



# TRAVESÍA

## EMPRENDEDORA

Volumen **6**

No. **1**

traves. emprend.

Ene - Jun 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**



**Travesía EMPREDEDORA**

traves. emprend.

**Entidad Editora:**

**Unidad de Emprendimiento**

**Universidad Mariana**

San Juan de Pasto, Colombia. Vol. 6  
No. 1

Enero – Junio 2022

ISSN Electrónico: 2539-0376

DOI: <https://doi.org/10.31948/travesiaemprededora>

Periodicidad: Semestral

Número de páginas: 180

Formato: digital

**Universidad Mariana**

**Equipo Editorial**

Magíster **Luz Elida Vera Hernández**

Directora Editorial UNIMAR

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**Editores**

Magíster **German Alfredo Gómez Achicanoy**

Editor Unidad de Emprendimiento

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**6** No.1  
Volumen

traves. emprend.

Ene - Jun 2022

e-ISSN: 2539-0376



Magíster **Jorge Arturo Dorado Goyes**

Editor Unidad de Emprendimiento

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**Nancy Carolina Caipe Montoya**

Practicante Unidad de Emprendimiento

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

Corrección de Estilo

**Ana Cristina Chávez López**

Editorial UNIMAR

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

Diseño Gráfico

**Daniela Velásquez Torres**

**Cristian Roberto Ojeda Guerrero**

Editorial UNIMAR

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**Depósito Digital**

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

**6**  
Volumen

No.1

traves. emprend.

Ene - Jun 2022

e-ISSN: 2539-0376



Las opiniones contenidas en los artículos de la revista *Travesía EMPRENDEDORA* no comprometen a la Editorial UNIMAR ni a la Universidad Mariana, puesto que son responsabilidad única y exclusiva de los autores. Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos aquí consignados, sin fines comerciales, siempre y cuando se cite la fuente. Los artículos se encuentran en texto completo en la dirección electrónica: <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora>



*Travesía EMPRENDEDORA* por Universidad Mariana se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.





Volumen **6** No **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2022  
e-ISSN: 2539-0376

**Sección 1. Contaduría Pública y Mercadeo**

*Compromiso empresarial verde* 12  
Juan David Sánchez Gurrute

*Cueros Urkunina* 16  
David Estaban Méndez Delgado  
Rubén Darío Mejía Yela

*Elaboración de torta de yacón para personas que tienen diabetes* 24  
Juan David Caicedo Figueroa  
Diana Sofía Jojoa Botina

## **Sección 2. Fisioterapia**

*Emprendimiento* 35

Estefanía Raquel Díaz Yanguatín

*Contribución trascendental para el emprendimiento tras* 39

*las Escuelas de estrategias*

María Catherine Ordoñez Bolaños

Duban Steven Argote Ocampo

## **Sección 3. Terapia Ocupacional**

*Visión desde Terapia Ocupacional en la creación de empresa* 46

María Camila Arévalo López

Teófila Yulieth Ordoñez Satizabal

Estefany Lisbeth Rivera Cuaspud

*Desarrollar mentalidad emprendedora* 49

Juanita Lucía Ortiz Arcos

*Emprendimiento y empleo informal, un incentivo para la economía* 52

Liliana Marcela Hernández Yépez

Sthepanny Basante López

*Emprendimiento: el cambio para el éxito de la Terapia Ocupacional* 55

Lesly Nathaly Pantoja España

María Fernanda Torres Cruz

Deicy Paola Vásquez Rosero

## **Sección 4. Trabajo Social**

*Emprendimiento e innovación en el contexto colombiano* 62

David Sebastián Cerón

Dayana Ximena Mora

*La creatividad es el camino hacia la innovación* 70

Jhesica Juliana Gómez Ortega

Evelly Alejandra Prado Huaca

Lixi Juliana Tutistar Hidalgo

*La multidimensionalidad del emprendimiento en la economía y nivel personal* 75

Juan Pablo Arciniegas

Karen Daniela Hernández

Angie Melissa Meneses

## **Sección 5. Ingeniería**

*Emprendimiento en Ingeniería de Sistemas* 79

Andrés Alejandro Ibarra Bolaños

Cesar Augusto Narváez Hernández

*Optimizaciones cooperativas y tecnológicas 2022* 84

Camilo Andrés Bravo Rosero

*La tecnología como una oportunidad para el emprendimiento* 92

Paola Andrea Realpe Zambrano

Jhonatan Franky Ñañez Muñoz

## **Sección 6. Administración de Negocios Internacionales**

<i>Impacto del e-commerce en las pymes durante la pandemia covid-19</i>	97
María Camila Patiño Folleco	
<i>La importancia del emprendimiento</i>	102
Andrés Felipe Córdoba Nicolás Carvajal Díaz	
<i>Responsabilidad social y el emprender</i>	106
Diana Marcela De La Cruz Villota Gabriela Lucía Melo Martínez José Fernando Mora Padilla	
<i>Beneficios de Creación Empresa</i>	110
Héctor Ascuntar Rodríguez Alexis Santiago Onofre Lasso Valeria Benavides Bravo	
<i>Orientación al mercado de las empresas marroquineras de Pasto</i>	116
Diego Fernando Melo Chaves Moisés Palacios León Rubén Darío Rojas Murcia Claudia Magali Solarte Solarte	
<i>El rol del emprendimiento en el desarrollo de la sociedad</i>	128
Kevin Alexander Alvarado Gavidia Andrés Felipe Guerrero Moran Ivonne Sofía Paz Tobar	

*Mercadotecnia digital, la nueva forma de emprender* 133  
Alejandro Luna Pascuas  
Ingrid Nathalia López García  
Yeimy Milena Grafe Flores  
Jorge Arturo Dorado Goyes

*¿Por qué es tan importante el neuromercadeo en las ventas?* 137  
Cristhian Alfred Jurado Espinosa

*Alternativas de emprendimiento frente a la sustitución de cultivos ilícitos en la comunidad de Ricaurte (Nariño)* 141  
María Fernanda Dorado Burbano  
Oscar Javier Delgado Ordoñez  
Gloria Alicia Rivera Vallejo

## **Sección 7. Gerencia Tributaria**

*Efectos financieros COVID-19, sector hotelero en el Valle de Sibundoy, Putumayo* 151  
Zenith Yamileth Luna Zenon  
Adriana Marcela Jajoy Mavisoy  
John Ernesto Bennett Muñoz

*Formalización y responsabilidades fiscales en la extracción del oro en Mallama 2021* 159  
Deisy Yadira García Palacios  
Luisa Fernanda Rojas Martínez  
Nubia Julieth Botina

*Planeación Tributaria en una empresa importadora* 173  
Vivian Karine Naranjo López

*Análisis del régimen simple de tributación y régimen ordinario en  
MEDIMAGENES S.A.S.*

176

Nohora Jimena Bernal Toledo

Jimmy Anderson Reina Estrada

Christian Abraham Moncayo Riascos

# SECCIÓN 1

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376

## TRAVESÍA EMPREDEDORA

6 No.1  
Volumen



Universidad  
**Mariana**

  
Editorial  
**UNIMAR**



# Compromiso empresarial verde

**Juan David Sánchez Gurrute**

Universidad Mariana

Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

El tiempo no tiene marcha atrás; va en constante avance y, de su mano, van progresando los contextos ambientales, económicos, sociales, en un continuo proceso de adaptación, acorde al conjunto de pensamientos que van surgiendo en búsqueda de encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar la calidad de vida del ser humano. Así como el tiempo avanza, también lo hacen estos primeros pensamientos, que van tomando un enfoque más apegado a la realidad, más consciente del quehacer con carácter innovador por parte de los individuos que son partícipes de una sociedad. La palabra 'innovador' proviene del latín innovator, la cual significa 'crear algo nuevo'.

Inmersos dentro de un mundo globalizado, se requiere enfatizar en las necesidades idóneas para las personas y, detectar los servicios y productos que mayor calidad requieren; es decir, ya no es cuestión de un campo económico y empresarial donde esta innovación se ve involucrada, sino que debe involucrar a los distintos ámbitos sociales.

López-Contreras y Martínez-Pastrana (2016) mencionan que, los seres humanos no aprendemos de los actos que anteriormente fueron realizados por nuestros antecesores y, esto se evidencia en la explotación indiferente de los distintos recursos naturales que las entidades ejercen en el ejercicio de su actividad, sin tener en cuenta las distintas consecuencias en cuanto a la contaminación del medio ambiente. El desarrollo de la sociedad presente, encaminada a satisfacer las necesidades inmediatas de cada individuo del presente siglo, no debe comprometer a las posteriores sociedades, que buscarán suplir sus propias necesidades. No obstante, dado que existe demasiada competencia, es importante que las empresas no se queden atrás en el mejoramiento de sus productos, pero, para que puedan seguir permaneciendo dentro del mercado, deben crear un doble propósito, el cual consiste en:



La muy obvia generación de riqueza económica, pero, también, la preocupación del impacto que causa su producto sobre el consumidor y sobre los recursos naturales, velando así por la sostenibilidad del negocio. Además, debe tener conocimiento de aquel nuevo ciudadano que, ante los grandes retos sociales, climáticos y tecnológicos que se propone en el nuevo siglo, se ha estado moldeando en un nuevo consumidor, con conciencia, bajo los valores de compromiso y responsabilidad y, de la mano con la convicción de la relación que desea tener con el planeta en el ahora y en el futuro.

Y es que hoy en día, una empresa no puede ser ajena a lo que sucede en su entorno; el consumidor de hoy es cada vez más respetuoso, sostenible, ecológico, humanitario y comprometido con el planeta. Es deber implementar prácticas de negocios sostenibles, demostrar responsabilidad social, reflexionar sobre el impacto en el medio ambiente y repensar el proceso de producción para reducir los efectos negativos de la utilización de recursos importantes, apostando por una renovación en donde la responsabilidad ambiental es uno de los pilares fundamentales de los valores que hacen distinción de la entidad.

En toda la historia de la humanidad nos hemos preocupado tanto por el medio ambiente como lo hacemos en la actualidad, y es que la gran cantidad de problemáticas ambientales que debemos enfrentar hoy en día han llevado a una gran cantidad de la población a replantearse sus formas de consumo y los valores que aprecian en las marcas que compran. Al analizar las problemáticas ambientales que enfrenta la humanidad, logramos ver que tienen efectos negativos tanto para las empresas como para sus consumidores, pero igualmente, podemos ver que son el resultado de la forma como se da el intercambio de valor entre ambos actores. Así, se hace urgente cambiar de mentalidad y adoptar prácticas de producción y consumo más sostenibles.

‘Adidas’ es una de las marcas de ropa deportiva más importantes que existen, pues, por una razón poderosa, se ha posicionado como una de las marcas más famosas utilizadas en la industria deportiva; es la favorita de muchos atletas y produce, además de calzado deportivo, otros artículos de tipo deportivo.

El compromiso de Adidas Originals con el medio ambiente no se detiene y este año avanza un paso más allá con el lanzamiento de su icónico modelo Stan Smith hecho con materiales reciclados para ayudar a eliminar residuos plásticos. (Diario Sustentable, 2021, párr. 1)

Su compromiso con el medio ambiente no se detiene y va un paso más allá, con el lanzamiento de su icónico modelo ‘Stan Smith’, hecho con materiales reciclados, para ayudar a eliminar residuos plásticos. En este camino hacia lo verde, se proyecta un mundo comprometido con el cuidado del planeta, para



promover así una conciencia sustentable. Esta acción de intercambio de 157 botellas plásticas por un par de tenis permitió a Adidas Originals “imaginar una nueva forma de llegar a sus consumidores en un futuro, de manera rápida, ecológica y responsable con el entorno, confirmando que es posible implementar distintas opciones que incentiven el reciclaje, potenciando su modelo estrella de este año” (Diario Sustentable, 2021, párr. 2).

El diseño de los icónicos Stan Smith “incorpora un exterior blanco primegreen -un tejido creado con materiales reciclados de alto rendimiento- acompañado de una suela blanca de caucho reciclado” (Ekos, 2021, párr. 6). Completando el ciclo enfocado en la sostenibilidad, “todos los modelos de la colección vienen en la clásica caja azul de Adidas Originals, que ha sido renovada y ahora contiene más de un 90 % de papel reciclado” (párr. 8). Asimismo, como afirma Stenzel (2021):

el gigante deportivo lanza una colección hecha a base de plástico marino. Esta iniciativa forma parte del interés de Adidas por detener la contaminación de los océanos y acabar con los desechos plásticos mediante el desarrollo de productos derivados de materiales naturales o reciclados.

En asociación con Parley for the Oceans, una organización sin ánimo de lucro que recopila los desechos plásticos en playas y comunidades costeras, Adidas ha creado una colección de ropa para el aire libre.

La colección Adidas x Parley Outdoor está hecha de Primeblue, un tejido de alto rendimiento que contiene 50 por ciento de Parley Ocean Plastic. La colección está compuesta por pantalones cortos, camisetas, chaquetas, joggers y zapatillas de deporte. Entre las piezas clave se encuentran las FreeHiker Parley, unas zapatillas desarrolladas para caminatas de larga distancia en senderos, y la parka MyShelter Parley, impermeable y liviana. (párr. 1-3)

Por su parte, Attié (2012) expresa que “la inquietud por el medio ambiente produce que se gesten cambios que llegan a impactar en el comercio de bienes y servicios” (p. 5) y es que, “el compromiso de las empresas con el cuidado del medioambiente no solo beneficia a la sociedad, sino también a las empresas al contribuir con su sostenibilidad” (Universidad ESAN, 2021, párr. 1). Ha sido tan importante y ha causado tanta preocupación en el mundo el deterioro y el maltrato de los recursos naturales y el medio ambiente que, ahora, la responsabilidad del cuidado es de todos; por ello, se ha creado un ambiente en el que las principales responsables de este cuidado son las mismas empresas. A raíz de esto, estas se han visto obligadas a realizar cambios significativos a su interior, en donde han debido considerar hacer cambios en la manera como operan y manejan sus procesos.



## Referencias

- Attié, A.V. (2012). *La conciencia ambiental como ventaja competitiva en el comercio internacional* [Tesis de Pregrado, Universidad Empresarial Siglo XXI]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/11296>
- Diario Sustentable. (2021). Menos plásticos, más Stans: adidas Originals implementó dron para incentivar el reciclaje en Chile. <https://www.diariosustentable.com/2021/05/menos-plasticos-mas-stans-adidas-originals-implemento-dron-para-incentivar-el-reciclaje-en-chile/>
- Ekos. (2021). Stan Smith Forever, el ícono de Adidas Original en su camino hacia la sostenibilidad. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/stan-smith-forever-el-icno-de-adidas-original-en-su-camino-hacia-la-sostenibilidad#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20los%20dos,suela%20blanca%20de%20caucho%20reciclado.>
- López-Contreras, A.P. y Martínez-Pastrana, E.H. (2016). *Importancia de los negocios verdes en el contexto global para el futuro sostenible de las empresas y el caso de Amtec Andina* [Tesis de Pregrado, Universidad de La Salle]. [https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria\\_publica/558](https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/558)
- Stenzel, T. (2021). Adidas lanza una colección hecha de plástico recuperado del océano. <https://fashionunited.es/noticias/moda/adidas-lanza-una-coleccion-hecha-de-plastico-recuperado-del-oceano/2021042035278>
- Universidad ESAN. (2021). ¿Por qué incentivar la conciencia medioambiental en las empresas? <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/por-que-incentivar-la-conciencia-medioambiental-en-las-empresas>

# Cueros Urkunina

David Estaban Méndez Delgado

Rubén Darío Mejía Yela

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Resumen

El objetivo de este estudio es el desarrollo de marca y de producto para accesorios de cuero fabricados a mano, partiendo desde su diseño, elaboración y distribución. Los productos tendrán como particularidad que, dentro de su diseño, será representada la parte cultural y ancestral de la región nariñense, enfocando la colección en un bolso tipo baúl, con los símbolos rupestres de los pastos y el dilecto pastuso que será plasmado en el bolso. Por otra parte, se seleccionará un país a través de un análisis cuantitativo y cualitativo que determinará el lugar donde será viable la comercialización del artículo; asimismo, se hará la implementación de un proceso de logística que permitirá que el artículo esté en condiciones óptimas para ser exportado de manera adecuada y cumpla con todos los parámetros exigidos por el país importador; se determinará el grupo objetivo adecuado para, posteriormente, implementar publicidad. Es importante destacar que este estudio y sus herramientas tendrán como objetivo, iniciar la puesta en marcha de Cueros Urkunina y, brindará como ventaja para la empresa, conocer el mercado para dirigir esfuerzos y estrategias para dar a conocer el producto e introducir al mercado de la moda, un accesorio funcional y de diseño exclusivo para el consumidor.

## Introducción

El objetivo principal del proyecto es rescatar la cultura y la ancestralidad pastusa a través del comercio de productos de moda. Para obtener el máximo provecho de los materiales que son producidos en la región, se optó por la opción de poner en marcha una microempresa manufacturera encargada de la transformación del cuero, donde se creará diferentes modelos de accesorios que serán elaborados artesanalmente por habitantes de la ciudad. Inicialmente, se tomará como colección de lanzamiento, un bolso tipo baúl, por ser un producto de alta demanda dentro del segmento al cual van



dirigidos los artículos; esto permitirá dar a conocer la marca en el mercado de la moda, adoptando los estándares que esta impone. Con la intención de otorgar un valor agregado al producto, se plasmará en la superficie de su diseño, a través de grabados, diferentes ilustraciones que representen la cultura, tales como: léxico, símbolos rupestres y edificaciones pastusas, que permitirán dar a conocer toda la riqueza ancestral y cultural de la región, para lograr como producto final, un bolso de diseño exclusivo y único.

## Metodología

Dentro del proyecto se realizó un proceso interdisciplinar en conjunto con cuatro componentes básicos para el desarrollo integral del producto, al cual se le aplicó herramientas y componentes, de la siguiente manera:

Innovación: como primera medida, se realizó una lluvia de ideas por parte de los integrantes, para seleccionar el producto a desarrollar y, entre varias opciones y a través de un análisis por experiencia y conocimientos previos, se tomó la decisión de adoptar, por el proyecto de la transformación, cuero en accesorios; posteriormente, se procedió a crear un nombre y una identidad de marca para dar a conocer el producto. De igual manera, a través de búsqueda de información se consolidó que, el artículo que se producirá, será un bolso que, al ser un artículo de alta demanda en el mercado, permitirá generar un mayor impacto en la etapa de introducción del producto y de la marca como tal. Este artículo lleva plasmada la cultura pastusa a través de frases ancestrales, por medio de arte rupestre y cultura, a través de lugares representativos de la región, convirtiendo un bolso común en un artículo único, con una historia plasmada. Por otra parte, en su etiqueta contará con información del diseño, ya sea una breve reseña del lugar, la explicación de los símbolos rupestres o, el diccionario con los significados de las diferentes palabras que se encuentran grabadas en la piel curtida.

### Figura 1

*Boceto bolso 'La carisina'*



Mercadeo internacional: por medio de análisis cuantitativo y cualitativo de selección de mercado se logró conocer los factores generales y particulares que influirán en la comercialización del producto en 18 países seleccionados de manera analítica a través de recopilación de datos de fuentes secundarias para, posteriormente, seleccionar tres de ellos, teniendo en cuenta diferentes variables (Tabla 1), otorgándole un valor porcentual a cada uno de ellos para su elección.

**Tabla 1**

*Variables analizadas, países preseleccionados*

<b>Variables generales</b>	<b>Variables específicas</b>
Bandera	Acuerdos comerciales con Colombia
Moneda	Proveedores de este producto en este país (2014)
Idioma	Importaciones del producto (miles USD) 2014 FOB
Capital	Variación de las importaciones del producto (miles) 2014
Facilidad para hacer negocios (2017)	Exportaciones del producto (miles USD) 2014
Cumplimiento de contratos (2017)	Variación de las exportaciones del producto (miles) 2014
Riesgo de no pago (2017)	Balanza comercial del producto (miles USD) 2013
Tasa de desempleo % (2017)	Expocolombia del producto al mercado (miles USD) 2010-2014 CIF
PIB (mil de millones USD) (2017)	Variación Expocolombia del producto al mercado (miles USD) 2010-2014 CIF
Valoración % PIB 2014-2017	<b>Países preseleccionados</b>
PIB Per Cápita USD (2015-2017)	Perú
Inflación % (2015-2017)	
Devaluación-Moneda cada país / USD (2017)	
Tipo de cambio respecto al dólar (2017)	Malasia
Cantidad de dólares a pagar por una unidad de la moneda	



Tipo de cambio respecto al peso  
(2017)

España

Cantidad de pesos colombianos a  
pagar por cada unidad de la moneda  
extranjera



Más adelante, para definir el país de exportación del artículo, se llevó a cabo una investigación de diversas fuentes secundarias para recaudar la información necesaria que permitió conocer de manera acertada, datos cualitativos para realizar el análisis de las variables correspondientes por medio de una matriz PEST, donde se tuvo en cuenta factores del entorno político, económico, social y tecnológico (Tabla 2) para cada uno de los países preseleccionados.

**Tabla 2**

*Variables y factores*

<b>Variable</b>	<b>Factores</b>
Político	Políticas ambientales
	Estabilidad política
	Política internacional
Económico	Crecimiento económico
	Economía general
	Importaciones
Social	Sensibilidad con respecto a la salud
	Pobreza monetaria
	Desempleo
Tecnológico	Desarrollo de tecnología competitiva
	Nuevas invenciones y desarrollo
	Prioridad otorgada por la industria

Logística: para conocer el proceso de logística y cómo realizar la exportación adecuada del producto, se siguió varios pasos que permitieron conocer los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación, como: términos de negociación, características de empaque y envase, alistamiento de la mercancía, documentación requerida, medios de transporte y rutas de transporte. Para elaborar un proceso de simulación de costeo de exportación, se utilizó el simulador que facilitó ProColombia, para conocer el costo monetario de la exportación y poder determinar la viabilidad del producto en el país seleccionado. Para realizar la simulación, se consideró

la información que brinda ProColombia (s.f.) en su página web, con datos específicos de negociación con los diferentes países.

## Figura 2

### Herramientas virtuales ProColombia



Fuente: Adaptado de ProColombia (s.f.).

Psicología del consumidor: dentro del proceso, se llevó a cabo una serie de estudios a través de una investigación de fuentes secundarias que comprendieron aspectos como: segmentación, que permitió conocer los rasgos más destacados del público objetivo al cual va dirigido el producto; de igual forma, se hizo un modelo de decisión de compra que permitirá conocer cuál es el comportamiento del consumidor al momento de adquirir el producto, para tener claros todos los aspectos que determinarán que un proceso de marketing mix sea exitoso.

## Resultados

A partir de la aplicación de la metodología mencionada, se obtuvo los siguientes resultados:

El producto resultó innovador porque, al ser un artículo artesanal fabricado en la ciudad, con materia prima de la región y con un diseño exclusivo que lleva plasmado el léxico pastuso, se cumple con el objetivo de rescatar la riqueza que tiene la cultura pastusa, además de que en su etiqueta cuenta con un diccionario que permite al usuario, conocer el significado de cada palabra impresa en la piel del producto.

## Figura 3

### Bolso 'La carisina'





Por otra parte, al realizar la preselección de países y tomando en cuenta los resultados cuantitativos obtenidos, se seleccionó como alternativa, tres países: Perú, Malasia y España, que fueron los que obtuvieron el mayor resultado dentro de la matriz de preselección, tomando en cuenta las variables mencionadas en la metodología. Al analizar posteriormente las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas, se tomó como país de exportación, España, principalmente por su balanza comercial en artículos, donde se importa más de \$15.000 millones de dólares en artículos de cuero, cifra importante para determinar la comercialización del producto, además de ser un país que es vanguardia en tendencias de moda y donde existen consumidores con el perfil de segmentación seleccionado.

Una vez seleccionado el país, se determinó por el análisis realizado que, España acepta el producto en importación y que se debe implementar un envase en cambrel y un empaque en mdf, que protejan el producto para que llegue en óptimas condiciones al destino seleccionado. Se escogió diferentes tipos de transporte, siendo el más adecuado para el transporte interno hasta el punto de embarque, el terrestre, transportando el producto desde Pasto hasta Buenaventura y, luego, siendo embarcado en el puerto para ser despachado hasta el país de exportación por vía marítima, ya que al ser de naturaleza de carga general y por las condiciones de negociación que acepta España, el término incoterm CIF, dentro de sus parámetros incluye como costos del importador, envase y empaque (Figura 4), documentación para la exportación, transporte interno, costos de manipulación en el país exportador, tránsito internacional y lo determinante para seleccionar este término con respecto a los demás, un seguro que protege la mercancía y, al ser un producto de introducción y delicado, brinda seguridad al importador.

#### Figura 4

*Prototipo de envase y embalaje*



Se pudo determinar que, dentro del país seleccionado, existe un grupo objetivo interesante que hace viable la comercialización del producto, contando con un segmento (Figura 5) apropiado y que se ajusta al perfil

del cliente al cual va dirigido, observando un mercado apropiado con alta demanda de accesorios en cuero, en particular, bolsos.

## Figura 5

### Segmentación España



## Conclusiones

El proyecto realizado ha contribuido al desarrollo del mercado 'Cueros Urkunina', para identificar y resaltar aspectos y factores que se debe tener en cuenta al momento de efectuar la producción e implementar todas las herramientas que se encuentran desarrolladas dentro del proyecto.

Como objetivo principal, la determinación del segmento permitió conocer a qué mercado objetivo está dirigido el producto y qué cantidad de consumidores potenciales existen en el mercado extranjero; por otra parte, la información recolectada ayudará a tomar decisiones posteriores al desarrollo del proyecto.

Igualmente, conocer cómo se desarrolla el proceso de exportación, ayudó al desarrollo de los prototipos de envase y empaque que protegerán el producto en su transporte, no solo hacia el país exportador, sino en cualquier tipo de manipulación.

El objetivo principal de este proyecto fue rescatar la cultura pastusa y, con los apliques del producto, no solo se logró este objetivo, sino también, dejar plasmada una historia en un bolso que puede ser comercializado en diferentes mercados, además de otorgar a la empresa, la posibilidad de desarrollar diferentes productos en cuero, que cumplan con la misión de rescatar las riquezas de la cultura pastusa.



Como conclusión final y, en conjunto con los integrantes del proyecto, afirmamos que este proyecto ayudó de manera directa a aplicar todas las herramientas que en este tiempo de estudios hemos adquirido y, conjuntamente, fueron empleadas para finalizar con éxito, el proyecto integral.

## Referencias

ProColombia. (s.f.). Herramientas y Servicios para el exportador. *Perfiles logísticos de exportación por país*. <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais>

# Elaboración de torta de yacón para personas que tienen diabetes

**Juan David Caicedo Figueroa**

**Diana Sofía Jojoa Botina**

Estudiantes de la Tecnología en Dirección Comercial

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

Este proyecto empieza con el desarrollo de una idea que nace desde el análisis y puesta en marcha de un producto para las personas que sobrellevan la patología de la diabetes; así, surgió la necesidad de hacer una torta de yacón para esta población.

Ahora bien, para la realización del prototipo, se analizó cómo se desarrollaría; fue así como se inició con la realización de un flujograma donde se escogió ciertos insumos, la realización del envase, empaque, marca y logotipo, piezas publicitarias, llevando de esta manera, los colores más propicios para los clientes.

Se elaboró una segmentación psicográfica, demográfica y geográfica, dando como resultado, el número de personas que tienen diabetes, ya sea a nivel regional como internacional. Además, se tuvo en cuenta la realización de la matriz de preselección de mercados y la matriz PEST de diferentes países donde se analizó cada uno, de los cuales uno obtuvo una calificación meritoria para su proceso final de exportación: Estados Unidos.

Posteriormente, también se tuvo en cuenta a ciertos proveedores que brindan la materia prima y los insumos necesarios para el avance del producto, los términos de negociación, parte fundamental al momento de exportar y, la ruta por la cual se enviará la mercancía bajo el sello de la aerolínea FEDEX, hasta el lugar de destino.

*Palabras clave:* Torta; exportación; segmentación; matriz; ingredientes; diabetes.

## Introducción

Este proyecto trata sobre la realización de una torta elaborada a base de yacón para las personas que tienen o padecen de diabetes, uno de los problemas más importantes en la actualidad, dados los altos consumos de

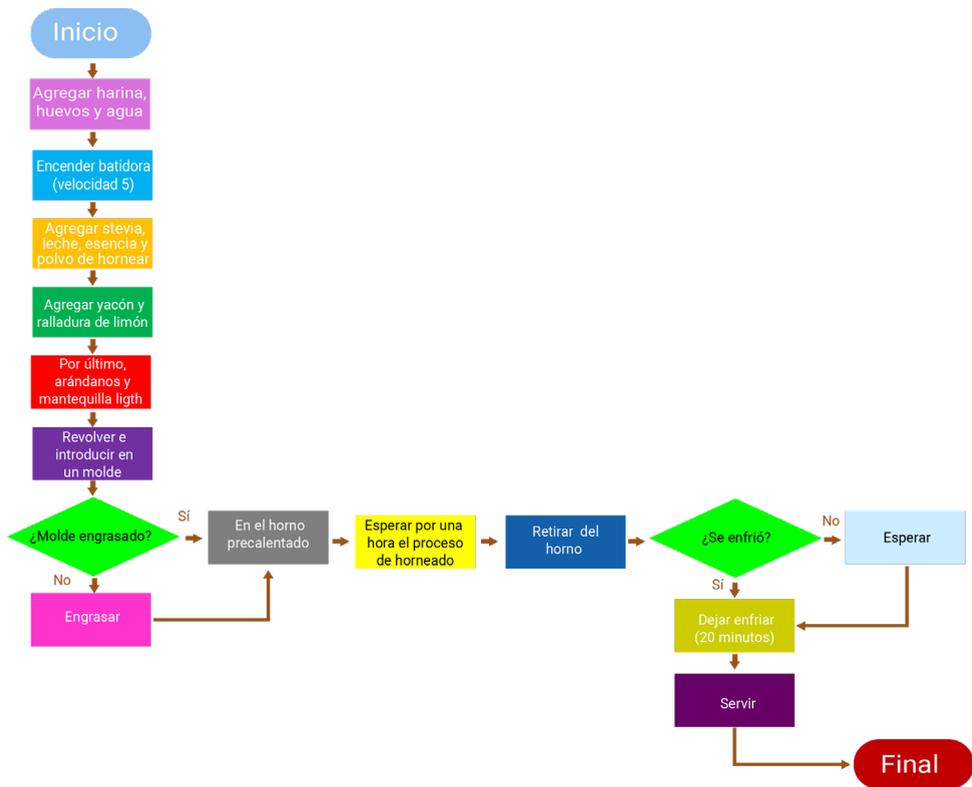


azúcar, que generan una descompensación del cuerpo, puesto que es una problemática relevante. Nace entonces la iniciativa de crear una torta cuya materia prima es el yacón, la cual se elabora con insumos adecuados para este tipo de personas, la cual les genera nuevas formas de alimentación, sin que sufran por hacer una dieta no adecuada, teniendo en cuenta que no les altera la digestión ni su metabolismo y los niveles de insulina o azúcar en la sangre. Yacón Cake quiere transformar el concepto de comidas saludables, haciéndola agradable, atractiva y apta para el consumo, a través de una gran variedad de sabores, los cuales permitirán adaptarse a las necesidades actuales del cliente, permitiéndoles mejorar su calidad de vida, sin negarse al placer de consumir este producto, que siempre es una tentación para esta población.

## Metodología

**Figura 1**

*Diagrama de flujo*





Se realizó un flujograma donde se escogió ciertos insumos; además, se manejó la metodología de cómo se debe realizar un diagrama de flujo; aquí se expresa la elaboración de la torta, con su materia prima y los insumos que la componen, que son: harina, esencias, huevos, mantequilla, arándanos, leche y stevia y, en sí, se explica la realización de la torta.

### Figura 2

*Población de los Estados Unidos*



Fuente: free-editable-world-map (s.f.)

### Figura 3

*Distribución física de la población*

DISTRIBUCION DE PACIENTES DE ACUERDO AL DIAGNOSTICO DE DIABETES TIPO II SEGÚN CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS SEMESTRE 1 DE 2020			
características sociodemográficas		n	%
sexo	hombres	163'786.006	49,5
	mujeres	166'213.994	49,5
grupo de edad	45 años - 54 años	20'288.634	49,9
	55 años - 64 años	20'288.634	49,9
sufren de diabetes	Diabetes tipo I	3'291.160	8,1
	Diabetes tipo II	37'897.440	91,9

Fuente: ADA- American Diabetes Association.

**Figura 4**  
Evaluación de Alternativas

EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS				
	PRODUCTO	BENEFICIOS	TABLA NUTRICIONAL	ENVASE
	TORTA DE YACÓN	5	5	5
	MEZCLA LISTA PARA BROWNIES (KONFYT)	4	4	3
	MEZCLA LISTA PARA TORTA DE CHOCOLATE (KONFYT)	4	4	3

Fuente: Delgado (s.f.).

En la segmentación de mercados se hizo un análisis exhaustivo, obteniendo el valor de las personas que tienen diabetes; luego se elaboró el análisis, donde se obtuvo el resultado de las personas con diabetes en Estados Unidos. Además, se realizó una segmentación geográfica, demográfica y psicográfica, calculando la cantidad de habitantes que tiene Estados Unidos, sus costumbres, su forma de vivir y la manera de trabajar.

**Figura 5**  
Matriz de preselección de mercados

CONTEXTO PAÍS	NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA VARIABLE	URUGUAY		PERÚ		ECUADOR		BOLIVIA		REP. DOMINICANA		ARGENTINA	
		POSC.	CALIF.	POSC.	CALIF.	POSC.	CALIF.	POSC.	CALIF.	POSC.	CALIF.	POSC.	CALIF.
BANDERA													
MONEDA		Peso Uruguayo		Sol		Dólar		Boliviano		Peso Dominicano		Peso Argentino	
IDIOMA	5%	Español		Español		Español		Español		Español		Español	
CAPITAL		Montevideo		Lima		Quito		La Paz		Santo Domingo		Buenos Aires	
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS (2017)	10%	101	0.2	76	0.3	129	0.2	150	0.2	115	0.2	126	0.2
CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS (2017)	10%	104	0.2	83	0.3	96	0.3	109	0.2	133	0.2	97	0.2
RIESGO DE NO PAGO (2017)	10%	A4	0.4	A4	0.4	C	0.2	C	0.2	A4	0.4	C	0.2
TASA DE DESEMPEÑO % (2018)	10%	8.5%	0.3	6.0%	0.3	3%	0.4	3.2%	0.4	5.5%	0.3	7.2%	0.3
PIB (MIL. DE MILLONES USD) (2018)	10%	59.651M \$	0.2	225.368M \$	0.4	108.399M \$	0.3	40.288M \$	0.1	85.630M \$	0.2	519.487M \$	0.2
VARIACIÓN % PIB 2015-2017	5%	2.7% (2017 est.) 1.7% (2016 est.) 0.4% (2015 est.)	0.15	2.5% (2017 est.) 4% (Est. 2016) 3.3% (Est. 2015)	0.15	25.9% (2017 est.) 26.4% (Est. 2016) 24.7% (Est. 2015)	0.2	4.2% (Est. 2017) 4.3% (Est. 2016) 4.9% (Est. 2015)	0.15	4.6% (2017 est.) 6.6% (Est. 2016) 7% (Est. 2015)	0.2	2.9% (2017 est.) -1.8% (Est. 2016) 2.7% (Est. 2015)	0.2
PIB PER CAPITA USD (2015-2017)	10%	\$22,400 (2017 est.) \$21,900 (2016 est.) \$21,600 (2015 est.)	0.8	\$3,500 (2017 est.) \$3,300 (Est. 2016) \$2,800 (Est. 2015)	0.4	\$11,900 (2017 est.) \$11,400 (Est. 2016) \$11,200 (Est. 2015)	0.4	\$7,600 (2017 est.) \$7,400 (Est. 2016) \$7,200 (Est. 2015)	0.4	\$17,000 (2017 est.) \$16,400 (Est. 2016) \$16,500 (Est. 2015)	0.6	\$20,900 (2017 est.) \$20,600 (Est. 2016) \$20,600 (Est. 2015)	0.6
INFLACIÓN % (2016-2017)	10%	6.3% (2017 est.) 5.6% (2016 est.)	0.3	2.8% (2017 est.) 3.6% (Est. 2016)	0.4	0.4% (2017 est.) 1.7% (Est. 2016)	0.4	2.8% (2017 est.) 3.6% (Est. 2016)	0.4	3.9% (2017 est.) 1.6% (Est. 2016) 1.7% (Est. 2015)	0.4	25.7% (2017 est.) 26.5% (Est. 2016)	0.4
DEVALUACIÓN - MONEDA CADA PAÍS/USD (2017)	5%	28.77 (2017 est.) 30.16 (2016 est.)	0.1	3.265 (2017 est.) 3.375 (Est. 2016)	0.15	0	0.2	6.86 (2017 est.) 6.86 (Est. 2016)	0.2	46.078 (Est. 2017 est.) 46.078 (Est. 2016)	0.15	16.92 (2017 est.) 14.76 (Est. 2016)	0.15

Fuente: Datos macro.com (2019).

**Figura 6**

*Continuación matriz de preselección de mercados*

CONTEXTO PAÍS	NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA VARIABLE	URUGUAY			PERÚ			ECUADOR		
		POSICIÓN	POSICIÓN	CALIFICACION	POSICIÓN	POSICIÓN	CALIFICACION	POSICIÓN	POSICIÓN	CALIFICACION
PRODUCTO/POSICION ARANCELARIA		Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares. -			Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares. -			Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares. -		
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO (MILES USD) 2017	45%	26.527	1.35	3	18.814	0.9	2	14.629	0.9	2
VARIACION DE LAS IMPORTACIONES DEL PRODUCTO (MILES) 2016-2017										
EXPORTACIONES DEL PRODUCTO (MILES USD) 2017	45%	2.171	1.35	3	39.851	0.9	2	5.464	1.35	3
VARIACION DE LAS EXPORTACIONES DEL PRODUCTO (MILES) 2016-2017										
BALANZA COMERCIAL DEL PRODUCTO (MILES USD) 2017	10%	-24.356	0.3	3	21.037	0.2	2	-9.165	0.3	3
RESULTADOS	100%		3			2			2.55	

Fuente: Datos macro.com (2019).

**Figura 7**

*Fragmento matriz PEST*

PAIS	CALIFICACION
	4
	3,83
	3,33

Fuente: Datos macro.com (2019).

Para la parte internacional, se realizó una matriz que constaba de 18 países previamente elegidos; luego de un exhaustivo análisis con fuentes secundarias confiables, se obtuvo resultados de estos países, donde con porcentajes y/o calificaciones se escogió tres, los cuales se puede observar



en la Figura 6, donde se desarrolló la metodología mencionada que dio como resultado, el país de los Estados Unidos, como destino final para exportar el producto.

### Figura 8

Matriz de proveedores

CRITERIO	VARIABLE
Calidad de materiales	Calidad técnica
	Normas
	Garantías de Calidad
Tiempo	Plazos de entrega
	Cumplimiento de los tiempo de entrega
	Periodicidad de las entregas
Servicio	Asesoría
	Disposición de Cooperación
	Gama de productos

### Figura 9

Ruta exportadora



Fuente: free-editable-world-map (s.f.).

**Figura 10**  
Conexiones aéreas



Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Estados Unidos

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	
American Airlines	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	
	Miami-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	
	Dallas-Estados Unidos, Miami-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	
Avianca	Directo	VI, DO LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO MA, MI, JU, VI, SA, DO LU, MA, JU, VI, SA, DO LU, MA, MI, JU, VI, SA MI, JU, VI, SA, DO	
	Miami-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	
	San Salvador-El Salvador	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO LU, MA, JU, VI, SA LU, MA, MI, VI, SA, DO MA, MI, JU, SA, DO	
	Aeroméxico	Ciudad de México-México	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO SA
	Copa Airlines	Ciudad de Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	United Airlines	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
		Houston-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO MA, MI, JU, VI, SA, DO
Fedex	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	
	Memphis-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO MA, MI, JU, VI, SA, DO	
DHL Aviation	Ciudad de Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA	
Ups	Directo	MA, MI, JU, VI, SA	
	Miami-Estados Unidos	MA, MI, JU, VI, SA	
LATAM Cargo	Directo	MA, MI, JU, VI, SA, DO	
	Ciudad de México-México	SA	

Fuente: Aerolíneas. Información procesada la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia.  
\*La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Fuente: ProColombia (s.f.).

Finalizando con la metodología, se pasó a la ruta exportadora, bajo una matriz donde se buscó tres proveedores de productos para la realización de la torta de yacón; luego de realizar la matriz, se obtuvo como resultado, que el proveedor elegido fue Almacenes Éxito, encargado de propiciar los insumos y la materia prima suficiente para la realización de la torta. Posteriormente se pasó a la ruta de exportación, la cual está señalada en el mapa adjunto que, como se puede observar, comprende una salida desde la ciudad de Bogotá -específicamente del aeropuerto Eldorado-, con destino a la ciudad de Memphis, al aeropuerto internacional que lleva el mismo nombre de la ciudad en Tennessee y luego, como lugar de destino final, hacia el aeropuerto internacional de Washington – Dulles en la ciudad de Washington D.C. Por último, se hizo el perfil logístico, donde se obtuvo ciertas bitácoras de vuelo presentes para la realización del ejercicio.



## Resultados

Como se puede apreciar, en el primer resultado del proyecto está el prototipo que, en sí, es la torta hecha a base de yacón para las personas diabéticas, puesto que no les altera su metabolismo, su dieta y no incrementa los niveles de azúcar en la sangre. La marca Yacón Cake se creó con su respectivo envase.

### Figura 11

Torta Yacón Cake



Una vez creado el prototipo y marca, se elaboró la segmentación tanto local como internacional en el país de Estados Unidos, donde esta segmentación arrojó un resultado y un porcentaje determinado de personas que tienen diabetes, el cual va a ser el grupo objetivo en dicho mercado.

A partir de este punto se procedió a realizar la matriz de proveedores, que dio como resultado, Almacenes Éxito, el cual provee la materia prima y los



suministros necesarios para la realización de la torta; además, se consideró los documentos y demás recursos posibles para la realización de la ruta exportadora, observando los términos de negociación Incoterms, de los cuales se escogió el termino CIP; luego se manejó plataformas virtuales como el simulador de costos DFI y la plataforma del Ministerio del Transporte y, la matriz de términos Incoterms con ayuda del docente.

Después de realizar la matriz de preselección de mercados donde se escogió 18 países, se hizo un análisis de profundidad con valores tomados de páginas confiables; luego se pasó a la matriz PEST, en donde se ubicó los tres países que resultaron con el mayor puntaje en la matriz anterior y, también, un análisis y un estudio que arrojó como resultado, que Estados Unidos se llevó la mayor calificación, siendo el elegido como país en la ruta exportadora.

## **Conclusiones**

Luego de realizar el proceso correspondiente, se determinó que el producto, una torta de yacón, ayuda a personas que tienen diabetes, con base en estudios donde se determina que el yacón, como tubérculo, tiene propiedades buenas para ser consumidas no solo en personas que tienen esta enfermedad, sino también en aquellas que quieren mantener un ritmo de vida saludable.

Se llega a la conclusión de que este producto cuenta con materia prima e insumos que ayudan a esta población; además, para asegurar el éxito en este producto, Yacón Cake diseña una estrategia que se basa en ayudar a las personas a una sana alimentación; el objetivo es darles un estado de satisfacción al momento de adquirirla, ya que la base de todo proceso es dar lo mejor de sí.

Y para terminar, lo más importante es la innovación del producto y también la del envase, ya que tiene una forma muy llamativa que hace que los consumidores la quieran adquirir o comprar, tener en sus manos este envase y poderlo reutilizar.

## Referencias

- Datos macro.com. (2019). Doing business. <https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business>
- Delgado, S. (s.f.). Análisis de los mercados de consumo - Capítulo 6. [https://www.academia.edu/11341971/Capitulo\\_6\\_AN%C3%81LISIS\\_DE\\_LOS\\_MERCADOS\\_DE\\_CONSUMO\\_Y\\_DE\\_LA\\_CONDUCTA\\_DEL\\_COMPRAADOR](https://www.academia.edu/11341971/Capitulo_6_AN%C3%81LISIS_DE_LOS_MERCADOS_DE_CONSUMO_Y_DE_LA_CONDUCTA_DEL_COMPRAADOR)
- Free Editable World Map. (s.f.). free-editable-world-map. <https://yourfreetemplates.com/world-map-free-powerpoint-templates/>
- ProColombia. (s.f.). Herramientas y servicios para el exportador. *Ruta exportadora*. <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/ruta-exportadora>



# TRAVESÍA

EMPRENDEDORA

Volumen **6** No. **1**

## SECCIÓN **2**

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Emprendimiento

**Estefanía Raquel Díaz Yanguatín**

Estudiante del Programa de Fisioterapia  
Universidad Mariana

La palabra 'emprendimiento' es muy importante; su significado en el diccionario de la Real Lengua Española (2022) es "inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo" (párr. 1); el término tiene cierta importancia o envergadura; desde ya, brinda una asociación con la palabra 'esfuerzo' y con lo que se ve en las clases que llevan el mismo nombre, lo cual, a su vez, lleva a una idea central: que todo deriva de la palabra esfuerzo y, con esto, a un camino en donde se puede crecer económicamente, para poder ser independientes.

Sánchez (2016) explica la importancia de tener claridad en los términos 'emprendedor' y 'ser empresario'. Ser emprendedor se refiere a una persona que siempre busca nuevos retos, nuevos objetivos y, trabaja para cumplirlos. Y, ser empresario, tiene que ver con aquella persona que ve oportunidades de negocio, las lleva a cabo y busca generar sustentabilidad. Por lo tanto, para ser empresario se requiere ser emprendedor, como primer paso para iniciar un proyecto; pero, si se es emprendedor, no necesariamente se ha de convertir en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa.

Colombia tiene que lograr el emprendimiento de alto potencial, innovador y diferenciado. En 2009, el país ocupaba el tercer lugar en el mundo en materia de emprendimiento, después de Tailandia y Perú. El tercer puesto fue obtenido, según el estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019). A primera vista, esta es una grata noticia, pues evidencia el espíritu empresarial de los colombianos y muestra un buen panorama para la siguiente década. Pero no todas las noticias son favorables; el estudio también demuestra que el país enfrenta dos grandes retos: solo el 14 % de las nuevas empresas son creadas en un marco de formalidad, y, la mortalidad empresarial es creciente; mientras se da una tasa de creación de empresas de 22,48 %, la tasa de cierre de compañías es de 10,52 %.

En la última década, el emprendimiento ha sido tema de agenda del país y se ha dado una explosión de oferentes, como el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), incubadoras de empresa, universidades, cámaras de comercio, cajas de compensación, cooperativas, entes territoriales y nacionales y grandes compañías. No obstante, aún se aprecia que el impacto es limitado; los esfuerzos son aislados y, por las características propias del emprendimiento, muchos piensan que es una estrategia de subsistencia y no lo ven o lo entienden “como la posibilidad de crear empresas dinámicas, capaces de crecer y obtener altas rentabilidades que generen valor. Esto significa que las empresas nacen por necesidad y no por oportunidad” (Doku y Pacheco, 2020, p. 1).

Por esta razón, el emprendimiento se torna en opción para la transformación productiva y, debe permitir forjar compañías en sectores donde se tiene potencial internacional. No es coincidencia que, instituciones internacionales analicen proyectos colombianos con alto potencial, para facilitarles pasar a siguientes estadios de evolución.

Hacia el año de 1990, de acuerdo con lo que expresan Doku y Pacheco (2020), el Censo Económico Nacional del DANE sostenía que, en Colombia existían 948.324 microempresas de menos de diez trabajadores, lo cual representaba el 94,7 % del 1.001.398 de empresas encuestadas; y este número podría haber sido mayor,

pues la cultura de sus propietarios por eludir aspectos legales, los llevaba a desarrollar sus actividades al interior de viviendas o ‘a puerta cerrada’, sin contar con avisos que permitieran su fácil ubicación. Lo cierto es que el PNDM de alguna manera incidió para que algunas microempresas se formalizaran, así se evidencia en el estudio de 1995 del extinto IFI y CONFECAMARAS que, del total de 407.235 empresas inscritas en las Cámaras de Comercio del país, 86 % eran microempresas. Se podría desde este punto de vista afirmar que Colombia se convirtió en un potencial semillero natural de emprendimientos. En los propósitos de difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor, muchas veces limitada por falta de recursos o patrocinadores, de algunos medios como la T.V., radio y prensa, especialmente del nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA con el boletín virtual E-Emprendedor. Igualmente, en campos poco explorados como el teatro, tal es la obra “Cada quien quiere hacer de su empresa la mejor presa” involucra el tema de aprender a desarrollar un plan de negocios, en la que además del humor se ve reflejado el compromiso, dedicación, pasión, perseverancia y creatividad que inspira y motiva a los emprendedores. (párr. 2)



En el anterior párrafo se puede apreciar cómo las empresas y microempresas se están desarrollando en nuestro país; un porcentaje va en subida; cada día hay más colombianos que quieren salir adelante por sus medios, con esfuerzo, dedicación, perseverancia. Si se continúa así, Colombia puede posicionarse como primermundista, dado que es un país con mucha materia prima, diversidad de recursos que, si son aprovechados y cuidados, respetando el medio ambiente a través de innovaciones que permitan su preservación, el nivel socioeconómico de muchas personas puede cambiar y beneficiar, logrando generar un aporte para disminuir la pobreza.

También se puede encontrar algunas deficiencias, como manifiesta López-Orjuela (2020), quien aborda aspectos sustanciales del emprendimiento en Colombia, en cuanto a las dificultades y deficiencias en su ejecución, como

la falta de educación en planificación financiera y administrativa y, la inseguridad jurídica, aspectos que reflejan la alta deserción y fracaso de los nuevos negocios que se [ha abierto] en el marco de la 'economía naranja', como forma de emprendimiento. (p. 2)

Entre las conclusiones, la autora resalta la importancia de articular estrategias entre "los actores que tienen injerencia en el sector, para lograr el fortalecimiento de las actividades de emprendimiento" (p. 2).

Igualmente, es relevante saber y analizar qué ha pasado después de la pandemia generada por el COVID-19 en materia de emprendimiento, porque si bien nadie esperaba lo sucedido y eso demostró que no estábamos preparados para este cambio que le dio una vuelta al mundo, muchas empresas cerraron, otras tuvieron que bajar su capacidad laboral, algunas que llevaban generaciones, décadas, se vieron impactadas, lo cual trajo consigo, un auge en materia de tecnología.

Para Grajales y Osorno (2019), la globalización ha incrementado el servicio que prestan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), ayudando a fomentar la innovación en todos los ámbitos. Como resultado de la pandemia, la educación se ha visto obligada a repensar e innovar sus modelos educativos tradicionales (predominantemente presenciales), para garantizar el acceso y la calidad, bajo la mediación de las TIC, con modelos educativos adaptados a estos contextos digitales, con miras a incorporarse en los negocios del futuro. El escenario actual trae consecuencias aún mayores a las brechas socioeconómicas ante las previsiones que, entidades como la Organización Internacional del Trabajo (OIT, s.f.) tienen en cuanto a la pérdida de empleo que traerá consigo el COVID-19 (unos 47 millones para toda América Latina), una realidad a la que Colombia no es ajena, y en la que la promoción del emprendimiento y la innovación puede ayudar a reducir.

Con este panorama, las instituciones de educación superior enfrentan grandes retos en la promoción de la educación emprendedora, especialmente en

programas virtuales. Este trabajo intenta reflexionar e identificar esos retos, específicamente en los programas virtuales de negocios internacionales. El objetivo planteado se hace utilizando una metodología cualitativa de revisión bibliográfica, en la que se revisa y analiza artículos académicos publicados en los últimos cinco años, relacionados con la temática propuesta, lo que ayudaría a atender la misión institucional del programa y la universidad y, a generar en los estudiantes, la cultura del emprendimiento digital, para afrontar mejor el reto social y económico, en una época marcada por la disminución de los negocios internacionales.

## Referencias

- Diccionario de la Real Academia Española. (2022). Emprendimiento. <https://dle.rae.es/emprendimiento>
- Doku, M. y Pacheco, S. (2020). *Emprendimiento en Colombia: una revisión teórica* [Tesis de Especialización, Universidad Simón Bolívar]. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/6139>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2019). Dinámica de la actividad empresarial en Colombia. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>
- Grajales, J.F. y Osorno, Y.M. (2019). La globalización y la importancia de las TIC en el desarrollo social. *Revista Reflexiones y Saberes*, (11), 2-9.
- López-Orjuela, I.P. (2020). *Deficiencias del emprendimiento en Colombia* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Colombia]. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25734/1/Deficiencias%20del%20Emprendimiento%20en%20Colombia%203.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s.f.). El COVID-19 podría cobrarse casi 25 millones de empleos en el mundo. [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_738766/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_738766/lang-es/index.htm)
- Sánchez, J. (2016). Diferencia entre empresario y emprendedor. <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-empresario-y-emprendedor.html>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Contribución trascendental para el emprendimiento tras las Escuelas de estrategias

**María Catherine Ordoñez Bolaños**  
**Duban Steven Argote Ocampo**

Estudiantes del Programa de Terapia Ocupacional  
Universidad Mariana

## Introducción

En el presente ensayo se pretende dar a conocer cómo las escuelas estratégicas contribuyen de manera trascendental al emprendimiento en diferentes aspectos, características, ventajas, innovaciones y desarrollo; asimismo, se destaca el avance significativo que pueden aportar desde un enfoque holístico a esta nueva sociedad emprendedora.

A lo anterior, es importante resaltar que, para la construcción del presente documento, se ha realizado la revisión de varios artículos y libros investigativos, los cuales proporcionan información significativa y valiosa que permite la comprensión y desarrollo de la temática a manejar.

## Desarrollo

En primer lugar, es importante tener en cuenta los procesos de formulación y ejecución de las estrategias, las cuales son realizadas por los administradores a través de un conjunto de acciones encaminadas a la construcción de una visión estratégica a largo plazo, en la que se ve plasmada su ejecución, las metas que se desea alcanzar, los objetivos propuestos, las nuevas ideas y oportunidades de emprender.

Partiendo de este enunciado, la planeación estratégica que se realiza en las organizaciones, se ha convertido en uno de los procesos más complicados y de mucha exigencia, debido al constante cambio innovador en el entorno y a la necesidad de adaptabilidad que este requiere; en función de lo mencionado, la estrategia se ha convertido en una herramienta fundamental para todas las empresas que emprenden o inician a emprender; por ende, es importante conocerla minuciosamente, y de esta manera, poder identificar cuáles son sus avances significativos y los problemas que pueden afectarla de algún modo (Román, 2010).

Bajo este entendimiento, la estrategia de una empresa surge de un examen de los distintos aspectos de la situación mundial, nacional y del entorno específico e interior de las nuevas empresas y su emprendimiento; por ello, Mintzberg et al., (1998) agrupan las distintas corrientes del pensamiento estratégico en diez tipos de escuelas estratégicas que permiten un enfoque más holístico sobre contribuciones propias, según tres visiones diferentes.

Según Corona (2012), en la primera se encuentra la perspectiva, en la cual se concentran todas aquellas normas que entienden que existe una intención estratégica procedente, la cual es formulada en el análisis del contexto y las capacidades de cada organización; además, requiere su formalización, con el fin de que la empresa se ordene y se oriente al logro de los objetivos que han sido establecidos por las directivas. Estas escuelas tratan de responder a las necesidades de las empresas emprendedoras y, su premisa principal es analizar la situación, establecer un curso de acción y conducir a las organizaciones emprendedoras a la superación de la realidad a la cual se enfrentan, haciendo previsible sus potencialidades o consecuencias; derivado de ello, en esta primera parte, están las escuelas del diseño, de la planificación y del posicionamiento, de las cuales se hablará más adelante.

Posteriormente, dice Corona (2012), se encuentra la escuela dos, que corresponde a la visión descriptiva, en la cual se asume que la realidad es muy compleja e inabarcable; esto quiere decir que, es muy difícil establecer un camino que surja de un análisis preliminar; por lo tanto, es inviable que la dirección de la organización o empresa pueda concretar todas las alternativas estratégicas viables. En esta parte, se puede evidenciar el proceso estratégico más gradual que anticipativo; además, un proceso más colectivo que individual, que pretende responder a la complejidad de la realidad y a la imposibilidad de contenerla. Por otra parte, en esta visión están las escuelas del emprendedor, del conocimiento, del aprendizaje, del poder, la escuela cultural y ambiental.

Consecutivamente, se ubica la visión integrativa, que combina las otras visiones y sustenta que no hay una separación tan clara entre el diseño y el cumplimiento de la estrategia; además, interpreta al proceso como una transformación de la realidad de las empresas emprendedoras, en la que se adopta nuevas configuraciones. Esta visión es la expresión de la estrategia emprendedora adaptativa a la nueva realidad en la que vivimos hoy en día; aquí solo queda incluida la escuela de la configuración (Corona, 2012).

Después, se encuentra la escuela del Diseño; en esta fase se centra la creación de la estrategia como un proceso de concepción; es diseñada por la dirección de la organización con base en la interpretación que se tiene respecto al contexto y la situación interna de la organización emprendedora. Aquí se realiza un análisis FODA, que consiste en una matriz organizacional en la cual estarán plasmadas las oportunidades y las amenazas que sean externas a la



organización; todo ello hace referencia a las tendencias y acontecimientos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que puedan favorecer o perjudicar en forma significativa a una organización emprendedora en un futuro.

Más adelante, según Corona (2012) están las debilidades y las fortalezas que sean internas a la organización; se debe tener en cuenta la disponibilidad de recursos del capital, personal, activos, calidad del producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores y demás.

### Figura 1

Análisis FODA



Fuente: Universidad de Alicante (2013).

Al seguir con las escuelas estratégicas para emprendedores, se encuentra la de Planificación, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso formal de la dirección de la organización; es la encargada de desarrollar un proceso estructurado y formalizado del planeamiento estratégico, a partir de la matriz FODA y del establecimiento de los objetivos; para ello se hace la formulación de las estrategias, desarrollando un conjunto de planes de acción y el sistema de control. El encargado de la idea de las estrategias formula los planes y los monitorea; este modelo busca aumentar la capacidad de tener un control sobre el plan estratégico. Cabe aclarar que, toda organización o

emprendedor, debe saber las tareas que le corresponden y le permiten el desarrollo correcto de la gestión (Corona, 2012).

Después, sostiene Corona (2012), se encuentra la escuela del Posicionamiento; consiste en la creación de la estrategia emprendedora, como un proceso analítico de la dirección de la organización. Conviene resaltar que, el éxito de la estrategia se mide por la posición que la empresa logra ocupar sobre el mercado al cual está apuntando; partiendo de esto, esta escuela surge con el fin de modificar la posición competitiva de la organización emprendedora en el mercado.

Seguido a ello, aparece la escuela del Emprendedor, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso visionario; en este punto, la estrategia está presente en la mente del líder y como una visión hacia el futuro; es aquí donde se establece la dirección de la organización a largo plazo; el emprendedor o líder, tiene siempre presente la visión de negocios que impulsará la organización como tal; cabe resaltar que, el emprendedor tiene una actitud al planificar: individualista, proactiva y semiconsciente, lo cual impide un mínimo grado de formalización y proyección en la organización (Corona, 2012).

Posteriormente, como expresa Corona (2012), se tiene la escuela Cognitiva; en ella está la creación estratégica como un proceso mental, el cual consiste en pensar estratégicamente, organizando primero el conocimiento de la estrategia a través de mapas, modelos, esquemas, etc. Estas estructuras constituyen el mensaje que da el líder a la organización; además, los modelos mentales constituyen la configuración de la estrategia, la cual va más allá de la visión que se tiene de la escuela que se explicó anteriormente, sino que, más bien, se basa en la experiencia histórica.

Continúa la escuela del Aprendizaje, la cual consiste en la creación de la estrategia como un proceso emergente; en ella se aprecia la necesidad de convergencia de las acciones que se ejecuta interna y externamente en un consenso. Es un proceso de aprendizaje colectivo, continuo y dinámico, en donde la función del líder no es hacer la definición de la estrategia como tal, sino más bien, realizar un proceso de aprendizaje que se consolide a lo largo del tiempo, constituyendo un factor crítico que impacta en la sustentabilidad de la organización (Corona, 2012).

En la séptima escuela, se encuentra la del Poder: la creación de la estrategia es un proceso de negociación, en donde se considera que los miembros de la organización poseen intereses propios que los exponen a situaciones de conflicto; la elaboración e implementación de la estrategia surge como resultado de una negociación, en donde el protagonista de este proceso es quien detenta el poder, para lograr acuerdos sustentables y ejercer la política como una forma de utilización de ese poder. Además, permite la construcción de redes y relaciones cooperativas que posibiliten el compromiso colectivo con la estrategia planteada (Corona, 2012).



El octavo lugar es para la escuela cultural, la cual consiste en la creación de la estrategia como un proceso colectivo, como un paso adicional a la escuela de poder previamente explicada. Esta escuela busca enraizar la estrategia en la organización, con el fin de asegurar su sustentabilidad. Cabe resaltar que la creación de la estrategia es un proceso de interacción social con base en las creencias compartidas por el colectivo de la organización. Es importante tener en cuenta que el análisis estratégico debe partir del conocimiento de la cultura y las características del entorno, debido a que ninguna estrategia podrá sustentarse en el tiempo, si contradice los patrones culturales. Es el modelo menos flexible y el que menos reside en la consciencia de la dirección de la organización (Corona, 2012).

Se continúa con la novena escuela: la Ambiental, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso reactivo en el cual, el principal protagonista en esta creación estratégica es el entorno y la organización solo puede reaccionar a él. En esta escuela, el rol del líder se limita simplemente a ser un intérprete de lo que está ocurriendo en el contexto, además de delinear las acciones adaptativas. La respuesta de este modelo es acerca de la adaptación, aunque también tiene un componente de resignación o de aceptación de la realidad como algo inmodificable (Corona, 2012).

Finalmente, la décima escuela: la de Configuración, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso de transformación; las estrategias conducen a una transformación de las características propias que son, más o menos, estables en otra configuración. Un claro ejemplo son las empresas en su nacimiento, en donde adquieren una configuración basada en el modelo emprendedor, pero, una vez logran consolidar su escala, lo más probable es que deba pasar a otra configuración que sea más formal y estructurada. El control de esta transformación, que muchas veces es gradual y otras veces se realiza de manera abrupta o violenta, es la función de la estrategia. Cabe resaltar que la empresa debe configurarse según su momento histórico y el contexto en el que se encuentra, para que la respuesta de la empresa integre los demás modelos, según sus necesidades (Corona, 2012).

## Conclusiones

Como se puede evidenciar, las escuelas de estrategias son fundamentales para la correcta creación de una empresa y la gestión administrativa, debido a que se explica los procedimientos que se debe tener en cuenta, además de poder observar cómo estos pueden influir en el éxito de cada organización emprendedora y el futuro al que se enfrenta. En sí, son bases fundamentales que actúan o permiten percibir el éxito o el fracaso de la entidad administrativa.

De igual manera, es relevante resaltar que estas escuelas de estrategias presentan un enfoque más holístico para las entidades empresariales, dado



que les permiten enfocarse más a fondo en las necesidades que presentan, en las gestiones que deben realizar y encaminar, en las innovaciones que deben hacer y cómo, a partir de ello, conducir sus acciones hacia el éxito.

Finalmente, es importante resaltar que, tras dar cumplimiento a las estrategias que presenta cada una de estas escuelas, la innovación viene encaminada a que se pueda garantizar condiciones óptimas en la calidad de los servicios de los emprendedores y, asimismo, permitir mejorar, establecer y hacer seguimiento continuo de todo el proceso de eficiencia en las empresas.

## Referencias

- Corona, M.Á. (2012). Desarrollo del pensamiento estratégico en la Escuela de Negocios. *Contaduría y Administración*, 57(1), 103-122.
- Mintzberg, H., Alhstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management*. The Free Press.
- Román, O. (2010). El pensamiento estratégico. Una integración de los sentidos con larazón. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 8(2), 23-36.
- Universidad de Alicante. (2013). Análisis DAFO en 2013. <https://web.ua.es/es/peua/peua40/analisis-dafo-en-2013.html>



TRAVESÍA  
EMPRENDEDORA

Volumen **6** No. **1**

SECCIÓN

**3**

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen 6 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Visión desde Terapia Ocupacional en la creación de empresa

**María Camila Arévalo López**  
**Teófila Yulieth Ordoñez Satizabal**  
**Estefany Lisbeth Rivera Cuaspu**

Estudiantes del Programa de Terapia Ocupacional  
Universidad Mariana

## Introducción

El presente artículo tiene como finalidad, dar a conocer la importancia de crear empresa o emprender proyectos novedosos para Terapeutas Ocupacionales y los futuros profesionales, como también, para las personas que se benefician de estas iniciativas. Realizando una investigación teórica, se tiene como propósito, indagar sobre el buen papel que desarrolla el terapeuta ocupacional en el ámbito social, especialmente, mejorando las condiciones de cada lector. Con esto se empieza realizando una revisión bibliográfica de la cual se tiene en cuenta revistas y páginas reconocidas que respaldan el escrito y el propósito, haciendo el seguimiento en bases de datos como Google Scholar, Scielo y DOAJ, como también, definiendo el conocimiento de emprendimiento y las razones que las personas utilizan como motivación para tener la iniciativa de un proyecto que beneficie a la persona misma y a la sociedad.

## Desarrollo

Según Romero y Milone (2016), “el emprendimiento refleja la vitalidad de la economía de un país” (p. 96); en este sentido, los emprendedores favorecen la aparición y creación de nuevas oportunidades, dan paso a la competitividad, el progreso económico y la modernización de una nación. Comenzando desde esta perspectiva, se da a entender el emprendimiento, como la manera de sacar adelante un proyecto, independientemente de cual sea, siempre y cuando se tenga una idea clara de la situación y el problema o la necesidad, viéndolo como una oportunidad de innovación. Así, el emprendimiento es la base para generar el capital necesario en lo referente a la manutención de miles de familias, ya que no solo es un beneficio personal, sino que se involucran numerosas personas; son conjuntos de familias, que necesitan ingresos para tener una buena calidad de vida.

Desde Terapia Ocupacional se define el trabajo, como un área de desempeño desarrollada por todos los seres humanos, a partir de ideas innovadoras.



Se entiende que las personas tienen un nivel elevado de complejidad para realizar dichas acciones, por lo cual el terapeuta ocupacional se desenvuelve en participación, creando estrategias en pro del bienestar de las personas. De igual modo, la intención de empezar, de cualquier persona, involucra subordinarse a factores normativos, sociales, económicos, financieros (Romero y Milone, 2016), que reflejan los diferentes motivos por los cuales las personas emprenden este camino, que van desde obtener independencia, hasta el cuidado individual, como un camino más para lograr las cosas anheladas y cumplir sus objetivos, ya sea en conjunto o, de manera particular.

Desde el enfoque de terapia ocupacional en cuanto a la motivación para que la persona se sienta en bienestar consigo misma, se debe tener en cuenta que:

El ser humano es un ser ocupacional por naturaleza. Elige las actividades y ocupaciones en las que desea participar a lo largo de su vida y, en función de la motivación y significado aportado por éstas, las mantiene a lo largo del tiempo. Esta, con diferencia, constituye una de las principales premisas de la terapia ocupacional, aquella ciencia y arte capaz de dirigir la respuesta del ser humano hacia la actividad ideal para favorecer y mantener la salud, prevenir la discapacidad o, fomentar la autonomía. (Moreno et al., 2016, p. 34)

En muchas ocasiones se habla del trabajo interdisciplinario que el terapeuta ocupacional ejecuta con diferentes profesiones, logrando sus metas; es decir, pueden ser trabajos en equipo. El emprendimiento se define como el recurso pilar del cumplimiento, para aceptar y proponerse oportunidades, dependiendo de las condiciones; también tiene que ver el ánimo y la motivación que contenga. Se necesita que la sociedad sea, en gran medida, más incluyente y que tenga en cuenta las diferentes competencias de las personas, para aprovechar así las oportunidades alrededor del origen de proyectos que, en primer lugar, han de ser creativos e innovadores y, en segundo lugar, que busquen una solución a nivel personal y social, siendo uno de los fuertes en Terapia Ocupacional, al punto de lograr que el ser humano alcance el potencial autónomo en sus áreas ocupacionales, ganando la completa participación en un contexto que le posibilita desarrollar un desempeño ocupacional acorde a su ciclo vital.

Por otro lado, el Terapeuta Ocupacional puede incursionar en proyectos que abarquen la rectificación y justificación de empuje y desempeño ocupacional de personas con discapacidad, que desean conseguir un trabajo digno. Es posible crear estrategias para que la persona recupere su autonomía y, a la vez, se trabaja en la mitigación de la discriminación por parte de la sociedad. Este es un campo en el cual se trata de que las empresas contraten personal que está pasando necesidades o que tiene problemáticas generadas por una condición física especial, lo que repercute en un bajo salario. Esta circunstancia se puede convertir en una opción para crear estrategias de intervención, ya sea, por ejemplo, en la creación de prótesis para personas con amputaciones o disfunciones físicas. Igualmente, en actividades con el propósito de mejorar la salud y la calidad de vida.

El Comité Español de Emprendedores con Discapacidad (citado por Nieto y Peña, 2018), sugiere que, las personas con discapacidad sean sus propias generadoras de empleo, con una buena educación relacionada con temas de emprendimiento y, una vez adquiridos esos conocimientos, potenciarlos demostrando capacidades que muchas empresas requieren. Un ejemplo de ello es la investigación de Frare (2020), quien creó un proyecto de emprendimiento social dirigido a personas diagnosticadas con problemas de salud mental, permitiendo que surjan capacidades y habilidades y, como consecuencia, “resultados en términos económicos para su sustento, articulando la interacción entre usuarios de salud mental y la comunidad” (p. 20).

Para concluir, el emprendimiento ayuda a cumplir con los objetivos propuestos, en pro del bienestar particular y comunitario; la iniciativa puede partir desde cualquier alternativa; es cuestión de identificar una problemática y procurar generar una solución, como oportunidad para salir adelante. El terapeuta ocupacional es un articulador social, animador de proyectos que crean un proceso y un progreso social. Si se parte de saber que la mayoría de personas con discapacidad son de bajos recursos, este profesional puede motivarlas a realizar ciertas actividades en las que esté, lanzarse a soñar con crear su propio negocio y obtener un sueldo fijo para su manutención, desde un correcto desempeño.

## Referencias

- Frare, M. (2020). *Emprendimientos sociales de salud mental y familias de alto riesgo social. Intervención desde terapia ocupacional. Estudio de caso único* [Trabajo Final Integrador, Universidad Nacional de Quilmes]. <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2199>
- Moreno, R., Tejada, A., Blanco, F., Queipo, R.M., De la Morena, G. y Salido, O. (2016). Fomento del emprendimiento de personas con discapacidad: importancia de la interacción Empresa-Universidad-Movimiento asociativo. En *Inclusión, emprendimiento y empleo de las personas con discapacidad: actualización y propuestas* (pp. 33-44). La ciudad accesible.
- Nieto, P. y Peña, P. (2018). *El emprendimiento en las personas con discapacidad en el distrito de Villa María del Triunfo es una vía para el logro de su vida independiente* [Tesis de Maestría, Universidad ESAFIT]. [https://repository.eafit.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10784/12728/PatriciaMargarita\\_NietoEscobedo\\_2018.pdf?sequence=7](https://repository.eafit.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10784/12728/PatriciaMargarita_NietoEscobedo_2018.pdf?sequence=7)
- Ocampo, D.R. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 175-190.
- Romero, A.M. y Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(1), 95-109.

# Desarrollar mentalidad emprendedora

**Juanita Lucía Ortiz Arcos**

Estudiante del Programa de Terapia Ocupacional  
Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

En Colombia, el emprendimiento es una opción de vida, como consecuencia del alto índice de desempleo. Las personas buscan salir adelante por sus propios medios. El gobierno, a raíz de la pandemia generada por el COVID-19, ha implementado cursos y estrategias para mejorar el desarrollo de productos innovadores, haciendo que la gente se motive y saque nuevos productos, estrategia que se debe fomentar desde las escuelas, para crear una mentalidad emprendedora.

La creación de empresa ayuda al avance económico de un país, al tiempo que influencia positivamente a nivel social y económico, generando oportunidades de trabajo, mejorando la calidad de vida, disminuyendo la pobreza, innovando en modelos de negocio.

Para un desarrollo eficaz, se requiere empezar a capacitar a los niños desde temprana edad, para reforzar su autoestima y llevarlos a salir adelante, despertando su creatividad, actitud, capacidad de observar, cambiando su mentalidad para poder organizarse y tener disciplina, creando una mentalidad emprendedora que puede llevar, a futuro, al éxito de las empresas y a mejorar el manejo directivo.

## Definición de Mentalidad Emprendedora

“Una mente emprendedora es aquella que conduce sus comportamientos hacia actividades y resultados generadores de valor. La mente emprendedora comprende los riesgos de sus acciones, acepta los cambios, así como la incertidumbre de la realidad”, sostiene el famoso periódico The Financial Times (citado por Scipion, s.f., párr. 6), lo cual conduce a pensar que, quienes han adoptado una mentalidad emprendedora como estilo de vida, están de algún modo “enganchados a su pasión, a estar continuamente ideando, innovando, inventando” (Scipion, s.f., párr. 9). La inquietud o indecisión supone superar nuevos retos, continuamente.

Si se enseña a ser constante y disciplinado en el aprendizaje, se tendrá la fortuna de adquirir habilidades naturales para desarrollar negocios y cultivar relaciones; se contará con la mezcla perfecta para emprender un nuevo proyecto.

## Figura 1

*Cinco maneras de fomentar el emprendimiento en los niños*



Fuente: Sainz, 2018.

1. Escúchalos con atención y fomenta su creatividad.
2. Invítalos a tu vida; enséñales lo que sabes.
3. Deja que tomen decisiones y aprendan del fracaso.
4. Juega con ellos a emprender.
5. Enséñales formas constructivas de mejorar su entorno.

En los establecimientos educativos, el emprendimiento debe contribuir a: construir conocimientos y desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y de la sociedad; asimismo, a enseñar ética y responsabilidad social, a promover la cooperación y el trabajo en equipo en todos los miembros de la comunidad y, a fortalecer en los estudiantes la capacidad de conseguir y conservar un empleo, acceder a diferentes alternativas laborales y a posibilidades de autoempleo.

Hay muchos escritores que aportan ideas reales y valiosas sobre lo que es una mente emprendedora:

“Nunca creí que pudiéramos transformar el mundo, pero creo que todos los días se puede transformar las cosas” Françoise Giroud (1916-2003)

“Si quieres obtener resultados distintos, haz cosas distintas. [...] Confía en tus capacidades y cárgate de seguridad en ti mismo para ejecutar tu idea original” (Trinidad, 2020, párr. 14-15).

En este sentido, cobra relevancia la fórmula del conferencista Víctor Kupperts (citado por Bodegas La Aurora, 2021):

$$V = (C + H) \times A$$

Valor persona = (Conocimientos + Habilidades) x Actitud

Si bien los conocimientos y las habilidades son fundamentales, la actitud es la que multiplica. Una actitud poco sana o positiva, difícilmente será compatible con una mentalidad emprendedora. Las empresas que fomentan el emprendimiento deben llegar a los colegios, para dar a conocer y enseñar lo que es emprender.

## Conclusiones

Para poder tener una mente emprendedora, se debe enseñar desde temprana edad, para que, al llegar a la edad adulta, podamos crear, innovar y afrontar un sistema de trabajo independiente, sin esperar a ser contratado, sino al contrario, formar empresa para generar empleo y bienestar a la sociedad.

Las entidades gubernamentales deben darse a conocer en los colegios y destinar más recursos para la educación emprendedora e innovadora.

## Referencias

Bodegas La Aurora. (2021). La importancia de la actitud según Víctor Küppers. <https://www.bodegaslaaurora.com/blog/Posts/show/la-importancia-de-la-actitud-segun-victor-kupperts-1800>

Sainz, L. (2018, 31 de enero). 5 maneras de fomentar el emprendimiento en los niños. *Knotion*. [https://www.knotion.com/news/five\\_ways\\_to\\_foster\\_entrepreneurship\\_in\\_children](https://www.knotion.com/news/five_ways_to_foster_entrepreneurship_in_children)

Scipion, F. (s.f.). Cómo tener una mentalidad emprendedora en 5 pasos. <https://latransformateca.com/mentalidad-emprendedora/>

Trinidad, J. (2020). El éxito está en ti: 10 lecciones para desarrollar un emprendimiento exitoso y una marca personal poderosa. <https://es.linkedin.com/pulse/el-%C3%A9xito-est%C3%A1-en-ti-10-lecciones-para-desarrollar-un-exitoso-joaqu%C3%ADn>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Emprendimiento y empleo informal, un incentivo para la economía

Liliana Marcela Hernández Yépez

Sthepanny Basante López

Universidad Mariana

## Introducción

En Colombia, el empleo es uno de los temas más importantes en los debates políticos, sociales y económicos, ya que afecta a la población en su conjunto; sin embargo, el temido desempleo presenta unas cifras cada vez más altas y constantes en el tiempo, debido a distintos factores. Desde el comienzo de la pandemia desencadenada por el COVID-19, por ejemplo, se presentó el desempleo como una de las mayores consecuencias debido a recortes de personal, restricciones sanitarias y restricción y persecución hacia los vendedores ambulantes, aunque es claro que, el problema del desempleo es una constante en Colombia, así como el empleo informal, como medida para subsanar las necesidades derivadas de la falta de empleo. Al respecto, Castiblanco (2018) plantea que:

La informalidad laboral es uno de los mayores desafíos de los países en situación de desarrollo; esta problemática involucra temas que van desde los riesgos a los que se exponen los trabajadores para conseguir un ingreso mínimo, hasta las elevadas presiones sobre los sistemas de seguridad social debido a los miles de individuos que no aportan a salud y pensión. (p. 211)

## Desarrollo

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021) estableció que, para 2020 la tasa de desempleo en Colombia fue de 20,2 %, un aumento que se había previsto al inicio de la pandemia, debido a la cantidad de personas que se quedaron sin empleo por diversas razones, afectando sin duda, a miles de ellas; sin embargo, debido a la reactivación de la economía y la disminución de las restricciones para el trabajo informal, esta tasa de desempleo bajó para 2021 14,3 %; “entre enero y marzo de este 2021, la informalidad laboral en 23 ciudades y áreas metropolitanas en el país fue del 49 %” (Infobae, 2021, párr. 4); es decir, en Colombia, para mediados de 2021, la informalidad laboral abarcaba casi la mitad del mercado.

Así pues, el país se sitúa a la cabeza mundial en cuanto a empleo informal, dado que evidencia un 61,3 %, siendo la tasa de empleo informal más alta del mundo, según el DANE (citado por Ayuda en Acción, 2020, párr. 8):

Si a esta cifra le sumamos un 60 % de población que vive en situación de pobreza multidimensional, la situación se complica. Además, el confinamiento no ha hecho más que poner al descubierto las brechas sociales que existen en el país. Un mes después de que empezara la cuarentena, muchas casas ya muestran pañuelos rojos en sus ventanas para señalar que allí no tienen nada que comer. (párr. 8)

La tasa de desempleo en Colombia es una constante en la economía y, de la misma manera, una preocupación diaria de millones de colombianos que carecen de una ocupación estable y de un ingreso fijo para el sustento diario; este desempleo generalizado ha llevado a una búsqueda de alternativas económicas que puedan solventar esas carencias y necesidades que poseen miles de familias; en este sentido, el emprendimiento o, como muchos lo han denominado, 'emprendimiento de emergencia', se ha vuelto una alternativa de trabajo formal, pero mucho más informal, para poder contrarrestar este problema social.

De Soto (1987, citado por Salcedo-Pérez et al., 2019) explica que "la informalidad es una respuesta emprendedora a las trabas puestas por el Estado a la hora de querer iniciar negocios en la formalidad" (párr. 11). Bajo este entendimiento, el emprendimiento se puede entender como una alternativa social para hacer frente a las necesidades básicas de miles de personas desempleadas que buscan, de una u otra manera, generar ingresos; así pues, el trabajo informal y el emprendimiento, son una de las bases de la economía colombiana, considerando que casi la mitad del trabajo en Colombia es informal y que, la gran mayoría deriva de ideas innovadoras como las ventas ambulantes, entre otras actividades similares.

## Conclusiones

El papel del gobierno debe estar encaminado a incentivar este tipo de economías informales, que aportan al desarrollo económico y la disminución de las tasas de desempleo, formalizando, por una parte, la prestación de servicios sociales y de salud y, por la otra, promoviendo y apoyando este tipo de iniciativas creativas que fomentan el crecimiento económico.

## Referencias

- Ayuda en Acción. (2020). Trabajo informal en Colombia: elegir entre hambre o coronavirus. <https://ayudaenaccion.org/ong/proyectos/america/trabajo-informal-colombia/>
- Castiblanco, S.E. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (34), 211-228. <https://www.doi.org/10.25100/sye.v0i34.6479>



Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). Medición de empleo informal y seguridad social. *Boletín Técnico*. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech\\_informalidad/bol\\_geih\\_informalidad\\_may21\\_jul21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bol_geih_informalidad_may21_jul21.pdf)

Infobae. (2021). Empleo informal en Colombia aumentó el primer trimestre de 2021, según el DANE. <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/05/12/empleo-informal-en-colombia-aumento-el-primer-trimestre-de-2021-segun-el-dane/>

Salcedo-Pérez, C., Moscoso-Durán, F. y Ramírez-Salazar, M.P. (2019). Economía informal en Colombia: iniciativas y propuestas para reducir su tamaño. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410322.html>

# Emprendimiento: el cambio para el éxito de la Terapia Ocupacional

**Lesly Nathaly Pantoja España**

**María Fernanda Torres Cruz**

**Deicy Paola Vásquez Rosero**

Estudiantes del Programa de Terapia Ocupacional

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

Hoy en día, la sociedad se ha visto expuesta a grandes e innumerables cambios, en muchos ámbitos, que van desde el económico, social, cultural hasta el ambiental, por lo cual surge la necesidad de hablar y dar a conocer sobre el emprendimiento, mostrando inicialmente al lector, qué significa, la importancia que tiene emprender, las ventajas y las desventajas, con el único objetivo de que conozca más acerca de este tema y, se atreva a dar el primer paso para emprender.

Las personas se mantienen en constante actividad, haciendo infinidad de ocupaciones; unas las mantienen a lo largo de la vida, otras las modifican, dependiendo del grado de motivación que tengan para realizarlas. La terapia ocupacional es una disciplina que se encarga de entender este movimiento frecuente y, es capaz de ayudarles, para que lo hagan apropiadamente, en aras de beneficiar la salud en general, evitar una discapacidad o, impulsar la autonomía, en caso de que ya la tengan.

La Terapia Ocupacional sabe y conoce sobre la ocupación humana; por esto, es importante el apoyo al crecimiento de los emprendimientos productivos en el marco de una economía social y solidaria; es una alternativa positiva para la inclusión social y laboral de las personas.

En este sentido, el emprendimiento aporta grandes beneficios al Terapeuta Ocupacional, debido a que contribuye a su crecimiento, desde el aspecto personal hasta el profesional; a través de su intervención, posibilita grandes cambios que son realmente significativos en las ocupaciones de las personas, especialmente en aquéllas con discapacidad, creando estrategias que les facilitan un desempeño ocupacional efectivo y el disfrute de la participación dentro de las áreas ocupacionales productivas.



## Desarrollo

### ¿Qué es emprendimiento?

El emprendimiento tiene su origen en el inicio de la humanidad, ya que el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico que le puedan brindar una mejor calidad de vida tanto a [sí mismo], como a su familia. (Significados, s.f., párr. 5)

Las crisis económicas que vive un país dan paso al emprendimiento, otorgándole el sentido de, la actitud que toma una persona para iniciar algo nuevo; por ende, se puede afirmar que es esencial que exista el emprendimiento y se lo lleve a cabo en la sociedad, dado que permite hacer innovación, transformar y plasmar el conocimiento en un producto final.

### Importancia del emprendimiento

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, al punto que, han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva; pero, desafortunadamente, no han logrado implementar políticas que generen resultados evidentes. “Casi todos los países tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio” (Gerencie.com, 2022, párr. 12).

En la época actual, el emprendimiento ha ganado gran relevancia, porque gracias a ello la persona es más independiente, autónoma y cuenta con una estabilidad económica; por tanto, los altos niveles de desempleo y la baja calidad y remuneración de los empleos, han dado paso para que el individuo mire la importancia y necesidad de emprender, pasando de ser empleado a empleador. Por otra parte, para que el emprendimiento se lleve a cabo y tome importancia, el individuo que desea emprender, debe tener un espíritu emprendedor y todas las características para poder llegar al objetivo y al éxito.

### Ventajas de emprender

Constantemente, hay muchas razones, ventajas y beneficios para emprender; por ello, es necesario iniciar o dar el primer paso para llegar a ser un buen emprendedor. Las ventajas de un individuo que emprende son múltiples, abarcando desde la parte personal, como social y familiar. Algunas de las ventajas de emprender son:

**Autonomía:** el individuo, como dueño de su negocio, es independiente para hacer y poner orden respecto a cuándo realizar algunas actividades y con qué fin, así como para crear una metodología propia de trabajo; por otra

parte, queda la satisfacción personal de haber cumplido la meta o el objetivo planeado, en el tiempo pronosticado, atribuyendo que lo que ha logrado gracias a su esfuerzo y dedicación; del mismo modo, trabaja en lo que le gusta, realiza las actividades que le apasionan, lo cual le genera motivación para continuar y superarse y, finalmente, es el encargado de elegir el personal con el que quiere formar equipo, que tenga sus mismos valores y que le complementen con diferentes habilidades (Peiró, 2019).

### **Desventajas de emprender**

El emprendimiento requiere tiempo, dedicación, esfuerzo, valentía y ganas; aunque emprender está de moda, no significa una felicidad inmediata ni, que el dinero va a llegar rápidamente; se necesita conocimiento y coraje, pero no deja de haber algunos riesgos a los que está expuesto un emprendedor; entre ellos:

- Se requiere mucho tiempo y dedicación para poner a funcionar el negocio o proyecto propio. Hay que hacer inversión de personal y saber delegar funciones. Al principio, es posible que sea el mismo emprendedor quien ejecute todas las acciones, hasta que pueda contar con personal especializado.
- Siempre habrá incertidumbre respecto a cómo será el futuro. Tomar decisiones se puede convertir en algo delicado y puede haber equivocaciones que, podrían acarrear desmotivación y deseos de renunciar.

La Federación Mundial de Terapeutas Ocupacionales (WFOT, 2016) define a la Terapia Ocupacional, como una profesión que se ocupa de la promoción de la salud y del bienestar a través de la ocupación. El principal objetivo de esta disciplina es capacitar a las personas para participar en las actividades de la vida diaria. Los terapeutas logran este resultado mediante la habilitación de los individuos para realizar aquellas tareas que optimizarán su capacidad para participar o, mediante la modificación del entorno, para que éste refuerce la participación.

Por lo tanto, el emprendimiento es un campo que recientemente ha empezado a llamar poderosamente la atención del mundo académico; se ha dado una creciente necesidad de desarrollar de modo innovador, otras formas de capital social que lleven a erradicar la pobreza y a dar solución a tantos problemas sociales. Los cambios demográficos, la liberalización de los mercados, el fracaso de las instituciones estatales y de los gobiernos en cuanto a satisfacer y solventar las necesidades sociales y procurar avances tecnológicos, han impulsado el nacimiento de los emprendimientos sociales (Zahra et al., 2009).

Por esta razón, el emprendimiento puede ser para los terapeutas, una herramienta que les permita alcanzar sus objetivos de transformación social

en el ámbito laboral, mediante la venta de productos y servicios, como parte de su proceso de autosostenibilidad. El trabajo interdisciplinar puede facilitar el desarrollo socioeconómico, cultural y, hacer que todos los seres humanos lleven a cabo ocupaciones económica y medioambientalmente sostenibles.

Siguiendo estas ideas, es esencial resaltar que, el emprendimiento integra una de las alternativas a nivel de la práctica de la profesión de Terapia Ocupacional, donde se ha considerado la productividad, como un área de gran relevancia; la participación dentro de esta ocupación es fundamental, ya que permite lograr un efectivo desempeño ocupacional, teniendo en cuenta que son actividades que producen motivación y satisfacción a las personas. El emprendimiento le permite al terapeuta ocupacional, desempeñarse eficazmente dentro de un puesto de trabajo que es remunerado y que, a la vez, goza de los beneficios que implica trabajar desde un proyecto propio e independiente, donde podrá plasmar sus metas, trazadas bajo su emprendimiento, adquiriendo asimismo, crecimiento personal debido a todas las actitudes y aptitudes que serán fortalecidas desde este gran reto; además, aplicará los conocimientos adquiridos dentro de su carrera profesional y estará dispuesto a la retroalimentación constante requerida para la práctica y debida atención clínica, pero también a los saberes de cómo llevar su emprendimiento al éxito.

Para ser emprendedor se requiere muchas cualidades; una de ellas es la creatividad, fundamental para sacar adelante los propios proyectos que buscan un beneficio propio, pero también, que aportan significativamente a la sociedad. Esta característica, según Blázquez (2014), es innata a la Terapia Ocupacional “desde el momento en que se negocia con el cliente, su compromiso con la ocupación” (p. 115), lo que le permite establecer así, el plan de intervención. De este modo, el profesional “es productor de un cambio en la autonomía personal del individuo, para hacerle partícipe en actividades significativas y [en] ocupaciones” (p. 115). Es justamente la capacidad de generar cambios y de hacer cosas diferentes con cada persona, desde el análisis de todas las variables que tienen que ver con el éxito del proceso, lo que convierte a una persona en un ser creativo.

De lo anterior, es preciso decir que, si bien el emprendimiento le permite al terapeuta ocupacional crecer a nivel personal y profesional, también hace un gran aporte hacia la intervención con sus pacientes, teniendo en cuenta que el área productiva es fundamental para el desempeño ocupacional satisfactorio de estos; puede ejecutar estrategias exitosas y buenas prácticas hacia aquéllos que, por una u otra razón, no se desempeñan satisfactoriamente dentro de su ocupación o, que tienen alguna discapacidad, ya que son una población vulnerable, dado que carecen de seres que los instruyan, que les proporcionen fuentes de empleo y que, además, les permitan o les den pautas para emprender por cuenta propia, debido a la falsa creencia de que su condición es sinónimo de dependencia y limitación.



De ahí que, la intervención desde Terapia Ocupacional en estos pacientes es fundamental, debido al gran aporte y transformación que se puede generar. Desde esta intervención se logra establecer estrategias y actividades que busquen el empoderamiento de su rol como trabajador y emprendedor, considerando su motivación y autopercepción en cuanto a capacidad y nivel de satisfacción frente a sus ocupaciones, el fortalecimiento de las habilidades requeridas dentro de su desempeño ocupacional y, el acompañamiento hacia la formación de sus propias ideas de emprendimiento y proyectos propios.

Cabe resaltar que, todo este proceso posibilita en la persona atendida, recuperar su autonomía e independencia, alcanzar un mejor desempeño ocupacional y, además, generar sobre sí misma, confianza respecto a sus habilidades y capacidades, rescatando sus áreas significativas, con la posibilidad de volver a llevar a cabo, actividades que le sean placenteras y satisfactorias.

### **Conclusiones**

A manera de cierre, lo que más importa para llegar al éxito es atreverse, dar el primer paso y estar dispuesto, motivado y con muchas ganas para hacer realidad ese gran sueño, resaltando la capacidad, valentía y coraje para ser un gran emprendedor e iniciar con algo nuevo e innovador.

La Terapia Ocupacional puede aportar su conocimiento experto sobre la ocupación y los contextos ocupacionales y de cómo las distintas problemáticas (físicas, psicológicas, sociales y mentales) afectan a la ocupación de las personas, grupos y/o comunidades. Es tiempo de emprender nuevos caminos, que lleven a la construcción de comunidades inclusivas y sostenibles.

El emprendimiento es, sin duda, un tema vital dentro del desempeño ocupacional de las personas, específicamente dentro del área de productividad. Desde la perspectiva personal y profesional del terapeuta ocupacional, aporta un sinnúmero de beneficios y experiencias gratificantes hacia la propia construcción personal, puesto que contempla nuevos retos y aprendizajes. Desde el campo profesional, permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos dentro de la carrera profesional. Sin embargo, es vital enmarcar ese papel que el terapeuta ocupacional desarrolla de la mano con el emprendimiento hacia sus pacientes, proyectando objetivos que permitirán restablecer y aportar hacia la autonomía e independencia de cada uno, adquiriendo las habilidades necesarias para establecer un desempeño ocupacional significativo y satisfactorio para el paciente.



## Referencias

- Blázquez, P. (2014). El terapeuta ocupacional como empresario ¿es el autoempleo una respuesta creativa? *Revista TOG*, (6), 113-124.
- Federación Mundial de Terapia Ocupacional (WFOT). (2016). Historia. <https://www.apeto.com/wfot.html>
- Gerencie.com. (2022). Emprendimiento. <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html#:~:text=Casi%20todos%20los%20pa%C3%ADses%2C%20tienen,un%20producto%20o%20un%20servicio.>
- Peiró, R. (2019). Ventajas y desventajas de emprender. <https://economipedia.com/cultura/ventajas-y-desventajas-de-emprender.html>
- Significados. (s.f.). Significados del emprendimiento. <https://www.significados.com/emprendimiento/#:~:text=El%20emprendimiento%20tiene%20su%20origen,propio%2C%20como%20a%20su%20familia.>
- Zahra, A.S., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., & Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.



Volumen **6** No. **1**

# SECCIÓN **4**

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



# Emprendimiento e innovación en el contexto colombiano

David Sebastián Cerón  
Dayana Ximena Mora  
Universidad Mariana

## Introducción

Mediante este artículo se pretende dar una apreciación de lo que es el emprendimiento y las distintas clases que existen, conocer las razones de por qué una persona a veces opta por emprender un nuevo reto en su vida, ya sea por necesidad o por conveniencia.

Es importante resaltar algunas de las ventajas que llevan a una independencia económica: libertad de horarios, posibilidad de manejar sus propios tiempos, proyectar mejor su vida y el tiempo que le dedica a la familia y, también, contar con la posibilidad de proyectar objetivos a largo y corto plazo, sin desconocer que, también se debe tener en cuenta las desventajas: si una persona decide escoger el camino de emprender e innovar, ha de asumir riesgos y responsabilidades.

### Figura 1

*Emprender*



Fuente: Freepik.es

Rafael Vesga (s.f.), profesor universitario, sostiene que, el emprendimiento y la innovación son realizados realmente en tres niveles: a) el nivel macro del país y el entorno, b) el nivel intermedio de las empresas y, c) el nivel básico de los individuos. El emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países.

Estos tres niveles tienen que funcionar al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás. Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto macro.

## Figura 2

### *Emprendimiento e innovación*



Fuente: Freepik.es

De acuerdo con Kirzner (1979), “el empresario se encuentra en un continuo estado de alerta (alertness) o de perspicacia, en relación con la búsqueda de oportunidades” (p. 179). Esto permite entender que la persona catalogada como empresario, cuenta con unas características a nivel personal, que hacen posible llevar a cabo la ejecución de sus ideas, en busca de nuevas oportunidades.



### Figura 3

#### El empresario



Fuente: Freepik.es

Por otra parte, Alcaraz (2011) da a conocer cuáles son las características del emprendedor:

En primer lugar, dice que, para ser creativo, es forzoso:

Contar con una sensibilidad específica para los inconvenientes (propios y ajenos). Asimismo, hay que poseer fluidez de pensamiento o ideas fértiles, así como la capacidad para completarlas y emplearlas en las circunstancias o el problema estudiado. Esta elasticidad puede ser espontánea, cuando es una habilidad para plantear una gran diversidad de ideas, o adaptativa cuando la orientamos en la solución de una temática determinada. (p. 49)

Este autor plantea de forma clara, cuáles son esas particularidades que requiere una persona para catalogarse como emprendedor, partiendo de que muchas de estas características pueden ser propias del desarrollo de una persona o, que las haya aprendido a medida que va desarrollándose.

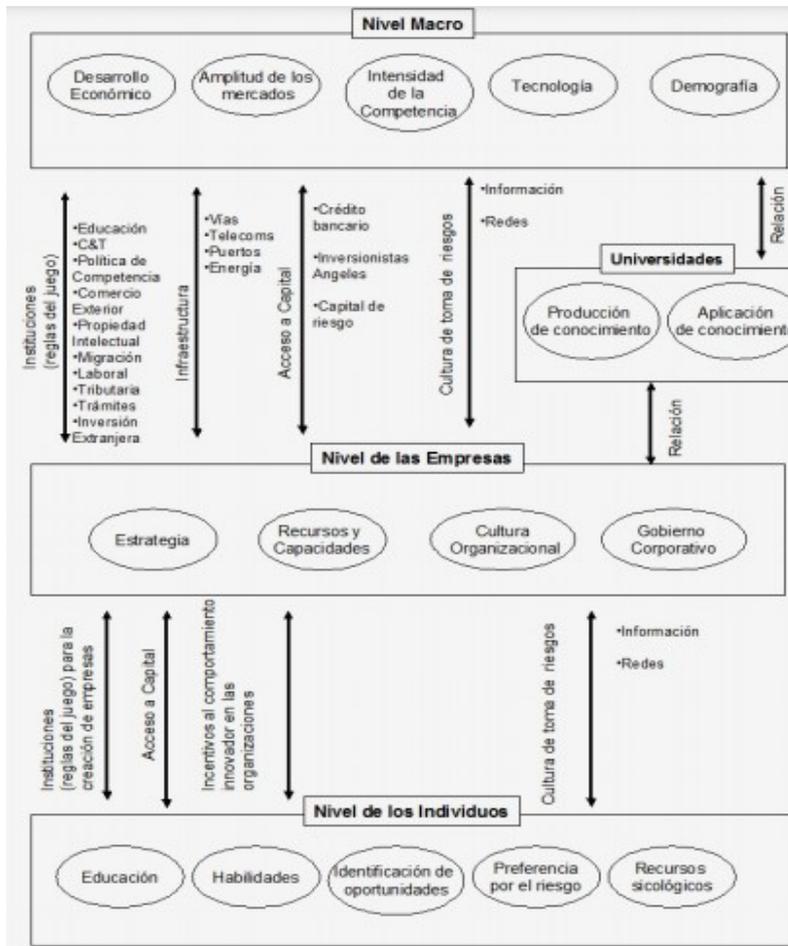
De igual forma, permite entender que, llevar a cabo un emprendimiento, es un proceso complejo que le exige a la persona tener la capacidad para poder hacerlo, dado que, si no cuenta con alguna de las características que se requiere para ser un emprendedor, muy seguramente no va poder mantener su idea de emprendimiento.

**Figura 4**  
Ser emprendedor



Fuente: Freepik.es

**Figura 5**  
Niveles



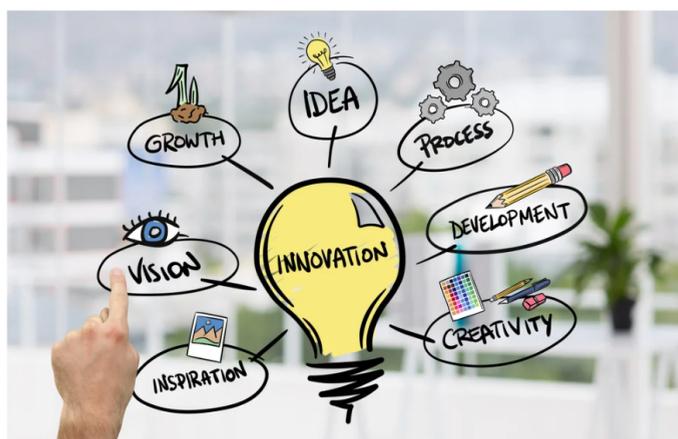
En síntesis, la mirada a los niveles macro de las empresas y de los individuos permite identificar fortalezas y debilidades críticas para el desarrollo del capitalismo del emprendimiento y la innovación en nuestro país.

En los tres niveles, Colombia presenta una situación destacada en términos de fuerza empresarial y potencial de desarrollo. [...] Sin embargo, el desempeño del país en las comparaciones internacionales se desploma cuando se considera lo que está ocurriendo en materia de innovación.

El análisis de la situación de competitividad muestra que si Colombia avanza en los temas de infraestructura e innovación, su competitividad en términos internacionales podría aumentar velozmente. Una acción decidida sobre puntos críticos en los niveles de las empresas y los individuos podría tener un impacto grande desde este punto de vista. Podría convertirse en el elemento que resolviera el cuello de botella del problema. (Vesga, 2011, p. 13)

## Figura 6

*Ideas*



Fuente: AméricaEconomía.com (2019).

En consecuencia, según Alegria (2019),

comenzar un negocio propio es un tema riesgoso para aquellos que deciden emprender, debido a que muchos se enfrentan a la incertidumbre de no saber si su idea va a alcanzar el éxito esperado o si va a suceder lo contrario.

Sin embargo, ninguna idea debe desecharse hasta que no se pruebe. Para poder evaluar si se están obteniendo los resultados correctos, primero hay que dar un primer paso y llevar hacia adelante aquel proyecto que se quiera realizar. (párr. 1-2)

## Figura 7

### Trabajar en equipo



Fuente: Freepik.es

Es de gran importancia resaltar que las personas emprendedoras e innovadoras están en constante aprendizaje y que cada día pueden descubrir algo nuevo, ya sea en lo que se desempeñan laboralmente o en la adquisición de saberes en torno a la economía en general.

Muchos de ellos cuentan, incluso, con su biblioteca personal y se han dedicado a cultivar su intelecto para poder seguir hacia adelante en este mundo del emprendimiento. Es probable que muchos emprendedores hayan tenido que aprender un poco de mercadeo, finanzas y relaciones públicas, para poder adaptarse al entorno.

En vista de que es un camino difícil, muchos emprendedores siguen hacia adelante con la mejor compañía. Para tener un equipo exitoso es necesario contar con personas cuyos intereses sean similares a los nuestros y que, sobre todo, posean un espíritu emprendedor.

Algunos datos indican que las empresas con dos fundadores suelen ser las más exitosas y que también es importante contar con una base económica que permita cubrir los primeros gastos del proyecto.



## Figura 8

Continuar



Fuente: Freepik.es

De, aproximadamente, 7 billones de personas que hay en el mundo, 400 millones son emprendedores. Esto se traduce a que 1 de cada 18 personas decide asumir el riesgo de la incertidumbre y tener su propio negocio.

Incluso, 2 de cada 3 personas en el mundo piensan que emprender es buena idea. Lo que significa que contaríamos con el apoyo de más de la mitad de las personas en el mundo si decidiéramos emprender. (Alegra, 2019, párr. 6-7)

Por ende, podemos decir que, el hecho de ser una persona emprendedora, brinda más posibilidades de surgir y alcanzar el éxito en la vida, ya sea por necesidad o por las distintas oportunidades que siempre existen.

## Figura 9

Más ideas



Fuente: Freepik.es



## Referencias

- AméricaEconomía.com (2019, 4 de diciembre). Innovación, ¿el desafío de la transformación empresarial? <https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/innovacion-el-desafio-de-la-transformacion-empresarial>
- Freepik.es (s.f.). Negocios y emprendimiento. <https://www.freepik.es/search?format=search&query=negocios%20y%20emprendimiento>
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Kirzner, I.M. (1979). *Perception, opportunity, and profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Vesga, R. (s.f.). Emprendimiento e innovación en Colombia. ¿Qué nos está haciendo falta? <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# La creatividad es el camino hacia la innovación

**Jhesica Juliana Gómez Ortega**

**Evelly Alejandra Prado Huaca**

**Lixi Juliana Tutistar Hidalgo**

Estudiantes del programa de Trabajo Social

Universidad Mariana

*Sea cual sea tu trabajo, da tu mejor esfuerzo. Tu actitud determina tu altitud.*

Richard Montañez

El emprendimiento nos invita a hacer realidad los sueños y metas que tenemos como personas y profesionales, siempre impulsados a mejorar nuestro bienestar económico y personal, buscando y generando nuevas oportunidades a personas de nuestro entorno. Cabe resaltar que todos los seres humanos somos creativos, el problema es que no sacamos esas ideas que llevamos por dentro, por miedo a fracasar; es importante entender que, ser un emprendedor es ser un líder que toma por iniciativa realizar actividades innovadoras con un objetivo claro; de igual manera, es una persona con actitud positiva, que siempre busca dar solución a ciertas problemáticas existentes.

En este orden de ideas, es fundamental mencionar que cada emprendedor tiene características y capacidades diferentes, lo cual los vuelve únicos; al hablar de emprendimiento, nos referimos a: nuevos cambios, formar conocimientos que nos ayuden a alcanzar un progreso en el diario vivir; asimismo, con el tiempo, la economía y los ingresos, mejorarán.

Una persona que busca emprender, es aquella que lucha por sus sueños, que se esfuerza día a día por conseguir algo que tiene en mente; que sabe las capacidades y la calidad que tiene. Las oportunidades que nos ofrece la vida es mejor aprovecharlas; cada riesgo que tomemos en el futuro será recompensado.

## Figura 1

### Empezar a emprender



Fuente: Banco Pichincha (2020).

Actualmente, es muy común escuchar la palabra ‘emprendimiento’; siempre está presente en cada momento de nuestras vidas, pues con frecuencia escuchamos a las personas contar historias de cómo tal persona, con tan solo plantear una idea y tener el propósito, ha logrado salir adelante. Además, es muy importante puesto que nos ayuda a desenvolver nuestras capacidades para así llegar al éxito. Para centrarnos en este tema, tenemos que empezar a conocer qué es emprendimiento. Para Jeffrey y Timmons (1989, citados por Hidalgo, 2016)

El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas, para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad, independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (p. 5)

Por consiguiente, el emprendimiento es la capacidad de las personas de lograr una autonomía, sin importar los pocos recursos que al principio obtengan; siempre deberán seguir adelante, a pesar de los obstáculos que se les presente, pues sacar un proyecto adelante no es tan fácil como parece; inclusive, para poder ser una persona emprendedora, solo se necesita plantear un objetivo, las ganas de salir adelante, dejando el miedo de lado, pues es con aptitud y dedicación que se puede lograr triunfar con la intención; estos emprendimientos ayudarán a tener estabilidad; se requiere tener pasión por lo que se está realizando.

También, creemos que todas las personas emprendedoras tienen características diferentes que las hacen únicas. Los altos niveles de desempleo han generado que se vuelvan más emprendedoras para poder

salir adelante; además, esto ha ayudado a que muchas de ellas puedan tener un empleo digno.

## Figura 2

*Siempre activos*



Fuente: Freepik.es

El ser humano busca diversas formas para sobrevivir; por ello, a lo largo de la vida crea e innova ideas que dan frutos y, sin darse cuenta, ha venido emprendiendo, pues hoy en día, gracias a ideas planteadas es que se tiene la serie de beneficios y la tecnología, a la cual nos hemos ido adaptando y cada vez ha ido avanzando; esto se ha generado debido a que las personas que han emprendido producen un beneficio económico y un bienestar para la sociedad. El emprendimiento es una ayuda para que el hombre salga adelante profesionalmente, siendo portador de empleo y un ejemplo a seguir.

## Figura 3

*Ideas y más ideas*



Fuente: Freepik.es

Por otra parte, la creatividad es esencial en las personas y es una habilidad que diariamente se va adquiriendo y mejorando, con la cual se puede crear capacidades para formar ideas que contribuyan a un progreso económico. Como sostiene Gallardo (2014):

La creatividad es una más de nuestras habilidades que poseemos como personas, ha existido desde los inicios de los seres humanos en la tierra y podríamos decir que es una de las habilidades más bonitas y útiles para el hombre. Gracias a ello se ha dado pie a la evolución del hombre y los grandes inventos que nos han ido facilitando cada vez más el modo de vida dichos avances han sido las herramientas de caza como era en la época primitiva o bien en la actualidad los gadgets electrónicos como las novedosas [tabletas], por mencionar algunas. (párr. 3)

La creatividad es un elemento primordial; con ella podemos crear y formar ideas que trascienden los límites, proporcionando a las personas un estilo de vida favorable. El emprendimiento y la creatividad siempre han ido de la mano puesto que impulsan a asumir riesgos al desarrollar algo innovador que supla las necesidades del ser humano. Inclusive, gracias a la creatividad la humanidad ha ido cambiando y evolucionando, en cuanto a los nuevos productos que llegan al mercado, que reducen el esfuerzo en ciertas tareas como, por ejemplo: en el hogar, la escuela y en el trabajo.

Pasando a un contexto más cercano, se pudo identificar que, en Colombia existen demasiados emprendimientos innovadores que han tenido éxito, que lo convierte en el cuarto país con mayor tasa de actividad emprendedora en el mundo.

De igual manera, se pudo constatar que dentro de la población colombiana existe gran variedad de empresas de acuerdo con sus distintas costumbres, hábitos y/o entorno en el que se desenvuelven las personas. Empresas creadas con el único propósito de suplir con las necesidades y, en algunos casos, deseos personales, familiares, etc. Para nadie es un secreto que este es un tema bastante relevante; incluso, para los entes gubernamentales, ya que con esto también se brinda una oportunidad de empleo, logrando mejorar la economía del país. Según Buitrago (2014)

El emprendimiento en el país, en los últimos años, ha tenido grandes avances a pesar de las problemáticas sociales y económicas vividas, tanto en el ámbito nivel nacional como en el internacional. A pesar de que las depresiones economías europeas y estadounidenses han tenido gran repercusión en Latinoamérica, Colombia ha logrado mantenerse estable y ha crecido desde comienzos del siglo. Esto se debe, en gran medida, a que en el país se ha estado invirtiendo y generando mayor valor agregado, y dinamizando la economía de manera más estable. A pesar de los problemas antes mencionados y del conflicto interno, las perspectivas a futuro crecen constantemente, no solo por la estabilidad económica y social que se vive, sino por la forma en la que se están enfocando las políticas públicas en el país para hacer crecer la economía de manera más ágil y confiable. (p. 14)

Las grandes ideas han logrado cautivar la atención de la gente, aunque siempre existen crisis, como la que se vivió en el año 2020, en el que muchas personas decidieron salir adelante con negocios llamativos, como: granizados con licor, acompañados de muchas golosinas, cajas de diferentes tipos de gomitas, infinidad de estilos de tapabocas, sushi de chocolate (brownies),

conos de papas fritas, mercado de frutas y verduras virtual; incluso, clases de baile, culinaria, música, deporte, etc., que estén al alcance de todos. Esto permitió que muchas personas, familias, grupos y comunidades tuvieran una ayuda extra para poder salir adelante, logrando así,

...según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las 57 cámaras de comercio del país, entre enero y marzo de 2021 se crearon en el país 96.431 empresas, 9,3% más que en el mismo periodo de 2020, cuando la cifra fue de 88.248 unidades productivas. Del total de empresas nuevas registradas, 75,4 % corresponde a personas naturales y 24,6 % a sociedades. (Comfecámaras, 2021, párr. 1)

Gracias a estas increíbles habilidades para la creatividad, Colombia arroja un avance positivo, reflejado en su estabilidad y capacidad de innovación y, contribuye a impulsar la oportunidad de empleo a muchas personas. También se debe resaltar el buen manejo de redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, considerando que sin ellas, no se podría hacer la publicidad pertinente para su conocimiento, puesto que los emprendedores han demostrado gran potencial para lograr vistas, reacciones, comentarios y re post de sus publicaciones. Esto genera que las personas conozcan sus productos y los servicios que podrán adquirir con facilidad, si así lo desean los clientes, Se puede poner en contexto que, ahora, existen varias plataformas para pagar en línea, como Nequi (Bancolombia) Daviplata (Davivienda); de esta manera se le da un libre acceso para hacer su pago como el cliente lo desee.

Para dar finalidad al documento, es totalmente admirable evidenciar cómo las personas, con sus ideas ingeniosas, atrapan a otras, haciendo de su negocio, algo que todos quieren obtener, trayendo muchos éxitos. Se puede generar empleo y capacitar, para dejar una enseñanza a las futuras generaciones, para que sigan cultivando ese espíritu creativo para emprender, esas ganas de salir adelante y tener un apoyo extra.

## Referencias

- Banco Pichincha. (2020). ¿Cómo hacer un plan de negocio para tu emprendimiento o pyme? <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/plan-de-negocios-para-pymes>
- Buitrago, J.A. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7-21.
- Comfecámaras. (2021). En primer trimestre de 2021 aumentó 9,3 % la creación de empresas en Colombia. <https://ccmmna.org.co/en-primer-trimestre-de-2021-aumento-93-la-creacion-de-empresas-en-colombia/>
- Freepik.es (s.f.). Avances tecnológicos. <https://www.freepik.es/arch?format=search&query=avances+tecnol%C3%B3gicos&type=vector>
- Gallardo, K.J. (2014). La importancia de la creatividad para emprender. <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-creatividad-para-emprender/>
- Hidalgo, L.F. (2016). ¿Qué es un emprendedor? *Revista empresarial ICE-FEE-UCSG*, 10(2).

# La multidimensionalidad del emprendimiento en la economía y nivel personal

Juan Pablo Arciniegas

Karen Daniela Hernández

Angie Melissa Meneses

Estudiantes del Programa de Trabajo Social

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

Muchas personas experimentan, en algún momento de su vida, insatisfacción en el trabajo que realizan, y esto las ha impulsado a pensar en ser sus propios jefes y tener control sobre su tiempo; en otras palabras, construir y generar su propio negocio y, ¿por qué no?, emprender, ¿por qué no?, desarrollar habilidades a nivel personal, como la creatividad y la iniciativa que tiene cada quien. Por otra parte, las distintas variables de la economía permiten que surjan muchas personas emprendedoras, personas que no encuentran un trabajo fijo y deciden crear un proyecto, para poder garantizar su estabilidad laboral y generar ingresos; se puede, entonces, analizar si este tipo de motivación genera emprendimientos a corto plazo o largo plazo.

Desde la infancia nos enseñan muchas cosas que son importantes para nuestros conocimientos, pero no nos enseñan a confiar en nuestras capacidades; por ello, es fundamental definir qué es el emprendimiento; según Significados.com (2019), “el emprendimiento empresarial es la iniciativa o aptitud de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio, u otra idea que genere ingresos que le permite cubrir principalmente sus gastos básicos, y el de su familia” (párr. 13), significado que da a entender que, hay que creer en nosotros mismos y tener en claro lo que queremos.

Hay que trabajar duro, sacrificarse en algunas ocasiones y aceptar, pero permitirse soñar despierto y aprender de otros. Para emprender es necesario tener presente nuestros sueños, fijar lapsos de tiempos y metas para realizarlos y luego esforzarse por alcanzarlos; esto puede verse en un futuro con buenas expectativas, pero todo depende de la autoconfianza y la autodisciplina. De esta forma, después de analizar el significado del emprendimiento en nuestra vida, ahora es importante mencionar por qué es útil a nivel económico y personal.

En el momento de emprender y crear un negocio o empresa, frecuentemente la prioridad va a estar enfocada en promover el desarrollo económico del país, ya que, se tiene en cuenta distintos aspectos como, el progreso tecnológico



la innovación liderada por los emprendedores, lo cual es fundamental para mejorar la creación de la riqueza de un país y contribuir al bienestar de la comunidad, permitiendo así un crecimiento en la productividad, al incentivar la generación de empleo.

Actualmente, nos encontramos en una realidad social transformada, debido a que nos hemos visto afectados por una pandemia que nos llevó a crear modificaciones en nuestra forma de vivir y sobrevivir. Es necesario insistir en que cada situación negativa, con un poco de esfuerzo, inteligencia y empeño, se logra superar y puede ser transformada para la creación de algo mejor; de esta manera, muchas personas que se vieron afectadas directamente por la pandemia a nivel económico y nivel social, optaron por un sentido de superación y por convertirse en emprendedores; a primera escala, iniciaron con la creación de un producto que subsanara alguna necesidad y, a gran escala, llevaron ese pequeño emprendimiento a convertirlo en una gran empresa.

### Figura 1

*Donde existen más mujeres emprendedoras*



Fuente: mundoorenda (2020).

Según datos registrados en la Cámara de Comercio (Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019), dan muestra de que el 38,7 % de los representantes legales de las organizaciones son mujeres, las cuales crearon 5.074 empresas.

Estos datos demuestran cómo el género femenino, gracias a su intención de superación, se ha visto forzado, en pandemia, a encontrar un trabajo que genere recursos económicos, ayude a subsanar sus necesidades monetarias y, a su vez, este emprendimiento permite que las personas tengan mayor flexibilidad con relación a sus horarios laborales, sus

relaciones interpersonales y familiares, siendo estas, una de las principales motivaciones al momento de emprender.

En este orden de ideas, a pesar de la pandemia de COVID-19, en Colombia los emprendimientos no han parado; es por eso que, desde el gobierno y el sector privado, surge la idea de apoyar a quienes creen empresas, con el fin de que los negocios y la economía del país sigan creciendo. Gracias a esto, se ha generado mayor apoyo para las mujeres que deciden emprender, por medio del financiamiento y el fortalecimiento de los sectores productivos. El emprendimiento en 2021 surgió con fuerza como una medida de independencia financiera, como solución del manejo adecuado del tiempo compartido y laboral.

Por último, se plantea que la importancia del emprendimiento en pleno siglo XXI radica en la necesidad que resulta de ser evidente en la economía en distintos países, pues, gracias a este el mercado evoluciona, se genera lazos al mundo y hay un aprovechamiento del tiempo de la mejor manera. No obstante, crear la idea de un negocio propio se convierte en una de las decisiones más importantes en la vida, por lo que es necesario asegurarse que esa idea cubra una necesidad que aún no se ha cubierto por el mercado y que, gracias a su factor innovador, existan clientes que estén dispuestos a pagar por ella.

## Conclusiones

El emprendimiento ha tomado importancia en los últimos años, ya que ha sido de gran ayuda para el incremento de creación de empresas; al mismo tiempo, ha tenido un impacto positivo en todos los sectores económicos del país; por ello, muchas de las grandes empresas presentes en este momento en el país, comenzaron como ideas de negocio y, con el proceso de emprendimiento, se vieron forzadas a convertirse en grandes empresas.

Cuando se logra establecer o crear una empresa y se comienza a superar, desarrollar y avanzar, se debe actuar conscientemente, sin perder en ningún momento la razón por la cual se inició ese proyecto, el valor que tomó y las oportunidades que hasta el momento ha brindado, tanto económica como personalmente. No se debe tomar decisiones apresuradas, sino que, por el contrario, asegurarse en todo momento de seguir con una visión ganadora.

## Referencias

- Emprendimiento. (2019). Significado.com. <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018/2019). Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Mundoorenda. (2020, 19 de noviembre). Día Internacional de la Mujer Emprendedora. <https://mundoorenda.org/dia-internacional-de-la-mujer-emprendedora/>



# TRAVESÍA EMPREENDEDORA

Volumen **6** No. **1**

## SECCIÓN **5**

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**

# Emprendimiento en Ingeniería de Sistemas

Andrés Alejandro Ibarra Bolaños  
Cesar Augusto Narváez Hernández

Universidad Mariana



Volumen 6 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

En la actualidad, el concepto de emprendimiento se ha convertido en uno de los más conocidos a nivel personal, económico y social, dado que se trata de un término que abarca la constitución de nuevas empresas, el repotenciamiento de las ya creadas y, también, la forma como estas se expanden en medio de los mercados, hasta alcanzar un nivel global (Duarte, 2007). Es decir, el emprendimiento es toda forma de desarrollo empresarial, que involucra la creación de una empresa, hasta su forma misma de crecimiento y expansión y, sus metas; sin embargo, en el concepto actual, hace referencia solamente a aquellas empresas recientemente creadas y que buscan generar un aporte económico para la nación y las personas que se involucran en su desarrollo.

Los emprendimientos, al igual que cualquier otro tipo de empresa o compañía, surgen a partir de una idea, motivo y/u oportunidad de negocio que está vinculada con la formulación o construcción de planes de trabajo que permiten generar un plan adecuado de trabajo estratégico, para que la idea se convierta en un movimiento económico rentable y generador de valor sobre los clientes y sus propios productos. El emprendimiento, más que ser la creación de nuevas empresas, trata sobre la creación de empresas que van enfocadas en la generación de autoempleo; este es un concepto común en las economías en desarrollo como las de Latinoamérica, que se encargan de la generación de recursos económicos para aquellas personas que no tienen un acceso laboral estable o que poseen gran cantidad de tiempo libre en su día a día, dado que el emprendimiento, no solo es la consolidación de una gran empresa, sino que puede estar enfocado al comercio en línea o sobre pedido (Querejazu, 2020).

Los emprendimientos cada vez toman mayor importancia como mecanismos de crecimiento económico, por ser generadores de empleo,

reductores relativos de la pobreza y, por generar una estabilidad económica. Sin embargo, muchos no se constituyen de forma legal ante los gobiernos, lo cual genera que no tengan apoyo o seguridad para su construcción y posible expansión, además de que muchos países no cuentan con leyes y procesos legislativos que permitan a las nuevas empresas, introducirse de manera correcta en los mercados.

### **La importancia de la creación de empresas**

El emprendimiento trata, principalmente, de la implementación y formulación de nuevas ideas, con el fin de generar alternativas que permitan la creación de empresas de tipo novedoso, que sean rentables en el tiempo. La importancia de la creación de nuevas empresas radica en el hecho de que son las pequeñas y medianas empresas (pymes) las encargadas de generar el mayor porcentaje de empleo en las naciones (Santana et al., 2006). Es decir, son las pymes, incluidos los emprendimientos, las que generan un mayor aporte en uso de mano de obra, dado que son las más abundantes en todos los sectores, mientras que las grandes empresas generan una cantidad considerable de empleos, pero su número no es muy considerable. Además, las nuevas empresas siempre buscan mantener la estabilidad laboral de sus operarios, porque esto es fundamental para estabilizar el funcionamiento de una compañía.

Los emprendimientos surgen a partir de la satisfacción de las necesidades más actuales de las personas, quienes se convertirán en futuros clientes. Esto permite que aquellos negocios que entran en un mercado poco competitivo, tengan un mayor aumento de la productividad y generación de empleo, en conjunto con un incremento en el valor agregado de la economía de la región y nación donde se desarrollan o crean. Según lo expuesto por Zamora-Boza (2017) en Latinoamérica, al 28,7 % de la población se la considera como autoempleada; el 54,8 % es asalariada y, el 4 % genera empleo a otras personas; es decir, la mayor cantidad de personas se concentran en el autoempleo y en trabajar como empleados de otras personas; sin embargo, solo un 4 % de la población está en capacidad de brindar trabajo a otros.

Los emprendimientos, en ciertas condiciones iniciales, son considerados como un autoempleo, en los que gran parte de sus fundadores o creadores funcionan como trabajadores de sus respectivas empresas o negocios, donde su economía se mantiene vinculada directamente en el movimiento y funcionamiento de la empresa que ellos han creado. Las nuevas empresas y emprendimientos no solo generan crecimiento para la economía de personas y nuevos trabajadores, sino que son una parte fundamental para el incremento de la productividad y crecimiento económico de otras empresas como: los proveedores de insumos y materias primas, las prestadoras de servicios logísticos, de distribución y demás.

## Características de un emprendedor

El emprendimiento es un factor importante para el crecimiento y valor agregado de la economía, por lo cual se debe garantizar que todas las estrategias y su manejo sean de la mayor eficiencia y eficacia posible. Dentro de esto se encuentra las características de la(s) persona(s) que originan la idea o plan de negocio. Esto es, para emprender se requiere de unas ciertas características que permiten al usuario ser capaz de llegar a su meta de éxito para su empresa o compañía. Algunas de las características son las siguientes:

Compromiso, determinación y perseverancia; capacidad para alcanzar metas; orientación a las metas y oportunidades; iniciativa y responsabilidad; persistencia en la solución de problemas; realismo, con autoconfianza; altos niveles de energía; buscador de retroalimentación, con un control interno alto; tomador de riesgos calculados; baja necesidad de estatus y poder íntegro y confiable, tolerante al cambio. (Park y Masi, 2015, p. 306)

La mayoría de características de un emprendedor se orienta a tener la capacidad y responsabilidad para llevar a cabo el manejo económico, administrativo y logístico que se requiere para la creación de una nueva empresa u emprendimiento. Otra característica fuera de los valores con los que cuenta un individuo, tiene que ver con el espíritu emprendedor, el cual es una forma de representación de la capacidad de una persona de identificar, aprovechar y fomentar el crecimiento de una oportunidad para la creación de una empresa u negocio (Reyna et al., 2007).

## El emprendimiento a partir de la Ingeniería de sistemas

Las nuevas empresas pueden tener diversos enfoques, desde gastronómicos, hasta aquellos en los que se dedican a la creación de servicios como proveer internet, plataformas en línea y demás. En la actualidad, el manejo de la tecnología y la información se constituye como uno de los campos de mayor crecimiento a nivel de avances científicos y, es aquí, donde las empresas buscan implementar estrategias de mercado que les permitan vincularse con los productos y/o servicios que pueden surgir a partir de ella; por ello, la creación de empresas de manejo de información, tecnología, seguridad e informática, se ha convertido en una fuente de crecimiento económico para la carrera de Ingeniería de Sistemas, la cual está ampliamente relacionada con el manejo de la información y la tecnología, mediante la creación de software y diseños programáticos que permiten modelar situaciones externas y encontrar la solución de mayor adecuamiento.

Hoy en día, el triunfo estratégico y económico de una empresa está vinculado directamente con el nivel de tecnología y avance informático con que ella cuenta; es decir, emplear maquinaria y equipos de hace 40 años no será lo mismo que emplear tecnología actual, con la cual los procesos de producción y manejo empresarial se facilitan de una manera muy amplia. Según

Hernández et-al., (2017) las empresas deben vincular en sus estrategias, el componente tecnológico, si quieren lograr un correcto crecimiento; pero, este componente tecnológico debe estar abordado a partir del hardware o sistema físico, el software o sistema operativo y, por último, la vinculación del personal capacitado para el manejo del mismo.

Desde el punto de vista económico, muchas pymes no cuentan con los recursos para vincular el personal requerido para mantener y vincular personal con conocimientos en áreas avanzadas como la tecnología e informática. El no tener acceso a este tipo de profesionales puede limitar su crecimiento económico dado que, la calidad de sus productos y servicios estará directamente relacionada con el control y gestión de calidad que realice sobre la misma.

Los ingenieros de sistemas pueden ver el emprendimiento de forma tecnológica e informática; su campo profesional les permite tener un amplio conocimiento sobre la forma como se desempeñan estas disciplinas, lo cual les permite vincularse con nuevas empresas del sector tecnológico y enfocarse no solo en ofrecer productos, sino también servicios, como soporte tecnológico e informático para otras empresas que requieran mantener un estándar de calidad y revisión continua sobre sus equipos de planta y administración. Según Arellano (2008), los sistemas de información son vitales para las empresas, dado que les permiten aumentar su productividad, adaptarse a los cambios tecnológicos, mejorar la toma de decisiones y, la calidad de los productos y servicios.

## **Conclusiones**

El emprendimiento es uno de los conceptos económicos que representa la creación de nuevas empresas y adecuación de otras ya existentes, con el fin de adaptarse a las nuevas condiciones del mercado y de las necesidades que los clientes requieren satisfacer. Los emprendimientos se constituyen como principales generadores de empleo, crecimiento económico y valor agregado de la economía de los países, dado que permiten la creación de nuevos productos y servicios, dando origen a nuevos requerimientos de materias primas y proveedores que cubran dichas necesidades de materiales, permitiendo así también el crecimiento económico de otras empresas.

Los emprendimientos pueden ser creados a partir de las diferentes necesidades existentes en el mercado, no solo de clientes, sino también de aquellas empresas que requieren de algún producto o servicio necesario para mantener o agilizar su producción, como el caso de la tecnología y la revisión de dicha tecnología, la cual crea una oportunidad de implementación de emprendimientos orientados al asesoramiento técnico y de apoyo logístico para aquellas pequeñas empresas con recursos limitados para trabajo.

## Referencias

- Arellano, M. (2008). Sistemas de información: ¿adecuación a los cambios tecnológicos o herramienta de gestión? *Revista de Ciencias Sociales*, 14(3), 546-560.
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 2(3), 46-56.
- Hernández, V.R., Escandón, M.S., Mendoza, A.L. e Izaguirre, A.H. (2017). La tecnología: una herramienta de apoyo para pymes y emprendedores desde el entorno universitario. *CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 24(1), 75-82.
- Park, S.I. y Masi, S.D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314.
- Querejazu, C.V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: Teoría y Práctica*, (52), 69-97. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/querejazu>
- Reyna, R.D., García, J. y Álvarez, P. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 825-885
- Santana, F.B., Velázquez, J.D. y Martel, M.V. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 16(28), 43-56.
- Zamora-Boza, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios Económicos*, 39(8), 6-7.



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen 6 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Optimizaciones cooperativas y tecnológicas 2022

**Camilo Andrés Bravo Rosero**

Estudiante Programa de Ingeniería de Sistemas

Universidad Mariana

## Introducción

La gran parte de los problemas que existen en las tecnologías y en la sociedad sucede por las mismas personas con las que se trata cada día; es decir, la idea de que existen personas que no tienen alguna manera de vivir o un propósito en la vida, puede cambiar o alterar enormemente los sistemas social, cultural y demás campos que abordan una cooperación óptima para un bienestar común. La forma de ver la vida en estos años ha cambiado por completo nuestra perspectiva; por ejemplo, desde elegir un computador o portátil con buen rendimiento, hasta elegir un buen empleado para nuestros servicios con respecto a sus capacidades y el efecto que puede generar retroalimentando parte importante en este sistema actual que estamos viviendo en la actualidad.

## Desarrollo

### Tecnologías, Comunidad y trabajo

Cada ser humano tiene una capacidad para asimilar los obstáculos que se le presentan en su vida, pero también puede quedarse en esos mismos errores sucesivamente, estancado y, generando así, nuevos problemas. Un bug significa, en términos informáticos, 'bicho'; es una palabra inglesa que se usa para los errores que se producen en un programa (Definición.de., s.f.). Estos mismos problemas o errores suceden y pueden llevar a un conflicto tan nocivo en una comunidad, que pueden destruir proyectos, ideas, acciones y generar falta de interés de las personas, al momento de reconocer y aceptar que hubo un fallo por parte de ellas o, que perdieron; esto sucede por no ver un bien común.

Resulta interesante mirar cómo un problema pequeño puede generar tantos inconvenientes con el transcurrir del tiempo por la falta de acción de las mismas personas, al igual que, por la falta de cooperación y el egoísmo

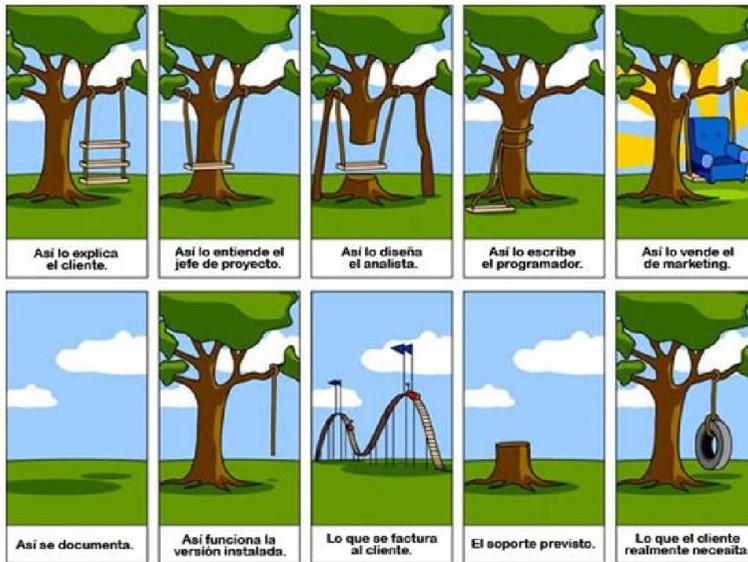
mismo de una sola. Los estudios indican que la cooperación es una parte fundamental en un grupo organizacional universal.

Taylor (citado por Jáuregui, 2001), menciona al respecto que, administrar la producción es elaborar una ciencia para la ejecución de cada una de las operaciones de trabajo, la cual sustituye el viejo modelo empírico. Asimismo, seleccionando científicamente a los trabajadores, induciendo, enseñando, mientras cada uno de ellos puede elegir su propio trabajo y aprender por sí mismo cómo puede mejorar. Estos son los principios de Taylor, donde se destaca la perspectiva de gestionar una responsabilidad individual, brindando la oportunidad a los empleados, de encontrarse con ellos mismos, donde pertenecen sus capacidades.

Cuando se dice 'pertenecen sus capacidades', se quiere decir que no todos somos iguales y podemos hacer las cosas de la misma forma; otros tienen sus talentos o su especialidad para gestionar ciertos trabajos más fácilmente; por ejemplo, un joven puede hacer arte moderno en sus esculturas de madera y, en cambio, su padre, puede hacer esculturas en su arte realista y más contemporáneo, similares al mismo boceto. Llega un cliente de 24 años y les dice que le diseñen un faro de madera y, que se lo pinten de una forma más abstracta. En este caso, vendría bien la cooperación entre padre e hijo, donde el primero se encargue de modelar el faro y el segundo, de pintarlo de una manera más diversa, en colores, porque sabe cuáles son los gustos de su generación. Realmente, el problema ya se solucionó, repartiendo las labores de cada uno y, de paso, agilizando el trabajo y el tiempo, logrando así la unión de dos partes y aceptando los respectivos cargos.

En la actualidad pasa lo contrario: se observa personas que no están en su debida labor o, simplemente, en el lugar equivocado, dejando así más percances a quien lo sustituye en su trabajo. Esto pasa en todo y ocasiona bastantes problemas, en cuanto a tecnología y sociedad. La Figura 1 presenta un ejemplo al respecto.

**Figura 1**  
Ejemplo



Fuente: Metodología Gestión de Requerimientos (s.f.).

### Tecnología en gestión administrativa

Es uno de los pilares principales de la administración empresarial; por medio de herramientas, garantiza el logro de objetivos y el ser competente en el mercado global. La rama de la administración de tecnología está compuesta por el desarrollo científico, para entender y resolver la diversidad de problemas mediante predicciones tecnológicas, manejando el apoyo de la información científica y las organizaciones adecuadas para las investigaciones requeridas, estructurando un plan y control de proyectos con las respectivas uniones de investigación, legislación, producción, entre otros.

La gestión tecnológica es un campo multidisciplinario donde se junta todos los conocimientos y la información necesaria para el desarrollo, planeación e implantación de soluciones. Con el tiempo, las tecnologías contribuyen estratégicamente a alcanzar objetivos tácticos de una organización.

Durante los últimos 15 años, muchas empresas han realizado cambios sustanciales en sus formas de hacer negocios; han realizado actividades como reducción de personal o de tamaño, reingeniería, compactación de niveles jerárquicos, compras de partes de alguno de sus productos o, mandar a maquilar piezas en lugares donde los recursos como mano de obra e insumos sean más económicos, lo cual les ha permitido sortear los constantes cambios y mantenerse dentro del mercado, a pesar de la intensa competencia. La utilización de las nuevas técnicas sobre gestión

de empresas como la gestión de calidad total, benchmarking (evaluación comparativa), buscan mejorar la eficiencia en las operaciones.

Las oportunidades que se presentan hoy en día son ilimitadas y nos darían gran parte de soluciones a nuestros problemas; entre las principales, Castro (2021) menciona:

- **Procesos más óptimos:** la tecnología es un recurso fundamental para aquellas empresas que se encuentran en el proceso de crecimiento; es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, capacitación, entre otros.
- **Mayor productividad:** como resultado de mejores y óptimos procesos, se reduce el trabajo manual y las horas de trabajo, disminuyendo los errores y aumentando la productividad de cada uno de los colaboradores.
- **Rompen las barreras de comunicación:** la comunicación entre empleados y ejecutivos, proveedores, clientes y/o aliados comerciales no se verá limitada.
- **Competitividad en el mercado:** invertir en tecnología les permite a las nuevas empresas ser mucho más competitivas, estar al nivel de sus competidores e incluso superarlos.
- **La movilidad es una de las grandes ventajas del uso de la tecnología en las empresas.** El trabajo de oficina no se ve limitado a cuatro paredes y permite atender asuntos laborales.

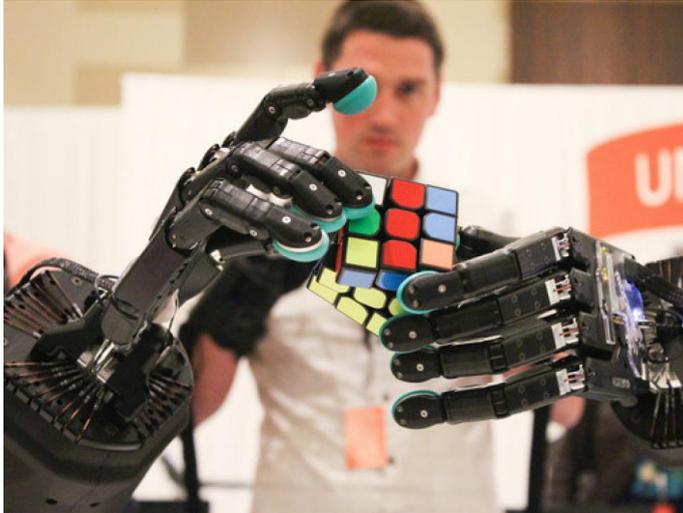
Todas estas herramientas pueden ser utilizadas en cualquier problema de gestión, producción, procesos, entre muchos, para la optimización y actualización de trabajos, empresas y comunidad.

Las herramientas tecnológicas para un profesional son fundamentales a la hora de realizar su trabajo diario, con el contacto de los avances modernos en sistemas que favorecen también el aprendizaje de competencias, desarrollando paralelamente estudios formales, ampliando el capital intelectual y la innovación, que nunca serán remplazadas por una máquina o un dispositivo inteligente.

En la Figura 2 se aprecia un robot hecho por Honda, el primer androide del mundo construido en cooperación con NASA, el Instituto Tecnológico de Massachusetts y Siemens, donde participaron en Human Brain Project (HBP).

## Figura 2

*Robot hecho por Honda*



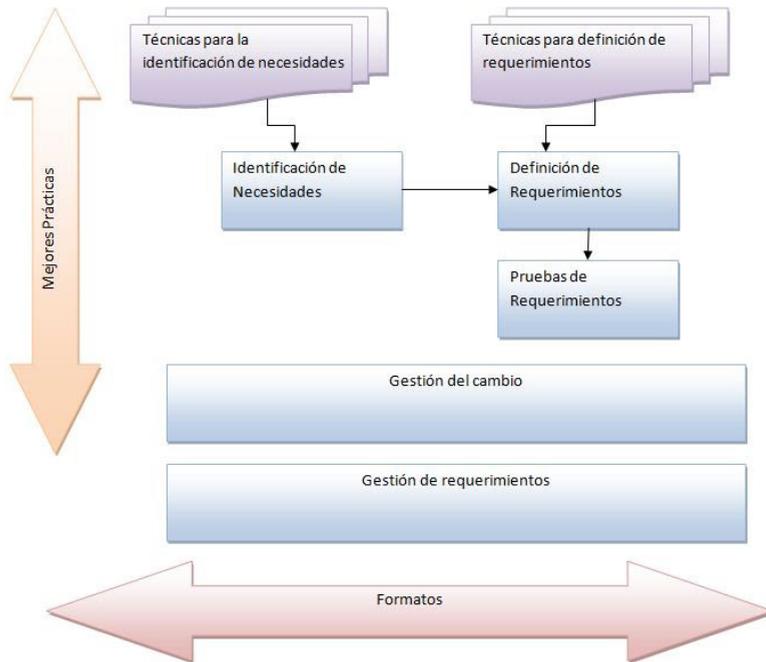
Fuente: El Heraldo (2019).

Este tipo de proyectos abre puertas a más oportunidades para unificar a la misma gente, obteniendo mejores perspectivas, al ver que sí se puede sobrepasar los obstáculos, retroalimentando experiencias, fortaleciendo un alto desempeño tanto en el campo laboral como en el social, llevando a cabo un buen plan con estrategias y visiones claras de un objetivo mutuo.

### **Metodologías tecnológicas**

Una de las metodologías que se puede usar es la definición de requerimientos; esta trata sobre conseguir y aclarar la ambigüedad de los requerimientos, para lo cual se tiene que identificar la información, realizar revisiones del material, si es reutilizable o no, y, documentar de forma precisa y correcta todos los requerimientos que se necesite para la aprobación.

**Figura 3**  
*Metodología gestión de requerimientos*



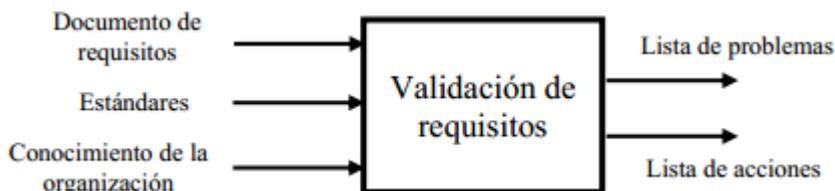
Fuente: Metodología Gestión de Requerimientos (s.f.).

Luego de la definición, se prosigue con la calificación de estos requerimientos, si son funcionales o no, y se hace una verificación, para lo cual:

- Se prepara un plan de revisión
- Se tiene listos los documentos de requisitos a revisar
- Se prepara una reunión
- Se realiza la reunión
- Se identifica los defectos de la especificación
- Se hace correcciones a los documentos
- Se informa sobre las modificaciones a los interesados
- Se hace el cierre de los requerimientos.

**Figura 4**

*Validación de requisitos*



Fuente: Metodología Gestión de Requerimientos (s.f.).

Todos estos pasos nos pueden ayudar a lograr una buena actualización de métodos para una buena práctica de lo que se requiere para el bienestar de las personas, empresas, negocios e incluso, la familia, donde podremos asignar y concordar las tareas para cada uno de los integrantes de cualquier grupo de trabajo.

En una buena práctica de metodologías se podría implementar una administración electrónica, donde pueda verse los beneficios económicos, pero, también, los altos costos por la misma parte de asumir ciertos gastos.

### **Sistemas de cooperación**

Una de las grandes cualidades del ser humano es la cooperación y el buen uso del conocimiento de la misma. La palabra 'cooperación', utilizada por Barnard (1937), habla sobre la conducta humana y el entender de las empresas; el autor denunció la insuficiencia de algunos planteamientos de la sociología del momento, que se enfocaban específicamente en estructuras, costumbres populares o instituciones, y no presentaban atención a lo que era el núcleo de las organizaciones humanas, como los procesos de decisión y de cooperación, visiones y esfuerzo.

Barnard sostenía que había similitudes en cada uno de los fenómenos organizacionales que se presentan en la vida misma, en los tratos de los mismos dirigentes como altos mandos militares, políticos, autoridades, académicos, eclesiásticas y gran parte de sistemas de organizaciones humanas.

### **Conclusiones**

El resultado de una buena práctica organizacional en empresas, comunidad o cualquier grupo que tenga una buena visión clara y un buen liderazgo, actualmente, con buenas bases de conocimiento, puede llegar a hacer muy útil y veraz para agilizar ciertos problemas que puede haber en la vida. Igualmente, ayudando a la evolución de nuevas metodologías tecnológicas,



a reconocer la misma integridad de las personas, sus fortalezas, logros y actitudes, que pueden llegar a hacer con el tiempo, un direccionamiento estratégico de nuevas formas o perspectivas de ver el mundo, diferente a como se lo veía antes, siendo importante el cambio de escenarios de innovación y, en cualquier campo, hacer avances significativos con inversiones de actividades de investigación para el desarrollo de una cultura de conocimientos y un alto nivel de enfoque.

## Agradecimientos

Dedicamos esta plantilla a los usuarios del sitio <http://normasicontec.org> por recomendarnos con colegas y amigos.

## Referencias

Barnard, C. (1937). *The functions of the Executive* [F. Jardon, Trad.]. Instituto de Estudios Políticos de Madrid.

Castro, J. (2021, 2 de septiembre). Importancia de la tecnología en las empresas. *Blog Corponet*. <https://blog.corponet.com/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>

Definición.de. (s.f.). Definición de bug. <https://definicion.de/bug/>

El Heraldo. (23 de septiembre de 2019). La nueva generación de robots tendrá manos más humanas. <https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2019/09/23/la-nueva-generacion-de-robots-tendra-manos-mas-humanas-1334903.html>

Jáuregui, A. (2001). Principios de la administración científica, Taylor y Ford. <https://www.gestiopolis.com/principios-de-la-administracion-cientifica-taylor-y-ford/>

Metodología Gestión de Requerimientos. (s.f.). Metodología Gestión de Requerimientos. <https://sites.google.com/site/metodologiareq/>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# La tecnología como una oportunidad para el emprendimiento

**Paola Andrea Realpe Zambrano**

**Jhonatan Franky Ñañez Muñoz**

Universidad Mariana

## Introducción

Este artículo se enfoca en describir los beneficios y las oportunidades que el avance de la tecnología ha brindado en la creación de empresas y el desarrollo de proyectos, teniendo en cuenta datos confiables que han sido registrados sobre este tema, además de la redacción de diversos factores que influyen en el emprendimiento.

En la actualidad, existen muchos negocios y empresas que se encargan de ofrecer un producto o un servicio, con el propósito de satisfacer una necesidad y, gracias al avance tecnológico y la comunicación digital, se ha abordado muchos proyectos e ideas innovadoras que han influido de manera positiva en la economía y el desarrollo a nivel mundial. Un ejemplo claro de los beneficios que aporta el desarrollo del emprendimiento se evidenció cuando sucedió el caso de la pandemia por el COVID-19. Debido a la cuarentena, muchos negocios quedaron en quiebra, produciendo grandes pérdidas económicas y un aumento en la tasa de desempleo, pero, poco después, surgieron ideas emprendedoras con nuevos proyectos que se relacionaban con la venta de productos de forma digital, lo que tuvo un gran éxito.

Teniendo en cuenta la revolución de la tecnología y su constante evolución, esta ha cambiado nuestra rutina diaria de manera social, económica, política, cultural, entre otras, lo que ha brindado oportunidades para el desarrollo de un emprendimiento tecnológico, considerado como un proyecto que se basa en el software y las herramientas digitales, generando negocios con base en un plan de mercadeo y las TIC, que permiten llegar al cliente, atraer su atención, ofrecer los productos según sus necesidades y mejorar el servicio de forma constante.

El punto clave para el desarrollo de una idea es el emprendedor, considerado como un individuo persistente, proactivo, creativo y autónomo, que busca

oportunidades y las aprovecha para desarrollar su propio negocio y generar ganancias, además de establecer sus metas con base en la eficiencia y la calidad de lo que ofrece, por lo que también emplea sus habilidades y conocimientos para poder prosperar. Al poseer un espíritu capaz de afrontar retos, ha fomentado de manera beneficiosa el crecimiento económico y laboral, y los cambios en la competencia de mercado, al igual que, el desarrollo personal y social. Cabe resaltar que, la herramienta que utiliza el emprendedor es el proyecto, considerado como una planificación en donde involucra muchas actividades coordinadas, con el fin de cumplir un objetivo.

Por otra parte, en nuestro país y en otras partes del mundo, el reto principal que deben afrontar las personas es, tratar de sobrevivir y tener una buena calidad de vida en la sociedad, donde es fundamental poseer dinero para abastecer todas las necesidades. Considerando la desigualdad social y económica, además de lo difícil de conseguir un trabajo estable, es más eficiente pensar en una alternativa para sobrellevar esta situación, la cual sería la creación de nuestra propia empresa, que puede llegar a ser un gran éxito, contando con las pautas respectivas y un buen recibimiento en el mercado; por tal razón, la tecnología es buena herramienta de promoción, ya que puede identificar las necesidades de los clientes, comunicar y realizar procesos con el fin de mejorar las ventas, además de que diseña estrategias de mercado a través de la publicidad, outbound, inbound y la investigación de la competencia.

## **Desarrollo**

La mayoría de las empresas ha buscado nuevas formas de avanzar y cumplir con sus metas, debido a la creciente necesidad que se ha desarrollado, porque toda persona permanece conectada a las nuevas tecnologías y, estas a su vez, se han convertido en un punto clave para establecer un modelo de negocio o emprendimiento, llegando a una transformación digital con capacidad de adaptarse a los cambios a través de una inversión tecnológica que se enfoca en la innovación y genera resultados de negocio.

Las oportunidades residen en la capacidad de aceleración de algunas actividades, procesos, modelos y competencia, generando impacto dentro de una compañía, en la que cuenta la capacidad de facilitar la búsqueda de lo que el cliente necesita y, así, mantenerse en una posición en el mercado. Para poder aplicar una transformación digital en los proyectos y empresas, se requiere tener en cuenta tres fases: a) la gestión del cambio, donde se implementa las tecnologías; b) la definición de una estrategia de transformación que se puede implementar haciendo uso del mercadeo y, c) la integración de la tecnología, en donde se combina las estrategias y los servicios a la tecnología.

En tiempos de la pandemia provocada por el virus COVID-19, altamente contagioso que causa problemas respiratorios e infecciones graves como

el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS), que ha causado la muerte de miles de personas en el mundo, en especial a personas de la tercera edad en pleno XXI, se dio una crisis económica nunca antes vista y, muchas empresas pequeñas tuvieron que reinventarse y tomar nuevas estrategias para evitar cerrar sus puertas y despedir a sus empleados (Asencio-Flores, 2021).

Al mismo tiempo, debido a la pérdida de su empleo, otras personas decidieron emprender y tomaron la decisión de crear nuevos negocios, con muy poca experiencia y bajos presupuestos, lo cual se conocía en la economía actual, con el nombre de 'rebusque de oportunidades', para sobrevivir en plena cuarentena y cubrir los gastos básicos de sus hogares, lo que provocó que muchos se convirtieran en sus propios jefes al ser independientes, dada la difícil situación que estaban afrontando.

El presente de muchos emprendedores actuales, en función del camino hacia el éxito de su idea de negocio, no es nada fácil, sobre todo en negocios típicos que son más habituales; sin embargo, aquellos en cuyo modelo de negocio utilizaron nuevas plataformas tecnológicas y digitales e hicieron uso de técnicas de mercadeo digital, así como el sistema de voz a voz, tuvieron más facilidad de alcanzar el éxito actual. El problema de muchas empresas y negocios fue que no realizaron un análisis y prevención de riesgos de costos; es decir, una liquidez que permitiera tener con qué cubrir los gastos entre doce a 24 meses; las compañías que sí realizaron esa tarea, pudieron realizar las inversiones necesarias anti-COVID, de suerte que pudieron continuar, a pesar de las nuevas limitaciones como el teletrabajo y las medidas de prevención necesarias.

Los emprendedores de negocios y empresas, ya sean estas, medianas, grandes y pequeñas, con una buena base tecnológica, aumentan cada vez más sus clientes potenciales en los hogares, con mucho más tiempo para comparar y comprar productos, por medio de plataformas en línea, así como servicio al cliente, lo que ha motivado a muchos de ellos a buscar patrocinio para sus proyectos y aumentar sus ventas. Poseer un negocio que cuente con una plataforma en línea no implica costos muy altos, ya que la inversión a realizar sería, en un principio, el desarrollo de la plataforma web y otras tecnologías de conectividad e infraestructura; por ejemplo, contar con una red, un servidor, control, mantenimiento predictivo y preventivo, lo cual, en comparación con modelos de negocio tradicionales, es mucho mejor en cuanto a costo – beneficio.

Para comenzar con una idea de negocio y emprender un proyecto en línea, es esencial tener en cuenta que, la inversión no es muy alta, los gastos resultantes son muy competitivos en relación costo- beneficio e, incluso, los servicios profesionales son bajos en precios; por ejemplo, existe Shopify, donde es posible crear la tienda en línea con todos los servicios, por un valor entre 100.000 y 120.000 pesos colombianos, que hace posible crecer el

negocio en muy poco tiempo. Es importante contar con una persona que sea profesional en el tema, para que se encargue de la creación y diseño web, de forma que atraiga a los clientes, además de incluir otros costos adicionales como el servicio de internet y publicidad. Actualmente, Facebook, Instagram, TikTok, entre otras plataformas, son una fuente de publicidad muy útil.

Los influencer son muy importantes en la parte de proporcionar y realizar publicidad a múltiples negocios; son personas que utilizan la creatividad para llegar al usuario por medio de su presencia en redes sociales, algunos con millones de seguidores, porque son los líderes mediáticos gracias al crecimiento de internet a nivel mundial.

## Conclusiones

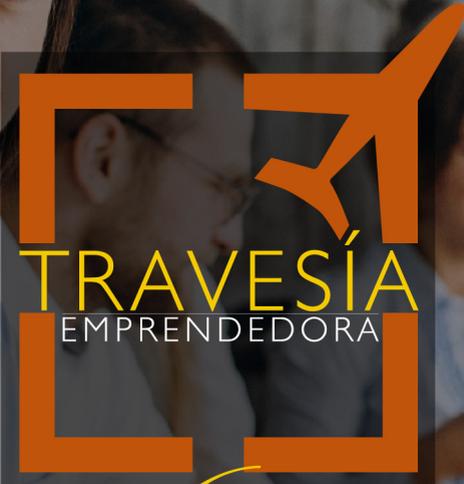
Se puede concluir que la Ingeniería de Sistemas hoy en día es muy importante para empezar una idea de negocio, ya que la parte de implementación de tecnologías es esencial para mejorar toda la parte de productividad, de forma que esta disciplina abre las puertas a un mundo de oportunidades, tanto en el presente como en el futuro. Una de las características más relevantes en el siglo XXI ha sido la inmediatez de la información de internet, gracias al avance y desarrollo de algoritmos y mejora de sistemas con tecnología de punta, que ha transformado la vida social de muchas personas.

Muchas empresas en todo el mundo tuvieron que aceptar los nuevos cambios y aprender a sobrevivir a las adversidades, por causa de la crisis económica desatada por la pandemia provocada por el virus conocido como COVID-19. Para poder reactivar la economía de sus regiones, tuvieron que aprender sobre plataformas en línea como Netflix, Amazon Prime, entre otras, que aumentaron el número de usuarios y les dejaron millonarias ganancias en tiempos de cuarentena.

Realizar una planificación de los recursos y de las necesidades de liquidez en las empresas tanto pequeñas, como medianas y de gran escala, es conveniente; para ello es necesario hacer uso de herramientas que permitan cubrir diferentes necesidades y gastos durante cualquier eventualidad; herramientas tecnológicas como Runaway o el burn rate permiten realizar estudios del número de meses que se podría atender las necesidades de liquidez; expertos como Asencio-Flores (2021) recomiendan tener una liquidez que permita atender de doce a 24 meses.

## Referencias

Asencio-Flores, J.P. (2021). Emprendimiento en tiempos de pandemia y su supervivencia. *Revista Empresarial & Laboral*. <https://revistaempresarial.com/empresas/emprendimiento/emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-y-su-supervivencia/>

**TRAVESÍA**  
EMPREENDEDORA

Volumen **6** No. **1**

**SECCIÓN**

**6**

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Impacto del e-commerce en las pymes durante la pandemia covid-19

**María Camila Patiño Folleco**

Programa de Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

## Introducción

La coyuntura económica actual, debida a los impactos generados por el COVID-19 y las medidas adoptadas por los gobiernos para evitar su propagación, han planteado diferentes retos para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Colombia, las cuales se han visto afectadas por una drástica reducción de ventas. Con el fin de sobrevivir a este nuevo entorno lleno de incertidumbre, ellas han tenido que aprovechar la transformación digital y adoptar herramientas de comercio electrónico para fortalecerse, seguir en el mercado y salir de la crisis.

## Desarrollo

La pandemia ha causado una grave crisis sanitaria y económica a nivel mundial, de la cual muchas pymes resultaron gravemente afectadas. Según información recolectada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020, citado por Portafolio, 2021), “de cada 100 empresas, aproximadamente 75 manifiestan haber presentado una disminución de su flujo de efectivo en el 2020” (párr. 1).

En Colombia, las pymes componen más del 90 % del sector productivo y, promueven el desarrollo económico y social, en la medida en que contribuyen con el bienestar de la población y la disminución del desempleo y la pobreza (El Tiempo, 2019). Según datos expuestos por el DANE (2020, citado por la Fundación Universitaria San Martín, 2020), “las pymes generan el 81 % de los empleos y cerca del 45% del Producto Interno Bruto” (párr. 3).

En tiempos de pandemia se evidenció el gran rezago de las pymes en la transformación digital, por lo que, para sobrevivir en este contexto, tuvieron que recurrir al uso de herramientas digitales e implementar nuevas estrategias de servicio al cliente, con el fin de mitigar los efectos negativos en el sector empresarial.



Subsistir en un entorno lleno de incertidumbre se convirtió en el principal reto que debían enfrentar las pymes, quienes mucho antes de la crisis de 2020, ya enfrentaban una realidad poco alentadora. “Las medidas adoptadas por los países para enfrentar la emergencia sanitaria han llevado a un aumento del uso de tecnologías digitales por las empresas en su relación con los consumidores” (CEPAL, 2020, p. 20).

Así pues, el comercio electrónico, e-commerce se convierte en una herramienta clave dentro del nuevo funcionamiento de las pymes, el cual ha contribuido en gran medida a la reactivación económica del sector empresarial. Es importante destacar que la transformación digital de las pymes llegó para quedarse y que el e-commerce es una gran oportunidad que tienen las empresas para mantenerse en el mercado.

### **Importancia del e-commerce en las pymes**

Es una de las herramientas más importantes que adoptaron las pymes frente a los cambios en el comportamiento de los consumidores; sin embargo, aprovechar la oportunidad de transformación digital en las pymes implica que tengan que incurrir en altos costos de implementación y financiamiento, pues muchas de estas empresas, al inicio de la pandemia, no tenían consolidada ninguna plataforma de venta en línea.

En ese orden de ideas, se define como comercio electrónico, “el proceso de comprar y vender bienes y servicios electrónicamente, mediante transacciones a través de Internet, redes y otras tecnologías digitales” (Laudon, 2002, p. 25). En efecto, se evidencia que las plataformas e-commerce han sido claves para la reactivación económica, en tanto han aportado a sostener el abastecimiento de los hogares y a generar ingresos para las pymes (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2020a).

Según información recopilada por el MinTIC y la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (s.f.) y en el informe “Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia”, se afirma que:

El comercio electrónico ha sido una herramienta clave para el abastecimiento de los hogares colombianos, lo que se evidencia en el crecimiento que han presentado las categorías de deportes (86,5 %), retail (52,9 %), salud (38,2 %) y tecnología (26,9 %). En contraste, otras categorías de productos y servicios que se venden a través de comercio electrónico se han visto fuertemente afectadas por la pandemia del COVID-19. Por ejemplo, el sector turismo y las aerolíneas presentan una caída del 90,5 % y 87,6 % respectivamente, así como las ventas empresa a empresa - B2B, -79,4 % y el transporte, cayendo 73,2 %. (p. 3)

Por consiguiente y, frente a la crisis que enfrentan las pymes, el poner en marcha un proceso de transformación digital e implementar una plataforma de comercio electrónico, resulta menos costoso que no hacerlo.

Así las cosas, en las pymes se ha desarrollado una gran importancia frente a la implementación de plataformas digitales y de e-commerce, con el fin



de mantenerse a flote en el mercado. Para su implementación, las pymes requieren de una buena conexión a internet y de dispositivos tecnológicos como computadores y otros. Asimismo, resulta importante el hacer uso de plataformas de comercio electrónico, herramientas de CRM<sup>1</sup>, sistemas de mercadeo digital, uso de redes sociales, entre otras, que proporcionen una adecuada operación y que les permitan mitigar los efectos negativos de la pandemia.

### **Los gobiernos: un gran apoyo para las pymes**

Es claro que, para las pymes, adaptar sus modelos de negocio tradicionales a una transformación digital, se convierte en un enorme desafío, en la medida en que deben destinar una gran cantidad de recursos para su implementación, razón por la cual resulta importante y necesario el apoyo de los gobiernos para fomentar su transformación digital, otorgando financiamientos e implementando políticas y estrategias de digitalización que les permitan recuperarse y seguir aportando al desarrollo económico y social del país.

Frente a lo expuesto, el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), aprobó la Política Nacional de Comercio Electrónico, la cual será clave para fortalecer la transformación de los procesos digitales en las pymes, cuyo objetivo es impulsar el comercio electrónico en las empresas y ciudadanía en general, para generar valor social y económico en el país (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2020b).

Adicionalmente, de acuerdo con el Gobierno Nacional, el aprobar el nuevo CONPES para el comercio electrónico, permitirá aumentar el dinamismo empresarial frente a la coyuntura actual, haciendo uso de estrategias que impulsen la adaptación del e-commerce por parte de empresas y ciudadanos, con el fin de aportar a la reactivación económica del país, aumentar la eficiencia y promover la innovación (El Espectador, 2020).

Igualmente, el MinTIC (2021a) implementó el programa 'Vende digital', por medio del cual se busca apoyar a comerciantes, empresarios o emprendedores en el uso e implementación de plataformas digitales para sus negocios, que permitan fortalecer el sector del comercio electrónico, generar ventas digitales para las empresas y superar la crisis de 2020.

En el mismo sentido, el MinTIC, Findeter y Vendeporinternet.co, pusieron a disposición de los emprendedores del país, el programa 'Quiero mi tienda virtual', con el cual se pretende brindar un apoyo técnico para la puesta en marcha del comercio electrónico (MinTIC, 2021b).

Quiero Mi Tienda Virtual es un programa que fue creado por el Ministerio TIC, [...] como una de las estrategias para incentivar la reactivación económica de los microempresarios y emprendedores del país. Dicho programa tiene como finalidad, ayudar a 6.400 empresas a que creen y

<sup>1</sup>Se refiere a: Customer Relationship Management

establezcan gratis su propia tienda virtual, a través de capacitaciones online. (MinTIC, 2021b, párr. 2)

Esta es una muestra clara de cómo las pymes necesitan un completo apoyo del gobierno nacional, para poder subsistir, seguir formando parte del tejido empresarial, aportar a la generación de empleo y, permitir el desarrollo integral del territorio nacional.

## Conclusiones

El e-commerce en Colombia y a nivel mundial, presentó un alto crecimiento durante la pandemia COVID-19, debido a las políticas y medidas adoptadas por los gobiernos para evitar su propagación, como el confinamiento social. Estas medidas fueron drásticas para las pymes, quienes venían experimentando una situación poco alentadora y manejando un modelo de negocio netamente tradicional, contexto ante el cual se vieron forzadas a transformar sus operaciones y adaptarlas a plataformas digitales como el comercio electrónico.

Dado que las pymes son un elemento clave para el desarrollo económico, social, integral y sustentable de la región, se requiere un apoyo continuo por parte del gobierno nacional quien, con sus recursos, políticas y programas, puede impulsar la digitalización de las empresas, con el fin de incentivar la reactivación económica y la recuperación de los impactos negativos que la pandemia causó en las empresas y en la sociedad en general.

Los cambios en el comportamiento del consumidor y los procesos de transformación digital llegaron para quedarse, razón por la cual, las pymes y emprendedores en general deberán adoptar y potencializar la innovación en el uso de herramientas digitales para sus actividades comerciales.

## Referencias

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2020a). Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia. <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/Informe-Impacto-Covid.pdf>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2020b). Comunicado oficial. <https://www.ccce.org.co/noticias/comunicado-oficial-conpes-politica-nacional-de-comercio-electronico/>
- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45734/S2000438\\_es.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45734/S2000438_es.pdf)
- El Espectador. (2021, 4 de mayo). Así será la Política Nacional de Comercio Electrónico en Colombia. <https://www.elespectador.com/economia/asi-sera-la-politica-nacional-de-comercio-electronico-en-colombia-article/>



El Tiempo. (2019, 26 diciembre). ¿Cómo fortalecer la competitividad de las pymes para 2020? <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/competitividad-de-las-pymes-en-colombia-para-2020-446922>

Fundación Universitaria San Martín. (2020). La Fundación Universitaria San Martín lanza SOS por las pymes del país. [https://www.sanmartin.edu.co/1/noticias/fundacion-universitaria-san-martin-lanza-sos-pymes-del-pais/#:~:text=%E2%87%92%20PYMES%20aportan%20cerca%20del,empresas\)%20en%20la%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica](https://www.sanmartin.edu.co/1/noticias/fundacion-universitaria-san-martin-lanza-sos-pymes-del-pais/#:~:text=%E2%87%92%20PYMES%20aportan%20cerca%20del,empresas)%20en%20la%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica)

Laudon, K. y Laudon, J. (2002). *Sistemas de información gerencial. Organización y tecnología de la empresa conectada en red* (6.ª ed.). Prentice Hall.

MinTIC y Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (s.f.). Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia. [https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-151267\\_recurso\\_1.pdf](https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-151267_recurso_1.pdf)

MinTIC. (2021a). 'Vende Digital' impulsa las ventas digitales de las mipymes. <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/172516:Vende-Digital-impulsa-las-ventas-digitales-de-las-mipymes>

MinTIC. (2021b). Quiero Mi Tienda Virtual, el programa para la reactivación de mipymes. <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/175736:Quiero-Mi-Tienda-Virtual-el-programa-para-la-reactivacion-de-mipymes>

Portafolio. (2021). Lanzan nueva línea de factoring. <https://www.portafolio.co/tendencias/lanzan-nueva-linea-de-factoring-548844>



TRAVESÍA  
EMPRENDEDORA

Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# La importancia del emprendimiento

Andrés Felipe Córdoba

Nicolás Carvajal Díaz

Universidad Mariana

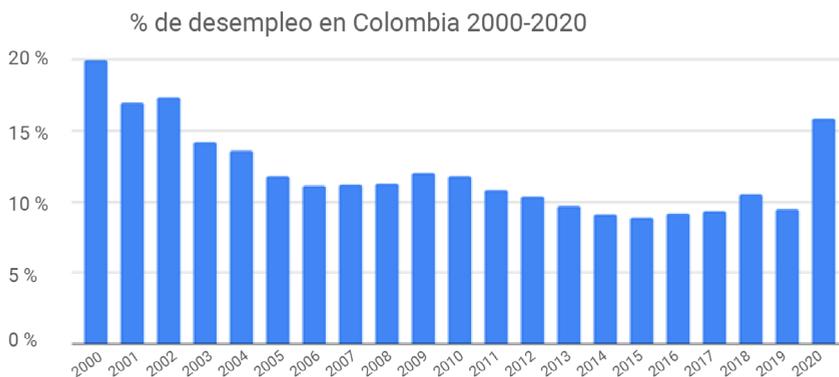
## Introducción

Los agregados macroeconómicos colombianos han demostrado que, desgraciadamente, Colombia sufre una decaída económica, pero gracias a la importancia del emprendimiento, esto puede cambiar y mejorar la impresión del país.

Durante el tiempo de contención ocurrido en el periodo 2020 se vio en peligro la economía global, generando pánico e incertidumbre y, como consecuencia, una afectación que llega hasta el día de hoy. Según estadísticas obtenidas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el año pasado Colombia tuvo un Producto Interno Bruto (PIB) negativo, siendo este un hecho histórico en los últimos 20 años como lo muestra la Figura 1:

### Figura 1

*Porcentaje de desempleo en Colombia*



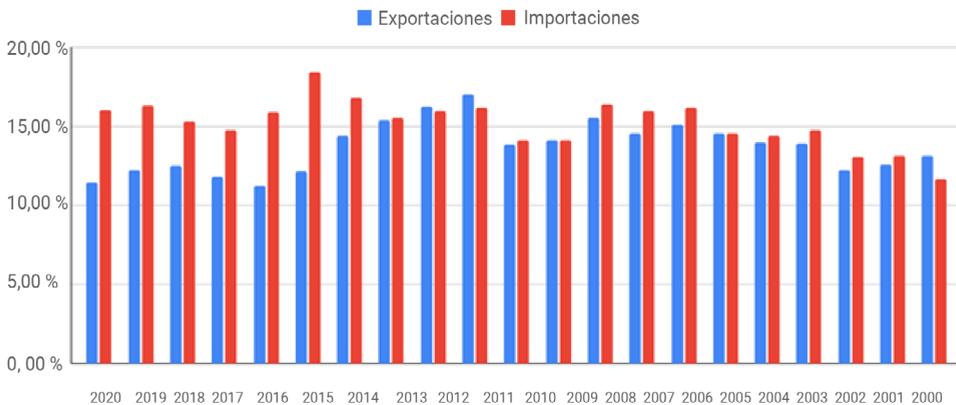
La Figura 1 permite apreciar que, en el año 2000 Colombia presentó el nivel de desempleo más alto, llegando a un 20 %, seguido de un 17 % para el año 2001 y un 17,40 % para el año 2002; para los años 2003 – 2008, el nivel de

desempleo disminuyó hasta un 11,30 %, porque para 2009, aumentaría en un 0,70 %, llegando a un 12 % que, desde 2010 hasta 2015 pasó de un 11,80 % a un 8,90 %, respectivamente. Más adelante seguiría en aumento hasta 2018, alcanzando un 10,50 %, lo cual disminuyó en un 1 % para 2019. logrando un 9,50 % y, finalmente, aumentando exponencialmente a un 15,90 % por causa de la pandemia actual. Pero, ¿cómo se ve nuestro país afectado por lo expresado?

Para responder, hay que recurrir a ver el nivel de importación y exportación que se maneja; por ende, se debe ver cómo ha transcurrido la economía colombiana en las últimas dos décadas:

**Figura 2**

*Exportaciones e importaciones*



Desde el periodo 2000 hasta el periodo 2013, Colombia tenía un índice de exportaciones mayor que el de las importaciones, con una diferencia de 0,29 %; pero, a partir del año 2013, comenzó a importar más de lo que exportaba; para el año 2020 tendría una diferencia de 4,6 %. Con lo explicado, se podría dar a entender por qué la moneda colombiana ha decaído tanto en estos últimos años, pero, para solucionar esto lo mejor es emprender y, según el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (Kantis et al., 2018), un estudio revelado por el Banco Interamericano de Desarrollo, Colombia se ubica en el primer puesto en cuanto a capital humano emprendedor, debido a la cultura deseosa y la disposición que existe a la realización de esfuerzos adicionales para lograr un objetivo, en este caso la creación de empresa.

El emprendimiento está presente en todos los sectores de la economía del país, lo cual genera beneficios no solo en la economía, sino también en el ámbito laboral, ya que son muchos los emprendedores que cuentan con la posibilidad de abrir nuevas plazas de empleo, de modo que, no solo se benefician las personas que cuentan con esta iniciativa, sino un amplio sector económico y civil del país.



El sector con mayor participación de mano de obra en la economía nacional en el año 2014 fue el de hoteles, restaurantes y abastecimiento, conocido en inglés como catering y, por sus siglas, en HORECA, con una colaboración del 26,8 %. De este modo, se evidencia el crecimiento sustancial y el aporte que este gremio genera en aspectos como desarrollo, empleo, competitividad e innovación en Colombia.

Colombia es el séptimo país de Latinoamérica que cuenta con los requisitos idóneos de demanda para el emprendimiento, por la facilidad de los trámites que debe hacerse para iniciar un negocio y el acceso a préstamos bancarios con un buen plan de negocios.

Estudios demuestran que cada año son creadas más de 100 000 nuevas empresas en el país, lideradas por personas impulsadas por sus ganas de progresar, asumiendo sus propios retos laborales y promoviendo el mejoramiento del territorio nacional, con lo cual se contribuye en factores como:

- Estimulador económico: el emprendimiento tiene como primera ley, ser una fuerza innovadora que sirva para estimular los mercados dentro del lugar donde se desempeñen. Los países que incrementen sus esfuerzos para incentivar una cultura emprendedora, obtendrán de ganancia, un mercado en el cual se crea mucha competencia. Este factor en particular beneficia la diversificación de las industrias que, ante tantas otras nuevas empresas, se ven en la obligación de optimizar sus procesos y ofrecer sus productos y servicios de forma más eficiente y de mejor calidad.
- Creación de empleos: puede que este sea el principal beneficio que el emprendimiento otorga a las economías de los países. Crear empleos es, sin duda, algo esencial para mantener siempre en alto la calidad de vida de los ciudadanos de una nación. Minimizar las tasas de desempleo es una de las principales preocupaciones de cualquier administración gubernamental y, aquellas que no hayan descubierto que el remedio es el incentivo para los emprendedores, se ven ante un problema de difícil solución. Los gobiernos deben entender que mientras más apoyo den a estos nuevos empresarios, mejores serán las ganancias que obtengan de estos emprendimientos. Si bien puede parecer algo difícil de incentivar, deben encontrar la forma de proveer políticas económicas y educacionales que ayuden a incrementar la presencia de ideas innovadoras dentro de los mercados.
- Innovaciones tecnológicas: Muchos de los emprendimientos mundiales están enfocados en el mercado digital y tecnológico, por lo que es muy común que en diversas partes del mundo nazca a cada momento un producto gracias a la ciencia. Este tipo de proyectos no solo sirve para generar ingresos monetarios a los países, sino que también son ideas que representan dignamente fuera de sus fronteras el lugar donde fueron creadas. Las empresas del sector tecnológico tienden a tener un carácter de importación más importante que en el resto de los casos;



esto se debe a que, en cada rincón del mundo, siempre existe alguien que quiera comprar un producto que los ayude a hacer las cosas de forma más eficiente. De igual forma, apoyar esta clase de proyectos, trae beneficios internos para las sociedades, ya que pueden innovar las industrias y lograr catapultar el nombre de una empresa o de un país.

## **Conclusiones**

La importancia del emprendimiento en Colombia radica en la capacidad que tienen las pymes para generar empleo y ser un motor para la economía nacional; prueba de ello es que el 80 % del empleo nuevo en Colombia es generado por el 10 % de los nuevos proyectos de emprendimiento, en muchos de los casos pymes.

## **Referencias**

Kantis, H., Federico, J., Ibarra, S. y Fernández, C. (2018). Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico. Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, Universidad Nacional de General Sarmiento.

# Responsabilidad social y el emprendedor

**Diana Marcela de La Cruz Villota**

**Gabriela Lucía Melo Martínez**

**José Fernando Mora Padilla**

Estudiantes de Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

La importancia que plantea el presente artículo radica en el crecimiento que se ha venido presentando en las organizaciones, debido a las nuevas tecnologías y los nuevos procesos que el mercado va suministrando. Investigaciones como esta, permiten abarcar temas que analizan a fondo la organización para su plena comprensión. Sin embargo, este tipo de organizaciones está en constante cambio y, por supuesto, trata de ir a la vanguardia del mercado, implementa elementos como la Responsabilidad Social y el Emprendimiento, para crear soluciones y establecer un buen desarrollo de los procesos establecidos por la empresa, contribuyendo al éxito empresarial de la misma.

En el mundo actual y empresarial se suscita que, para el desarrollo continuo en las organizaciones, éstas deben realizar una gestión interna y externa, donde incluyan factores que permitan la evaluación de cada una de las áreas funcionales que las comprenden. Gracias al interés de ellas y de los mismos actores que en ellas participan, se viene integrando valores que logran comprometer y responder con actuaciones que traen beneficios tanto económicos como medioambientales y sociales para las mismas. Se hace evidente que, a su interior, se desconoce el compromiso ético, moral y social, como un factor que permite el desarrollo de los procesos que allí se presentan y que tienden a ser limitados por falta de conocimiento, para convertirlos en oportunidades que pueden generar beneficios en el entorno productivo y competitivo.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es la que se relaciona con valores agregados como la innovación, creatividad, emprendimiento, productividad, desarrollo sostenible, legitimidad, seguridad, aporte de ideas, compromiso, conductas éticas y beneficios sociales. De lograr la cohesión de estos elementos, se puede alcanzar una gestión encaminada al éxito empresarial.



## Desarrollo

En las últimas décadas, la responsabilidad social ha influenciado varios escenarios de la vida humana y, con mayor intensidad se ha ocupado del ámbito empresarial, puesto que las organizaciones son constructos humanos y, por ende, su reflexión está enlazada por una ética social.

Para el mundo de los negocios, la RSE es un aspecto relativamente moderno, que surgió en el comienzo del proceso de transformación digital. No fue hasta la última década del pasado milenio, que este concepto empezó a cobrar fuerza, incorporándose a la cultura organizacional de muchas compañías. Si hablamos de la responsabilidad social en sí, podemos definirla como el compromiso y las obligaciones que asumen los miembros de una comunidad entre ellos y, también, ante el resto de la comunidad como conjunto.

Lógicamente, al trasladarlo al terreno empresarial, el significado es el mismo; simplemente, esta carga o compromiso es desempeñado de manera voluntaria por organizaciones corporativas. De alguna manera, esto hace que las compañías vayan un paso más allá y no solo beneficien a su entorno a través de la generación de puestos de empleo, sino a la ampliación de la oferta de productos y servicios.

Al tomar en cuenta la RSE, las organizaciones impactan directa e inmediatamente la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales. Además, la RSE también es una filosofía que se incorpora a la visión de negocios, basándose en el respeto, los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general.

La responsabilidad de todo ser humano está en función de sus valores humanos y, desde este panorama, cualquier iniciativa de emprendimiento deberá estar fundamentada en el respeto. Todos podemos ser emprendedores sociales; como seres humanos, nuestra finalidad y responsabilidad con la sociedad es ayudarla a crecer y mejorar; lo importante y resaltante de incluir esto a nuestros emprendimientos, es que vemos más allá del bien propio y pensamos en un bien común; se trata de empatía, compañerismo y compromiso con nuestra comunidad, región y país. Como ya se mencionó, a la hora de generar empleos estamos no solo beneficiando nuestro entorno, sino a la comunidad y al desarrollo de un país mejor.

### **Dinámica responsablemente social y empresarial del emprendimiento**

Durante el desarrollo del emprendimiento, se manifiestan acciones y actividades que favorecen a que las organizaciones sean netamente responsables y sociales, generando así ventajas competitivas para estas e impulsando a la vez, la labor que realiza el emprendedor. La dinámica surge en el momento donde son transformadas las decisiones, en valor agregado, en ganancias –si hablamos de gestión empresarial–, que permitan aportar

beneficios para la organización, reflejándose así la innovación, rentabilidad, desarrollo sostenible, seguridad, legitimidad, productividad, confiabilidad y generación de ideas.

**Figura 1**  
*Lo que piensan de emprender*



Fuente: Semana (2018).



La Figura 1 permite destacar que muchas personas tienen una vaga idea de lo que es emprender y todos los factores y riesgos que esto implica; pese a esto, muchos también desconocen algunas herramientas que podrían impulsar y potencializar más su emprendimiento, pues hay que estar muy pendiente de los factores y situaciones tanto internas como externas. La adaptabilidad y la innovación son claves en el proceso de emprendimiento y de la creación de empresa; la implementación de diferentes planteamientos como la RSE hacen que las organizaciones lleguen a un punto en el que son dejadas de ver como simples organizaciones y/o emprendimientos, y que se destaquen por la labor que están llevando a cabo, cubriendo así las necesidades.

## Conclusiones

Con relación al emprendimiento, es importante el reconocimiento de aquellos actores que se hacen presentes en este escenario de la organización, frente a las acciones de ética y responsabilidad social, que solo se puede evidenciar internamente y que, en definitiva, aportan un potencial significativo para la motivación continua hacia la creatividad e innovación de nuevas ideas que permitan, desde la gestión empresarial, verse como ganancia y como ventaja competitiva frente al mercado y ante las demás organizaciones que están dispuestas a ejecutar estas acciones éticas y responsablemente sociales

Una empresa socialmente responsable, es aquella que innova procesos, crea oportunidades de desarrollo, tiene preocupaciones sociales y medioambientales, renueva su gestión interna para contribuir en la mejora del entorno, vela por formar personas emprendedoras capaces de asumir retos que mitiguen daños ambientales y sociales, tiene razones para buscar la competitividad por medio del bienestar común e, incentiva prácticas y lineamientos encaminados en una cultura ética. Estas acciones son el resultado de la planeación, organización, dirección y control que se establece inicialmente en la empresa, donde se da legitimidad y sostenibilidad a todos los procesos y oportunidades que la misma puede ofrecer a los actores que participan en ella, logrando así una interacción favorable y de éxito para la empresa.

La RSE es un factor determinante que puede marcar varias diferencias entre una u otra organización e, incluso, podría ser listada como una ventaja competitiva, puesto que tiene un componente social que beneficia a varias personas al mismo tiempo, haciendo que haya un mayor crecimiento y avances tanto económicos como sociales que permitan encaminar a la sociedad a un camino más próspero y exitoso.

## Referencias

Semana. (2018, 7 de junio). Estudio revela las frustraciones y el optimismo de los emprendedores colombianos. <https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/reporte-global-de-emprendimiento-resultados-de-colombia-2018/259199/>

# Beneficios de Creación Empresa

**Héctor Ascuntar Rodríguez**

**Alexis Santiago Onofre Lasso**

**Valeria Benavides Bravo**

Estudiantes de Administración de Negocios

Universidad Mariana



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

Hoy en día, muchas personas están pensando en iniciar su propio negocio; esto es genial, porque significa más oportunidades de trabajo y también, porque comienzan a cambiar el mundo. Sin embargo, hay muchas razones por las que no deben iniciar un negocio, sin antes investigar a fondo su industria y sus competidores. La idea principal y mínima en la actualidad empieza como un grano de arena; este se convierte, a través del tiempo, en una hermosa perla. Así, las empresas que dan fruto poco a poco, empiezan por emprender; por consiguiente, las empresas de origen regional se van expandiendo, otras llegan a tener acogida en su país y hasta llegan a ser reconocidas a nivel mundial por sus ideas de negocio, cambiando la visión y siendo ejemplo a seguir de muchas otras y, de personas que siguen sus pasos; cuentan con la oportunidad de ayudar a las personas, ser su propio jefe, administrar su propio negocio, entre tantas otras ventajas que requiere tener la empresa al hacer esta clase de emprendimiento, beneficios múltiples que conllevan crecer económicamente como personas y como país.

A través de este artículo se da a conocer la importancia de ejecutar muy bien un emprendimiento y los puntos importantes para la creación de una empresa; de esta manera, se halla beneficios en conjunto, tanto como individuales como para el desarrollo y crecimiento, que puede darse con constancia y dedicación.



## Figura 1

*Ejecutar muy bien un plan*



Fuente: Freepik.es

## Desarrollo

En la actualidad, los seres humanos, por naturaleza, han optado por emprender desde cero, evidenciando cumplir una necesidad de empleo; paulatinamente, van incrementando las estadísticas, que pueden ser rentables o no, dependiendo de su idea de negocio, ya sea de manera personal, familiar o social. Un emprendimiento consiste en desarrollar y darle funcionamiento a un modelo propio de negocio, generalmente con un toque innovador y creativo. Iniciar un negocio es una de las decisiones más satisfactorias que alguien puede tomar, pero puede verse también como uno de los retos más desafiantes. Sin embargo, para aquellos que están a la altura de la tarea, es una decisión de vida asombrosa que tiene muchas ventajas: los dueños de sus propios negocios obtienen seguridad financiera, oportunidades para ayudar a otros y retribuir a sus comunidades; además, cuentan con independencia, al poder establecer su propio horario.

Emprender es una alternativa genial, que brinda grandes ventajas y beneficios porque proporciona:

1. **Estabilidad.** Prevalece un empleo único que brinda mayor estabilidad laboral, desempeñando el papel de líder, gerente, administrador.
2. **Proyección.** Enfocarse en los propios proyectos que se va emprender, partiendo de, si en realidad, la idea de negocio agrada y sabiendo con claridad qué se pretende alcanzar. Si motiva y brinda seguridad, brindará satisfacción a los clientes, y eso, al mismo tiempo, motivará a seguir el proyecto con más pasión y ganas de seguir creciendo.

3. **Intentar.** En un emprendimiento, comenzar algo es un gran reto, razón por la cual se realiza encuestas y se mide las estadísticas; no asegura al 100 % lo que pueda suceder, ya que no se sabe si puede ser rentable o no; por ello hay que intentar una y otra vez, aunque se fracase; no hay que dejarse opacar por los intentos fallidos; al contrario: en cada paso que se da, se aprende y se puede reestructurar la manera como se está emprendiendo.
4. **Autonomía.** A la hora de trabajar en los negocios, el enfoque debe darse con responsabilidad en la toma de decisiones y, en fortalecer ciertas dificultades, liderando siempre con cuidado y autoridad en la organización, sea cual sea esta.
5. **Tiempo.** Se debe definir un horario de acuerdo con lo que se vaya a realizar, pero bajo la propia capacidad y, ante todo, con la responsabilidad de no afectar el progreso del emprendimiento.
6. **Creatividad.** Al dar el primer paso relacionado con el emprendimiento, hay que tener en cuenta que la competencia en general es alta; lo que se va destacar es la creatividad y la forma como se va a dar a conocer la idea, la cual debe ser agradable e innovadora.

Hay muchas ventajas al emprender o crear empresa, dado que así, se ayuda a las personas al generar empleo y a la propia familia; económicamente, los beneficios son notorios ya que se organiza el propio sueldo, motivo por el cual el emprendimiento es gratificante y arriesgado, a la vez, por lo cual también se debe afrontar desafíos y tropiezos laborales, personales y financieros. Mientras se estructura, conviene llevar siempre un balance de todas las situaciones que pueda darse, pero lo importante es tener claridad en el objetivo y en las estrategias para lograr con éxito lo que se planea.

En un emprendimiento, querer llegar a posicionar la idea de negocio o empresa conlleva el proceso de organizar, dirigir, controlar y contribuir con beneficios, sabiendo que cada empresa es única, por lo cual cada una de ellas posee beneficios sociales; entre ellos, podemos ver:

1. **Horario:** establecer una jornada flexible y segura según lo que necesite el empleado, teniendo en cuenta la hora de entrada y salida, la cual se organiza de forma correcta, con tiempos establecidos, sin infringir lo determinado.
2. **Conciliación:** llegar a acuerdos sobre las condiciones beneficiosas para el trabajador, que le permitan estudiar o seguir con su carrera, sin interrumpir su formación profesional, familiar y personal.
3. **Bonificación:** en una organización bonificada se refleja el desarrollo de proyectos, considerando su rendimiento, gracias a este tipo de motivación bonificable.



4. **Cobro flexible:** en la parte de los cobros, la flexibilidad es un gran beneficio social que les permite a los trabajadores, cobrar sus ingresos cuando lo necesitan, sin generar ningún coste, gestiones extra ni, mucho menos, cambios en el ciclo de tesorería de las empresas.
5. **Fondos de ahorro:** son de gran ayuda para el empleado, para implementar, guardar y proteger sus recursos, por el periodo de tiempo en que ejerza su cargo.
6. **Bonos:** generan en los empleados, motivación por los incentivos monetarios, otorgados por lograr méritos personales.
7. **Seguro médico:** brinda respaldo al empleado y le hace sentir que su integridad es importante para la empresa, al ejercer su función y saber que esta cubre su protección corporal y mental.
8. **Descuento:** generar descuentos adicionales en productos o servicios a los empleados, motiva su labor frente a la empresa.

En este sentido, los trabajadores se verán beneficiados; así se podrá lograr resultados económicos, sociales y un mejor bienestar empresarial, lo que posibilita un beneficio mutuo.

En las micro y las macro empresas también existen beneficios que ayudan al emprendimiento y al desarrollo de la productividad; las microempresas poseen menos de diez empleados, generan cada año ventas aproximadamente hasta por cuatro millones de pesos y representan el 95 % del total de las empresas y el 40 % del empleo en el país. Las macro empresas, por su parte, con su sistema, dominan el mercado, por lo que manejan el liderazgo en su estilo de negocio, gracias a su gran nivel de producción y de ventas. A veces suelen fusionarse con otras entidades similares o de mayor capacidad, para así poder abastecer otras de menor tamaño.

Con la productividad que manejan, su destacada forma de liderar permite concretar monopolios, asegurar precios, determinar la participación y su inversión, lo que amplía su grandeza al dar a conocer sus productos y servicios a nivel mundial.

De esta manera, tienen la oportunidad de invertir en superficies de avance y exploración, las cuales les aceptan tener utilidades exclusivas y tecnología de novedosa generación. En una aproximación moderna, estas organizaciones por lo general son disruptivas; esto es, que rompen paradigmas y crean nuevos modelos de negocio, lo que causa una desestabilización en diferentes escenarios sociales, como en los marcos legales de los países en los que están, en el consumo de los individuos y en la forma de hacer algunas tareas.



## Figura 2

### Conjugación de un empresario



Fuente: Freepik.es

### Conjugación de un empresario

Cuando hablamos de la creación de empresa, nos referimos a diferentes ámbitos que se dividen principalmente en la parte personal, la de sociedad y, la de familia. Nos queremos enfocar en una función explícita de estas diferentes partes, para poder dar un resultado final de lo que el éxito representa.

Así, la importancia de la creación de empresa constituye un método de crecimiento y desarrollo tanto a nivel personal, como a nivel social y familiar, lo cual permite cambiar escenarios económicos, estilos de vida y de formación. La empresa es el espacio o entorno en el cual una persona (emprendedor) tiene la oportunidad de poder expresar sus ideas, deseos e intenciones a la sociedad.

Cuando hablamos de un nivel personal, donde el poder lograr una independencia económica, sumada al poder ser empático y el brindar diferentes oportunidades a los demás, hablamos de un complemento que conjuga ideas a nivel social, donde a más de las dos razones ya mencionadas, está el hecho de que contribuye al crecimiento económico del entorno en el que se labora como objetivo, por poder generar esas posibilidades empresariales, por ayudar de manera directa a los miembros de la familia, poseer estabilidad económica, generar prestigio, razones poderosas para alcanzar una mejor calidad de vida.

Bajo este panorama, poder crear una empresa trae beneficios que pueden ser individuales y compartidos, lo cual genera un importante impacto y, con ello, el éxito. Algo para tener en cuenta en todo este trasegar de crear y poner en marcha ideas y objetivos, son los obstáculos y caminos que,

muy seguramente, se enfrentará; algunos suaves y otros, angustiosos; lo importante es tener paciencia, creer en las capacidades que cada uno posee y actuar siempre y pensar, de una manera positiva.

### Figura 3

*Qué implica crear empresa*



Fuente: Freepik.es

## Conclusiones

De esta manera, la creación de empresa, la podemos referenciar como un mecanismo que ha existido casi todo el tiempo; la diferencia son los tantos tipos o etapas que, a lo largo de la historia han transformado el cómo y el por qué y, han traído consigo, una nueva y renovada visión que se ha implementado, mecanismos, alternativas, que son un cambio hacia su aplicación y, por supuesto, su creación como tal.

La globalización se ha desarrollado como una base importante para poder optimizar las principales características de creación de una empresa. A esto nos referimos en cuanto a diferentes mecanismos y sectores en los cuales se puede incursionar; la tecnología a manera de aprovechamiento, ha sido la mano derecha del poder sacar a flote los ideales y pensamientos que se plasma en la construcción de un negocio.

Un beneficio importante que abarca los tres niveles, que son personal, social y familiar, es la calidad de vida, el tener una vida digna que se pueda ajustar a nuestras necesidades; si nos enfocamos en el nivel personal, buscamos poder satisfacer nuestras necesidades mediante un gusto o mediante una actividad que nos llene en la parte individual; y, si hablamos del ámbito social y familiar, hablamos de la calidad de vida de los demás, directa e indirectamente.

## Referencias

Freepik.es (s.f.). Empresario líder. <https://www.freepik.es/search?format=search&query=empresario%20%C3%ADder&selection=1&type=vector>

# Orientación al mercado de las empresas marroquineras de Pasto

**Diego Fernando Melo Chaves**

**Moisés Palacios León**

**Rubén Darío Rojas Murcia**

Egresados del Programa Administración de Empresas

Universidad Cesmag

**Claudia Magali Solarte Solarte**

Docente del Programa Administración de Empresas

Universidad Cesmag



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

Se analiza la orientación al mercado de las empresas marroquineras de la ciudad de Pasto, cuya finalidad es proporcionar la generación de información del mercado a cargo de las organizaciones, de tal manera que les permita identificar las necesidades actuales y futuras de los clientes, fortalecer su cultura organizacional y la capacidad de innovar, en aras de mejorar su producción y competitividad en el mercado local y regional.

En la actualidad, la competitividad es esencial para las empresas y más aún, en el sector marroquiner de la ciudad de Pasto, porque se puede identificar si aquéllas dedicadas a esta labor, han crecido o no, en el entorno económico y social; igualmente, reconocer si están comprometidas con sus servicios o productos, para mejorar en lo que haya falencias.

Para llevar a cabo la investigación, se determinó la dinámica de la economía del sector marroquiner de la ciudad de Pasto, mediante el diseño y elaboración de encuestas estructuradas a las empresas y, una vez realizado este paso, se analizó las estrategias de comercialización que utilizan las empresas marroquineras; por último, se formuló estrategias de mercadeo que permitan dinamizar su actuar en la ciudad de Pasto.

Este estudio se realizó con el propósito de generar en los empresarios marroquineros, un conocimiento amplio sobre las estrategias a emplear, para comercializar óptima y eficazmente sus artículos de cuero, de suerte que, sus empresas generen más rentabilidad y, por ende, una mejor sostenibilidad en el mercado.

Según información recolectada en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto (2019), existen 59 empresas marroquineras en la ciudad de Pasto, a cuyos gerentes o encargados del departamento de mercadeo y financiero,

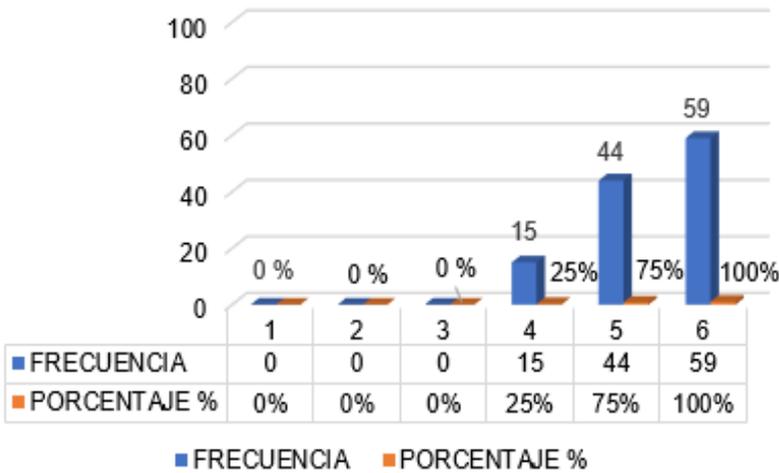
se les aplicó encuestas que permitieron recolectar la información necesaria para realizar el análisis de la orientación al mercado de las empresas.

### Diagnóstico del nivel de orientación al mercado

La orientación al cliente es una estrategia que lo ubica como el centro de las prioridades de la organización, herramienta mediante la cual se puede detectar y satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias.

**Figura 1**

*Objetivos de la empresa enfocados a la satisfacción de los clientes*

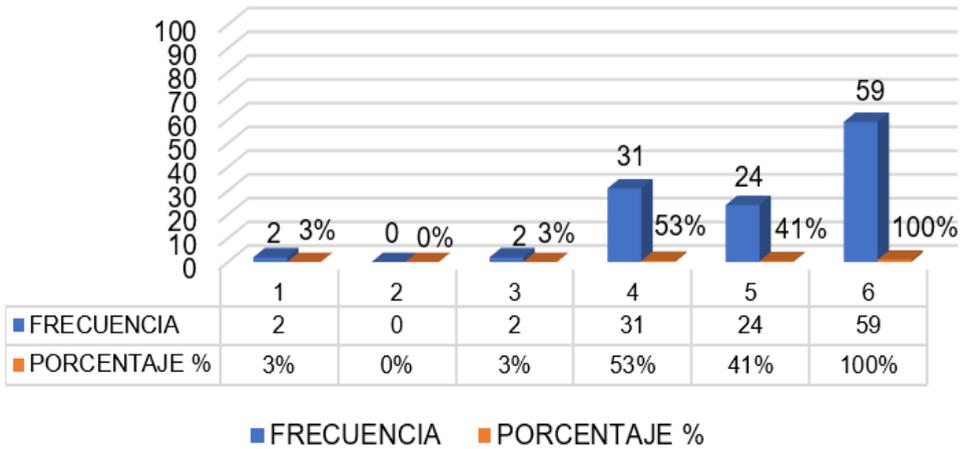


Analizando los resultados obtenidos en este punto, se observa que el 0 % de encuestados está en total desacuerdo en cuanto a que la empresa no está enfocada a la satisfacción de los clientes; esto se debe a que, lógicamente, su éxito depende de clientes felices o satisfechos; es decir que, analizando, se puede observar la importancia en la mayoría de empresas, para garantizar un buen desarrollo en todos sus sentidos.

En este mismo análisis se manifiesta que el 75 % de los encuestados está totalmente de acuerdo; esto significa que, las empresas están conscientes de que una orientación al cliente implica definir objetivos dirigidos a entender, satisfacer las necesidades y, dar solución a sus problemas.

**Figura 2**

*Importancia al servicio post venta*



El 53 % de los encuestados está de acuerdo en cuanto a la importancia del servicio post venta; esto es, consideran muy relevante la atención al cliente posterior a la compra y se aprecia como una estrategia de mercadeo. Por otro lado, las empresas marroquineras conocen que el servicio de post venta es una de las mejores formas de generar lealtad hacia ellas y sus productos, además de conseguir la fidelidad del cliente.

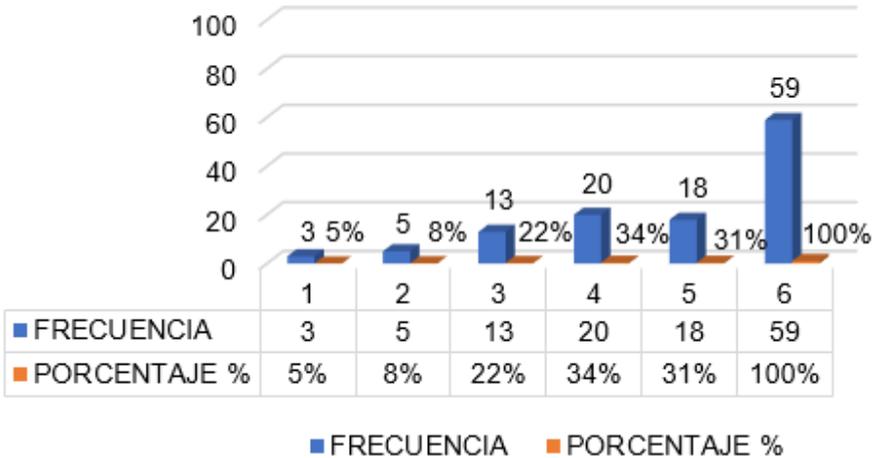
El 3 % declara que el servicio post venta no es una estrategia de mercadeo muy relevante; es decir, no consideran importante la atención al cliente después de la compra, ya que puede haber diferentes estrategias publicitarias que generen clientes satisfechos.

**Orientación a la competencia**

Es una estrategia de mercadeo, que se apoya en un profundo análisis sobre sus competidores; o sea, identificar los puntos fuertes y débiles con respecto a cualquier otra empresa que ofrezca productos similares o sustitutos a los mismos mercados.

**Figura 3**

*Estudio y análisis de las fortalezas y estrategias de la competencia por parte de la gerencia de la empresa*



El 34 % de los encuestados está de acuerdo en que, hacer un análisis exhaustivo de las fortalezas y debilidades de la competencia, es un aspecto clave para asegurar la realización del adecuado análisis del mercado, en aras de determinar el éxito del negocio; lo consideran algo necesario y, no hacerlo, podría poner en riesgo el éxito de la empresa.

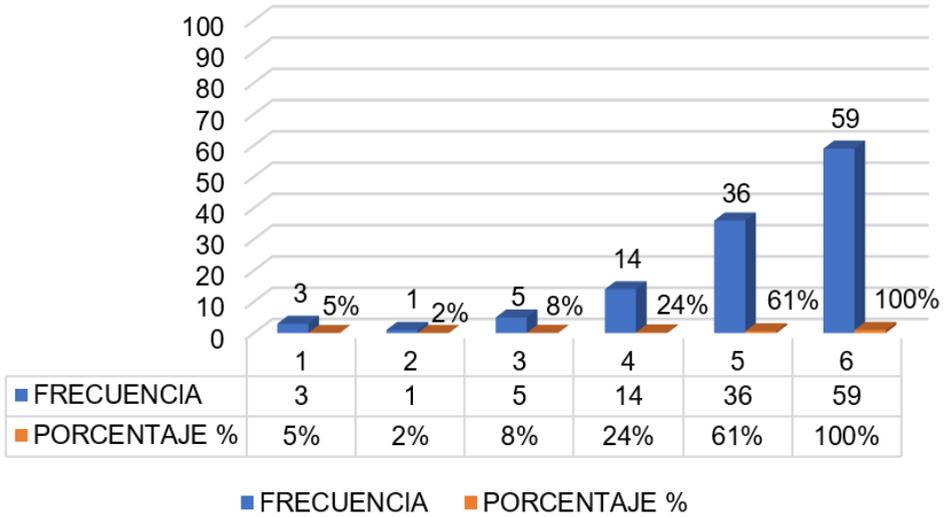
Las empresas, en su gran mayoría, tienen claro que el análisis de la competencia consiste en determinar sus capacidades, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y principales competidores, con el fin de establecer estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.

El 5 % de los encuestados considera que hacer un análisis de las fortalezas y estrategias de la competencia conllevaría tiempo y, que este tiempo podría ser empleado para el beneficio de su propia empresa; es decir, generar nuevas estrategias competitivas o ideas de atención al cliente para su propio beneficio.



### Figura 4

La empresa piensa en los clientes y se dirige a ellos cuando tiene la oportunidad de lograr una ventaja frente a la competencia



El 61 % de los encuestados piensa que, dirigirse a los clientes es fundamental; es el factor clave de una buena estrategia de mercadeo y, poder establecer relaciones exitosas a largo plazo es relevante para el éxito de las empresas.

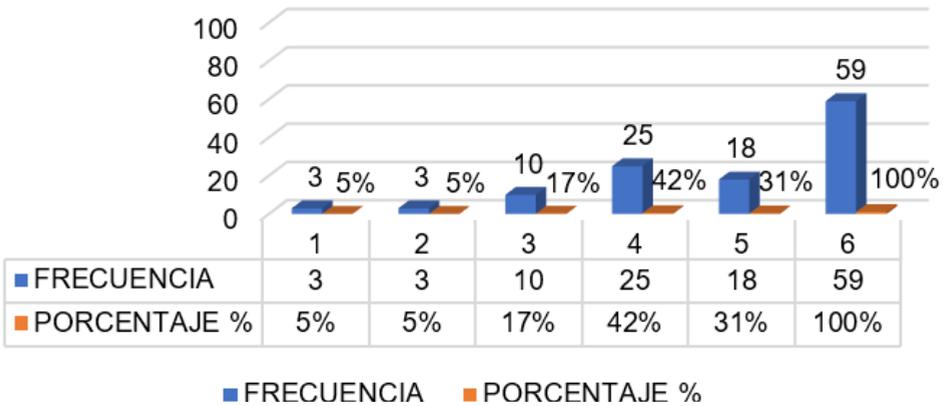
Los encuestados ven que es esencial establecer relaciones con los clientes, para poder crear una buena ventaja competitiva, generar satisfacción, obtener la lealtad del consumidor y ofrecer mayor valor, acorde a la posibilidad de la empresa, para alcanzar buenos resultados en el futuro.

### Coordinación interfuncional

Este aparte hace referencia a identificar si la organización tiene la capacidad de aplicar de forma ordenada y coordinada sus recursos, para mejorar el valor aportado al cliente.

**Figura 5**

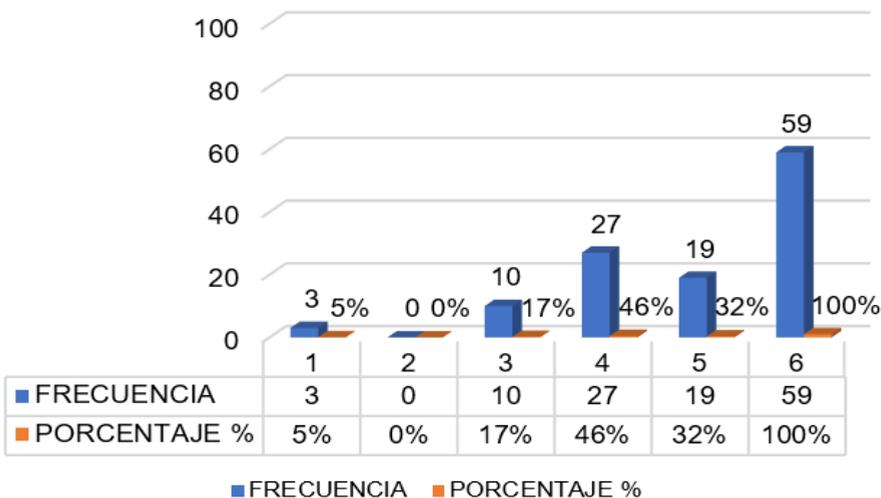
*La empresa informa sobre las experiencias con los clientes (éxito y fracaso) a todas sus dependencias*



El 42 % de los encuestados afirma que se realiza un proceso de retroalimentación con todos los colaboradores, a fin de determinar las causas de los éxitos y fracasos en la atención y servicio al cliente externo. La información obtenida de la comunicación y experiencias vividas con los clientes son transmitidas a las personas adecuadas dentro de la organización. Esto es importante, por cuanto la retroalimentación permite que los empleados estén en condiciones de cumplir con los requerimientos del cliente.

**Figura 6**

*Las dependencias de la empresa están integradas y coordinadas para atender las necesidades del mercado objetivo*



El 46 % de los encuestados consultados está de acuerdo con la integración funcional dentro de la empresa y, especialmente, con el área de mercadeo; esto es de gran importancia para lograr un mayor y mejor funcionamiento e, igualmente, optimizar el funcionamiento general de las empresas y del área de mercadotécnica para que las organizaciones logren mayores oportunidades y minimizar sus problemas, implementando estrategias integrales en donde todos los colaboradores trabajen de manera conjunta para alcanzar los objetivos esperados.

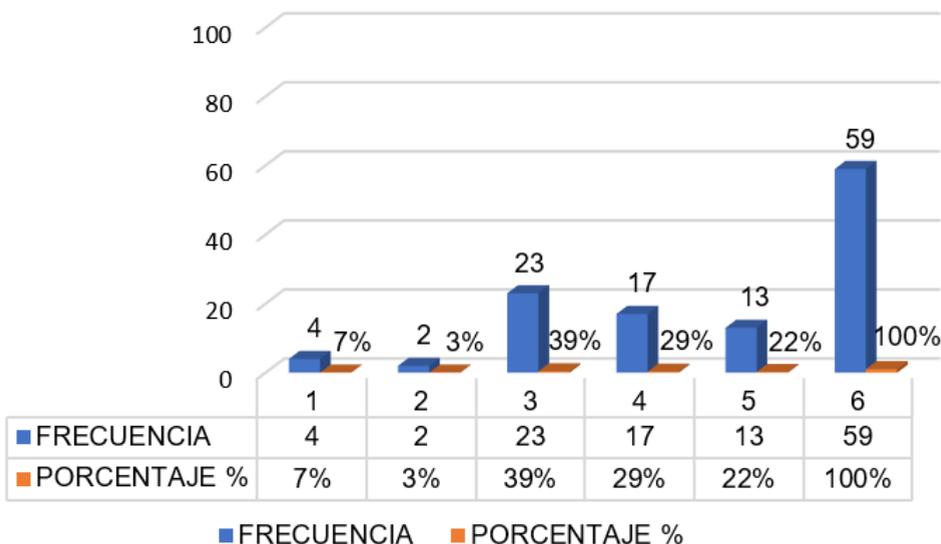
Es importante contar con un sistema de información que articule todas sus dependencias, mismo que, debe ser eficaz y eficiente. Eficaz, si facilita la información necesaria y, eficiente, si lo realiza con los menores recursos posibles.

### Capacidad de respuesta de la empresa

Se refiere a la posibilidad que se tiene para reaccionar a las necesidades, gustos o preferencias del cliente; esa posibilidad se define como la disposición que tiene una organización, para ayudar a los clientes y proporcionarles un servicio excelente. Por otra parte, también se refiere a analizar si lo que se está ofreciendo en ese momento está acorde y satisface los deseos de dichos clientes.

**Figura 7**

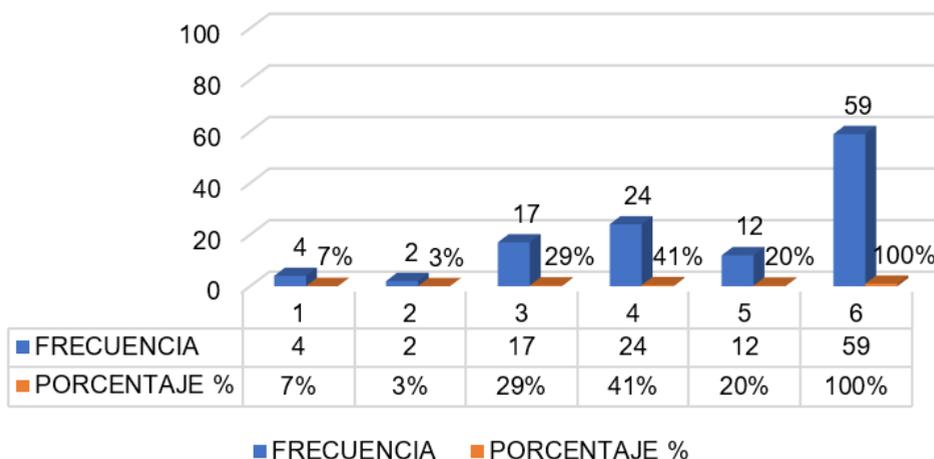
*Los departamentos de la empresa se reúnen regularmente para planificar respuestas a los cambios del entorno*



El 39 % de los trabajadores encuestados está en el nivel de: ni de acuerdo/ni en desacuerdo con relación a que la planeación involucre todas las dependencias de la empresa; esta no es vista como una herramienta necesaria para anticiparse proactivamente a los cambios que se genera en el entorno; por esto, los trabajadores no se reúnen periódicamente, para revisar y ajustar sus estrategias y, enfrentar el entorno cambiante en el cual se desarrollan y compiten de forma satisfactoria.

### Figura 8

*Si la competencia lanza una campaña intensiva a los clientes objetivo, la empresa desarrolla una respuesta inmediata*



El 41 % de los trabajadores sostiene que, su capacidad de respuesta para enfrentar las estrategias de la competencia es eficiente, dado que están de acuerdo y, para ello, se hace análisis permanentes de los ofertantes en el mercado, siendo conscientes de la importancia de conocer a los competidores, ya que algunos aspectos en los que la empresa se encuentra en desventaja, pueden ser mejorados.

De igual forma es fundamental que se analice a las empresas competidoras ya que planear estrategias de mercado competitivo y eficaz, se debe averiguar todo lo posible de la competencia y tener una respuesta inmediata para enfrentar el cambio que ellas introduzcan en el mercado.

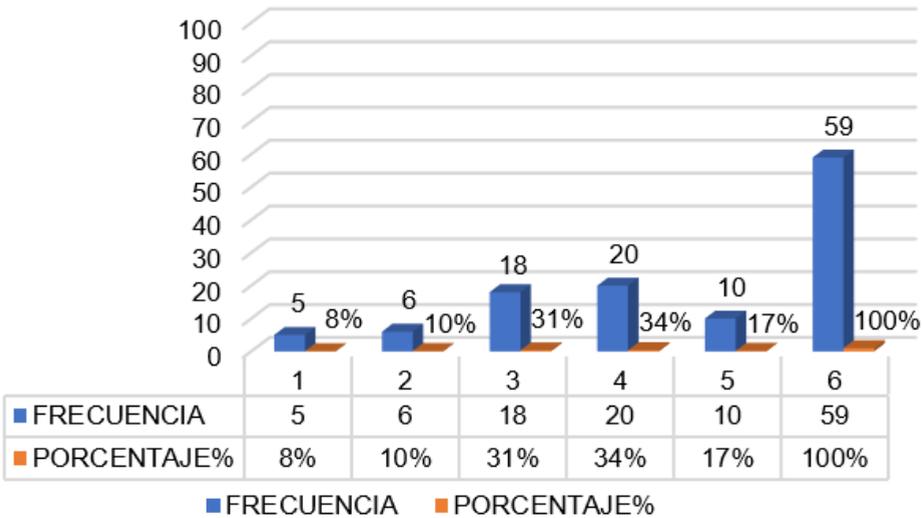
Cuando se habla de una campaña intensiva a los clientes objetivo, también se habla de presupuesto económico, para que esta pueda tener una respuesta inmediata, razón por la que, el 7 % de los encuestados está en total desacuerdo, pese a tener el conocimiento de lo eficaz que esto puede resultar para la empresa. Comunican que, en varias ocasiones, se debe buscar diferentes estrategias, debido a que no se cuenta con el presupuesto necesario para llevar a cabo una campaña eficaz.

## Generación de información sobre el mercado

La generación de información sobre el mercado es fundamental dado que, por medio de esta herramienta, llevan a cabo investigaciones dirigidas a los clientes, para conocer qué productos o servicios necesitarán en un futuro; también, son utilizadas como fuente para la toma de decisiones en las organizaciones.

### Figura 9

*La empresa realiza frecuentemente investigaciones dirigidas a sus clientes para conocer qué productos /servicios necesitarán en un futuro*

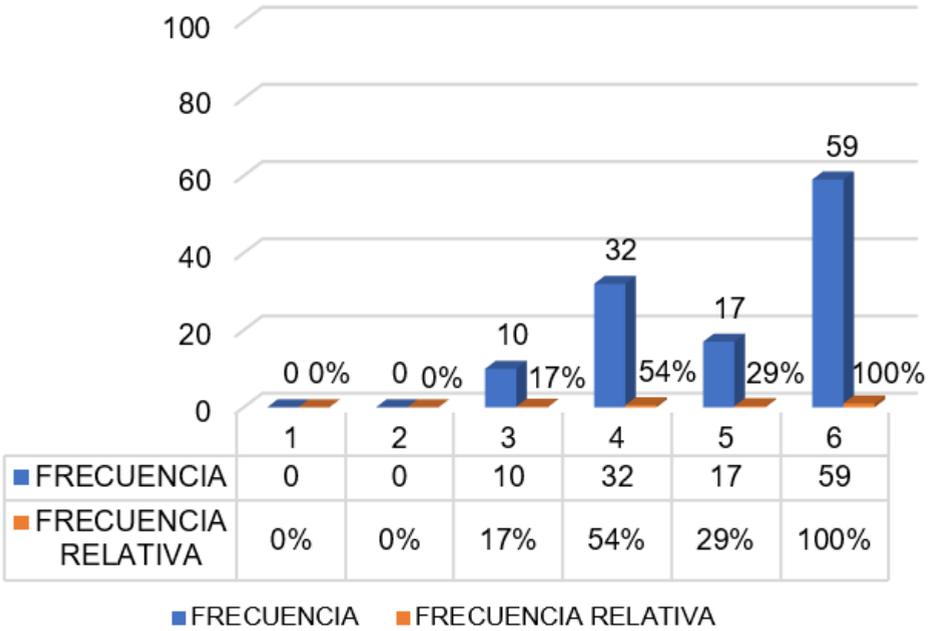


El 34 % de los encuestados está de acuerdo en el ítem de la Figura 9 y, manifiestan que la investigación de mercados es fundamental para diseñar una estrategia de negocios, principalmente, el tipo de inteligencia de mercado dirigida a conocer a los clientes y sus expectativas sobre los productos o servicios que requieren. En este caso, la investigación se convierte en la herramienta necesaria para la toma de decisiones de mercadeo.



**Figura 10**

*La empresa es capaz de detectar rápidamente cambios en las preferencias de los clientes*



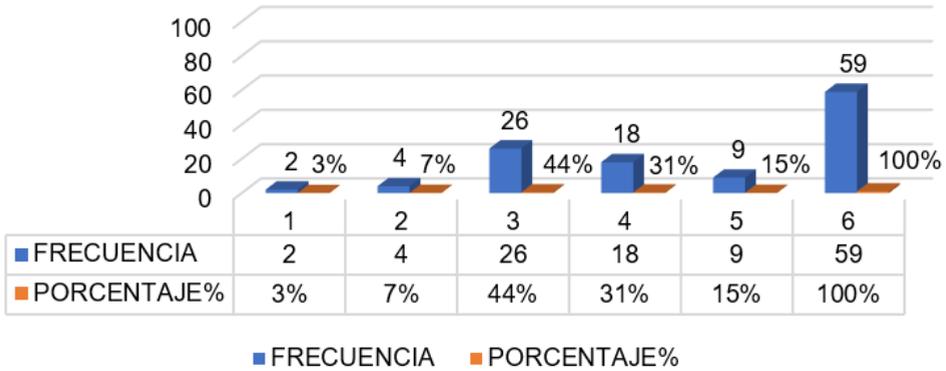
El 54 % de los encuestados reconoce de manera inmediata los cambios en los gustos y preferencias de sus clientes. Para estas empresas es importante saber cuáles son las necesidades de sus clientes y poseer la información que les permitirá interpretar su situación actual, para satisfacer sus requerimientos y, por ende, para proyectar sus ventas.

### **Diseminación de la información en la empresa**

Es el proceso por el cual se da a conocer la información disponible, a través de diferentes canales. Los datos sobre la satisfacción de los clientes deben ser distribuidos a todos los niveles de la empresa de forma regular; es decir, se debe realizar encuentros periódicos de las dependencias de la empresa, para discutir tanto sobre las tendencias y desarrollo del mercado, como para compartir los datos sobre la satisfacción de los clientes.

**Figura 11**

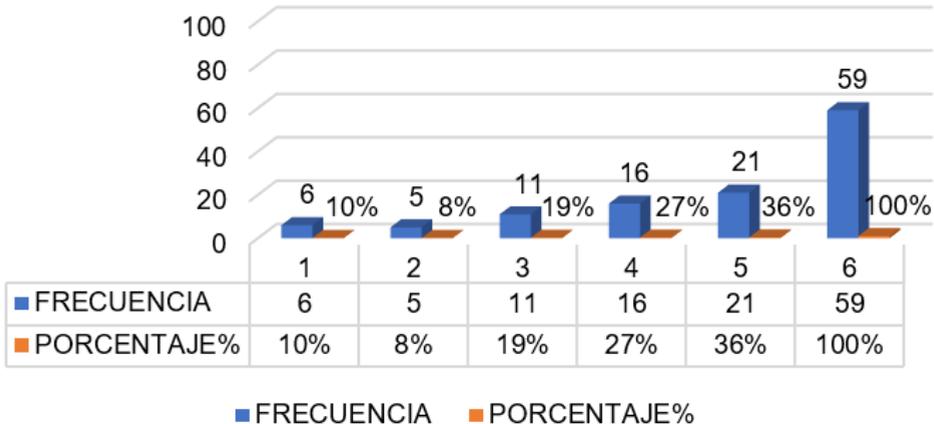
Los datos sobre la satisfacción de los clientes son distribuidos a todos los niveles de la empresa de forma regular



El 44 % de los encuestados está en una posición neutral en cuanto a la retroalimentación a los diferentes niveles de la organización y que la información respecto a la satisfacción de sus clientes se distribuya a todos los niveles de la empresa de manera regular, lo que permite concluir que, en realidad, esta variable es considerada poco importante para la organización.

**Figura 12**

Cuando un área de la empresa detecta aspectos importantes sobre los competidores, rápidamente alerta a las otras áreas



El 36 % de los encuestados está totalmente de acuerdo en los aspectos relacionados con la competencia y alerta a las demás áreas sobre el tema; por esta razón, se analiza a la competencia y lo que ésta puede influir en la actividad de la empresa.



## Conclusiones

Es vital conocer sobre el estado actual de las empresas marroquineras en lo referente a su orientación al mercado, porque se puede considerar los aspectos más importantes que debe tener una organización dentro del mercado y, por ende, se requiere conocer esta información para el éxito de las empresas. Se ha podido apreciar las respuestas de personas con experiencia y, con esto, evaluar el nivel de compromiso que una empresa debe tener para sus clientes y para poder estar siempre dentro de la competencia comercial.

Al poder identificar las actividades de mercadeo de las empresas marroquineras, es posible brindar un aporte realmente fundamental para las organizaciones de este tipo, porque gracias a obtener esta información, se puede hacer una autoevaluación con la experiencia de estas empresas y buscar la mejoría o el éxito permanente de las mismas.

Es relevante tener en cuenta que una empresa debe innovar siempre; pero más lo es, el saber cómo hacerlo, de acuerdo con el lugar en el que esta se ubica; por esta razón, se puede decir que el tener en cuenta la orientación al mercado, permitirá tener mayor éxito en cuanto al poder brindar a los clientes la satisfacción que ellos desean o requieren desde su propio punto de vista.

Este trabajo ha sido coherente con el enfoque del estudio, con el propósito de producir nuevos conocimientos acerca de la orientación al mercado y, proponer soluciones específicas a los empresarios del sector marroquinerero de la ciudad de Pasto, en un proceso productivo, contribuyendo con la transformación constructiva de la región y el desarrollo personal y profesional de los investigadores.

## Referencias

Cámara de Comercio de Pasto. (2019). Ranking 100 primeras empresas. <https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2019/12/Ranking-100-empresas.pdf>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# El rol del emprendimiento en el desarrollo de la sociedad

**Kevin Alexander Alvarado Gavidia**

**Andrés Felipe Guerrero Moran**

**Ivonne Sofía Paz Tobar**

Universidad Mariana

El emprendimiento es un término muy utilizado últimamente en todo el mundo, aunque el concepto siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta. El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le hace avanzar, ir más allá de donde ya ha llegado; por medio de esta acción una persona puede crecer económicamente para ser independiente y para tener una calidad de vida acorde a sus expectativas, lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas, para dejar de ser dependientes. Por otra parte, no se puede hablar de emprendimiento, sin saber cuál es el origen, el concepto y todos los aspectos relevantes, que permitan dar respuesta al siguiente interrogante: ¿cuál es el rol del emprendimiento en el desarrollo de la sociedad?

El origen del emprendimiento viene desde el siglo XVI, cuyo término se utilizaba para referirse a aquellos aventureros y pioneros; un claro ejemplo es, precisamente, Cristóbal Colón, quien asumió el desafío de viajar por el mar, en búsqueda de tierras, sin tener un amplio conocimiento de las rutas y, sin saber qué podía encontrar. En los siglos XVII y XVIII, al emprendedor le eran asignados tres roles puntuales:

1. El de obrero, arquitecto o maestro, a quien se le reconocía por lo que se le encargaba; es decir, por su obra.
2. El de guerrero, quien arriesgaba su vida, asumiendo luchas por defender un territorio, propio de las cruzadas de la Edad Media.
3. El de rey o jefe de Estado, encargado de planear sus estrategias y movimientos políticos para alcanzar sus metas.



Esto quiere decir que, el emprendimiento a lo largo de la historia, siempre ha tenido importancia y, las personas tienen, cada una, un papel importante y aporta al desarrollo de la sociedad. Según Moya y Santana (2016):

Los modelos económicos dominantes en occidente han tenido gran dificultad para adaptar el concepto de emprendedor a su teoría. Sin embargo, a partir de principios del siglo XX en adelante, es posible identificar los fuertes intentos de los principales economistas para reconocer el papel del emprendedor como una fuerza explicativa de varios fenómenos económicos (Rocha, 2012). En este apartado se muestra las nociones del concepto de emprendimiento y emprendedor que han primado según la escuela y pensamiento económico. (p. 3)

Los emprendimientos basados en ciencia y tecnología son empresas que han sido creadas con el objetivo de explotar comercialmente el conocimiento científico desarrollado en las universidades y otras organizaciones públicas, las que, además, han sido consideradas como elementos fundamentales en el rejuvenecimiento de las industrias tecnológicas en el mundo (Colombo et al., 2009).

Claramente, las empresas o emprendimientos tienen su centro en la innovación y desarrollo de productos, junto a la tecnología y el conocimiento, centrándose en el buen uso de los conocimientos existentes, con base en las competencias que encuentran en diversos sectores, con el fin de sobresalir como una industria tecnológica en el mundo.

Acerca de algunas características contemporáneas del emprendedor, hay una gran tradición de investigaciones que indagan sobre las diversas competencias de emprendimiento que son necesarias para tener éxito en el área; esto es, la investigación y la práctica relacionadas con esta competencia, están dirigidas por las aspiraciones para lograr un desempeño superior y la posibilidad de obtener éxitos económicos (Mitchelmore y Rowley, 2010). Las primeras investigaciones intentaban entender a los emprendedores, buscando identificar sus rasgos y características; sin embargo, lo anterior resultaba una tarea muy compleja y no se pudo establecer con claridad. Las competencias para el emprendimiento han sido definidas de diferentes maneras, (según Bird, 1995; Men et al., 2002; Johnson y Winterton, 1999; Lau, et al., 1999; citados por Mitchelmore y Rowley, 2010):

1. Por las características subyacentes a los individuos, como el conocimiento específico, la motivación, los rasgos, la autopercepción, los roles sociales y las habilidades que pueden llegar a producir el nacimiento, crecimiento o supervivencia de una empresa.
2. La habilidad total de un emprendedor para ejecutar un trabajo específico de manera exitosa.

3. El rango de habilidades y competencias requeridas para echar a andar un negocio es, cuantitativa y cualitativamente, diferente a las que se necesita en las grandes empresas; por tanto, se refuerza el carácter individual de este tipo de competencias.

4. Rasgos, habilidades y conocimientos y la forma como son aplicados en los diferentes contextos del emprendimiento. En esta línea, la mayor parte de los investigadores reconoce que hay una dicotomía mayor en las competencias de emprendimiento y, diferencian entre las competencias para comenzar un negocio, de aquellas que son necesarias para manejar un negocio hacia el crecimiento.

Respecto a lo mencionado, un emprendedor debe saber utilizar adecuadamente los recursos disponibles, para sacarles el máximo provecho; en el caso de los profesionales que quieren ser emprendedores independientes, es necesario que desarrollen su capacidad mental, para crear innovaciones en productos y servicios que el mercado necesita; deben ser muy observadores para identificar las necesidades del entorno y convertirlas en oportunidades de negocio y, en el momento en que tengan clara su idea de negocio, es esencial que desarrollen un buen plan de negocios que les permita determinar la viabilidad de su proyecto.

### Figura 1

*Grandes ideas*



Fuente: Freepik.es

De acuerdo con Moya y Santana (2016),

la universidad emprendedora [desempeña] un rol fundamental tanto como institución productora de información, como diseminadora de la misma. En esta línea, se trata de universidades que han mejorado diferentes mecanismos para contribuir al desarrollo regional e incrementar sus ingresos (Guerrero y Urbano, 2010). Además, la universidad no se concibe solo como una promotora de una serie de medidas de apoyo al emprendimiento, sino que también es una desarrolladora de técnicas administrativas y estrategias competitivas. Así, estas universidades están



involucradas en alianzas, redes de contacto y otro tipo de relaciones con organizaciones públicas y privadas, [que son transformadas] en un verdadero paraguas para la interacción y colaboración que puede existir entre los diferentes elementos de un sistema nacional de emprendimiento. (p. 11)

Con base en lo anterior, la universidad emprendedora es un pilar fundamental para personas que hacen parte de ella, tanto administrativos como estudiantes y profesores. Para Guerrero y Urbano (2012), la universidad es un apoyo esencial para emprender, porque orienta en la parte formativa de emprendimiento e inculca a cada uno de sus miembros este concepto tan importante; además, facilita los contactos con las diferentes alianzas, convenios, contactos para que, las ideas desarrolladas de emprendimiento pueden ser puestas en marcha y cumplirse.

Finalmente, se deduce que, el concepto de emprender es un tema que hay que tomarlo con mucha seriedad, no solo porque engloba varios temas a la vez, sino porque también hace parte del ser humano. El emprendimiento es ese proceso que construye a una persona en varias formas, tanto en habilidades como en conocimientos y experiencias, para que pueda ser parte de un ambiente independiente; pero, así como existe una comodidad de individualidad, existen varios retos que debe enfrentar una persona emprendedora, desde que comienza hasta que consigue un posicionamiento fuerte en el mercado y, para ello, hay un tema que va de la mano con el emprender: la innovación, la misma que ayuda a estar en constante comunicación con el ambiente exterior; por este motivo, la empresa depende de ciertos factores como la aceptación del producto por parte de los clientes, el nicho de mercado, la calidad del producto, entre otros, todo lo cual hace parte de emprender, un proceso que no es fácil, pero que, al final del día, deja su recompensa.

Cabe resaltar que, emprender no es un tema nuevo; como bien se sabe, el hombre emprendedor ha estado presente a lo largo de la historia, desde el siglo XVI en adelante. El origen y la evolución del concepto ha aportado al desarrollo de la sociedad, con ideas, habilidades, creatividad, trabajo, que empieza con la identificación de la oportunidad, con base en detectar necesidades insatisfechas en un determinado nicho de mercado; después viene la idea de negocio, con lluvia de ideas innovadoras, creativas, que pueden ser posibles; luego se da la etapa donde se planea, de la mejor manera, el concepto de negocio, para satisfacer las necesidades insatisfechas en el mercado objetivo al que se quiere llegar, pasando por una investigación de mercado, por el modelo de negocio y, por consiguiente, la comercialización, que se refiere al desarrollo del negocio.

## Referencias

- Colombo, M.G., Mustar, P., & Wright, M. (2009). Dynamics of science-based entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 35(1), 1-15. 10.1007/s10961-009-9114-6
- Freepik.es (s.f.). Ideas. <https://www.freepik.es/search?format=search&query=ideas>
- Guerrero, M., & Urbano, D. (2012). The development of an entrepreneurial university. *The Journal of Technology Transfer*, 37(1), 43-74.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92-111.
- Moya, P. y Santana, S. (2016). Sobre el concepto de emprendimiento. <http://sw.ewok.cl/openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Mercadotecnia digital, la nueva forma de emprender

**Alejandro Luna Pascuas**

**Ingrid Nathalia López García**

**Yeimy Milena Grafe Flores**

Estudiantes del Programa de

Administración de Negocios Internacionales

**Jorge Arturo Dorado Goyes**

Docente

Universidad Mariana

*El próximo horizonte será la integración profunda entre el mundo físico y el mundo interactivo. El futuro del online es offline.*

Cyriac Roeding

## Introducción

En el presente ensayo se aborda uno de los temas que ha estado tomando fuerza en los últimos tiempos: el mercadeo digital y el comercio electrónico de productos y servicios. Se da a conocer, básicamente, cómo el comercio electrónico –e-commerce- y el mercadeo digital han incidido en el cambio del comportamiento de las personas en temas de emprendimiento, de cómo surgió hoy en día una demanda desmedida en este mercado y cómo la oferta, que en este caso son las personas emprendedoras, la han ido aprovechando en estos últimos tiempos.

### ¿Emprender en Internet es el futuro?

Como sostiene Souza (2020), cada vez más, el consumo por internet crece, lo que no significa que el emprendimiento digital fuera de la web esté en decadencia. En realidad, el emprendimiento digital amplía las oportunidades y, por eso, independientemente del tipo de negocio que se pretenda emprender o tener, es una gran oportunidad.



**Figura 1**  
*Mercadeo digital*



Fuente: Freepik.es

Según los últimos datos, los usuarios de Internet a nivel mundial han aumentado en más de 330 millones en el último año, superando los 4,700 millones a principios del mes de abril, lo que supone un 60 % de la población global. Se estima que, en el planeta hay más de 7,850 millones de personas. (Excelsior, 2021, párr. 3)

Lo anterior permite apreciar que, el internet, a raíz de la pandemia causada por el COVID- 19 hizo que, las personas cambiasen sus comportamientos; uno de ellos es en cuanto al uso, como lugar principal para consumir información; en este orden de ideas, lo que se busca dar a conocer es que, para emprender, se acabaron las barreras y los límites, dado que existen nichos y micro nichos de mercado que han permitido a los emprendedores digitales, llegar a su cliente por medio de internet; en este caso, se puede ver reflejadas las redes sociales, puesto que en ellas se alojan millones de usuarios diariamente, buscando información y también llegando a adquirir un producto o un servicio por medio de estas plataformas.

Las reglas del juego han cambiado para quienes emprenden de esta forma, lo cual es un apalancamiento impresionante para crecer en el Back-End del emprendimiento que esté ejecutando el emprendedor o la emprendedora.

Una de las ventajas de emprender, por medio del mercadeo digital y el comercio electrónico es que, un emprendedor de esta característica, llega a crecer diez veces más respecto a alguien que emprende tradicionalmente, porque tiene el internet a su favor y, si resuelve una problemática a cierto público que exista en internet con su producto o servicio, de forma rápida crece empresarial y financieramente.

Aunque emprender a través de internet no es fácil, se puede lograr grandes resultados para quien se mantiene a través del tiempo; la característica



más importante de un emprendedor es la perseverancia, porque grandes resultados no se dan de la noche a la mañana; se debe buscar ese público objetivo al cual se va a dirigir. Dentro de este amplio tema, inciden otras herramientas para que emprender a través de internet, sea más efectivo.

Cuando hablamos de internet, no solo nos referimos a mirar las redes sociales y el buscador, pues detrás de todas estas plataformas de generación de demanda, existen las herramientas más poderosas que compone a cada una de estas redes:

- Los anuncios. Cuando un emprendedor digital va creciendo a través de su negocio, se le presenta la opción de ampliar su mercado por medio de anuncios pagos; al invertir en esta herramienta, la tecnología artificial hace llegar al público lo que el emprendedor o emprendedora quiere que le llegue.

El mercado es muy amplio, porque han surgido servicios especializados para que un emprendedor crezca de una mejor manera; hoy en día, existen profesiones que han nacido como producto del mercadeo digital y el comercio electrónico; una de ellas es un trafficker digital, persona que ha sido capacitada específicamente para realizar campañas publicitarias a través de las distintas plataformas de generación de demanda, donde su servicio consiste básicamente en hacer crecer al emprendedor su negocio, después de lo cual cobra sus honorarios. También existen los copywriters, que son personas encargadas de atraer a las personas para que miren la campaña publicitaria y sean impulsadas a tener mayores probabilidades de adquirir el producto o servicio. En este sentido, existen profesiones que, en la actualidad muy pocos conocen, que hacen que la oferta sea más atractiva para satisfacer las necesidades del público hacia el cual va dirigida.

Básicamente, el mercadeo digital es hacer que, una persona llegue desde un punto A hacia un punto B. Uno de los pilares principales también es tener un Sistema de Ventas en línea (llamado SVO por sus siglas en inglés), con el cual un emprendedor puede automatizar mientras realiza otro tipo de actividades; así de poderoso es el internet.

Los emprendedores de esta nueva era deben ser conscientes de los beneficios que el internet puede ofrecer: productos y servicios de manera digital, debido a que este cambio electrónico ha generado muchas oportunidades, adaptando lo físico a lo virtual de forma eficiente y rentable. El mercado digital está en constante crecimiento y, por lo tanto, cada vez habrá más competencia; por ello, los emprendedores deben estar preparados para enfrentarla y poner en práctica estrategias para posicionarse de forma favorable en el mercado. Para lograrlo, existen diversas tendencias; una de ellas son los creadores de contenido, llamados Influencers, piezas fundamentales en el mercado actual, ya que representan un nuevo formato de consumo y contenido en el mundo. La mercadotecnia de influencia es la estrategia que las marcas usan para alcanzar a un público específico, por medio de colaboraciones con un



influencer digital que producirá contenido, recomendando la marca en sus canales de comunicación.

Cabe resaltar que este proceso genera en la persona, autonomía sobre su tiempo y, más responsabilidad de su proyecto; por ello, día a día sus esfuerzos y sacrificios serán mayores, los cuales serán recompensados grandemente; pero, todo requiere de disciplina y paciencia; nadie se vuelve millonario de la noche a la mañana. En el camino del emprendimiento, la capacidad de adaptación y resiliencia es fundamental, debido a que el mundo digital es impredecible, motivo por el cual, la persona que decida emprender en este camino debe ser consciente que no siempre se gana, pero que se puede aprender de los errores; iniciar algo desde cero y que el mundo lo conozca no es para nada fácil, así que, el hecho de lograrlo generará un grado de satisfacción y autorrealización indescriptible beneficiará a sus familias y a su comunidad.

## Conclusiones

La idea de emprender, para muchos es algo aterrador, pero gracias al mercadeo digital, este hecho se ha vuelto un poco más fácil de lograr. En el siglo XXI, la mayoría de las personas cuentan con herramientas como un celular e internet.

El mercadeo digital ha ayudado a que, tanto las antiguas generaciones como las nuevas, logren sus metas. El hecho de sentirse productivos, generadores de ingresos, empleo e independientes, los llena de plena satisfacción y autorrealización.

Emprender en mercadeo digital ha llevado a que muchas personas empiecen a cumplir sus sueños; es un ámbito bastante amplio y de mucho alcance; saber utilizar las nuevas tecnologías de manera correcta trae muchos beneficios, que permiten llegar a muchos lugares, sin necesidad de estar presentes físicamente.

## Referencias

- Excelsior. (2021). ¿Sabes cuántas personas en el mundo usan internet? <https://www.excelsior.com.mx/hacker/sabes-cuantas-personas-en-el-mundo-usan-internet/1444773#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20%C3%BAltimos%20datos%2C%20los,de%207%2C850%20millones%20de%20personas.>
- Freepi.es (s.f.). marketing digital. <https://www.freepik.es/search?format=search&query=marketing%20digital&type=vector>
- Souza, L. (2020). Mercado Digital: qué es, áreas para empezar y tendencias. <https://blog.hotmart.com/es/mercado-digital/>

# ¿Por qué es tan importante el neuromercadeo en las ventas?

Cristhian Alfred Jurado Espinosa

Universidad Mariana

## Introducción

¿En algún momento te has puesto a pensar por qué deseas o te gusta algo y sientes atracción a ello, sin justificación alguna? Gracias al neuromarketing, las marcas más prestigiosas acuden a esta estrategia para, simplemente, promocionar o pautar sus productos y servicios, con los cuales conectan nuestras emociones y desatan sensaciones que juegan con nuestro inconsciente, llevándonos a decisiones inesperadas.

### ¿Por qué es tan importante el neuromercadeo en las ventas?

El neuromarketing es un estudio que se realiza a la anatomía cerebral y a las distintas técnicas de venta empleadas, a partir de los grandes avances de la neurociencia, bajo una rigurosa evaluación y medición del impacto que este tiene sobre el consumo habitual y las decisiones que tomamos día a día, proceso por el cual efectuamos de manera inconsciente según la publicidad y el mercadeo que han generado muchas compañías a lo largo de la historia.

### Figura 1

*Investigador haciendo pruebas en el cerebro*



Fuente: Crónica global (2019).



Las técnicas de neuromercadeo están fundamentadas en principios científicos que proporcionan información relevante y medible para justificar la toma de decisiones estimulada por elementos externos. Un estudio realizado por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona, España, ha determinado que el cerebro tarda cerca de 200 milisegundos en procesar la información que recibe del entorno en el que se encuentra; por lo tanto, el mercadeo utiliza esto para proporcionar información válida sobre aspectos emocionales del comportamiento humano e inducir de manera inconsciente, a decisiones que no son notorias a simple vista.

Aún existen métodos que no son totalmente irrefutables como, por ejemplo, las encuestas o los grupos de opinión, que recopilan cierta información sobre un producto o servicio determinado, con el que estadísticamente examinan para identificar necesidades, causas o problemas a los que pronto darán solución, pero que pueden ser alterados, ya sea porque la persona objetiva intente satisfacer o, buscar la respuesta correcta, que terminarán arrojando resultados negativos.

Las ventajas y los beneficios presentes en un estudio de neuromercadeo ofrecen puntos de vista altamente fiables y distintos, los cuales son de mucho valor para la toma de decisiones de las empresas y para la implementación de estrategias concentradas en un mercado dirigidas a un grupo potencial de clientes, anticipándose al consumidor y redirigiendo sus emociones a un determinado artículo.

En las ventas, es importante recalcar la implementación del área visual, siendo este el principal estímulo del ser humano, ya que recopila el 80 % de la información que ve, al tiempo que el cerebro procesa las imágenes a una velocidad impresionante, según un estudio realizado por científicos del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, por sus siglas en inglés), ha comprobado que el cerebro procesa imágenes completas en tan solo 13 milésimas de segundo (Malpartida, 2020).

De manera que, el neuromarketing analiza la composición de una imagen, tanto sus dimensiones como su color, forma, tamaño, etc. Un ejemplo de ello es la gama de colores que existen, que ofrecen una sensación distinta en cada caso: el amarillo se asocia con la luz del sol, transmitiendo felicidad, energía, vitalidad y, hasta optimismo. Es muy llamativo y es la razón por la cual se utiliza en los precios bajos, novedades u ofertas sobre un producto o servicio anunciado.

Otro caso es el del color verde, que significa naturaleza y se asocia con el campo y la composición natural; en mercadeo es utilizado para referirse a acciones buenas y ecológicas, encaminadas hacia clientes de carácter tranquilo y analítico, amantes de lo fresco y natural.

En la parte auditiva, el proceso de captura de información es más sensible, gracias a los estímulos conocidos desde temprana edad; por ejemplo,



la risa de un bebé es, sin duda, motivo de alegría y ternura; asociamos este sonido con todo tipo de productos relacionados con infantes como: pañales, biberones, cunas y demás. Cabe señalar que la música representa un papel fundamental para reconocer e identificar productos o marcas ya establecidas, como el caso del particular sonido de inicio de Nokia.

Por último, la parte kinestésica engloba todo lo que percibimos a través del gusto, el tacto y el olfato, siendo terminaciones nerviosas las que detallan con mayor certeza lo que se está apreciando; por ejemplo, el tacto es la realidad tangible que permite detectar la textura y condición de un objeto; las texturas lisas están conectadas con la simplicidad; las rugosas, con la vejez; las sedosas, con la suavidad; las ásperas, con agresividad y, las viscosas, con suciedad.

En cuanto al olfato, este puede determinar una sensación que provoca miles de emociones y su asociación se identifica con algo bueno o malo; el olfato humano alcanza a distinguir más de 10.000 olores diferentes; su relación con la mercadotecnia se ve expuesta en las campañas realizadas por la empresa Dunkin' Donuts, la cual implementó un aromatizante dentro de los buses donde viajan miles de personas al día en Seúl Corea, con un olor en particular hacia las semillas de café.

El gusto por su parte, hace alusión al sector alimenticio, pero implica una difícil acción de distribución publicitaria, dado que, acudir a un puesto sin haber degustado algo previamente, se realiza de manera voluntaria. Un ejemplo sería la gaseosa más codiciada por las personas en el mundo: Coca cola, una empresa que ha marcado huella por su fórmula secreta y que millones de marcas intentan replicar día a día.

Existen técnicas que el neuromarketing emplea para determinar ciertas acciones o decisiones que son invisibles ante metodologías de mercadeo; algunas de ellas son la electroencefalografía, que registra en el cerebro unos electrodos colocados en el cuero cabelludo; también, la tecnología de seguimiento ocular, que rastrea el movimiento de los ojos, como es el eyetracking; la aplicación de electrodos por medio de agujas en la zona muscular se lleva a cabo gracias a la electromiografía, así como respuestas galvánicas de la piel que se conocen tras provocar ciertos estímulos.

## Conclusiones

El neuromarketing es fundamental para la toma de decisiones inconscientes o conscientes sobre las ventas de un producto o servicio determinado, gracias a las nociones humanas; es decir, sobre cómo las personas actúan y piensan con respecto a las marcas y campañas publicitarias empresariales.

Es de vital importancia realizar el estudio correspondiente al consumidor final, con el fin de obtener resultados que permitan establecer diferentes estrategias y métodos con los cuales se pueda cumplir el objetivo deseado.



## Referencias

Crónica Global. (2019). Un estudio determina que el cerebro tarda 200 milisegundos en procesar la información. [https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/cerebro-200-milisegundos-procesar-informacion\\_223047\\_102.html](https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/cerebro-200-milisegundos-procesar-informacion_223047_102.html)

LuisAlberto. [@VisualMenteFG]. (2020, 20 de abril). ¿Qué es el #VisualThinking y de qué sirve en tus procesos? [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/VisualMenteFG/status/1252298607866400768>



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Alternativas de emprendimiento frente a la sustitución de cultivos ilícitos en la comunidad de Ricaurte (Nariño)

**María Fernanda Dorado Burbano**

**Oscar Javier Delgado Ordoñez**

Egresados del Programa Administración de Empresas

Universidad Cesmag

**Gloria Alicia Rivera Vallejo**

Docente del Programa Administración de Empresas

Universidad Cesmag

## Introducción

Esta investigación se basa en analizar las alternativas de emprendimiento que han surgido en torno a los programas de sustitución de cultivos ilícitos en Ricaurte (Nariño), en donde se busca tener en cuenta la percepción de los habitantes de la zona respecto a los programas que ha formulado el gobierno en cuanto a las economías solidarias y cómo ha sido el respaldo del mismo para formular alternativas de emprendimiento que les permitan hacer su reinserción a la vida lícita.

Cabe resaltar que, la problemática de cultivos ilícitos se remonta a 1961, donde se inicia la discusión sobre la lucha contra esta clase de cultivos en la Convención de las Naciones Unidas contra las Drogas, en la cual se plantea la erradicación de arbustos de coca y amapola y, se establece un periodo de 25 años para eliminar todos los cultivos de uso ilícito.

Actualmente, la problemática de producción de drogas se afronta mediante el Programa Nacional Integral de Sustitución de Cultivos de uso Ilícito (PNIS), creado a partir del Acuerdo de Paz entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC, suscrito en el año 2016, por medio del cual se celebra acuerdos voluntarios con los campesinos cultivadores y recolectores para la sustitución, la no resiembra ni participación de alguna actividad relacionada con el narcotráfico. Uno de los focos más importantes en el desarrollo del conflicto armado y los cultivos de uso ilícito en el país es el departamento de [Nariño]. (Aragón, 2019, pp. 10-11)

...Pues el abandono del gobierno y la pobreza en la que se encontraba la región, impulsó a que los grupos armados y hasta los mismos campesinos



convirtieran el pie costero, en uno de los mayores productores de coca, decisión que se vio influenciada en gran parte por la rentabilidad del negocio cocalero, pero también porque los suelos de Ricaurte, por su alta acidez, no son fructíferos para la siembra de cultivos lícitos.

La erradicación, tanto voluntaria como forzosa en el municipio de Ricaurte, ha causado varias discrepancias. Al utilizar la fumigación con sustancias químicas, se ha visto afectada la salud y la economía de todos los habitantes, no solo de los cultivadores y, si se hace hincapié en los programas del gobierno para la erradicación voluntaria, es evidente que la confianza en el mismo se ha perdido, por todas las promesas que ha incumplido y no ha brindado un respaldo para que la comunidad sienta la seguridad de reinsertarse a la vida civil.

## Desarrollo

Con esta investigación se quiere determinar las alternativas de emprendimiento que surgieron en torno a la sustitución de cultivos ilícitos, pese a todos los inconvenientes mencionados, mirándolo desde una perspectiva social y empresarial, teniendo en cuenta el punto de vista de los habitantes del municipio de Ricaurte (Nariño) y, específicamente, de los campesinos cultivadores. Con el fin de conocer su percepción respecto al tema, se formuló una entrevista y una encuesta que permitieron resolver tanto el objetivo general como el específico de la presente investigación, basándose en unos fundamentos teóricos que respalden la misma. En este sentido, Mejía (2013) afirma que:

Existen tres estrategias para disminuir los cultivos ilícitos: la aspersión aérea con herbicidas, la erradicación manual y los programas de desarrollo alternativo. Mientras que las dos primeras son estrategias forzosas, la tercera requiere que los cultivadores de hoja de coca tengan incentivos para abandonar los cultivos ilícitos. (p. 16)

Es así como se busca mirar las incidencias que ha tenido la erradicación de las plantas psicotrópicas en la comunidad que habita en Ricaurte, debido a las prácticas de eliminación y las sustancias tóxicas que usa el gobierno para exterminar los cultivos de manera forzosa, sin pensar en la repercusión de las comunidades que habitan cerca a los cultivos, utilizando químicos como el glifosato y al no seguir una alternativa más humana, evitando que esta comunidad se vea afectada con diferentes problemáticas en los ámbitos sociales, económicos y de salud.

De todas las alternativas de exterminación de cultivos ilícitos mencionadas, se sabe que la erradicación con glifosato solo ha traído más pobreza a Ricaurte. Aparte de causar problemas en la salud de los habitantes, así como en los ecosistemas, se les quitaría a los campesinos el único sustento económico del cual dependen, pues allí, como en muchas otras poblaciones



de Nariño, abandonaron los cultivos de café, caña de azúcar, árboles frutales y hortalizas, para dedicarse a la hoja de coca.

Castrillón (2018) resalta que, los que decidieron escoger el camino de los programas de desarrollo alternativo en la presidencia de Juan Manuel Santos, sienten que el 'ofrecimiento' solo se ha quedado en palabras; muchos de los que firmaron este acuerdo, hasta el momento no han recibido los incentivos monetarios prometidos, ni una respuesta para iniciar una nueva reincorporación, por lo cual no les queda más camino que volver a dicha actividad; por ello, se torna relevante estudiar la problemática que sufre en este momento la población de Ricaurte.

En este orden de ideas, se buscó estudiar cómo influyó el proyecto del Plan de Desarrollo Pazcífico y qué papel representó la Gobernación de Nariño en los años 2016 – 2019 dentro de la sustitución de dichos cultivos en Ricaurte; es decir, que el objeto de esta investigación es establecer las razones tanto sociales como económicas que se ha estructurado para que, después de tantos gobiernos, aun no sea posible erradicar el cultivo de plantas ilícitas en Ricaurte, reemplazándolas por los emprendimientos prometidos por parte del gobierno nacional.

El objetivo general giró en torno a determinar qué emprendimientos surgieron en la comunidad de Ricaurte respecto a la erradicación voluntaria de cultivos ilícitos y cómo el gobierno ha apoyado dichos emprendimientos. Como objetivos específicos, realizar un diagnóstico de las alternativas de emprendimiento que se ha elaborado con las familias que se acogieron al plan de cultivos ilícitos en el municipio de Ricaurte, analizar la incorporación de las alternativas de emprendimiento por parte del gobierno hacia las familias, como una nueva forma de generar ingresos con nuevos productos lícitos y, hacer un análisis comparativo del programa de sustitución de cultivos ilícitos del municipio, con relación a los otros municipios del departamento y, diseñar una nueva alternativa de emprendimiento referente a la sustitución de cultivos ilícitos en Ricaurte, que dinamice la economía local.

### **Marco teórico**

En esta investigación se toma teorías y documentos que relacionan los emprendimientos con un fin social – empresarial en el postconflicto; además, establecer programas de inclusión para la reincorporación social de los campesinos cultivadores de plantas psicotrópicas. Para ello se acude a Thoumi (2014) como referencia:

... los campesinos han sido víctimas del capitalismo dominado por terratenientes y empresas transnacionales acaparadoras de la tierra y han sido forzados a buscar su sustento cultivando coca y ampliando la frontera agrícola. Por eso, el programa de sustitución de cultivos ilícitos

se debe enfocar en proteger al campesinado cultivador, además de rescatar y reforzar la soberanía nacional frente a las políticas impuestas desde el extranjero, especialmente por Estados Unidos, promoviendo el emprendimiento como la clave para superar el post conflicto. (p. 15)

De Thoumi (2014) también se analiza qué alternativas de emprendimiento son una base fundamental para superar el conflicto y generar una nueva oportunidad, superando las circunstancias adversas que ha dejado el cultivo de ilícitos a la población campesina, siendo estos una víctima más de todo el negocio que conlleva el narcotráfico.

Con relación a las alternativas de emprendimiento, cabe mencionar que la gran mayoría de los campesinos, indígenas y, en general, todas aquellas personas que han dedicado la mayor parte de su vida a la ilegalidad, lo han hecho por la falta de oportunidades que miran en su entorno, pues el olvido del gobierno, la carencia económica y otros diferentes factores, han incidido para que los campesinos miren como única opción, la ilegalidad. En este sentido, cabe resaltar la teoría económica planteada por Smith (citado por Wolters Kluwer, s.f.), que destaca que,

los agentes económicos como individuos racionales toman sus decisiones en condiciones de escasez y enfrentados a diferentes alternativas y la forma en que estas decisiones afectan a otros agentes económicos. [...] La teoría económica estudia precisamente cómo optimizan los agentes su conducta a la hora de enfrentarse a las alternativas posibles que pueden alcanzar. (párr. 5)

De ello se puede concluir que, aunque las comunidades tengan el deseo de reintegrarse a una vida lícita, si no se les brinda el apoyo y el respaldo necesarios, este cambio no podrá ser posible, ya que esta transición no depende solo de tener buena voluntad, sino también de las garantías que brinden tanto el gobierno como los diferentes agentes que intervienen para la sustitución de cultivos ilícitos, para la posterior formación de alternativas de emprendimiento.

Por lo anterior, el Estado ha instaurado programas de erradicación voluntaria en donde el campesino cultivador de ilícitos puede escoger entre lo bueno y lo malo, aplicando la teoría de acción racional, en donde lo bueno se centraría en ofrecer alternativas de emprendimientos al campesino, buscando que este se reintegre a una vida lícita, obteniendo una serie de beneficios brindados por el Estado; por el contrario, sería el aspecto negativo, que el campesino siga cultivando los psicotrópicos.

## Metodología

Esta investigación se basó en un paradigma positivista, por lo cual se llevó a cabo el análisis de las incidencias sociales y ambientales que son causadas



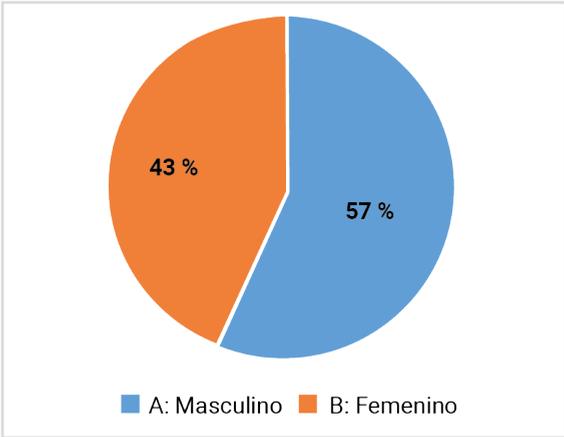
por los programas de desarrollo alternativo para la sustitución de cultivos ilícitos. Se utiliza un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), ya que se hizo un estudio por medio de entrevistas y encuestas a un grupo focal de campesinos cultivadores de ilícitos en Ricaurte, para entenderlos, a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural de la sustitución de cultivos ilícitos.

Se emplea el método empírico-analítico, con el cual se busca analizar la experiencia que han tenido los campesinos en torno a la sustitución de cultivos ilícitos. El tipo de investigación a efectuarse es descriptiva y analítica, teniendo en cuenta que su objetivo “consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes” (Morales, s.f., p. 2) en la población objeto de estudio: campesinos cultivadores de plantas ilícitas en el municipio de Ricaurte.

Para esta investigación se utilizó un muestreo por conveniencia, ya que se aplicó una encuesta a cada líder de los grupos de campesinos pertenecientes a la comunidad que cultiva plantas ilícitas en el municipio de Ricaurte.

## Resultados

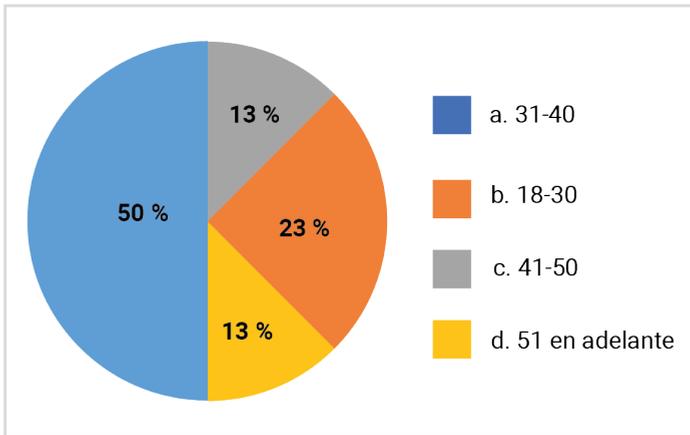
**Figura 1**  
Género



De los cultivadores de plantas ilícitas de Ricaurte, Nariño, se puede decir que, más de la mitad de los encuestados es de género masculino (57 %) y una parte considerable (43 %) representa al género femenino; esto se debe a que, en el municipio, una parte de su población todavía mantiene la cultura de que el hombre se dedica a los trabajos de siembra y la mujer se dedica a las labores del hogar y al cuidado de los hijos; también se evidencia que, en gran parte, las mujeres se han posicionado como la cabeza de hogar, que debe responder por el sustento de la familia, debido a diferentes factores personales, económicos y sociales.

**Figura 2**

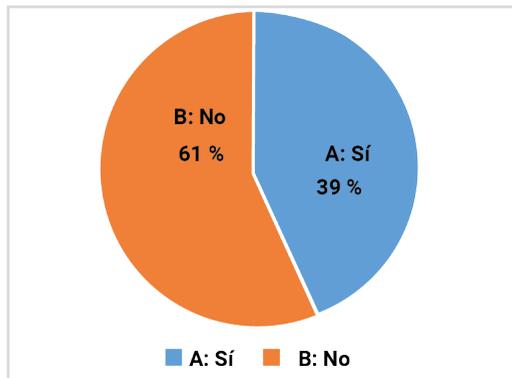
*Edad*



Con relación al rango de edad, las personas que cultivan productos ilícitos con más frecuencia están en un rango de edad de 31 a 40 años, que representa un 50 %; el rango de edad entre 18 a 30 simboliza un 23 %, mientras que las personas mayores a 41-50 y más de 51 años representan un 13 % y 13 % respectivamente, por lo que se puede decir que cualquier persona, sin importar su rango de edad, puede incorporarse al cultivo de ilícitos.

**Figura 3**

*Pertenecientes a etnias indígenas*

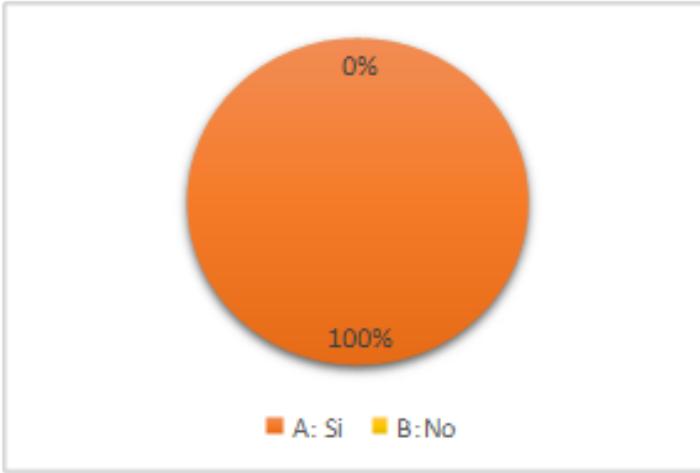


Con esta información se puede deducir que, la población mestiza es mayor, representada con un 61 %, frente a la población indígena, con un 39 %; a pesar de que el municipio de Ricaurte es conocido por tener un gran número indígenas Awá, entre otros resguardos de los encuestados, la población mestiza es la prevalecte.



**Figura 4**

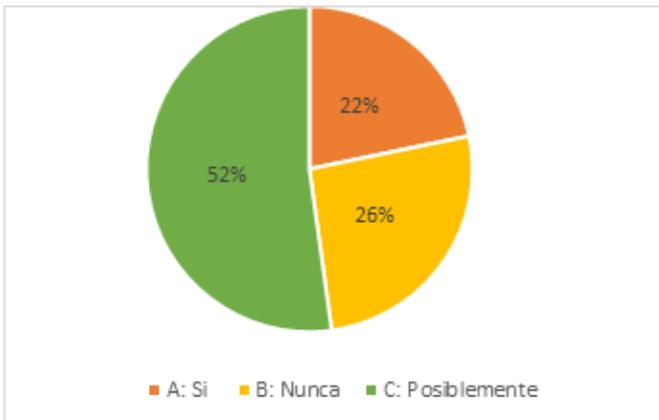
*Campesinos cultivadores de plantas como coca, amapola, marihuana*



El municipio de Ricaurte, con un 100 % en predominancia de cultivos ilícitos, es el número 1 en el departamento de Nariño y, por la información obtenida, se podría decir que su economía gira en torno a ellos, debido a factores que se han ocasionado a lo largo de la historia, como la violencia causada por los paramilitares, las fumigaciones, el olvido del gobierno, entre otros, que fueron vinculándolos a las complejas economías de lo ilícito; por ello, muchos de los pobladores han recurrido a la hoja de coca, como forma de sobrevivencia, en medio de la presión de las armas y la pobreza, pues, a pesar de que cada familia cultiva una pequeña porción, apenas para sobrevivir, de lo que les vende a los grupos armados, es la única manera que han encontrado para tener activa tanto la economía personal como la local.

**Figura 5**

*Aceptaría una alternativa para sustituir los cultivos ilícitos*





A pesar de que en Ricaurte hay muchas familias cultivadoras de productos ilícitos, el 52 % de ellas afirma que, posiblemente, estarían dispuestas a cambiar los cultivos de coca por algún emprendimiento con el cual puedan salir adelante y empezar una nueva vida, lícita, lejos de los temores que les causa el cultivo de dichas plantas; el 22 % manifestó que sí, por lo que se podría decir que se puede contar con aproximadamente el 74 % de la población para realizar un plan de sustitución con cultivos lícitos, población que está motivada por reintegrarse a una vida lícita, que les garantice seguridad y una economía estable; mientras que, el 26 % restante expresa que nunca aceptaría la sustitución, debido a diferentes factores que han ocasionado que pierdan la credibilidad de un futuro mejor, agregando a ello, la rentabilidad del negocio cocalero frente a la de los cultivos lícitos.

## Figura 6

*Incertidumbre sobre el futuro*



Fuente: Freepik.es

## Conclusiones

Tanto el campesinado como la comunidad indígena han perdido la confianza en los entes gubernamentales, pues los distintos acuerdos que se ha hecho, solo han quedado en palabras y, las innumerables propuestas de sustitución de cultivos ilícitos nunca han sido llevadas a cabo; pero, aun así, al proponer alternativas firmes de sustitución, la comunidad de Ricaurte está en plena disposición de participar. Si bien en un comienzo se evidenció esa desconfianza, con el transcurrir de la investigación, la comunidad se vio comprometida y dispuesta a participar en este estudio.

Por otra parte, los obstáculos que enfrenta la investigación en torno a la sustitución de ilícitos en Ricaurte, derivan de las instituciones encargadas de la planeación y ejecución y, otras, surgen de los problemas regionales y nacionales de carácter político, económico y social, en donde se evidencia



el desplazamiento rápido de los cultivos ilícitos de una región a otra, la falta de moral y cultura, además de la fumigación de cultivos lícitos, que afectan tanto a la comunidad, en lo relacionado con la economía, como al poner en riesgo la salud, a lo cual hay que añadir el alto nivel de contaminación que causa la fumigación con herbicidas como el glifosato.

Se destaca el bajo nivel de calidad de vida que tiene la región, en donde los campesinos, por sacar adelante a sus familias, optan por cultivar plantas psicotrópicas, pues la calidad de suelos que hay en este municipio es muy baja, debido a su acidez y por ello, la capacidad de cultivar otro tipo de productos de carácter lícitos es muy limitada, razón por la cual se evaluó posibles alternativas de sustitución de ilícitos, viables para esta comunidad, por lo que se optó por explotar los productos de la región y con esto, lograr una maximización de producciones de plátano para, posteriormente, dar un proceso, con el fin de transformar productos y ofrecerlos en el mercado local, buscando la posibilidad de que estos puedan ser llevados a regiones aledañas.

## Referencias

- Aragón, Á.J. (2019). *Implementación del Programa Nacional Integral de Sustitución de Cultivos de uso ilícito en el municipio de la Montañita, Caquetá: un análisis desde el institucionalismo denso* [Tesis de Maestría, Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/17516/1/2019angelaaragon.pdf>
- Castrillón, G. (2018, 30 de octubre). Nariñenses se sienten engañados con plan de sustitución de cultivos de coca. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/colombia2020/territorio/narinenses-se-sienten-enganados-con-plan-de-sustitucion-de-cultivos-de-coca-articulo-857316>
- Freepik.es (s.f.). Horizonte campo. <https://www.freepik.es/fotos/horizonte-campo>
- Mejía, D. (2013, 6 de diciembre). Las consecuencias de la aspersion de cultivos ilícitos. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/consecuencias-de-aspersion-de-cultivos-ilicitos-articulo-462738>
- Morales, F. (s.f.). Tipos de investigación. <https://antropologiaparatodos.wordpress.com/2014/10/02/tips-de-investigacion>
- Thoumi, F. (2014). Las FARC y el campesinado cultivador de plantas ilícitas: dilemas, ideología y decisiones. <https://razonpublica.com/las-farc-y-el-campesinado-cultivador-de-plantas-ilicitas-dilemas-ideologia-y-decisiones/>
- Wolters Kluwer. (s.f.). Teoría Económica. <https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=>

# SECCIÓN

# 7

traves. emprend.

Enero - Junio 2022

e-ISSN: 2539-0376



# TRAVESÍA

EMPREDEDORA

6 No. 1  
Volumen



Universidad  
**Mariana**



Editorial  
**UNIMAR**

# Efectos financieros COVID-19, sector hotelero en el Valle de Sibundoy, Putumayo

Zenith Yamileth Luna Zenon  
Adriana Marcela Jajoy Mavisoy  
John Ernesto Bennett Muñoz  
Universidad Mariana



Volumen 6 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Resumen

El sector hotelero turístico en la actualidad, proporciona medios de subsistencia para muchas familias y, a su vez, agrupa actividades económicas como la gastronomía, el transporte, el comercio de bienes y servicios, entre otros, además de permitir a los viajeros, apreciar diversas culturas, idiosincrasias, usos y costumbres de cada una de las regiones de nuestra hermosa Colombia. Este sector representa un gran porcentaje dentro de la economía nacional y, para nadie es desconocido que, los efectos causados por el COVID-19 fueron, en gran proporción, los principales factores que desencadenaron impactos económicos, sociales y culturales negativos, dado que muchos sitios emblemáticos y de patrimonio nacional tuvieron que ser cerrados temporalmente, alterando el cronograma de actividades propias de cada región y el auge del turismo en las mismas. Con estos acontecimientos, muchas de las empresas tuvieron que elaborar estrategias para adaptarse a los cambios que esto trajo consigo y, con ello, la necesidad de indagar dentro de este campo, los efectos financieros ocasionados por dicha situación. Si bien el gobierno colombiano ha adoptado medidas para afrontar las consecuencias de esta pandemia, estas no han sido suficientes y no han coadyuvado a minimizar el impacto generado por estos eventos adversos y, peor aún, para zonas como las del departamento del Putumayo y, en especial, el Valle de Sibundoy.

*Palabras clave:* Emergencia sanitaria; turismo hotelero; análisis financiero; COVID-19; impacto; vulnerabilidad.

## Introducción

Con el paso de los años, la humanidad se ha enfrentado a grandes desafíos, descubrimientos, avances tecnológicos, revoluciones, hechos que han conllevado que la sociedad viva en una constante transformación. Así como los seres humanos se adaptan a dichos cambios, también existe una transformación o evolución y adaptación de todo aquello que los rodea,



aspectos que han generado impactos más profundos en su desarrollo. De ahí han surgido grandes enfermedades, catalogadas como pandemias, que han incidido en el desarrollo de los países generando, con ello, crisis de orden económico, social, demográfico, político y cultural, además de causar un gran número de muertes y de sobrepasar las fronteras entre los países.

Hoy, el mundo enfrenta un desafío de grandes proporciones, producto de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, que se ha caracterizado por su rápida propagación. La economía mundial permanece en constante cambio, con impactos significativos en todas sus áreas; está ligada al comportamiento de los distintos sectores que contribuyen al desarrollo de un país. Entre las muchas empresas que entraron en crisis financiera por esta situación, están las pertenecientes al sector turístico-hotelero, situación que se extendió a cada una de las regiones de Colombia y, el Alto Putumayo, no fue la excepción. No obstante, la innovación de personas emprendedoras ha permitido que este sector se destaque y sea de gran relevancia para la economía, debido a la alta demanda que existe en todo el universo, por parte de turistas que propenden a la búsqueda constante de espacios que les faciliten contacto con la naturaleza, la arquitectura, la cosmovisión y el aprendizaje.

El objetivo es describir y dar a conocer la problemática que se enfrentó a nivel mundial con respecto a la serie de impactos generados por la emergencia sanitaria, ya que los efectos llegaron a cada uno de los hogares del mundo entero. El Valle de Sibundoy, Putumayo, siendo un lugar con gran afluencia turística, se vio seriamente afectado, dado que las nuevas adecuaciones y protocolos de bioseguridad, junto a la no afluencia de visitantes, generó grandes cambios, siendo los más significativos, el desempleo, el mínimo o nulo comercio de artesanías y recuerdos (souvenirs), el cese de actividades relacionadas con el transporte nacional y regional, la deserción deportiva y de actividades culturales propias de la región, ocasionando afectaciones personales e individuales y, de comportamiento, como la depresión y la ansiedad, entre otras.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020) realiza periódicamente encuestas, para saber la situación de las diferentes empresas de la región, pero es pertinente analizar específicamente el sector hotelero, por ser uno de los más afectados durante el confinamiento (El Economista, 2020).

Existe gran controversia en el mundo actual; por un lado, está el proteger la vida de todos los seres humanos y, por el otro, la reactivación de la economía, que es la base del sustento alimentario de la población; de ahí la importancia y el interrogante de cómo actuar.

El término 'reinventarse', tomó fuerza por estos tiempos y facilitó implementar estrategias y emplear planes de contingencia que permitieran mitigar los efectos ocasionados en el ámbito financiero, para poder mantener sus negocios y fuente de ingresos.



## Metodología

Partiendo del conocimiento del objeto del estudio, se puede evidenciar que este trabajo es de carácter descriptivo, a través de la revisión documental de diferentes referencias primarias y secundarias plasmadas en artículos científicos, investigaciones terminadas a nivel internacional y nacional, concernientes a la pandemia, aterrizando en el turismo y su incidencia mundial.

El método utilizado se elaboró con un proceso ordenado y lógico que empezó con un tema de actualidad y un sector específico; posteriormente, se analizó el problema y se hizo la identificación de los objetivos, siguiendo con una revisión exhaustiva de bibliografía al respecto.

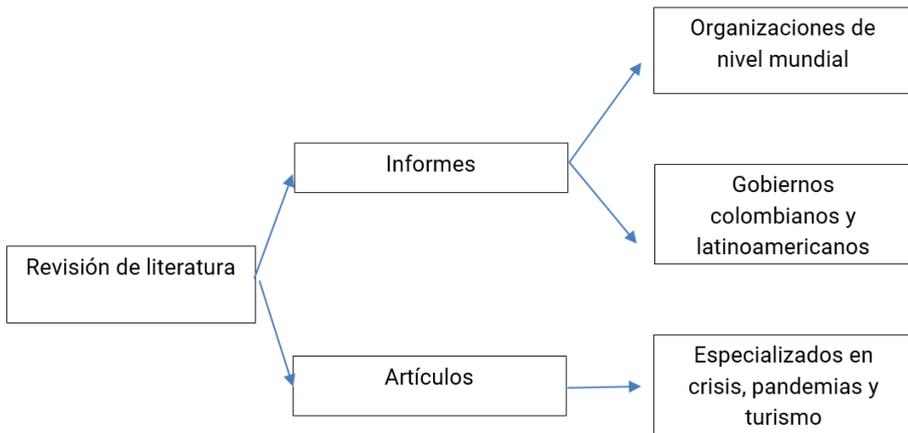
Es relevante centrar las actividades para alcanzar el objetivo, razón por la cual, en primer lugar, se llevó a cabo una revisión sintetizada y sistematizada de la literatura o bibliografía existente, tanto física como a través de la web, con el fin de hacer una aproximación a los inicios, teniendo en cuenta tres temáticas fundamentales: a) la relación existente entre las pandemias y el turismo, b) la resiliencia o capacidad de enfrentar estas problemáticas determinantes en una crisis por parte del sector turismo y, c) los modelos o patrones de gestión de crisis que estén vinculados al turismo. Para esta actividad se tomó como referencia, el estudio de Rivera y Félix (2019), asociado con la gobernanza y la planificación después de la ocurrencia de desastres socio-naturales; los autores hicieron un análisis completo de numerosos artículos, disciplinas y enfoques sobre pandemias, además de algunas revisiones de la literatura relacionada con el COVID-19.

Para la búsqueda de información se requirió emplear las principales bases de datos de las diferentes revistas, páginas digitales nacionales e internacionales, encontrando un conglomerado de artículos con revisión de pares anónimos, además de realizar consultas en páginas web de organismos nacionales e internacionales, que brindan información relevante, dan sugerencias y comparten estrategias para enfrentar crisis socio-naturales.

Se implementó el uso de la metodología de pasos múltiples, para calificar y filtrar la información acorde con el objetivo, propuesta en los estudios de reparación de imagen durante la crisis en el turismo (Félix et al., 2022; Avraham, 2013; 2015; 2016), dado que, propone una revisión detallada de informes noticiosos para recolectar información directamente de la fuente, teniendo en cuenta todos los aspectos importantes; para el caso, se ejecutó solo la parte inicial de la propuesta; al final, se analizó minuciosamente la información sobre estrategias y sugerencias enfocadas al sector turístico hotelero, para enfrentar la presencia del COVID-19.

## Figura 1

### Revisión de literatura



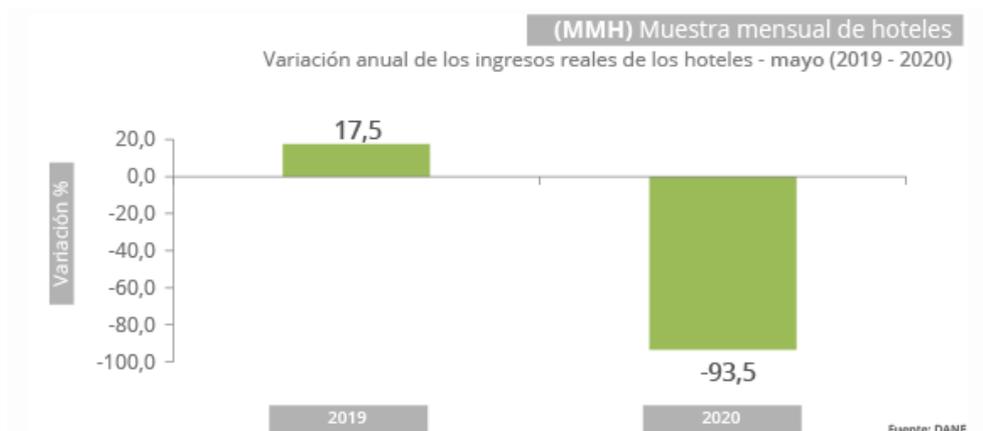
## Desarrollo

En el año 2020, con la presencia de la crisis generada por la pandemia global del COVID-19, se vio reflejado un impacto significativo en el sector hotelero, debido a que la situación obligó a permanecer en casa, para cumplir con los protocolos de bioseguridad y no exponerse al virus. Económica y financieramente, aquellas personas que obtenían sus ingresos directa o indirectamente de este sector, se vieron afectadas tanto a nivel mundial como a nivel nacional.

En los países, con los diferentes medios aplicados para mitigar la propagación del virus, se tomó como medida de emergencia, el aislamiento preventivo, al igual que el cierre de establecimientos que promulgasen la aglomeración y dispersión de personas, entre ellos, bares, discotecas, restaurantes, hoteles, entre otros. En Colombia se puede identificar una de las cifras que enmarcan la variación de ingresos obtenidos con corte a mayo de cada año, gracias a las encuestas realizadas por el DANE, entidad que estudia y revisa los ingresos generados por las empresas hoteleras, como se evidencia en la Figura 2, donde se observa que, en mayo de 2020, los ingresos disminuyeron en un 93,5 % con relación a mayo de 2019.

**Figura 2**

*Variación anual de ingresos hoteleros reales*

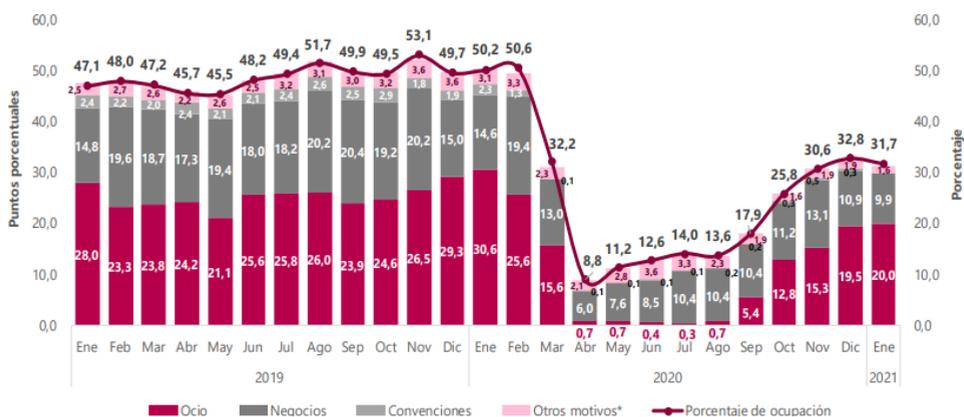


Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- (s.f.).

Al analizar mes a mes los indicadores respecto a los motivos por los cuales la población viajó durante 2019, 2020 y 2021, encontramos que, en el año 2020, debido a la pandemia, este dato disminuyó drásticamente a partir de abril de 2020, mostrando que la mayoría de la población que se desplazó de un lugar a otro fue, específicamente, por negocios, siendo una necesidad inherente a la realización y el desempeño laboral, época en la cual hubo más impacto generado por el Coronavirus. En los meses siguientes incrementaron los ingresos, dado que la población iba incrementando poco a poco los desplazamientos, como se refleja en la Figura 3.

**Figura 3**

*Porcentaje de ocupación según motivo de viaje, enero 2019-2021*



Fuente: DANE (2021).



Ahondando en la crisis generada en los hoteles tanto por el desempleo como por el déficit en los ingresos, muchos optaron por emprender estrategias para mantener sus negocios en funcionamiento, como el mejoramiento de la infraestructura y la implementación de medios para el cumplimiento de requisitos de bioseguridad, adecuación y planes de limpieza más específicos, como también, promocionar y facilitar elementos a los huéspedes, como alcohol, gel antibacterial, entre otros.

En la Circular externa 012 de marzo de 2020 (Ministerio de Salud y Protección Social y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020), relacionada con información para capacitar a hoteles sobre el manejo de la infección, están las directrices y recomendaciones que deben desarrollar los hoteles, hostales y hospedajes, al igual que, el informar y capacitar a terceros que presten servicios a los huéspedes y visitantes, explicando cómo identificar signos y síntomas de COVID-19. Esta circular también hace énfasis en las medidas de prevención que se debe tomar, como: lavarse las manos, utilizar elementos protectores como guantes y tapabocas, disponer adecuadamente los residuos y tomar medidas de distanciamiento, entre otras y, la importancia de monitorear el estado de salud de sus trabajadores e informarse sobre lo que se debe hacer en caso de que se presente un caso de contagio; esto conllevó que, cada empresa hotelera tuviera las afiliaciones y pagos de aportes a salud al día para, en caso de presentarse una emergencia, el empleado pudiera acceder al sistema de salud pertinente y necesaria.

Es evidente el gran impacto ocasionado en todos los sectores de la economía a razón de la pandemia; pero, para el análisis en cuanto a indicadores financieros, se resalta la posibilidad de obtención de información a través de medios tecnológicos como los sistemas a través de los medios digitales, que permiten contemplar diversos parámetros para el estudio de las finanzas de diferentes empresas, ya sea desde el punto de vista como empresarios o como posibles socios o accionistas, dado que esta información facilita tomar mejores decisiones de negocio y generar ganancias sostenibles en el tiempo, determinando la capacidad de liquidez, nivel de endeudamiento, rentabilidad y eficiencia financiera, con el fin de mejorar la toma de decisiones, revisión y análisis de variables de las condiciones económicas a las cuales se enfrenta cada empresa, para evitar que cada una de ellas llegue a la insolvencia y, al contrario, poder mantener los empleos que ofrece a la comunidad, al igual que, prestar un muy buen servicio.

Con la llegada de la pandemia se vislumbró que, un análisis al sistema financiero de cada empresa es importante dado que, permite reflejar el estado de la empresa a nivel cuantitativo, determinar su nivel de solvencia, evaluar su rendimiento, establecer su capacidad de liquidez, conocer el retorno de inversión que generan sus acciones financieras, conocer la capacidad de pago de las obligaciones adquiridas, analizar y comparar la organización con las de los competidores, para detectar tendencias u oportunidades de negocio que podrían favorecer de alguna manera.

En el Valle de Sibundoy se vivencia un fuerte golpe respecto a la disminución en ingresos y rentabilidad que generaban los diferentes lugares turísticos



que son ofertados por el sector hotelero; muchos, al verse enfrentados a tal cambio, no midieron o implementaron estrategias necesarias para solvencia económica o ideas innovadoras y emprendedoras y, optaron por liquidar empresas, ocasionando incrementos en el índice de desempleo y disminución del turismo, significativamente.

Ideas emprendedoras y de gran talante permitieron innovar, haciendo adecuaciones y mejorando las instalaciones para que los turistas pudieran volver, asegurando una calidad de vida y seguridad en cuanto a su salud, mejorando el sistema de protección, haciendo y cumpliendo las medidas de bioseguridad y el aislamiento preventivo que, cabe resaltar, se debe seguir manteniendo, para que cada familia y persona no se contagie o propague el virus como tal.

Es relevante que el sector hotelero se acoja a las diferentes ayudas y beneficios otorgados por el gobierno nacional, como el Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF) (Resolución 2430 de 2021), que propuso un programa de renta básica de emergencia; asimismo, el gobierno ofreció garantizar el endeudamiento de las pequeñas y medianas empresas para pagos de nómina y, financiar capital de trabajo, entre muchas otras.

## Conclusiones

En general y, teniendo en cuenta la información y hallazgos analizados, se puede decir que los gobiernos autónomos, en sus medidas de mitigación de impactos económicos y, de la mano de los protocolos de bioseguridad implementados a nivel mundial por la Organización Mundial de la Salud, no fueron homogéneos; es decir, unos actuaron precipitadamente y otros estuvieron basados en la prueba y el error, basados en la incertidumbre; de ahí los resultados y el impacto en la economía de cada país.

Se identificó que, las políticas organizacionales y de salud de los diferentes países, en su mayoría, son deficientes; si bien la educación en prevención fue una de las estrategias de los gobiernos, esta no tuvo el impacto deseado, dadas las brechas socioeconómicas de la población, que pone en una balanza la salud o la sobrevivencia económica.

Los modelos de gestión de crisis en el turismo deben ser institucionalizados por las autoridades presentes en el territorio, para generar el menor impacto. Ante cualquier catástrofe socioeconómica o cultural, ya sea de origen ambiental (terremotos, maremotos, erupciones volcánicas, etc.) o sanitaria (epidemias o pandemias, etc.), las organizaciones del territorio deben estar preparadas para enfrentarlas.



## Referencias

- Avraham, E. (2013). Crisis communication, image restoration, and battling stereotypes of terror and wars: Media strategies for attracting tourism to Middle Eastern countries. *American Behavioral Scientist*, 57(9), 1350-1367. [org/10.1177/0002764213487733](https://doi.org/10.1177/0002764213487733)
- Avraham, E. (2015). Destination image repair during crisis: Attracting tourism during the Arab Spring uprisings. *Tourism Management*, (47), 224-232. <https://doi.org/10.1016/j.tour-man.2014.10.003>
- Avraham, E. (2016). Destination marketing and image repair during tourism crises: The case of Egypt. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (28), 41-48. <https://doi.org/10.1016/j.>
- Circular externa 012 de marzo de 2020. (2020, 12 de marzo). Ministerio de Salud y Protección Social y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021, 15 de marzo). Encuesta mensual de alojamiento (EMA). *Boletín Técnico*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ema/boletin-EMA-enero-2021.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). Muestra mensual de hoteles (MMH). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-mensual-de-hoteles-mmh>
- El Economista. (2020). Cifras de hotelería y turismo se vienen a pique en Colombia, por cuenta de la pandemia. <https://www.eleconomistaamerica.co/turismo-eAm-co/noticias/10943691/12/20/Cifras-de-hoteleria-y-turismo-se-vienen-a-pique-en-Colombia-por-cuenta-de-la-pandemia.html>
- Félix, Á.G., Zepeda, A. y Villafuerte, J.S. (2022). Turismo en tiempo de pandemias. COVID-19 en Latinoamérica. *Turismo y Sociedad*, (29), 129-155. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.06>.
- Resolución 2430 de 2021. (2021, 11 de octubre). Ministerio de Hacienda y Crédito Público. [https://www.paef.ugpp.gov.co/ver20/anexos/Resolucion\\_2430\\_octubre\\_11\\_2021.pdf](https://www.paef.ugpp.gov.co/ver20/anexos/Resolucion_2430_octubre_11_2021.pdf)
- Rivera, M. y Félix, Á.G. (2019). Planificación estratégica y gobernanza en la recuperación de destinos turísticos afectados por desastres socio-naturales. Un estado de la cuestión. *Investigaciones geográficas*, (72). <https://doi.org/10.14198/INGEO2019.72.11>



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen 6 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Formalización y responsabilidades fiscales en la extracción del oro en Mallama 2021

**Deisy Yadira García Palacios**  
**Luisa Fernanda Rojas Martínez**  
**Nubia Julieth Botina**  
Universidad Mariana

## Resumen

Colombia es un país rico en naturaleza; su diversidad destaca en muchos ámbitos, entre ellos la explotación de minas de carbón, esmeraldas, petróleo, oro, entre otros. Teniendo en cuenta estos aspectos, se ha logrado analizar la limitada explotación legal de estas minas, a más del hecho de que, en su gran mayoría, son empresas extranjeras las encargadas de realizar la explotación. Sin embargo, son muchos los pequeños mineros que las explotan de manera artesanal, quienes, a pesar de beneficiarse de este trabajo, han omitido la legalidad; esto sucede en varias zonas de Colombia, como es el caso del municipio de Mallama, ubicado en el departamento de Nariño.

Se observa la situación en la que se encuentra esta zona del departamento de Nariño, frente a la formalidad en la explotación del oro, para lo cual es necesario emplear un tipo de investigación descriptiva que permita identificar, recopilar y analizar la información, tanto de cómo actualmente está el proceso en la extracción y explotación de minas, como del proceso de formalización de las personas naturales para la extracción de oro y sus responsabilidades fiscales en el municipio de Mallama. Para esto se llevó a cabo actividades como: el reconocimiento de las personas naturales que se dedican a la actividad minera, el conocimiento de los tipos de sociedades más favorables para su labor y, determinar cuáles son las responsabilidades fiscales en este proceso.

En el desarrollo del artículo se recopiló datos proporcionados por la consulta de varias fuentes, en donde se relacionó la información del objeto de estudio. Además, se revisó la normatividad que ampara la minería en Colombia; por ello, es primordial orientarnos en la Ley 685 de 2001, llamada 'Código de minas', al igual que en todas las regulaciones y decretos que la modifican y la amparan. Es necesario tener en cuenta el Acuerdo No. 008 del 9 de junio de 2020, por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo del municipio



de Mallama, pues es indispensable conocer y considerar cómo el municipio está regulando la minería en su territorio; igualmente, se analizó las normas que rigen el proceso de formalización.

Con lo anterior se pretende ofrecer a la comunidad del municipio de Mallama, información clara y concisa que les permita conocer los requerimientos, ventajas, riesgos de la formalidad e informalidad que actualmente viven, mostrando a cada habitante cómo pueden generar empleo, tener mayores oportunidades de inversión, contribuir a la comunidad y aprovechar mejor sus ingresos.

*Palabras clave:* extracción de oro; formalización; personas naturales; responsabilidad fiscal.

## Introducción

Colombia, situada en la región noroccidental de América del Sur, se constituye en un estado unitario, social y democrático de derecho. Es una república organizada políticamente en 32 departamentos descentralizados; es un país privilegiado por sus riquezas naturales, su variedad, belleza geográfica y, por la diversidad de sus ecosistemas; y más aún, es rica en yacimientos de minerales como el carbón, esmeraldas, petróleo, oro, plata, cobre, entre otros.

Si bien es cierto que las actividades mineras han creado beneficios sustanciales con altos costos económicos para las poblaciones humanas cercanas a las operaciones, el empleo directo en las minas de Latinoamérica ha sido pequeño, siendo la etapa de construcción, la de mayor demanda ocupacional. No obstante, al considerar las externalidades sociales y culturales de los grandes proyectos de explotación de los recursos naturales, estas, usualmente están centradas en los aspectos negativos, como el aumento de crímenes y prostitución, conflictos culturales con los indígenas o las comunidades locales en general y, la alteración de las jerarquías sociales existentes. Sin embargo, los estudios también ilustran que puede haber efectos secundarios positivos, especialmente en las áreas de salud, capacitación, educación y creación de capital social.

Son varios los aspectos que limitan de manera negativa el sector minero, pero, asimismo, existen varios beneficios que la explotación de minas ofrece a la población. El departamento de Nariño cuenta con 264 municipios; entre ellos, Mallama, situado a 121 kilómetros de San Juan de Pasto, su capital. Su cabecera municipal recibe el nombre de Piedrancha; entre sus principales actividades económicas se encuentra la ganadería. Mallama cuenta con una actividad pecuaria orientada fundamentalmente al ganado bovino, tanto de carne como de leche. La elaboración de productos lácteos en la parte alta del municipio ha tenido gran auge en los últimos años. El principal producto



agrícola es la caña de azúcar, para la producción de panela. También se practica la minería de oro en pequeña escala, de manera artesanal, cuidando el medio ambiente y generando ingresos y empleabilidad a sus habitantes.

El oro es uno de los elementos más escasos de la Tierra; por eso se presenta en concentraciones muy bajas con relación a la cantidad del material que es necesario remover. Se encuentra en forma de vetas, en grietas de la corteza terrestre y en los sedimentos de los ríos; la comunidad mallamense ha buscado la legalización de la minería de manera independiente, pero no ha encontrado la información suficiente para adquirir el conocimiento necesario y lograr este proceso; además, el gobierno no apoya esta clase de actividad desarrollada en menor escala, beneficiando a empresas multinacionales que trabajan a gran escala la extracción de los minerales.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se observó la importancia de la legalización de la extracción del oro, razón por la cual el presente artículo permite dar a conocer el proceso de formalización de la actividad minera en la explotación del oro en zonas como este municipio, ofreciendo a sus habitantes la información necesaria que les permita determinar la mejor opción para la legalización de esta actividad, como también las responsabilidades al formalizarse, de tipo tributario, las cuales son de obligatorio cumplimiento. Este proceso fue de gran utilidad para la comunidad, contribuyendo a la formalidad de estas actividades que sirven para generar una mejor calidad de vida de sus habitantes, creando fuentes de empleo. Igualmente, este artículo servirá como referencia a otras regiones que desarrollen actividades similares.

## **Metodología**

La metodología empleada es de tipo descriptivo; se logró recolectar y analizar la información que dio a conocer el proceso de extracción y explotación del oro, y se describió el proceso para llegar a la formalidad minera.

Para este artículo se realizó el estudio de publicaciones realizadas anteriormente referentes a la minería, suministrada por fuentes nacionales como el Ministerio de Minas y Energías, normatividad y leyes que regulan actualmente la minería.

## **Desarrollo**

El sector minero en Colombia se compone principalmente de la explotación de materiales como el carbón, el níquel, el hierro, el cobre, esmeraldas, materiales para la construcción y metales preciosos como la plata, el platino y el oro. El aporte de este sector a los ingresos que percibe el país es bajo, respecto a otros sectores y actividades que contribuyen en mayor medida al crecimiento de la economía.



Para el primer trimestre del año 2019, la explotación minera tuvo un crecimiento en el producto interno bruto (PIB) del 1,72 %; para el cuarto trimestre del año 2020, la explotación de minas y canteras decreció en 19,3 %, lo que constituye un -1,1 % de la variación anual del PIB (El Economista, 2021).

Estas cifras permiten observar que los ingresos percibidos en el país por la explotación de minas tienen un gran déficit, siendo este sector, uno de los más ignorados por el Estado, a pesar de ser de vital importancia en la economía.

En Colombia, son varios los departamentos que explotan minas, como los departamentos de Cauca, Huila, Tolima, Quindío, Risaralda, Caldas, Cundinamarca, Antioquia, Boyacá, Santander, Norte de Santander y Nariño. En muchos municipios del departamento de Nariño, desde tiempos ancestrales se ha realizado esta actividad de manera artesanal, pese a que muchos de los territorios no cuentan con las herramientas necesarias en cuanto a tecnología e inversión para efectuar un proceso de extracción adecuado, sin dejar de lado el total abandono por parte del Estado, las precarias vías y los problemas sociales que afectan a cada zona, impidiendo que exista una actividad minera sostenida, intensiva y renovada. Pese a esta problemática, cada municipio ha logrado crear unas fuentes de ingreso que, de una u otra forma, ayudan con el sustento de algunas familias y, asimismo, trata de activar, en un porcentaje pequeño, la economía de la zona donde se realiza la explotación.

La falta de apoyo estatal hace que sea una lucha imparables entre mineros artesanales y gobierno dado que, para poder legalizar una mina, éste coloca muchas trabas que impiden que el proceso sea ejecutado, dificultando el desarrollo económico de los municipios donde se encuentra este metal precioso, favoreciendo a empresas multinacionales que ocasionan diversos daños, ya que extraen el yacimiento en grandes cantidades, dañando la vegetación, deforestando, contaminando el agua y el aire. Por el contrario, los mineros tradicionales trabajan cuidando el medio ambiente, capacitándose y siguiendo las recomendaciones de la entidad Corporación Autónoma Regional de Nariño (CORPONARIÑO), que administra el medio ambiente y los recursos naturales renovables en el departamento; además, brinda oportunidades de trabajo que mejoran la calidad de vida.

En el municipio de Mallama, la extracción del oro es una de las principales actividades que desarrollan sus habitantes; es realizada por la población indígena, que inició con este proceso desde hace muchos años, logrando que, aunque a pequeña escala, sea una de las fuentes de empleo de la región. En la actualidad, aproximadamente el 64 % de su población trabaja en la extracción de oro, en su gran mayoría de manera ilegal; la actividad se realiza en las quebradas del municipio, manualmente, mediante el lavado de arenas, utilizando una batea, que es un recipiente grande de madera, de



forma circular u oblonga y sin asas, que permite la separación de metales preciosos contenidos en la arena, empleando así una tecnología artesanal, siendo los métodos más utilizados la amalgamación y la cianuración.

Según Cante (2020),

la minería formal genera cerca de 350.000 empleos a lo largo de toda la cadena de exploración, producción y comercialización, que se caracterizan por su estabilidad y buena remuneración salarial. Adicionalmente, los encadenamientos productivos alrededor de la minería representan otra cantidad importante de puestos de trabajo y creación de empresas locales. Según cifras del Banco Mundial, más de 100 millones de personas en el mundo derivan su sustento de la minería artesanal y a pequeña escala, mientras en Colombia, sin existir un censo completo y actualizado de la pequeña minería, algunos antecedentes de trámites ante la autoridad minera dan cuenta de más de 70.000 personas dedicadas a esta actividad, muchos de manera estacional al rumbo de los precios y en frentes de trabajo informal, de los cuales, una gran mayoría, se encuentra en condición de ilegalidad, por no contar con el amparo de un título minero. (párr. 1)

No todos los mineros conocen el proceso de legalización, su importancia o los trámites que deben realizar para un debido registro; la falta de información de la normatividad vigente para el desarrollo de estas actividades les ha llevado a seguir en la ilegalidad, en donde están expuestos a cierre de las minas o la destrucción de la maquinaria por parte de los entes controladores, además de no cumplir con un plan de manejo ambiental, causando daños irreversibles al medio ambiente, que les pueden generar sanciones y problemas legales en su contra. Considerando todo lo que desencadena la explotación de la minería informal a nivel social, económico y ambiental, al igual que los beneficios generados al existir la formalidad, se requiere llegar a un consenso con la comunidad del municipio, donde ellos puedan analizar los beneficios que trae la formalidad, permitiéndose explotar este mineral a gran escala, con todos los requisitos legales, las técnicas y tecnologías adecuadas que permitan preservar el medio ambiente, mejorar la calidad de vida y contribuir al desarrollo económico de la comunidad.

La Ley 685 de 2001, Código minero, tiene por objeto, fomentar la explotación minera y tratar toda la reglamentación en cuanto a esta actividad. En el año 2014 se creó el Viceministerio de Minas, que direcciona en dos tipos las labores mineras: en primer lugar, la minería empresarial y en segundo, la formalización minera, encaminada a promover el desarrollo formal de los mineros a pequeña escala, orientando su trabajo al desarrollo social y ambiental.

El Decreto 933 de 2011 establece una serie de requisitos y pasos para la formalización de la minería, los cuales se detalla a continuación:



Artículo 2.2.5.4.1.1.1.1 Requisitos. A los solicitantes cuyo trámite esté en curso y aquellos que radicaron su solicitud vía web entre 9 de mayo 2013 fecha de expedición del Decreto compilado y el 10 de mayo de 2013, se les tendrá en cuenta para analizar la viabilidad de su solicitud, los siguientes documentos:

Documentos comerciales o técnicos.

1. El Plano, que deberá ser presentado de manera digital o análoga y cumplir mínimo con las siguientes especificaciones:
  - Georreferenciación con coordenadas planas de Gauss del área o polígono de interés, coordenadas geográficas o Magna Sirgas o el sistema adoptado por la Autoridad Minera.
  - Referenciación geográfica de frentes de explotación o Boca Minas activas e inactivas presentes en el área de interés.
  - Concordancia en escala gráfica, numérica y grilla o, concordancia en escala numérica y grilla.
  - El plano deberá ser presentado a escala entre los rangos 1:500 a 1:10.000.
  - El plano deberá tener orientación, para lo cual deberá indicarse el Norte geográfico.
  - Datos básicos del solicitante, es decir: nombres y apellidos, ubicación del área solicitada (departamento, municipio y, en lo posible, corregimiento o vereda), mineral explotado y fecha de elaboración del plano.
  - No debe presentar tachaduras ni enmendaduras.
2. Fotocopia de la cédula de ciudadanía, si se trata de persona natural; tratándose de grupos, deben demostrar por medios idóneos la existencia de los mismos y fotocopia de la cédula de ciudadanía de cada uno de los integrantes; tratándose de asociaciones, deben demostrar por medios idóneos la existencia de las mismas y allegar fotocopia de la cédula de ciudadanía solo del representante de la asociación. Para la firma del contrato de concesión la Asociación deberá tener capacidad jurídica para adelantar actividades de exploración y explotación de minerales.
3. En los casos en los que los grupos y asociaciones no cumplan con la antigüedad de conformidad con la definición de minería tradicional, se tendrá en cuenta la antigüedad de la explotación minera realizada por las personas naturales que hacen parte de dicho grupo o asociación.
4. Únicamente podrán ser solicitados por los interesados en la solicitud que trata esta sección, los minerales que han venido explotando de manera tradicional.



5. Documentos que acrediten la tradicionalidad de los trabajos mineros, conforme a lo dispuesto en el artículo siguiente.

Parágrafo. Solamente podrán ser requeridos para la presentación del plano, los requisitos señalados en el numeral 2 del presente artículo; es decir, no se tendrá en cuenta para la evaluación del mismo, lo estipulado en el Decreto 3290 de 2003 (Decreto 933 de 2013, art. 6)

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.2 Acreditación de trabajos mineros. Los trabajos de minería tradicional son acreditados con documentación comercial o técnica, entendiéndose por tales:

- a) Documentación comercial. Se podrá presentar documentos tales como: Facturas o comprobantes de venta del mineral, comprobantes de pago de regalías o cualquier otro documento de índole comercial que demuestre el ejercicio de la actividad minera sin interrupción.
- b) Documentación técnica. Se podrá presentar documentos tales como: Planos mineros que muestren los años durante los cuales se ha realizado la actividad minera, formatos de liquidación de producción de regalías con radicación ante la entidad competente, informes técnicos debidamente soportados, actas de visita de autoridades locales o mineras, análisis de laboratorios o planillas o, certificación de afiliación de personal a riesgos laborales que detallen la actividad minera o cualquier otro documento de naturaleza técnica donde se demuestre que los avances y desarrollos mineros corresponden al ejercicio de la actividad minera, sin interrupción.

Parágrafo. Los documentos técnicos o comerciales radicados deben corresponder a la mina o minas en el área de interés a legalizar y al interesado en la solicitud (Decreto 933 de 2013, art. 7).

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.3 Presentación de documentos. Los documentos a que se refieren los artículos 2.2.4.5.1.1, 1.1 y 2.2.4.5.1.1, 1.2. de la presente sección, deben ser aportados dentro de los quince días hábiles siguientes, contados a partir de la fecha de radicación de la solicitud vía web, ante la autoridad minera competente. Trascurrido este lapso sin aportar ningún documento, ésta procederá al rechazo de la solicitud e informará a las autoridades ambientales y municipales competentes del área de su jurisdicción (Decreto 933 de 2013, art. 8).

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.4 Requerimiento para subsanar requisitos. Una vez evaluada la solicitud de que trata esta sección, por parte de la autoridad minera competente y se determine que la solicitud no cumple con lo establecido en el mismo o, los documentos aportados son insuficientes, presentan inconsistencia o requieren de mayor claridad o información adicional, se requerirá mediante acto administrativo al interesado, para que en el término de un mes contado a partir de la notificación del mencionado

acto que así lo determine, subsane las deficiencias, so pena de rechazo de la solicitud.

La autoridad minera competente solo podrá hacer los requerimientos necesarios por una vez y, el interesado solo tendrá oportunidad de subsanar cualquier anomalía por una sola vez.

Parágrafo. Una vez proferido el acto administrativo de requerimiento, la autoridad minera competente enviará comunicación al interesado, informándole que se ha proferido dicho acto, el cual se notificará por estado, de acuerdo a lo establecido en el artículo 269 de la Ley 685 de 2001, a los diez días siguientes a la fecha de envío de la misma (Decreto 933 de 2013, art. 9).

Artículo 2.2.5.4.1.1.5 Superposiciones. La autoridad minera competente, al momento de hacer el estudio de área, efectuará recortes de oficio cuando se presente superposición parcial con propuestas de contratos de concesión, contratos en áreas de aporte o autorizaciones temporales, en un porcentaje menor o igual al cinco por ciento (5 %), siempre y cuando en dicha área no se encuentren los frentes de explotación de la respectiva solicitud de formalización de minería tradicional.

Cuando la solicitud indique superposición con concesiones que tenga el PTO debidamente aprobado, para minerales diferentes a los pedidos en la solicitud de que trata esta sección y que admitan la explotación que realiza el minero tradicional, la autoridad minera competente estudiará la viabilidad de una concesión concurrente, de conformidad con lo previsto en el artículo 63 de la Ley 685 de 2001 y su Decreto Reglamentario 2653 de 2003 (Decreto 933 de 2013, art. 10).

Artículo 2.2.5.4.1.1.6 Visita. Demostrados los documentos, de conformidad con los lineamientos previstos en los artículos 2.2.4.5.1.1, 1.1 y 2.2.4.5.1.1, 1.2 de la presente sección o, habiéndose subsanado las inconsistencias documentales y, determinada la existencia de área susceptible de formalizar o, siendo viable el proceso de mediación con el titular minero del área, la autoridad minera competente, mediante acto administrativo, ordenará la visita al sitio donde se desarrolla la explotación, misma que tendrá por objeto, verificar que los anexos técnicos presentados corresponden a los trabajos mineros realizados por el solicitante, la ubicación y antigüedad de las explotaciones mineras, el estado de avance y el mineral objeto de explotación, las condiciones de seguridad, la no presencia de menores en la explotación y las demás circunstancias que se estime pertinentes, a fin de determinar la viabilidad de continuar con el proceso. En desarrollo de la visita se levantará un acta, de acuerdo con los lineamientos dados por la autoridad minera; y, podrá surtir la etapa de mediación que trata el artículo 2.2.4.5.1.1, 3.2 de la presente sección.



Parágrafo. En aquellas explotaciones que, por las características hidráulicas y sedimentológicas del área solicitada haya cambios físicos y ambientales y, no sea posible corroborar en la visita que los avances y desarrollos mineros corresponden al ejercicio de la actividad minera sin interrupción en los términos señalados en la presente sección, será la autoridad minera competente quien determine, mediante evidencias o conocimientos técnico-científicos, la viabilidad de dicha solicitud (Decreto 933 de 2013, art. 11).

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.7 Comunicaciones previas a la diligencia de visita. La autoridad minera competente comunicará a la autoridad ambiental competente, por lo menos con quince días hábiles de anticipación, la fecha y hora de la visita programada, con el fin de evaluar la pertinencia de asistir a la misma, sin perjuicio de la visita que ésta debe adelantar, como consecuencia de la evaluación del Plan de Manejo Ambiental. En el evento en que la autoridad ambiental asista a la visita, la misma tendrá a su vez por objeto, la verificación de la localización de las actividades mineras frente a áreas tales como: ecosistemas sensibles, nacaderos de agua, áreas cercanas a bocatomas o zonas que, por sus bienes y servicios eco sistémicos, son de vital importancia para el sustento de la región y demás áreas de especial importancia ecológica. Verificada la presencia de dichas áreas, la autoridad ambiental competente impondrá las medidas dirigidas a proteger dichos ecosistemas e informará sobre la viabilidad ambiental de las actividades mineras con relación a la localización de las mismas, a la autoridad minera competente, dentro del mes siguiente a la realización de la visita. El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, determinará en un tiempo máximo de tres meses, contados a partir del 9 de mayo de 2013, los lineamientos que deben tener en cuenta las autoridades ambientales para el desarrollo de la visita. En todo caso, si la autoridad ambiental no asiste a la visita programada, la autoridad minera competente continuará con el trámite respectivo. Los costos de las visitas que sean realizadas por parte de la autoridad ambiental y minera serán asumidos por cada entidad (Decreto 933 de 2013, art. 12).

Parágrafo. La autoridad minera competente informará por lo menos con quince días hábiles de anticipación a los interesados en las solicitudes de formalización de minería tradicional, por escrito o por correo electrónico, siempre y cuando el interesado acepte ser notificado de esa manera, la fecha y hora de la visita. Cuando la solicitud de minería tradicional esté superpuesta con una propuesta de contrato de concesión, contrato en áreas de aporte o autorizaciones temporales, la autoridad minera competente deberá informar la fecha y hora de la visita a los titulares o proponentes mineros, por lo menos con quince días hábiles de anticipación (Decreto 933 de 2013, art. 12).

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.8 Informe técnico de la visita. La autoridad minera competente, dentro del mes siguiente de la visita, presentará el respectivo informe, el cual comprenderá todos los temas y elementos técnicos que



permitan corroborar la existencia de la minería tradicional objeto de la solicitud y determinar si, la explotación es viable o no técnicamente, desde el punto de vista minero, así como precisar el área objeto de formalización. A este informe se debe anexar el acta de visita. En los casos en que se surta la etapa de mediación de que trata el artículo 2.2.4.5.1.1, 3.2 de la presente sección, se debe anexar al informe el (las) acta (s) respectiva (s) (Decreto 933 de 2013, art. 13).

Artículo 2.2.5.4.1.1.1.9 Requerimiento de visita. En el evento en que la autoridad minera competente, durante el desarrollo de la visita detecte que la explotación minera no cumple las condiciones técnicas mínimas establecidas en la ley para efectos de operación de la actividad minera, de seguridad e higiene minera, seguridad industrial, debe consignar en el acta de visita, las falencias detectadas y, en la misma, requerirá al interesado, para que sean subsanadas en un término que no podrá ser superior a tres meses, contados a partir de la fecha de suscripción del acta de visita, por las partes. Una vez vencido el término anterior, la autoridad minera competente realizará las visitas de verificación necesarias para constatar el cumplimiento de los requerimientos realizados, que serán condición indispensable para la continuación del proceso de formalización; y, rechazará la solicitud de formalización de minería tradicional, en el evento en que no sean atendidos los requerimientos en el término previsto.

Parágrafo. Desde la presentación de la solicitud de formalización y, hasta que la autoridad minera competente resuelva de fondo el trámite y se suscriba el respectivo contrato de concesión minera, no habrá lugar a proceder a la aplicación de las medidas previstas en los artículos 161 y 306 de la Ley 685 de 2001 ni, a proseguir las acciones penales señaladas en los artículos 159 y 160 de la misma ley, sin perjuicio de la aplicación de las medidas preventivas y sancionatorias de carácter ambiental, así como las relacionadas con la seguridad minera. La explotación y comercialización de minerales se realizará conforme a las leyes vigentes que regulen la materia.

Si bien una persona natural puede cumplir con los requisitos mencionados, con este artículo se pretende dar a conocer que existe la posibilidad de asociarse y que esto puede ser de gran ventaja en el municipio, como medio para dar cumplimiento a todos los requisitos de formalización; para esto se ha realizado la respectiva investigación de los diferentes tipos de sociedades en Colombia, tales como: Sociedad Anónima, Sociedad Limitada, Sociedades Colectivas, Unipersonal, Sociedad por Acciones Simplificada SAS, las cuales son constituidas, según la necesidad de quienes deseen conformarlas.

Para este caso en particular, se recomienda la constitución de una SAS, la cual se crea a través de la Ley 1258 de 2008, con el objetivo de forjar un tipo de empresa que les sirva a los pequeños empresarios, para que formen su compañía.



De hecho, si es una sociedad nueva, que apenas está comenzando, esta es la opción más favorable, por los beneficios tributarios que trae con su creación. Para su constitución, es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Puede ser constituida por contrato privado; este debe ser autenticado antes de su suscripción en el registro mercantil.
- Los socios solo responden hasta el monto de sus aportes.
- El pago del capital por cada socio puede ser pactado en el contrato de sociedad, con plazos distintos a los establecidos en el Código de Comercio, pero no puede exceder los dos años.
- Puede emitir cualquiera de las siguientes acciones: las privilegiadas, con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual y las de pago.
- Las acciones emitidas no pueden ser negociadas en la bolsa, pero sí de forma libre en otros medios.
- No está obligada a tener junta directiva ni revisoría fiscal.

Por otra parte, esta sociedad cuenta con vasta libertad contractual para establecer sus estatutos sociales; esto es, que puede incluir en los estatutos, cláusulas que se ajusten a las necesidades de sus accionistas. Además, se permite los aportes en especie, siempre y cuando los accionistas estén de acuerdo sobre su valoración.

Bajo este entendimiento, se podría decir que la constitución de una SAS puede ofrecer beneficios a los mineros del municipio de Mallama, al formalizar la actividad de extracción del oro, sin dejar de lado las responsabilidades fiscales a las que se ven obligados, las cuales están contempladas en estatuto tributario nacional y municipal, siendo de obligatorio cumplimiento para un funcionamiento legal.

El sector de la minería en Colombia aporta en gran medida a los ingresos fiscales del país, estableciendo que, el aporte que la minería realiza, se puede clasificar en dos tipos: en primer lugar, los ingresos por la actividad, entre los que se encuentra:

1. **Compensaciones y Regalías:** la Constitución Política de Colombia (1991) señala: “El Estado es propietario del subsuelo y de los recursos naturales no renovables, sin perjuicio de los derechos adquiridos y perfeccionados con arreglo a las leyes preexistentes” (art. 332). Por otro lado, la constitución y el acto legislativo 5 de 2011 expresan:

La explotación de un recurso natural no renovable causará, a favor del Estado, una contraprestación económica a título de regalía, sin perjuicio de cualquier otro derecho o compensación que se pacte. La ley determinará las condiciones para la explotación de los recursos

naturales no renovables. Mediante otra ley, a iniciativa del Gobierno, la ley determinará la distribución, objetivos, fines, administración, ejecución, control, el uso eficiente y la destinación de los ingresos provenientes de la explotación de los recursos naturales no renovables precisando las condiciones de participación de sus beneficiarios. Este conjunto de ingresos, asignaciones, órganos, procedimientos y regulaciones constituye el Sistema General de Regalías. (art. 360)

Por ende, toda persona que extraiga recursos no renovables del suelo, como es el caso de los mineros del oro, deberán compensar al Estado, por el uso del suelo, a través del pago de regalías, de acuerdo con las bases y procedimientos que éste establezca; asimismo, el Estado redistribuye estas regalías, las cuales deberán contribuir al mejoramiento del municipio.

2. Canon superficiario: es el pago que cobra la entidad contratante respecto a la totalidad del área de la concesión, sobre el estudio, montaje y construcción de las minas, sin considerar quién es el dueño o propietario de esos terrenos.

Esto es también, un tipo de compensación por el uso y estudio del suelo en un tiempo determinado, que deberán cancelar los mineros o empresas extractoras del oro, para su posible producción y venta. Igualmente, existen ingresos de tipo tributario, como el IVA, el ICA, 4 x 1.000, renta, impuesto al oro, a los explosivos, estampillas, parafiscales y demás tasas y contribuciones de orden nacional, departamental y municipal.

No es fácil la carga impositiva que deberán afrontar los mineros que busquen la formalización. Sin embargo, es preciso recalcar que, una buena planeación tributaria, como la de acogerse a beneficios tributarios, al ser uno de los municipios ubicado en zonas de conflicto armado, podría ser de gran ayuda y alivio para los pequeños mineros. Otra gran ventaja es que, al momento de legalizar, el municipio de Mallama cuenta con un resguardo indígena y, por ende, este puede obtener la licencia especial de exploración y explotación, de manera que favorece a la comunidad indígena, protegiendo y preservando sus características culturales y económicas; dicha licencia la otorga el Ministerio de Minas y Energía. Adicionalmente, el artículo 122 de la Ley 685 de 2001 menciona que, se otorgará permisos y que, dicha comunidad cumplirá con las disposiciones que menciona la autoridad competente:

Zonas mineras indígenas. La autoridad minera señalará y delimitará, con base en estudios técnicos y sociales, dentro de los territorios indígenas, zonas mineras indígenas en las cuales la exploración y explotación del suelo y subsuelo mineros deberán ajustarse a las disposiciones especiales del presente capítulo sobre protección y participación de las comunidades y grupos indígenas asentados en dichos territorios. (Art. 122)



El ofrecer a las personas que se dedican a la actividad minera en el municipio de Mallama la información requerida y necesaria para la formalización de sus negocios, permitirá la generación de empleo, el mejoramiento de la economía local y, por ende, una mejor calidad de vida. Igualmente, habrá una mayor inversión por empresas tanto nacionales como internacionales. Cabe resaltar que, para el crecimiento de esta actividad, el gobierno desempeña un papel vital, pues de este también depende brindar a la comunidad, capacitaciones constantes para la legalidad, además de beneficios pertinentes que impulsen y fomenten la formalización minera de cada región.

## **Conclusiones**

La minería a pequeña escala que se presenta con la obtención de mineral no renovable como es el oro en el municipio de Mallama se beneficia gracias a la constitución y formalización de la sociedad anónima simplificada, puesto que se logra vender de forma segura a clientes nacionales y extranjeros a mejor precio, evitando sanciones por autoridades.

La responsabilidad de la comunidad que se asocia va a estar siempre presente, puesto que se tiene que entender y aplicar todos los eslabones de la cadena de producción y comercialización legal para así, garantizar que los flujos de recursos sean favorables para todos.

La minería, como motor de desarrollo en la exploración y explotación de recursos, ve necesario fomentar en los asociados mineros, las buenas prácticas, aplicando normas de seguridad industrial y laboral, en donde se aprovecha de manera racional y técnica los recursos minerales, implementando, además, altos estándares ambientales y contando con planes de gestión social en favor de la comunidad.

La informalidad ocasiona grandes daños ambientales, al no existir un proceso de extracción idóneo y, económicos, al no obtener beneficios económicos directos en el desarrollo de la actividad y sociales, pues la contaminación afecta a toda la comunidad.

Con la constitución de una sociedad, podrán adquirir licencias, permisos y cumplir con los requisitos formales para la explotación legal del oro dentro del municipio, lo que genera un mayor beneficio a sus habitantes.

Los mallamenses podrán mejorar la calidad de vida al adoptar el proceso de formalización y legalización de los recursos preciosos, beneficiando a toda la población mediante generación de empleo formal, un medio ambiente sostenible y la obtención de regalías que contribuyan a las necesidades de la comunidad.



## Referencias

- Alcaldía Municipio de Mallama. (2020). Plan de Desarrollo. “Unidos por Mallama 2020-2023”. <http://www.mallama-narino.gov.co/planes/unidos-por-mallama-2020-2023>
- Cante, C.A. (2020, septiembre 28). El camino hacia la formalización de la pequeña minería en Colombia. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/mineria/articulo/el-camino-hacia-la-formalizacion-de-la-pequena-mineria-en-colombia/202000/>
- Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Art. 360. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Constitucion/1687988>
- Decreto 933 de 2011. (2011, 28 de marzo). Presidencia de la República de Colombia. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1906823>
- El Economista. (2021). En 2020 el Producto Interno Bruto de Colombia decreció 6,8 %, según el DANE. <https://www.eleconomistaamerica.co/economia-eAm-colombia/noticias/11051958/02/21/En-2020-el-Producto-Interno-Bruto-de-Colombia-decrecio-68-segun-el-Dane.html>
- Ley 685 de 2001. (2001, 15 de agosto). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9202>
- Ley 1258 de 2008. (2008, diciembre 5). Congreso de la República de Colombia. [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_1258\\_de\\_2008\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_1258_de_2008_congreso_de_la_republica.aspx#/)

# Planeación Tributaria en una empresa importadora

Vivian Karine Naranjo López

Contadora Pública  
Universidad Cesmag



Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Resumen

En este artículo de revisión se pretende publicar la importancia de llevar cabo la planeación tributaria en una organización dedicada a las importaciones, partiendo de diagnosticar la situación de la misma en el área de impuestos, con el fin de determinar cuáles son los impuestos a aplicar, según la actividad que realiza, además de conocer la legislación aduanera. Una vez identificadas las necesidades de la empresa, se pretende obtener como resultado, la correcta aplicación de los beneficios que ofrece la administración tributaria, además del cumplimiento de la normatividad en cuanto a las obligaciones a las que las empresas están sometidas.

*Palabras clave:* Planificación; tributo; beneficio; importación; sanción.

## Introducción

La planeación es un elemento fundamental en todos los ámbitos, en cualquier organización y, especialmente, en la parte tributaria, donde se puede encontrar diferentes maneras de disminuir el pago de los impuestos sin hacer uso de malas prácticas que puedan acarrear inconvenientes futuros.

Por lo tanto, una planificación tributaria tomada desde la realidad de la empresa, se constituye en una herramienta estratégica con la que se puede evaluar las condiciones económicas del ente, que servirán como punto de partida para buscar alternativas que optimicen las obligaciones tributarias, teniendo presente el ordenamiento jurídico y el oportuno cumplimiento de las obligaciones tributarias.

La finalidad de este artículo es conocer la importancia de la planificación tributaria con base en las necesidades de la empresa dedicada a las importaciones, con el objetivo de disminuir las cargas impositivas de las responsabilidades tributarias, además de contribuir a la toma de decisiones.



## Metodología

El presente artículo de revisión es de tipo descriptivo, por cuanto se toma antecedentes para ser aplicados en este estudio, a partir de entrevistas con empresas dedicadas a las importaciones.

## Desarrollo

Los tributos surgen de un mandato constitucional definido en el numeral 9 de la Constitución Nacional (1991), como deber de todo ciudadano de “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad” (Art. 95).

En Colombia, todo empresario debe considerar que, en el momento en que decide ejercer una actividad empresarial, adquiere responsabilidades y obligaciones tributarias reguladas por la ley. En un entorno donde la carga tributaria es cada vez mayor, es necesario llevar a cabo una planeación tributaria que permita a los contribuyentes del impuesto de renta y complementarios, valerse de la norma para optimizar sus tributos, aprovechando al máximo todos los beneficios que otorga la ley.

Todos los ciudadanos son potenciales contribuyentes y, al ejercer una actividad comercial, la obligación se da por sentada, de la mano con las responsabilidades que le sean asignadas.

El Estado ha encargado a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), garantizar la seguridad fiscal del mismo y, la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias y, a los entes territoriales, el control y la administración de los impuestos del nivel municipal o, si es el caso, departamental.

La falta de una planeación tributaria conlleva cometer errores en las declaraciones presentadas o en el incumplimiento de las mismas, las cuales terminan en sanciones o líos legales con los sujetos activos de los impuestos, creando un sobre costo, ya que se debe destinar más recursos a un rubro que se puede evitar y controlar.

Las siguientes, son las características para una buena planeación:

- Se busca la información disponible y expectativas del entorno.
- Involucra a los subordinados y asigna responsabilidades.
- Incluye la identificación personal y organizacional.
- Se relaciona con la certidumbre e incertidumbre.
- Es intelectual por naturaleza.
- Es continua y permea toda la empresa.

- Consigue que sucedan las cosas.
- Establece bases para el control.

En consecuencia, la ausencia de una planeación tributaria en el proceso de importación, conduce a la mala toma de decisiones, al insuficiente aprovechamiento de los recursos de la empresa, a una administración poco productiva y, a quedar susceptible de sanciones, requerimientos y sobre costos.

Por otro lado, una adecuada organización de las empresas en su planeación tributaria, permite asegurar el cumplimiento de las normas establecidas y, a su vez, ser beneficiarios directos del cumplimiento, ya que no habrá problemas de ninguna índole con la administración de impuestos. La planeación tributaria permite que las empresas establezcan una programación para el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias realizando flujos de caja y estimaciones y, creando bases para la correcta toma de decisiones que permitan proteger los recursos de la misma.

Cualquier empresario que ejerce una actividad económica busca generar la máxima rentabilidad que le sea posible, derivada de la reducción en los costos y gastos, entre los cuales toman relevancia los recursos que se debe destinar para el pago de los impuestos. Por consiguiente, es oportuno realizar un análisis de la empresa, de suerte que permita conocer las estrategias y posibilidades que existen para contribuir al crecimiento de la rentabilidad con resultados positivos para la misma, además de la adecuada toma de decisiones.

## **Conclusiones**

La planeación de una empresa implica una gestión integral que abarque la parte administrativa y financiera, con el fin de conocer la situación global de la misma.

Es necesario conocer la normatividad legal aplicable a cada empresa, con el fin de identificar los beneficios o mitigar las sanciones de la administración tributaria.

Es importante implementar la planeación tributaria desde los inicios de la empresa, ya que desde ahí se puede proyectar los tributos.

Debe haber un acompañamiento constante a la empresa, con el fin de supervisar la correcta ejecución de la planeación.

## **Referencias**

Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Art. 95. <https://www.corteconstitucional.gov.co/lacorte/239%20a%20245.php>



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen **6** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

# Análisis del régimen simple de tributación y régimen ordinario en MEDIMAGENES S.A.S.

Nohora Jimena Bernal Toledo

Jimmy Anderson Reina Estrada

Christian Abraham Moncayo Riascos

Universidad Mariana

## Resumen

En el sector Salud, la gran mayoría de las empresas tributa bajo el régimen ordinario, debido al desconocimiento o falta de capacitación del régimen simple de tributación por parte de los asesores financieros, lo cual podría perjudicarlas financieramente; esto conlleva el análisis tributario de los dos regímenes en la planeación tributaria de la empresa MEDIMAGENES S.A.S. El presente artículo es de tipo analítico descriptivo y explicativo.

Con la entrada en vigencia de la Ley de Financiamiento 1943 de 2018, en su artículo 66, el gobierno crea el Régimen Simple de Tributación, cuyo objetivo es reducir las cargas formales y sustanciales de los contribuyentes, ofreciendo opciones de mejoras, tanto en tarifas como en pagos, la unificación de varios impuestos y, la simplificación en el sistema de liquidación. Es responsabilidad del profesional contable, ofrecer un servicio integral en la asesoría financiera y contable y, no solo cumplir con la norma tributaria.

*Palabras clave:* Régimen Simple de Tributación; análisis tributario; impuestos; normatividad; contribuyente.

## Introducción

La carga impositiva en nuestro país está entre las tres más altas de Latinoamérica, asociada al sistema de tributación, lo cual es muy confuso, por su diversidad de mecanismos a la hora de efectuar la tributación, sumándole a esto la constante indecisión en las reformas tributarias, afectando la productividad, especialmente, en sectores de crecimiento y desarrollo económico.

El régimen simple de tributación se basa en reducir las cargas formales y sustanciales, impulsar la formalidad e integrar tributos como el Impuesto sobre la Renta, el Impuesto Nacional al Consumo y el Impuesto de



Industria y Comercio y sus Complementarios; asimismo, ofrece una serie de beneficios que hacen que, a primera vista, resulte atractivo su traslado, pues reduce las tasas impositivas, simplifica el manejo de costos y gastos, facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias y, además, facilita la presentación de dichos impuestos y busca mejorar la fluidez económica del contribuyente, con el fin de que pueda emprender nuevos proyectos o llevar los que ya tiene, de manera eficiente.

El presente artículo busca determinar la conveniencia de adoptar el Régimen Simple de Tributación, a través de una investigación para el ente económico Medimágenes S.A.S., la cual para el año 2019, tributa como persona jurídica por el Régimen Ordinario en el impuesto de renta y complementarios, realizando así un ejercicio de comparación entre los dos regímenes, donde se evidencie las ventajas y desventajas del régimen simple de tributación y el régimen ordinario.

### **Metodología**

Se utilizó como estudio, la empresa Medimágenes S.A.S. El tipo de investigación fue analítico, descriptivo y explicativo, dado que se busca conocer el impacto financiero y económico que tendría la empresa, al implementar el régimen simple, en lo relacionado con los tributos obligatorios, para determinar su viabilidad frente a otros sistemas.

El método utilizado fue de tipo comparativo, ya que corresponde al análisis con la información del contribuyente, entre el sistema de régimen ordinario y el régimen simple de tributación y, establecer los posibles beneficios o desventajas de acogerse al segundo.

El estudio se realizó con fuentes secundarias, debido a que se tomó en cuenta documentos como: libros, revistas, publicaciones de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), trabajos de grado y toda la información relacionada con el régimen simple de tributación.

Para el desarrollo de los objetivos se efectuó actividades como: reunión de organización, revisión bibliográfica, solicitud de información y permisos correspondientes para su ejecución y entrega del artículo final.

### **Desarrollo**

Para el presente artículo, es procedente dar a conocer la información tributaria y fiscal de la empresa Medimágenes SAS, cuyo objeto social se resume en los siguientes servicios:

- A. Prestar los servicios médicos especializados de radiología e imagenología, con profesionales y personal idóneo, con tecnología de punta, con oportunidad y calidad humana, en una sede moderna, acorde a las necesidades y la comodidad del paciente



- B. La sociedad, en cumplimiento de su objeto social, podrá realizar todos los actos o contratos que considere necesarios, con personas ya sea naturales o jurídicas que tengan relación directa o afín con el objeto de la misma
- C. Prestar servicios de medicina general o especializada en las diferentes áreas médicas.

En la parte impositiva, la empresa por su actividad económica, pertenece al grupo de excluidos del impuesto sobre el valor agregado (IVA); por lo tanto, no es de obligatorio cumplimiento, presentar el impuesto mencionado, siempre y cuando el ingreso solo proceda del servicio excluido. Además, la empresa cumple con la obligación de presentar información exógena, declarar y pagar las retenciones que efectúe, pertenecientes al Impuesto de Industria y Comercio y Retención en la Fuente y, también, el pago correspondiente a las obligaciones laborales (seguridad social). Por estas razones, se quiso verificar si la empresa Medimágenes S.A.S cumplía con los requisitos necesarios para acogerse al régimen simple de tributación.

Para el desarrollo, se tuvo en cuenta lo dispuesto en el Decreto 1468 del 13 de agosto de 2019, el cual se crea con el fin de reglamentar los artículos 903 al 916 del Estatuto Tributario (E.T.). El impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación – SIMPLE, sustituye el impuesto sobre la renta y, por ende, los contribuyentes que opten por este modelo de tributación, no tendrán que declarar ni pagar este tributo.

Es importante aclarar que este acto está en decaimiento legal, pues fue creado a raíz de la Ley 1943 de 2018, la cual fue declarada inexecutable por la Corte Constitucional en la Sentencia C-481 de octubre 16 de 2019.

Teniendo en cuenta los artículos mencionados, la empresa Medimágenes S.A.S. cumple con los requisitos establecidos por la norma, para pertenecer al Régimen Simple de Tributación; se ve la necesidad de realizar la comparación entre los dos regímenes mencionados y establecer la viabilidad al momento de realizar su tributación. De igual manera, identificar la tasa efectiva de tributación bajo el régimen simple y en comparación con el régimen ordinario. Y, enunciar las ventajas y desventajas del régimen simple de tributación y el régimen ordinario

## Conclusiones

Es necesario realizar un estudio comparativo entre el régimen simple de tributación y el régimen ordinario.

Promover la actualización tributaria para el mejoramiento en la prestación del servicio integral hacia los clientes o empresas de la salud.

## Referencias

Decreto 1468 de 2019. (2019, 13 de agosto). Presidencia de la República de Colombia. [https://www.dian.gov.co/normatividad/Decretos/Decreto\\_1468\\_13082019.pdf](https://www.dian.gov.co/normatividad/Decretos/Decreto_1468_13082019.pdf)

Ley 1943 de 2018. (2018, 28 de diciembre). Congreso de la República de Colombia. <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036049>

Sentencia C-481/19. (2019, 16 de octubre). Corte Constitucional de la República de Colombia (Alejandro Linares Cantillo, M.P.) <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/C-481-19.htm>




**TRAVESÍA**  
EMPREDEDORA



Universidad  
**Mariana**

Volumen **6** No.1

traves. emprend.
Ene - Jun 2022
e-ISSN: 2539-0376



Editorial  
**UNIMAR**