilidad económica (%) y del endeudamiento (%) la hipótesis nula al ser el p-valor inferior a 0.05 (ver tabla 3).

Tabla 3. Prueba de igualdad de medias.

	Lambda de Wilks	F	df1	df2	Sig.
Rentabilidad económica (%)	0,958	5,074	1	116	0,026
Rentabilidad financiera (%)	0,998	,261	1	116	0,611
Endeudamiento (%)	0,799	29,266	1	116	0,000

Fuente: elaboración propia (2020).

Seguidamente, se presenta en la tabla 4, la prueba M de Box, estadístico por el que se contrasta la hipótesis nula relativa a que las matrices poblacionales son iguales. En este sentido, al presentar un p-

valor igual a 0.163, es decir, mayor que 0.05 se puede afirmar que no ambos grupos son igual de variables puesto que los dos grupos tienen la misma matriz de varianzas-covarianzas (tabla 4).

Tabla 4. Prueba M de Box

M de Box		1,968
F	Aprox.	1,947
	df1	1
	df2	25885,410
	Sig.	0,163

Fuente: elaboración propia, (2020).

Una vez realizadas las pruebas previas, procede a la fase de análisis siendo utilizado el método de inclusión por pasos. Cabe destacar en primer lugar que, de las tres variables incluidas, solo la variable

endeudamiento resulta ser una variable discriminadora tal y como se observa en la tabla 5, siendo las variables rentabilidad económica y rentabilidad financiera excluidas.

Tabla 5. Variables incluidas en el análisis

Tabla 3. Variables incluidas en el análisis							
Escalón	Especificación	Estadístico	Lambda de Wilks			F exacta	
			df1	df2	df3	Estadístico	df1
1	Endeudamiento (%)	0,799	1	1	116,000	29,266	1

Fuente: elaboración propia, (2020).

En relación a la tabla 5, cabe mencionar que no se puede afirmar que la función discrimine mucho ya que tanto el autovalor como la correlación canónica presentan

valores bajos. No obstante, sí se puede concluir que sólo hay una función discriminante que clasifica de manera significativa (sig. 0) a las empresas atendiendo a la solvencia

y distinguiendo entre empresas solventes y no solventes (tabla 6).

Además, se puede concluir que, aunque la función discriminante permita realizar el pronóstico de la pertenencia a los grupos, hay que tener en cuenta que no todas las variables incluidas en el modelo serán discriminantes al ser el valor λ

de Wilks (0.799). Debido a esto, es aconsejable para la realización del análisis el método utilizado, es decir el de inclusión por pasos, ya que elimina las variables no significativas de la función resultante, de tal manera que como se observa solo la variable endeudamiento (%) resulta ser una variable discriminatoria.

Tabla 5. Autovalores

Función	Autovalor	% de varianza	% acumulado	Correlación canónica
1	0,252 ^a	100	100	0,449

Fuente: elaboración propia, (2020).

Tabla 6. Lambda de Wilks

Prueba de funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	0,799	25,985	1	0

Fuente: elaboración propia, (2020).

Tabla 7. Coeficientes de la función de calificación

	Clasif. Solvencia	
	No solvente	Solvente
Endeudamiento (%)	0,148	0,101
(Constante)	-7,030	-3,094

Fuente: elaboración propia, (2020).

En último lugar, se presentan los resultados de la clasificación siendo el 75.4% de los casos clasificados correctamente, lo cual demuestra una elevada bondad en el análisis. Cabe resaltar que, a nivel de grupos las empresas que el 44,4% de las empresas clasificadas previamente como no solventes quedan clasificadas por la función en

ese grupo mientras que para el caso de las empresas solventes 89% de los casos son clasificados correctamente por la función. En este sentido, se concluye que mientras que para el caso de las empresas solventes la función clasifica correctamente en un porcentaje muy elevado, esto no ocurre en para el grupo de las empresas no solventes.

Tabla 8. Resultados de la clasificación.

		Pertenencia a grupos pronosticada			
		Clasif. Solvencia	No solvente	Solvente	Total
Original	Recuento	No solvente	16	20	36
		Solvente	9	73	82
	%	No solvente	44,4	55,6	100,0
		Solvente	11,0	89,0	100,0

a. 75,4% de casos agrupados originales clasificados correctamente.

Fuente: elaboración propia, (2020).

Discusión

En relación a las hipótesis planteadas y los resultados expuesto se puede concluir que sólo la variable endeudamiento es una variable discriminatoria para la solvencia empresarial en el caso de las empresas exportadoras, fabricantes de aceite de oliva en España. Paralelamente, se rechazan las hipótesis relativas a la rentabilidad económica y financiera afirmándose que no son variables discriminatorias para la clasificación.

Dicho esto, lo afirmado por los autores Lizcano (2004) y Sánchez-Segura (1994) relativo a la capacidad de generar riqueza por una empresa ya sea a nivel de activo o para sus accionistas no determina el hecho de que una compañía sea solvente o no. Esto puede deberse a que el hecho de que una empresa sea rentable sea una condición necesaria determinar su solvencia, puesto que

gracias a la riqueza generada podrá hacer frente a las obligaciones comprometidas.

Por el contrario, el porcentaje de endeudamiento se convierte en la variable que permite clasificar o determinar si una empresa será solvente o no. En este caso, aquellas empresas con un elevado nivel de endeudamiento serán las que tengan mayores problemas de solvencia ya que, tal y como menciona Gironella (2005), no sólo las obligaciones son mayores, sino que también los son los gastos financieros derivados de ella.

Conclusiones

La presente investigación concluye con la presentación de un análisis cuya bondad es 75.4%, donde a partir del porcentaje de endeudamiento de una empresa, ésta puede situarse en una situación de solvencia o insolvencia. En este sentido, no sólo se explica la

clasificación, sino que, también permite prever la pertenencia al grupo de empresas solventes o insolventes a partir del porcentaje de endeudamiento que una empresa anónima disponga.

Por otro lado, y pese a que se trata de empresas exportadoras, cabe recordar el hecho de que el crecimiento en las exportaciones y en concreto, el interés por penetrar en los mercados internacionales es relativamente reciente (siglo XXI). Además, se trata de un producto cuya calidad es reconocida y aceptada a nivel mundial lo cual facilita la comercialización a nivel internacional. Junto a esto, y tal y como se ha expuesto en el apartado introductorio, la mayor parte de la producción de aceite de oliva es llevada a los mercados internacionales gracias, en parte, a los avances producidos en las fases primeras fases de la cadena de valor.

Llegado a este punto, cabe destacar las características de las empresas que han sido objeto de este estudio. En primer lugar, se trata de un sector donde en su mayoría está compuesto por pequeñas y medianas empresas donde la gestión financiera no está muy desarrollada por lo que no se aprovechan las ventajas competitivas derivadas de una buena gestión. Por otro lado, son empresas que ofrecen al mercado un producto de calidad, diferenciado, y con una

gran aceptación a nivel internacional, lo cual permite poner en el mercado internacional gran parte de la producción. Dicho esto, puede resultar lógico que la rentabilidad económica o financiera no sean variables discriminatorias atendiendo a la solvencia puesto que se trata de un producto rentable en sí. Por el contrario, si se considera al endeudamiento como una variable clasificatoria ya que puede resultar clave a la hora de llevar a cabo los procesos de internacionalización y su gestión.

Referencias bibliográficas

- Agencia de Información y Control Alimenticio, (2020). *Información de mercados de aceite*. <https://servicio.mapama.gob.es/informacionmercadoaica/Inicio.aao>
- Amat, J. (2016). *Análisis discriminante lineal (LDA) y análisis discriminante cuadrático (QDA)*. https://www.cienciadedatos.net/documentos/28_linear_discriminant_analysis_lda_y_quadratic_discriminant_analysis_qda
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero. Enfoque y proyecciones*. (2ª ed.). Colombia: Ecoe ediciones.
- Briz, J., de Felipe, I. y Briz, T. (2010). Funcionamiento y transparencia en la cadena de valor: aplicación al caso del aceite de oliva en España. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, (1), 32-53. <https://revistaselectronicas.ujaen>.

- es/index.php/REE/article/view/408/352
- Cabrera-Bravo, C., Fuentes-Zurita, M. y Cerezo-Segovia, G. (2017). La gestión financiera aplicada a las organizaciones. *Dominio de las ciencias*, 3, (4), 220-232. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174482>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. (3 ed.) Bueno Aires. <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20C.C.SS..pdf>
- Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Sostenible (2019). *Aforo de producción del olivar de almazara en Andalucía. Campaña 2019-2020*. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Presentaci%C3%B3n_ACEITUNA%20ACEITE_2019-2020_comentarios_%20v4.pdf
- De la Fuente, L. (s.f.). *Análisis discriminante*. http://www.fuenterrebollo.com/Master-Econometria/Analisis_Discriminante.pdf
- De los Ríos, J. (2015). *Análisis de la solvencia y la rentabilidad empresarial en el sector del transporte de viajeros por carreteras* [Trabajo fin de máster]. Universidad de Oviedo.
- Extenda, (2017). *Estudio del sector del aceite de oliva de Andalucía*. <https://www.extenda.es/wp-content/uploads/2018/01/ESTUDI>
- O-DEL-ACEITE-DE-OLIVA-EN-ANDALUCIA-2017.pdf
- Gallizo, J. (2017). Ratios de solvencia y rentabilidad en empresas familiares y PYMES. *Cuadernos Prácticos de Empresa Familiar*, (5), 95-118. <https://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/62571/026545.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gironella, E. (2005). El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. *Revista de contabilidad y dirección*, 2, 71-91. https://accid.org/wp-content/uploads/2018/09/analisis_castellano_071-091.pdf
- Lavalle, A. (2016). *Análisis financiero*. Editorial Digital UNID.
- Lejarza, I. (2018). *Análisis discriminante*. <https://www.uv.es/mlejarza/actuales/tam/discriminante.pdf>
- Lizcano, J. (2004). *Rentabilidad empresarial. Propuesta práctica de análisis y evaluación*. Madrid: Cámaras de Comercio. Servicios de Estudios. https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- factores determinantes. *Revista de estudios regionales*, (86), 45-70. <https://www.redalyc.org/pdf/755/75512347002.pdf>
- Pita, S. y Pertegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*; 9, 76-78. https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf

- Robles, C. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Estado de México: Red tercer milenio S.C.
<https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf>
- Torrado-Fonseca, M. y Berlanga-Silvente, V. (2013). Análisis Discriminante mediante SPSS. *Revista de innovación y revista en educación (REIRE)*, 6, (2), 150-166.
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/45344/1/627683.pdf>
- Sánchez-Segura, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. *Revista española de financiación y contabilidad*, 24, (78), 159-179.

A hand is pointing at a calculator on a desk. The background is a blurred office setting with a window and some papers. A blue banner is overlaid at the bottom of the image.

GESTIÓN DE TESORERÍA EN LAS PYMES DE RIOHACHA D.E.T.C.: CASO GESTIÓN DE COBROS

Kenny Jamir Pinto Lubo¹
Edier Edir Mendoza Medina²
Karine Adelaida Pinto Lubo³

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la gestión de tesorería en las pymes de Riohacha D.E.T.C, específicamente la gestión de cobros. Metodológicamente, es de paradigma positivista, enfoque cuantitativo, tipo descriptivo con diseño de campo no experimental, transversal. La población corresponde a 15 coordinadores de administración y finanzas de las pymes de Riohacha D.E.T.C. Se aplicó un cuestionario de dieciséis (16) ítems, con escala Siempre (5), Casi Siempre (4), A

Veces (3), Casi Nunca (2), Nunca (1). La confiabilidad fue de 0,87. Los resultados muestran que en estas empresas se establecen políticas de cobros en función de las ventas a créditos, respetando el principio fundamental de las finanzas. Concluyendo que las empresas tienen una política para fidelizar su clientela, a través de condiciones de créditos favorables, que les permitan prolongar sus exigencias.

Palabras clave: Gestión de tesorería, gestión de cobros, flujo de efectivo, liquidez, pymes

TREASURY MANAGEMENT IN SMEs OF RIOHACHA D.E.T.C.: CASE OF COLLECTIONS MANAGEMENT

Abstract

The objective of the investigation was to determine the treasury management in the SMEs of Riohacha D.E.T.C, specifically the collection management. Methodologically, it has a positivist paradigm, a quantitative

approach, a descriptive type with a non-experimental, cross-sectional field design. The population corresponds to 15 administration and finance coordinators of the SMEs of Riohacha D.E.T.C. A questionnaire of sixteen (16) items was applied, with a scale Always (5), Almost Always (4),

¹ Magister en gerencia financiera, instructor Centro industrial y de energías alternativas. SENA Regional Guajira. Correo: kpinto@sena.edu.co

² Magister en gerencia financiera, profesional en ASAA. S.A: ESP. Correo: eedirmendoza@uniguajira.edu.co

³ Candidata a magister en gerencia financiera, instructora del Centro industrial y de energías alternativas. SENA. Región Guajira. Correo: kapinto@sena.edu.co

Sometimes (3), Almost Never (2), Never (1). The reliability was 0.87. The results show that these companies establish collection policies based on credit sales, respecting the fundamental principle of finance. Concluding that companies have a policy to retain their customers, through favorable credit conditions, which allow them to extend their demands.

Keywords: Treasury management, collection management, cash flow, liquidity, SMEs

Introducción

El sector de las Mipymes es sin duda alguna un factor que promueve el fortalecimiento de la economía y el bienestar de la sociedad en cualquier país. Según Doyle (2009), en Europa (UE) hay 23 millones de este tipo de empresas y representan más del 90% del total, participan con el 57% del Producto Interno Bruto (PIB), así mismo, son el principal apoyo de la economía europea (European Commission, 2010).

En este sentido, informes realizados por el Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo y de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina consideran que entre el 90% y el 98% de las unidades productivas en América Latina contribuyen con alrededor del 63% del empleo y entre 35% a un 40% del PIB. En este sentido, el 90% de las PYMES en promedio, proporcionan empleo al 70% de la planta laboral y contribuye

con un 20% a 30% del PIB (Universia Knowledge, 2010).

Bajo estas premisas, los gerentes de las pymes necesitan estar informados sobre la gestión financiera de manera oportuna, prácticamente la inmediatez de la información se ha convertido en una de las necesidades más imperativa de la gerencia, por ello se han visto en la obligación de innovar, gestionar cambios de manera constante dentro de la estructura de las organizaciones y de la forma de gerencia que les permita tener un mayor control de las funciones administrativas, donde la información fluya por todas las áreas de la organización rápidamente para así lograr disminuir la incertidumbre, teniendo en cuenta que el futuro podría resultar incierto además de difícil de predecir.

Es importante entender que los factores que inciden en la gestión financiera, tales como, la gestión del efectivo, la gestión de pago, las inversiones financieras, con el fin de generar rentabilidad, productividad y calidad, facilita la posibilidad de hacer una planificación de las políticas y las estrategias a seguir para alcanzar los objetivos que aseguren la perdurabilidad del negocio. Esa planificación debe de ir acompañada de los datos económicos que la avalen.

De esta forma, Van Horne y Wachowicz (2010), expresan que la gestión financiera, comprende la

administración y manejo de fondos de acuerdo a un plan preestablecido, con algún propósito. Generalmente estos fondos tienen múltiples usos: en activos fijos para la producción de bienes y servicios, en inventarios para garantizar la producción y las ventas, en cuentas por cobrar, en caja o en valores negociables para garantizar las transacciones y la liquidez.

Al respecto, Asdraldo (2015), señala que la contabilidad y las finanzas corporativas para Mipymes deben ser amigables, saber que es necesario cumplir con unos requerimientos legales, pero entendiendo a los pequeños empresarios tiene unas necesidades particulares de información que el sistema tradicional muchas veces no le satisface por su lenguaje técnico y en ocasiones confuso con que se le presenta. Es por esto que se debe avanzar en la presentación de informes simples, pero contundentes, que le sirvan al empresario en la gestión del negocio y que se adapten a las condiciones particulares de su empresa.

Por otro lado, en el componente contable y financiero se infiere que presentan debilidades y los potenciales riesgos para la continuidad de las pequeñas empresas, tal como lo señala Asdraldo (2015). En las PYMES del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha se evidencia: inadecuada aplicación de las normas contables;

desconocimiento de las herramientas gestión financiera; información inexacta para solicitudes de créditos, para relaciones comerciales y participación en licitaciones.

Lo anterior, se presume que está generando desconocimiento de la realidad financiera de la empresa y, por tanto, mayor incertidumbre en la toma de decisiones financieras correspondientes a estas empresas, arrastrándolas a llevar un inadecuado sistema de información contable y financiera.

Por su parte, respecto a las pymes de Riohacha, existe la presunción que muchas de ellas no cuentan con una buena gestión financiera que les permita, llevar un buen control del área financiera sobre todo en la gestión del efectivo, como lo es contar con el control de los saldos optimo del efectivo, políticas de pagos, políticas de cobros entre otros. Lo que se traduce en desconocimiento sobre la rentabilidad del negocio. Por lo antes dicho, las Pymes Colombianas presentan algunos problemas frente al control de gestión para ser cada día más competitiva con respecto a las multinacionales que llegan al país.

Fundamento teórico

Antecedentes

Gómez (2016), en su artículo científico publicado en la revista de Contabilidad y Dirección Volumen No. 10 - Nuevas Tendencias de

Management, titulado “Presente y Futuro de las Finanzas - Situación y Perspectivas de las Finanzas a comienzos del Siglo XXI”. Abordó como objetivo comentar al lector las novedades que han ido apareciendo posteriormente, centrándose, de manera especial, en los diez últimos años, con temas como finanzas corporativas, eficiencia de los mercados o valoración de activos; y también la relación de las finanzas con los temas de buen gobierno, los sistemas legales y culturales o la ética.

Para el desarrollo de la misma, se utilizó un tipo de investigación descriptiva, documental no experimental, presentando las contrastaciones teóricas de los autores como Fernández (2009), Gómez Montejó (2009), Gómez-Bezares (2009), Byoun (2008), Marín y Olivier (2008), Fama y French (2008), George y Hwang (2007), entre otros.

El resultado obtenido trata sobre la evolución de las finanzas en los últimos cien años, tras su breve historia, las finanzas han conseguido un gran protagonismo a través de los mercados, la banca, los seguros, las instituciones de inversión, a la vez que han alcanzado un puesto muy destacado en las empresas, no sólo por la importancia de los departamentos financieros, sino porque se ha consolidado la filosofía financiera de «creación de valor» que impregna toda la gestión empresarial.

Muchas crisis financieras tienen un patrón similar: ambición de riqueza rápida, endeudamiento excesivo para poder comprar más, soberbia de los que van ganando (se creen más listos) y producen envidia a los que no han entrado en el mercado, todo lo anterior ocurre dentro de la euforia que provoca ceguera (no se ve que los precios son absurdamente altos), y al final entra el miedo, el pánico y la histeria.

En cuanto a la investigación realizada por Gómez, se puede decir que sirvió como antecedente para el desarrollo de la presente investigación pues, aporta fundamentación teórica para el desarrollo del primer objetivo cuya variable es la gestión del efectivo, así como del cuarto objetivo referido a las fuentes de financiamiento y de los indicadores contenidos en cada variable mencionada.

Por otra parte, Nava (2014), en su artículo científico, titulado: “Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente”, publicado en la Revista Venezolana de Gerencia (RVG) en su Edición No. 48 - 2014. Abordó como objetivo analizar la importancia del análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente. El análisis financiero es fundamental para evaluar la situación y el desempeño económico y financiero real de una empresa, detectar dificultades y aplicar correctivos

adecuados para solventarlas.

La investigación es un estudio analítico con diseño documental basado en los fundamentos teóricos de los siguientes autores: Rubio (2007), Brigham y Houston (2013), Hernández (2005), Gitman (2013), Van Horne y Wachowicz (2014), Elizondo y Altman (2003), entre otros. El análisis financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa. Se considera que una empresa con liquidez es solvente pero no siempre una empresa solvente posee liquidez. El análisis financiero basado en cifras ajustadas por inflación proporciona información financiera válida, actual, veraz y precisa.

Se concluye que el análisis financiero es una herramienta gerencial y analítica clave en toda actividad empresarial que determina las condiciones financieras en el presente, la gestión de los recursos financieros disponibles y contribuye a predecir el futuro de la empresa. Este antecedente aporta para la presente investigación la fundamentación teórica de la variable Gestión Financiera, es decir, contribuye en el desarrollo de los objetivos referidos a la gestión del efectivo, de cartera, de inventario y fuentes de financiamiento, además servir de base para la construcción del instrumento de

recolección de datos.

Gestión de Tesorería.

La administración de los flujos de efectivo es una tarea extremadamente importante para todo administrador financiero, una parte de esta tarea consiste en determinar la cantidad de efectivo que una empresa debe tener a su disposición en cualquier momento, para asegurar que las operaciones normales del negocio continúen sin interrupción. En esta instancia, la meta del administrador es minimizar la cantidad de efectivo que la empresa debe mantener para realizar sus actividades normales de negocios sin olvidar que al mismo tiempo debe contar con cantidades suficientes para: honrar las obligaciones de los proveedores, mantener la reputación de crédito de la empresa, y satisfacer las necesidades de efectivo inesperadas.

En este orden de ideas, Santoma (2012), explica que la gestión de tesorería no implica un nivel alto de liquidez, pero sí permitirá prever posibles tensiones, así como estudiar soluciones a los problemas con suficiente antelación. Por esto la elaboración de un presupuesto de tesorería acertado permite prever los futuros orígenes y aplicación de los fondos, que alerten sobre los próximos requerimientos de liquidez, para poder tomar decisiones pertinentes ante tal situación.

Por lo tanto, ese flujo debe ser

obligatoriamente relacionado al ciclo del capital de trabajo, el cual se mueve desde el manejo de la producción y los inventarios, hasta que estos se convierten en facturas emitidas (cuentas por cobrar), la cuales al cobrarse alimentan la tesorería, proyectando el flujo de fondos necesarios para pagar las facturas recibidas de los proveedores (cuentas por pagar) por el suministro de inventarios y otros recursos, los cuales a su vez retroalimentan el ciclo.

Por su parte, Valls (2003 p. 12), señala que la gestión de tesorería puede ser definida como: La gestión de liquidez de la organización, cuyo fin es garantizar que los fondos necesarios estén disponible en el lugar adecuado, en la divisa adecuada y en el momento adecuado, manteniendo para ello relaciones oportunas con las entidades correspondientes procurando minimizar los fondos retenidos en circulante mediante el control funcional de clientes, proveedores, circuitos de cobros y pagos, rentabilizando los fondos ociosos y minimizando el costo de los fondos externos, todo ello con un nivel de riesgo conocidos y aceptados.

Por otro lado, Olsina (2009 p. 11), la concibe como el “conjunto de técnicas y procedimientos destinados a gestionar óptimamente los fondos necesarios de la empresa” persiguiendo los objetivos siguientes:

- Disminuir las necesidades de financiamiento de corto plazo, mejorar los circuitos, escogiendo y utilizando los mejores medios de cobro y pago, de igual manera reducir los volúmenes de financiación o concentrando saldos además de posiciones bancarias en un grupo de empresas.
- Reducir en lo posible los costos financieros mediante negociaciones de las mejores condiciones con las entidades financiera, o bien utilizando los instrumentos adecuados de financiación a corto plazo.
- Rentabilizar los excedentes de fondos monetarios mediante los instrumentos adecuados, tanto en el ámbito de la empresa como en los mercados monetarios.
- Atender en todo momento y en las mejores condiciones las obligaciones monetarias a fin de asegurar la liquidez de la empresa.

Según Salas (2017)

La gestión de tesorería tiene como objetivo principal hacer un uso eficiente de los recursos financieros a corto plazo de una empresa. Para ello, el enfoque habitual propuesto en la literatura plantea el problema de gestión de tesorería desde una perspectiva de control. Básicamente, el tesorero dispone en cada momento de cierto nivel de efectivo cuyo nivel tiene que controlar para mantenerlo entre ciertos niveles que se consideran adecuados para evitar

tanto saldos negativos como saldos excesivos que podrían estar generando un determinado ingreso financiero. (p.4)

De acuerdo con lo expuesto anteriormente por los autores, la gestión de tesorería utiliza el análisis de la liquidez actual y de la situación de riesgo para poder tomar decisiones respecto a las inversiones futuras de la organización. Para efectos de esta investigación se fija posición con lo expuesto por, Santoma (2013), quien expresa que esta no implica un nivel alto de liquidez, sin embargo, permite prever los futuros orígenes y empleos de los fondos

Métodos

La variable gestión de tesorería fue tratada y cuantificada en la población seleccionada. En este contexto, la postura epistemológica de esta investigación se enmarcó dentro del paradigma cuantitativo, recalcando su enfoque empírico positivista, de acuerdo a lo referido por Balestrini (2012), quien manifiesta que la investigación cuantitativa tiene como objeto el análisis e interpretación de datos numéricos mediante la aplicación de la estadística descriptiva.

De acuerdo al propósito, la investigación fue descriptiva, se

trabajó sobre realidades de hecho y su característica fundamental fue la de presentar una interpretación correcta. Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 119), proponen la investigación descriptiva, como la que pretende “medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren.”

El estudio se cataloga de campo o investigación directa, ya que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio, es decir en sus condiciones naturales. “Campo es donde los datos se recogen en forma directa de la realidad mediante el trabajo propio del investigador. Para Sabino (2012, p. 89) a estos datos se les llama primarios por ser de primera mano, “originarios producto de la investigación en desarrollo”, garantizando un mayor nivel de confianza para recoger la información desde el mismo lugar de los hechos.

Bajo estos parámetros, la población para la presente investigación estuvo conformada por 15 Pymes del sector comercio en distrito especial, turístico y cultural de Riohacha. El criterio utilizado para seleccionar las Pymes fue el volumen de facturación que cada una genera, es decir, de los ingresos obtenidos por las ventas.

Tabla 2. Población de estudio

PYMES	Coordinador Departamento de Administración y Finanzas
CONSTRUIMOS DE LA GUAJIRA EMPRESA UNIPERSONAL	1
INVERSIONES AQUAROSA LTDA	1
COUNTRY MOTORS S.A.	1
AUTOTROPICAL S.A.S.	1
HAMBURGUESAS EL CORRAL SUCU RSAL VIVA WAJIRA	1
KLAREN`S RIOHACHA	1
FREMILSA	1
RC INVERSIONES Y COMERCIO S.A.S.	1
CONSTRUIMOS DE LA GUAJIRA EMPRESA UNIPERSONAL	1
LISANDRO GOMEZ CASTRO Y CIA. S. EN C.	1
LA REBAJA PLUS N. 1 RIOHACHA ALMACEN DE CADENA Y DROGUERIA	1
EMANUEL DISTRIBUCIONES SYG	1
VARIEDADES Y DISTRIBUCIONES GRUPO EL SURTIDOR VDGS S.A.S.	1
GAMEZ EDITORES-SISTEMA CARDENAL SAS	1
RO LTDA	1
Total	15

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Resultados y discusión

Gestión de Tesorería Subdimensión: Gestión de Cobro

En la tabla 2 se exponen los resultados de la Sub-dimensión gestión de cobro, específicamente en cuanto al indicador política de cobro los resultados fueron los siguientes: siempre (33%), casi siempre (27%), casi nunca (27%) y algunas veces

(13%). El promedio del indicador (3,60), lo sitúa en Rango IV y una categoría de análisis "Alta". En este sentido, la información dada por las unidades informantes demuestra que en estas empresas se establecen políticas de cobros en función de las ventas a créditos, respetando el principio fundamental de las finanzas (El valor del dinero en el tiempo).

Tabla 2. Subdimensión: Gestión de Cobro

ALTERNATIVAS	Política de Cobro		Instrumentos de Cobro		Descuento Pronto Pago	
	Fa	%	Fa	%	Fa	%
(5) Siempre	5	33	3	20	1	7
(4) Casi Siempre	4	27	6	40	8	53
(3) Algunas Veces	2	13	5	33	2	13
(2) Casi Nunca	4	27	1	7	3	20
(1) Nunca	0	0	0	0	1	7
Total	15	100	15	100	15	100
Rango del Indicador	3,60		3,76		3,33	
Categoría del Indicador	Alta		Alta		Moderada	
Rango de la Dimensión			3,56			
Categoría de la Dimensión			Alta			

Fuente: Elaboración propia (2019)

En síntesis, estos resultados se acercan a lo que plantea Gitman (2013), las empresas deben especificar las políticas de cobros requeridas para todos los clientes que operan, debido a que cualquier cambio en las condiciones de la empresa puede tener efectos sobre la rentabilidad total. Por su parte, en lo que respecta al indicador “instrumentos de cobro” y según la información expresada por las unidades informantes, se ubicó de la siguiente manera: casi siempre (40%), algunas veces (33%), siempre (20%) y casi nunca (7%).

La media fue de 3,89, ubicándose en el rango IV con una categoría de análisis “Alta”. Lo anterior, evidencia que estas Pymes utilizan en un alto grado los instrumentos de cobros para

su gestión financiera desde el cobro en efectivo hasta consignaciones recibidas. Los resultados de este indicador se acercan a lo que manifiesta Gitman (2013), quien afirma que “los instrumentos de cobro tienen por objeto orientar las decisiones administrativas en la toma de decisiones, ya que estas se convierten en acciones una vez que se presentan cambios en el departamento de recuperaciones y riesgo en la banca.

A nivel de comités se deben fijar las guías de acción a seguir durante los procesos de recuperación y seguimientos de los créditos”.

Finalmente, se analizan los resultados del indicador “descuento por pronto pago”, cuyos resultados

obtenidos por los informantes fueron los siguientes: casi siempre (53%), casi nunca (20%), algunas veces (13%), nunca (7%) y siempre (7%). Este indicador obtuvo una media de 3,33, ubicándose en el rango III con una categoría de análisis “Moderada”.

Los resultados antes descritos, evidencian que estas empresas utilizan de forma moderada el descuento por pronto pago para obtener mayor liquidez en el cobro de efectivo. Esta modalidad, consiste en un descuento a los clientes por pagar dentro de un período de tiempo relativamente corto y previamente establecido.

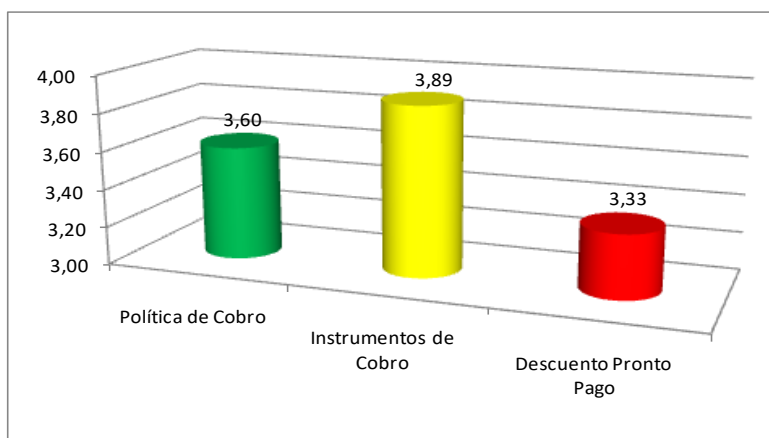
Ahora bien, los resultados respecto a lo que conceptualiza Ortiz (2014), quien menciona que el efecto neto de los cambios en el periodo de descuento por pronto pago es bastante difícil de analizar debido a los problemas para determinar los resultados exactos de los cambios en

el periodo de descuento, que son atribuibles a dos fuerzas que tienen relación con el periodo promedio de cobro.

La media de la subdimensión Gestión de Cobro equivale a 3,56, posicionándose en el Rango IV con una categoría de análisis “Alta”. En cuanto a la gestión de cobros, utilizados por estas empresas, las mismas son utilizadas en las tareas administrativas y financieras orientadas a la captación de recursos monetarios procedentes de una transacción económica o mercantil. Por tal razón la tarea principal de la gestión de cobros es la obtención de la recaudación de las pymes de Riohacha.

A continuación, se muestra un gráfico de barras donde se muestra la media de cada uno de los indicadores que conforman la dimensión gestión de cobro.

Gráfico 2. Subdimensión: Gestión De Cobro



Fuente: Elaboración propia (2019)

Conclusiones

La gestión de cobro de las Pymes del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha en estudio, para sus políticas de cobranza aplican varios indicadores como: instrumentos de cobro, selección de crédito y políticas de cobro, a fin de establecer las condiciones crediticias con sus clientes. Esto evidencia la política de la empresa para fidelizar su clientela, a través de condiciones de créditos favorables, que les permitan prolongar sus exigencias y así las pymes poder garantizar sus ventas.

Referencias bibliográficas

- Asdraldo, C. (2015). Prospectiva tecnológica como ventaja competitiva para la gestión financiera en las pymes. *Redes de Ingeniería*, 6, 113+.
- Balestrini, M. (2012) Como se elabora el proyecto de investigación. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Doyle, D. (2009). European SME facts and figures – Small business impact in Europe. The Institute of Certified Bookkeepers. Disponible: <http://www.bookkeepers.org.uk/News/566>. [Links]
- Gitman L. (2013). Principios de Administración Financiera. México: Edición Pearson Educación.
- Gómez (2016). Presente y Futuro de las Finanzas - Situación y Perspectivas de las Finanzas a comienzos del Siglo XXI. la revista de Contabilidad y Dirección Volumen No. 10
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación. México: Mc. Graw Hill.
- Nava, M (2015). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*. Edición No. 48. 253-272.
- Olsina, X. (2013) Gestión de tesorería: optimizando los flujos monetarios. España: Profit Editorial
- Ortiz, A (2014). Gerencia financiera y diagnóstico estratégico. (4ta Ed.). Colombia: Editorial McGrawHill.
- Pinto, K.; Mendoza, E.; Pinto, K. & Pinto, K. (2019). Gestión de efectivo en las PYMES del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha. *Revista RenovaT*, Vol. 3 (1), 25-35.
- Sabino (2012). El Proceso de Investigación. Venezuela: Ed. Panapo.
- Santoma, J. (2012). Gestión de Tesorería. España: Ediciones Gestión 2000.
- Universia knowledge@wharton (2010). The SMEs multiple challenges in Latin America. Universia Colombia. Disponible: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/los-multiples-retos-de-las-pymes-en-america-latina.html>. [Links]
- Valls, J. (2003) Fundamentos de la nueva gestión de tesorería. 3ra. España: Edición. FC. Editorial.

Valls, J. (2015) Fundamentos de la nueva gestión de tesorería. (5 ED.). Barcelona Edición. FC. Editorial

Van Horne, J y Wachowicz, J (2014). Fundamentos de Administración Financiera. (4 ed.). México: Pearson Educación

.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA POLICÍA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA

Cinara Marcela Castaño Avella¹
Johanna Patricia Barrios Donado²
Lauren Paola Barrios Romero³
Maura Belén Quintero Gutiérrez⁴

Resumen

El artículo tuvo como objetivo describir las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que implementa la Policía Metropolitana de Barranquilla, considerando estas como la base fundamental de la filosofía institucional, utilizando para ello una investigación de tipo descriptiva, con diseño no experimental, transversal y de campo, a través de una entrevista aplicada a administrativos y cuerpo policiaco de la unidad metropolitana de Barranquilla Atlántico, Colombia. Teniendo como resultado las diferentes acciones que efectúa este organismo público, como la protección al medio ambiente, así como

los hechos que pudieran perjudicar el ecosistema, las continuas campañas de servicio social para estudiantes de grado 10 y 11, las capacitaciones ambientales que se realizan en diferentes establecimientos educativos, la defensa a la infancia y adolescencia, reportes de delitos informáticos entre otros. Todas ellas consumadas para garantizar el bienestar social que tienen con la ciudadanía, y el respeto a los derechos constitucionales de libertad, igualdad y justicia.

Palabras clave: Responsabilidad social; Policía Metropolitana; Acciones de responsabilidad social

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BARRANQUILLA METROPOLITAN POLICE

Abstract

The article aimed to describe the Corporate Social Responsibility actions implemented by the Barranquilla Metropolitan Police, considering these as the fundamental basis of the institutional

philosophy, using descriptive research, with a non-experimental, cross-sectional and field design. Through an interview applied to administrative and police forces of the metropolitan unit of Barranquilla Atlántico, Colombia. Resulting in the

¹ Estudiante de Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar, Barranquilla Colombia. Correo: marcelac0712@gmail.com

² Estudiante de Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar, Barranquilla Colombia. Correo: barriosd.johana@gmail.com

³ Estudiante de Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar, Barranquilla Colombia. Correo: laurenbarrios17@gmail.com

⁴ Estudiante de Administración y Gestión de Pymes Universidad Politécnica de Tulancingo, Hidalgo México. Correo: maurabelen.quintero@gmail.com

different actions carried out by this public body, such as the protection of the environment, as well as the events that could harm the ecosystem, the continuous social service campaigns for 10th and 11th grade students, the environmental training carried out in different educational establishments, the defense of childhood and adolescence, reports of computer crimes among others. All of them consummated to guarantee the social well-being that they have with citizens, and respect for the constitutional rights of freedom, equality and justice.

Keywords: Social responsibility; Metropolitan Police; Social responsibility actions

Introducción

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un tema de gran relevancia dentro de toda organización, pues brinda muchas ventajas en cuanto a imagen y a captación de mercado, ya que los consumidores se ven atraídos por aquellos sellos que indican que esa empresa se preocupa en ayudar a una comunidad desprotegida, que apoya la educación, la salud, o que simplemente es una empresa Socialmente Responsable.

La RSE es un elemento útil y eficaz para mejorar notablemente el modelo productivo de una empresa, porque une los criterios de eficiencia, sostenibilidad y prosperidad con el añadido valor de la diversidad, igualdad de oportunidades, respeto, tolerancia, entre otros (Paz, Prieto y García, 2015, Paz, Sánchez, Magdaniel y Robles, 2017). La responsabilidad social empresarial, constituye una gran oportunidad de mejorar los beneficios y bondades de las

empresas, ya sean grandes, pequeñas, públicas o privadas. Varios estudios demuestran que las organizaciones que avanzan y progresan en las políticas de responsabilidad social empresarial obtienen más productividad lo que repercute directamente en los resultados (Barragán et al, 2020).

Desde la perspectiva de García, Cardeño, Ramírez y Pirela (2019), se hace evidencia que la RSE es más que tener utilidades, haciéndose necesario mantener equilibrio entre el bienestar empresarial y de la sociedad, de esta forma, la supervivencia de las organizaciones depende del apoyo y respeto obtenido de la comunidad donde se desenvuelve, de allí la necesidad del intercambio equitativo, entre ambos integrantes, siguiendo con Duran et al (2016), por ello las organizaciones deben ser socialmente responsables, combinando en una forma equilibrada los aspectos legales, éticos, morales y ambientales.

Bajo este contexto la Policía Metropolitana de Barranquilla tiene como Misión permanente dar cumplimiento a lo señalado en el artículo 218 de la Constitución Política de Colombia, que estipula:

La Policía Nacional es un cuerpo armado permanente de naturaleza civil, a cargo de la nación, cuyo fin primordial es el mantenimiento de las condiciones necesarias para el ejercicio de los derechos y libertades públicas, y para asegurar que los habitantes de Colombia convivan en paz (p)

Asimismo, la visión de La Policía Nacional Se consolidará en el 2022 como institución fundamental para la

construcción de un país equitativo y en paz, garante y respetuoso de los derechos humanos, afianzando la convivencia y seguridad a través del control del delito, la educación ciudadana, prevención, mediación y articulación institucional e interinstitucional como ejes centrales del servicio.

A partir de esta premisa, el presente proyecto tiene la finalidad de conocer las principales acciones de Responsabilidad Social Empresarial que implementa la Policía Metropolitana de Barranquilla, en pro de contribuir al bienestar social en base al cumplimiento de los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales que debe llevar a cabo esta organización con el beneficio de generar un valor agregado a la compañía, así como también reafirmar los valores éticos en la sociedad y el respeto hacia el medio ambiente para así mantener y/o mejorar su imagen corporativa.

Antecedente

La investigación revisada se titula Integridad y Responsabilidad Social realizada por la oficina de las naciones unidas contra la droga y el delito en Julio 2010. El propósito de la investigación fue puntualizar la forma en que la policía puede actuar con el fin de que no se violen los derechos de los ciudadanos, pero también con la intención de entregar herramientas que les permitan a los agentes realizar obras o crear estratégicamente opciones para ayudar y contribuir con la sociedad, de antemano es importante dejar claro hasta donde está permitido que los agentes policíacos intervengan y de esta forma no se violen los derechos de los ciudadanos. En este sentido el antecedente contribuye,

destacando el apoyo de los agentes policiales con el resguardo e integridad física de los ciudadanos, a lo cual constituye una acción de responsabilidad social del organismo del cual forman parte.

Estado del arte

Como referencia histórica, el concepto de responsabilidad social corporativa nació en los Estados Unidos de América, muy rápidamente se fue extendiendo por todo el mundo y se fortalece en la medida en que da respuesta a los diferentes procesos de cambio a los que ha sido sometida la sociedad en las últimas décadas. Al respecto, Pesquero citado por Murillo, González y Rodríguez (2010) realiza un importante esfuerzo por demostrar cómo el cambio social se hace indispensable y por qué la responsabilidad social corporativa representa un nuevo paradigma y una nueva forma de modernidad en la administración.

De la misma forma, Padilla (2014) manifiesta en su artículo de investigación Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano, que ésta se enfoca bajo el marco de los principios del Global Compact, por ser este el código de empeños de mayor aceptación a nivel mundial. Donde se dice que el Global Compact propuesto por el Secretario de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en 1999, constituye una iniciativa voluntaria encaminada a reunir empresas, organismos de Naciones Unidas, sindicatos y representantes de la sociedad civil para aplicar diez principios universales en materia de Responsabilidad social empresarial,

agrupados en cuatro ejes: derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y corrupción.

En el mismo documento se señala que los primeros antecedentes de RSE en Colombia se hallan a comienzos de siglo XX con el surgimiento de la Fundación Social en 1911 y la conformación de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) en 1944, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) en 1945, y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI) en 1951.

A mediados del siglo XX la iglesia católica colombiana, junto con los gremios y los sindicatos fueron los principales actores sociales en Colombia. Los primeros antecedentes de Responsabilidad Social Empresarial en Colombia se hallan a comienzos de siglo XX con el surgimiento de la Fundación Social en 1911 y la conformación de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) en 1944, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) en 1945, y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI) en 1951. A mediados del siglo XX la iglesia católica colombiana, junto con los gremios y los sindicatos fueron los principales actores sociales en Colombia.

Siendo estas organizaciones, las que empiezan a mostrar resultados en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial en Colombia, estableciendo los primeros estándares para las empresas reunidas en los grupos señalados anteriormente. De igual forma, en este mismo estudio se muestra como aparecen figuras administrativas y jurídicas que muestran

un mejor trato a los trabajadores y que aún son vigentes, como, por ejemplo:

En 1954 se crea el subsidio familiar, encaminado a mejorar el bienestar de los trabajadores mediante la creación de cajas de compensación autónomas financiadas con aportes patronales liquidados sobre el valor de la nómina de la empresa. Ese año se aprueban los estatutos de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia. La participación de las empresas era voluntaria y la suma de los aportes patronales era independiente del número de trabajadores casados y de hijos que tuviesen.

Dicha iniciativa fue acogida por el Estado colombiano y se tornó obligatoria en 1957. (Padilla, 2014) Además, estas primeras formulas se constituyen en el inicio de la política nacional colombiana respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, posteriormente se presenta el desarrollo y fortalecimiento de estas prácticas volviéndose de obligatorio cumplimiento, incentivando así a las empresas a incluir más actividades relacionadas con este asunto, ya que se convierte este en un valor agregado que las vuelve más competitivas por que logran mayor satisfacción de los clientes, facilitándose de esta manera el cumplimiento de sus objetivos particulares.

Asimismo, paulatinamente van apareciendo organizaciones por gremios que fomentan e instituyen estas prácticas en las empresas que pertenecen a ellos, como lo presenta (Padilla 2014) al manifestar que “en 1993, catorce organizaciones gremiales se agrupan en el Consejo Gremial Nacional para el fortalecimiento de la función social de los

gremios y se firma el Compromiso de Guaymaral; surge además el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES).

Más adelante, en el año 2008 aparece la Guía Técnica Colombiana (GTC) 180 de Responsabilidad Social, elaborada por el Icontec, documento que provee las directrices para establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en la gestión organizacional y empresarial, y propende por involucrar a los stakeholders o partes interesadas en el logro de un desempeño socialmente responsable.

Incluso, entre los instrumentos empleados por las empresas para desarrollar la Responsabilidad Social Empresarial se pueden observar dos tipos, el soft law (derecho blando) y el hard law (derecho imperativo), cada uno con sus propias características, por ejemplo, Padilla (2014) señala que la mayor parte de los instrumentos de los que se sirve la Responsabilidad Social Empresarial son de carácter voluntario, corresponden al denominado régimen de soft law, y comprende declaraciones de los organismos internacionales, las guías y estándares, los esquemas de certificación y los mecanismos de reporte para las empresas.

Mientras que el hard law ofrece soluciones con estándares más altos, más comprensibles, durables, seguros, más transparentes y con mayor credibilidad, permiten proteger el bien común, ayudan a suplir las fallas del mercado y protegen a los más vulnerables, hacen énfasis en la rendición de cuentas y resarcimiento. De esta

manera, los regímenes jurídicos permiten a los afectados por los abusos de las empresas, ventilar judicialmente sus reclamos y contar con mecanismos adecuados de reparación entre los cuales se encuentran la indemnización, restitución y rehabilitación, garantizándose su cumplimiento en beneficio de las partes interesadas y la sostenibilidad.

Fundamento teórico

Desde tiempos muy remotos el término de Responsabilidad Social ha jugado un papel muy importante dentro de cualquier institución pública o privada, sin embargo, diversos académicos refieren como punto de partida a dicho concepto los años 50. Específicamente, en la publicación de Bowen en 1953 con la obra titulada *Responsabilidades sociales del hombre de negocios* marcando este, el comienzo de la literatura moderna de la RSE, plasmando en esta obra la primera aportación al término Responsabilidad Social Empresarial: Las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad (Bowen 1953), aludiendo de igual manera a lo que se conoce como desarrollo sostenible, refiriéndose a la necesidad de administrar los recursos naturales.

Sin embargo, no fue sino hasta la década de los 80 cuando se puso de moda, con la aparición de la teoría de los Stakeholders (Freeman, 1984). Existen múltiples definiciones del concepto de responsabilidad social originarias de fuentes diversas. Entre las cuales pueden destacar a Carroll (1999), quien señala

que la responsabilidad social empresarial abarca las expectativas económica, legal, ética y discrecional que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado.

Igualmente, el Foro Mundial de Davos (1994) Suiza, da a conocer a través del *Pacto Mundial de Naciones Unidas* que las empresas adopten nuevos principios universales en el ámbito de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente, acción propuesta en el año 2000. Despertando en las empresas un nuevo enfoque en su perfeccionamiento organizacional.

Entendiendo en este sentido, que la RSE sea una incorporación consiente, clara y sostenida en la gestión estratégica de una organización, de los impactos sociales de su actividad en el entorno (Expósito, 2008). Posteriormente, y a partir del siglo XXI la RSE se coloca en el núcleo de la actividad de las empresas por su capacidad para "crear valor compartido", ya que al crear valor para la empresa también se crea valor para la sociedad (Porter y Kramer, 2011). De igual manera la empresa tiene, la responsabilidad de asumir los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica (Núñez, 2003).

Por su parte, Schermerhorn (2002) define la responsabilidad social como la obligación de la organización para actuar en formas que sirven al interés propio y al interés de muchos stakeholders externos. Otra aportación muy importante y destacada es la que realizó la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECAE, 2004) en la cual definen RSE como el compromiso voluntario de las

organizaciones con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa.

Asimismo, en México, uno de los principales avances en el tema es haber logrado la aceptación de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto, a fin de facilitar su difusión y comprensión. Es así como todos los organismos de la *Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México* (AliaRSE) coinciden en definir Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso consciente y congruente de cumplir conjuntamente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común, pues la responsabilidad es de naturaleza moral y, como tal, forma parte de toda acción humana. (Argandoña, 2006, 2007).

Los cambios globales han ocasionado que los altos mandos de las organizaciones e instituciones se preocupen por dirigir a su equipo de trabajo con acciones sanas que participen en los procesos en la toma de decisiones que garanticen conductas responsables (Muños, 2013). Si bien existen diferentes definiciones propuestas por autores, instituciones y organismos, todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios, de ahí la importancia para las organizaciones

en implementar acciones que generen un valor agregado y con ello ser sustentablemente competitivas.

De acuerdo a Paz, Harris y Franco (2016)

las organizaciones en su gestión deben establecer estrategias que guían las acciones tanto administrativas como sociales, no solo con apoyo de su gente sino mediante la participación de las personas de las comunidades aledañas a su ubicación, como un compromiso por crear una actuación compartida en las actividades de responsabilidad social, estableciendo una sinergia en el cumplimiento de la dimensión interna y externa, siendo llevadas a cabo a través de modalidades entre ellas: patrocinios, donaciones, becas, uso de instalaciones, jornadas entre otras, estando desarrolladas según la necesidad de las comunidades, representando un comportamiento corresponsable entre los grupos de interés que actúan a favor de consolidar una sociedad más humana y sostenible. (p.49)

Métodos

Para la presente investigación se tomó como referencia lo mencionado por Sabino (2007), quien alude que la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de

manifiesto su estructura o comportamiento.

Arias (2006), define el diseño de la investigación como La estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. Por lo que esta búsqueda, se llevará a cabo en base a un diseño no experimental puesto que no se contará con la elaboración y ejecución de un experimento que lleve a la verificación de dicha investigación, sino que se observaran situaciones ya existentes, sin pretender manipular alguna de ellas. Asimismo, se basará en un diseño transaccional y/o transversal puesto que se elaborará en un periodo corto, pero que será suficiente para los fines deseados.

Por otro lado, se establece como población de estudio, al personal administrativo y cuerpo policiaco de la unidad metropolitana de barranquilla, de donde se extrae la información requerida para esta investigación, Pelekais et al (2012), señalan que la población es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación. Dentro de este contexto se utilizó como unidades informantes al personal administrativo y del cuerpo policial presentes al momento de aplicar el cuestionario, quienes suministraron la información requerida para el desarrollo de esta investigación, con base a sus experiencias laborales y sociales.

Las técnicas de recolección de datos, son definidas por (Tamayo 2001), como la expresión operativa del diseño de investigación y que específica concretamente como se hizo la investigación. Así mismo (Alzina, 2009),

define las técnicas como aquellos medios técnicos que se utiliza para registrar observaciones y facilitar el tratamiento de las mismas. De acuerdo a este argumento se hizo uso de la Entrevista, que definida por (Arias 2006) menciona que es un método o técnica que consiste en obtener información acerca de un grupo de

individuos. Dicha entrevista consta de una serie de preguntas abiertas, que buscan obtener la información necesaria para describir las acciones de responsabilidad social empresarial de la policía metropolitana de barranquilla.

Resultados y discusión

Tabla 1. Respuestas de la entrevista

1. ¿Qué tan importante es la Responsabilidad Social Empresarial para ustedes como miembros de la institución?	Muy importante
2. ¿Disponen de protocolos para llevar a cabo una campaña que promueva la responsabilidad social empresarial?	Respuesta afirmativa
3. ¿Podría darnos algún ejemplo de esas acciones?	De protección ambiental Reportes ambientales Protección animal Capacitaciones en establecimientos educativos Servicio social ambiental para estudiantes de grados 10 y 11 Protección a la infancia y adolescencia, Reportes de delitos informáticos.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Las personas entrevistadas, tanto las de personal administrativo como los que hacen parte del cuerpo policial, manifiestan que para ellos la responsabilidad social es muy importante, por ser aspecto fundamental dentro de los lineamientos y políticas institucionales, y de sus valores personales. Igualmente, responden afirmativamente al indagar respecto a si disponen de protocolos para llevar a cabo una campaña que promueva la responsabilidad social empresarial.

Tales resultados coinciden con el planteamiento de García, Durán, Parra y Márceles (2017), al señalar que es compromiso de los directivos de los

cuerpos policiales propiciar y fortalecer los espacios para la potenciación de valores de RS en sus integrantes pues es propio de su razón de ser; de modo que las estrategias deben ir direccionadas a una cultura de responsabilidad social.

En cuanto a la tercera pregunta de la entrevista, se realizó un listado con las acciones de RSE que se llevan a cabo por la policía nacional en Barranquilla, entre las que se encuentran: las de Protección ambiental, Reportes ambientales, Protección animal, Capacitaciones en establecimientos educativos (García, Parra y Durán, 2017), Servicio social ambiental para estudiantes de grados 10

y 11, Protección a la infancia y adolescencia y Reportes de delitos informáticos.

Conclusiones

Con base a los resultados obtenidos en esta investigación, se puede concluir, que la policía metropolitana de Barranquilla tiene muy presente la responsabilidad social dentro de su organismo institucional, pues las acciones que realizan para proteger y velar por el bienestar social son diversas, entre las cuales se pueden destacar: la protección al medio ambiente así como aquellos hechos que puedan perjudicar el ecosistema, las continuas campañas de servicio social para estudiantes de grado 10 y 11, las capacitaciones ambientales que llevan a cabo en diferentes establecimientos educativos, la protección a la infancia y adolescencia, entre otros.

De igual manera, es muy importante recalcar que la policía metropolitana de Barranquilla sabe la obligación que tiene para con la ciudadanía en salvaguardar y proteger sus vidas, así como defender a los inocentes del engaño, la opresión y la intimidación. Es una institución que cumple cabalmente con la actuación responsable y comprometida con la sociedad, su familia y ellos mismos, desempeñando plenamente el servicio público encomendado.

Referencias bibliográficas

- Alzina, R. B. (2009). Metodología de la Investigación. Madrid: La Muralla, S.A.
- Arias, F. G. (2006). El proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. Venezuela: Episteme.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid. AECA.
- Barragán, C.; García, J.; Meza, V; Mercado, M & Olarte, L. (2020). Responsabilidad social empresarial en medios impresos en los Departamentos del Atlántico y Magdalena (Colombia). Económicas CUC, 4 (1), 33-48
- Bowen, H. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. Harper and Row, New York.
- Carrol, A. (1999). *Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct*, Business & Society, vol 38, n° 3, pp 268-295.
- Freeman, R. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach, (Pitman, Boston).
- García, J.; Durán, S.; Parra, M. & Márceles, V. (2017). Dirección estratégica del talento humano para el fomento de valores en los cuerpos policiales venezolanos. Revista Espacios, 38 (32), 16-28
- García, J.; Parra, M. & Durán, S. (2017). Diversidad cultural y fomento de valores en la convivencia ciudadana. Revista Búsqueda, 1 (19), 102-110
- García, J.; Cardeño, E.; Ramírez, W & Pirela, W. (2019). Elementos de responsabilidad social, concebidos desde el direccionamiento estratégico en mipymes. En Fundamentos teóricos de la responsabilidad social. Una mirada organizacional / compiladores Ronald Antonio Prieto Pulido [y otros 3]; Zahira Moreno Freitas [y otros 27] -- Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar,
- Expósito Vélez, R. (2008). Responsabilidad Social Empresarial –RSE-. Naturaleza, historia y evolución. *En Responsabilidad Social Empresarial para emprendedores*.
- Proyecto Bolívar Emprende 150 años. Pág. 15, 24, Cartagena, Colombia.

- Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Santiago: CEPAL/PNUD. Serie CEPAL- *Medio Ambiente y Desarrollo*. Disponible en: www.eclac.org/publicaciones/xml/4/13894/lcl2004p.pdf
- Pacto Mundial. (2018). www.globalcompact.org
- Padilla, A. M. (enero-junio de 2014). *Revista de Derecho*. (U. d. Norte, Ed.) Recuperado el 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/851/85131029003.pdf>
- Paz, A.; Prieto, R. & García, J. (2015). Responsabilidad social como alianza para el desarrollo sostenible en empresas carboníferas. Libro Memoria Primer Congreso Internacional de Energías Renovable. Cierg. Riohacha, Guajira, Colombia
- Paz, A.; Harris, J. & Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *Económicas CUC*, 37(2), 47- 68. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.37.2.2016.03>
- Paz, A.; Sánchez, J.; Magdaniel, Y. & Robles, C. (2017). Estrategias de la responsabilidad social acción voluntaria en la universidad de la Guajira. *Revista Desarrollo gerencial*, 9 (1), 126-143
- Policía Nacional de Colombia. (15 04 de 2018). Obtenido de <https://www.policia.gov.co/mision-vision-mega-principios-valores-funciones>
- Policía Nacional de Colombia (2018). Formulación estratégica policía nacional. Obtenido de file:///D:/DOTAS/DESCARGAS/boletin_sg_01.pdf
- Responsabilidad Social Empresarial. (28 de 12 de 2016). *Se responsable*. Obtenido de <http://www.seresponsable.com/2016/12/28/rse-3/>
- Sabino, C. (2007). El proceso de Investigación. Caracas: Editorial Panapo.
- Schermerhorn, J. (2002). Análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 3. 7th edition. Wiley, New York.
- Se Responsable. (28 de 12 de 2016). Obtenido de <http://www.seresponsable.com/2016/12/28/rse-3/>
- Tamayo y Tamayo, Mario (2001). El Proceso de Investigación Científica. México: Editorial Limusa
- Unión Social de Empresarios de México (USEM) www.usem.org.mx



Normas para los colaboradores

1. Generales

La revista **RenovaT** de la institución Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” es un medio de difusión de carácter científico-arbitrado, con periodicidad semestral, cuya misión es contribuir con la promoción permanente de la producción intelectual, orientada a presentar nuevos aportes dentro de los procesos de investigación y divulgación académica.

Se reciben artículos, ensayos y críticas de libros. Dichos trabajos deben ser originales e inéditos, es decir, no haber sido publicados total o parcialmente con anterioridad en ningún medio impreso o electrónico, ni propuestos simultáneamente a otras publicaciones.

La revista considera para su publicación trabajos cuyas temáticas se vinculen con procesos de energías renovables, innovación (nuevas ideas, propuestas y modelos) y tecnologías de vanguardia. También abarca aspectos relacionados con la gerencia (dirección efectiva, coordinación de recursos, estrategias, planificación, organización, control, productividad y competitividad, sostenibilidad y sustentabilidad).

El número de investigadores co-autores no deber ser superior a cuatro

Los trabajos son aceptados de acuerdo con los siguientes criterios: pertinencia del tema para la revista, dominio del área, generación de conocimiento y/o existencia de propuestas, contribución a futuras investigaciones, originalidad, valor científico, coherencia de discurso, vigencia de la información y calidad de las referencias bibliográficas.

El Equipo Editor realiza una presentación de los artículos según la pertinencia de su contenido, y los mismos son arbitrados por un Comité Evaluador, constituido por especialistas en los temas desarrollados en la revista, quienes formulan las observaciones convenientes.

Especialistas en Redacción con base en la revisión de estilo, hacen las correcciones pertinentes a los artículos, respetando la idea original del autor.

La aceptación de los trabajos queda sujeta a la decisión del Equipo Editorial. Una vez aprobados, los artículos pasan a ser propiedad de la revista.

La Revista **RenovaT** no se hace responsable por las opiniones emitidas por los autores. La recepción de artículos es durante todo el año.

2. Presentación

Los interesados en publicar en la Revista **RenovaT** del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) deben enviar sus trabajos al E-mail: rrenovat@misena.edu.co

El artículo debe acompañarse de una breve reseña curricular del (los) autor(es) que incluya: nombre(s) y apellido(s), institución a la que pertenece, correos electrónicos, entre otros datos de interés para los efectos de identificación.

El (los) autor(es) debe(n) enviar el original de su artículo debidamente identificado para el proceso de arbitraje.

La extensión de los trabajos no puede ser mayor a 20 cuartillas, ni menor de 10, la cual incluye portada, gráficos, ilustraciones, referencias bibliográficas, entre otros. La revista puede considerar la publicación de trabajos de mayor extensión.

Los trabajos deben cumplir con los siguientes aspectos formales: Tipografía recomendada: Arial, estilo fuente: normal; tamaño de la letra: 12 puntos; interlineado: doble; alineación: párrafos justificados; sangría: cinco espacios; márgenes del documento uniformes: 2,4 cms, en la parte superior, inferior, derecha e izquierda de cada página, Cada página del artículo debe estar correctamente enumerada en la parte superior derecha con números arábigos.

El artículo presentará las siguientes secciones fundamentales:

Título: Enuncia de manera concisa, clara y explicativa el contenido del artículo. Su extensión no debe excederse de quince palabras. Evitar el uso de abreviaturas, paréntesis o caracteres desconocidos.

Autores: Debajo del título del artículo mencionar los nombres y apellidos completos, sin colocar títulos profesionales. Al pie de página indicar una breve reseña curricular de cada autor, donde relacione su mayor grado de formación, institución de afiliación, correo electrónico, autor principal a quien se le debe dirigir la correspondencia.

Resumen: Condensa en un máximo de 150 palabras, de manera precisa, el contenido básico del trabajo. Sus aspectos fundamentales son: exponer los principios objetivos y la importancia de la investigación, describir la metodología empleada, sintetizar los resultados y presentar las conclusiones más relevantes. Debe presentarse en español traducido al idioma inglés (Abstract).

Palabras clave: Incorporación de un máximo de tres (3) o cinco (5) palabras clave que exponen los elementos fundamentales del artículo. Su uso es con fines clasificación de contenidos para agilizar la búsqueda del trabajo en base de datos.

3. Cuerpo del artículo

Introducción: Expone el propósito del artículo y aporta al lector la información necesaria para comprender el contenido y la temática del estudio. Plantea los objetivos principales y aportes más relevantes del trabajo y describe la estructura general de los aspectos que contiene el cuerpo del artículo.

Fundamento teórico: Corresponde al desarrollo teórico del tema tratado. Puede presentarse con divisiones identificadas con subtítulos.

Métodos: Esta sección está constituida por los siguientes aspectos: diseño, población y muestra, el contexto o espacio en el cual se desarrolló el estudio y el análisis utilizado para la interpretación de los datos.

Resultados: Describe los hallazgos más relevantes del estudio y resume los datos recolectados.

Discusión: Muestra las relaciones entre los hechos observados y en dicha sección se examinan e interpretan los resultados obtenidos en la investigación. Confrontando dichos resultados con las teorías que respaldan la investigación.

Conclusiones: Presenta una versión condensada de las secciones del artículo y de los resultados clave, y está directamente relacionada con los objetivos que se mencionaron en la introducción.

Bibliografía citada: Debe ser pertinente, actualizada y estar estrictamente referenciada en el texto. Asimismo, las citas bibliográficas textuales cortas se incorporarán en el texto entre comillas dobles. Si tienen más de cuarenta palabras, se ubicarán en un bloque de texto o párrafo aparte, con interlineado a un espacio y con sangría al margen izquierdo y derecho equivalente a 11/2 cm. Para citar al autor se indicará apellidos, seguido de coma, año de publicación de la obra y el número de la página; todos estos datos se escriben entre paréntesis, ejemplo: (Seijo, 2014, p.54)). En caso de varios autores se considerará el estilo: (Hernández et al, 2013, p.67).

Referencias bibliográficas: Deben ser de reciente data, limitarse exclusivamente a fuentes citadas en el trabajo, escribirse en orden alfabético y de acuerdo con las normas establecidas por la American Psychological Association (APA).

Las tablas, figuras, gráficos e ilustraciones deben incorporarse como parte del artículo si contienen información verdaderamente relevante, mostrando valores numéricos, tendencia de los datos, representaciones gráficas del entorno en el cual se basó el estudio. Se identificarán de manera consecutiva con número arábigos.

Resumen de la hoja de vida de los autores: Para cada autor, presente la siguiente información, según el caso: Títulos académicos en educación superior, experiencia en investigación, experiencia en docencia, consultoría o administrativa (máximo 100 palabras cada uno).

4. Evaluación

Los trabajos que cumplan con las normas generales y de presentación de la Revista **RenovaT**, serán sometidos a arbitraje, mediante el método “doble ciego”, en el cual se considera de carácter confidencial la identidad del (los) autor (es) y del (los) árbitro (s). El proceso de arbitraje es realizado por dos especialistas en las respectivas áreas temáticas desarrolladas en los trabajos, en caso de que estos dos no concuerden en la revisión se deberá solicitar un tercer evaluador.

Los aspectos a considerar por los árbitros para realizar la correspondiente evaluación académica son: Pertinencia del título, calidad del resumen, exactitud de las palabras clave, estructura de la introducción, organización interna del trabajo, claridad y coherencia del discurso, dominio del área, generación de conocimiento y/o existencia de propuestas, contribución del trabajo a futuras investigaciones, vigencia de la información, originalidad, proceso metodológico, interpretación y conclusiones, referencias bibliográficas, pertinencia del tema para la revista, cumplimiento de las normas de la revista y apropiación general. Dichos criterios serán evaluados según la escala de estimación representada por las siguientes categorías: Excelente, regular y deficiente. Los árbitros deberán presentar las observaciones respectivas que respalden plenamente su evaluación.

El Comité Editorial podrá emitir cualquiera de los siguientes tipos de veredictos, de acuerdo con la opinión emitida por los expertos:

Aceptado: El artículo cumple con las exigencias de forma y fondo, no amerita corrección alguna.

Publicable con modificaciones: El documento requiere correcciones en cuanto a la presentación formal y redacción.

Rechazado: El trabajo carece de rigor científico y amerita correcciones que implican una reformulación completa de su contenido.



FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTÍCULOS

Revista **RenovaT**

ISSN: 2619-2896

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA) REGIONAL GUAJIRA

Sr(a). Evaluador(a):

La revista **RenovaT** le agradece su contribución y compromiso como árbitro, pues fortalece la divulgación de los resultados de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales, tecnologías e innovación y gerencia, además de favorecer los procesos editoriales de la revista, beneficiando con ello a los autores y al ámbito científico. En este sentido, encontrará una serie de preguntas en relación con los criterios a tener en cuenta para la evaluación del artículo. Por favor responda a todos los criterios según el tipo de artículo que revisa, escogiendo y colocando una equis (X) en sólo una de las opciones que se da para cada caso.

1. INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL EVALUADOR				
Nombres y apellidos del evaluador:				
Tipo y número de documento de identificación:		Fecha de Nacimiento:		
Datos de contacto del evaluador (Email, teléfonos,...):				
Máximo nivel académico alcanzado	Título		Área de conocimiento o programa	
	Posdoctoral			
	Doctor			
	Magister			
	Especialista			
Nombre del artículo recibido:				
Fecha de recibido:		Fecha de devolución:		
2. CRITERIOS SOBRE LA RELACIÓN (PERTINENCIA) DEL ARTÍCULO CON LA REVISTA				
			SI	NO
¿El tema del trabajado en el artículo es de relevancia para la revista RenovaT?				
¿El artículo es una contribución nueva y original sobre el tópico tratado?				
¿Las conclusiones son consistentes y están justificadas con los datos o con la(s) tesis presentada(s) en el artículo?				
¿Aparecen citas y referencias de artículos previamente publicados por la revista RenovaT o de otras publicaciones de revistas nacionales e internacionales?				
3. CRITERIOS SOBRE ASPECTOS FORMALES DEL ARTÍCULO			SI	NO
¿El título guarda correlación con los objetivos, resultados y conclusiones?				
¿El título contempla una visión clara y concisa de la temática tratada en el artículo?				
¿En el resumen se condensa adecuadamente la información que contiene cada sección del artículo (objetivo/intencionalidad; metodología; hallazgos/resultados; conclusiones/contribuciones)?				
			OBSERVACIONES	

¿Las palabras clave identifican claramente el área del conocimiento y responden al tema tratado?			
¿El artículo está presentado de manera clara, coherente y bien organizada según las normas de presentación que exige la Política Editorial de la revista?			
¿En términos generales el artículo cumple con la Política Editorial de la revista RenovaT y las normas de estilo de publicación APA?			
4. CRITERIOS SOBRE ASPECTOS DE CONTENIDO O DE FONDO DEL ARTÍCULO	SI	NO	OBSERVACIONES
¿El manuscrito presenta una introducción clara, precisa y descriptiva de los objetivos y problemas que se abordan?			
¿El problema de investigación está definido y delimitado claramente, es pertinente para las ciencias sociales, tecnología e innovación?			
¿La metodología propuesta es adecuada para alcanzar los objetivos propuestos (describe el enfoque y método de la investigación, justifica la selección de las variables y/o de la muestra, expone los instrumentos utilizados para la recolección de la información y los procedimientos para la obtención y el análisis de los datos)?			
¿Los resultados y la discusión son relevantes para el avance del conocimiento?			
¿Los resultados derivan directamente del análisis de los datos recolectados?			
¿Los resultados expresan el propósito del artículo?			
¿Los cálculos y las operaciones numéricas están adecuadamente representadas?			
¿Las conclusiones son concordantes con lo presentado en los resultados y análisis?			
¿Las contribuciones son relevantes para el avance del conocimiento?			
¿La discusión explica claramente cómo el trabajo impacta el estado actual del arte, o cómo mejora las prácticas actuales?			
¿La discusión interpreta los resultados, compara y declara adecuadamente las limitaciones del artículo y las futuras líneas de investigación?			
¿Hay suficiente claridad y capacidad de síntesis en las ideas expresadas en las conclusiones?			
¿Las referencias bibliográficas son adecuadas y actualizadas con el tema tratado? Nota: para los artículos de revisión se debe contar mínimo con 50 referencias primarias u originales.			
¿El manuscrito constituye un aporte válido, vigente y relevante para el área del conocimiento en el cual se inscribe?			
¿La escritura es clara, coherente y fluida (apropiada redacción, léxico, ortografía, claridad conceptual, entre otras)?			
¿Las tablas y figuras que acompañan los textos son relevantes, clarifican y añaden valor?			
¿La extensión del texto es adecuada en función de la complejidad del tema, los objetivos y el público lector?			
¿Considera que el artículo podrá ser citado?			

¿Considera que el artículo genera el interés de la comunidad académica?					
¿Considera que el artículo genera el interés del sector productivo?					
Para el caso de los artículos de corte empírico					
¿Hay claridad y pertinencia en la presentación del método, participantes, materiales o instrumentos y procedimiento?					
¿La presentación de la información recogida es clara, suficiente y adecuadamente apoyada en tablas, cuadros o figuras (gráficos)?					
¿Se expresa claramente la utilidad o beneficios (directos o indirectos) de los resultados encontrados?					
¿Las discusiones y las conclusiones están consistentemente apoyadas en los resultados y apoyadas en la revisión bibliográfica?					
5. CRITERIOS DE VALORACIÓN GENERAL					
5.1. Tipología de Artículo					
Marque con una equis (X) en la columna contigua, la fila correspondiente a la tipología a la que corresponda el artículo evaluado		Tipo 1 (Artículo de Investigación/Originales)			
		Tipo 2 (Artículo de Revisión)			
		Tipo 3 (Artículo de Reflexión)			
		Tipo 4 (Ensayo)			
		Tipo 5 (Críticas de libros)			
5.2. Valoración Cuantitativa					
Marque con una equis (X) el número que mejor represente la evaluación cuantitativa para este artículo:	5	4	3	2	1
5.3. Valoración Cualitativa					
Marque con una equis (X) la recomendación más adecuada que haría al Editor de la revista en cuanto al mérito de publicación de este artículo:	Publicable	* Publicable con ligeras modificaciones	** Publicable con modificaciones sustanciales	*** No publicable	
	()	()	()	()	
Publicable, El artículo cumple con las exigencias de forma y fondo, no amerita corrección alguna					
* Publicable con ligeras modificaciones, El documento requiere correcciones en cuanto a la presentación formal y redacción.					
** Publicable con modificaciones sustanciales: Se sugieren cambios relacionados con la correspondencia del artículo y la temática de la revista. De igual manera, se propone profundizar sobre el tema, manejos de referencias teóricas o citas actuales, reestructuración de los aspectos metodológicos y generación de propuestas y aportes significativos.					
*** No publicable: El trabajo carece de rigor científico y amerita correcciones que implican una reformulación completa de su contenido. (Especificar en comentarios para editor).					

Comentarios para el editor (en caso de aprobación sin modificaciones o de rechazo):

Comentarios para los autores (Sin incluir su nombre, y de manera respetuosa y constructiva, plantee muy sucintamente sus comentarios o sugerencias a los autores. Evite incluir también sus recomendaciones sobre el mérito de publicación dado por usted a este artículo):

Firma:

Después de diligenciado este formulario, favor sírvase contactar al Editor (a) de la revista **RenovaT** en la dirección de contacto que se indica.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA) REGIONAL GUAJIRA

Dirección: Calle 21 cra 15 Avda. Aeropuerto A.A. 178. Riohacha. Revista **RenovaT**
Tel: (57) (095)7273010
Riohacha-Colombia

Contactos:

Email: rrenovat@misena.edu.co
<http://www.sena.edu.co>



SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

SENNOVA

Sistema de Investigación,
Desarrollo Tecnológico e Innovación

Revista RenovaT

Revista de Estudios Interdisciplinarios
en Ciencias Sociales, Tecnología e Innovación.

Periodicidad: Semestral
Julio – Diciembre 2020

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Regional Guajira
Centro Industrial y de Energías Alternativas – CIEA

rrenovat@misena.edu.co
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/rnt>
Tel.: +57 (5) 7274608 ext. 53550 – 53563
Calle 21 Carrera 15 Av Aeropuerto, Edificio Administrativo, Piso 3
Riohacha, La Guajira, Colombia

ISSN 2619-2896