

Revista Digital Valores

Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración



Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración
Edición Enero - Diciembre 2018 / Periodicidad anual
Popayán / Cauca / Colombia

Número 2



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

Directora / Director

PhD. (c) Diana Alexandra Pacheco

Editor / Editors

Mg (c). Diego Fernando Chávez Narváez

Comité Editorial / Editorial Committee

PhD. (c) Hector Sanchez Collazos
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

PhD. (c) Paola Umaña Aedo
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

PhD. (c) Diana Alexandra Pacheco
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

Esp. Ricardo Riomalo Rivera
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

Mag. (c). Diego Fernando Chávez Narváez
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

Mag. Jhon Jairo Realpe
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Colombia

Comité Científico / Scientific Committee

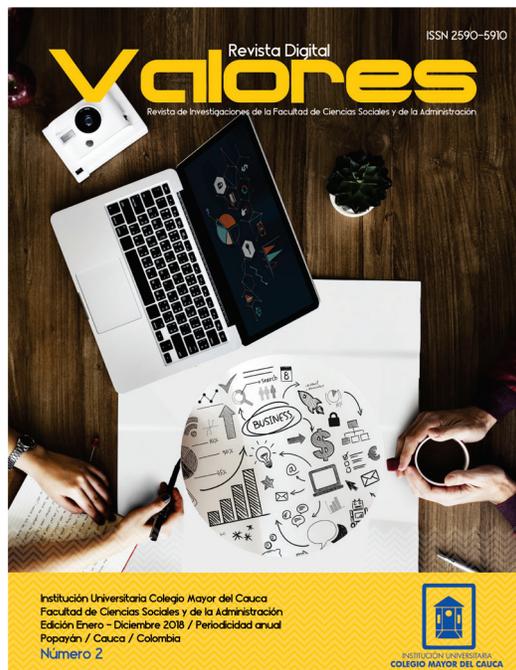
PhD. Gladys Bastidas Gústín
Universidad de Sao Paulo / Brasil

PhD (c). Maritsa Cruz Muñoz
Universidad de Florida / Estados Unidos

Mag. Hector Patiño Revelo
Universidad EAFIT / Colombia

Diseño Gráfico y Diagramación / Graphic Design and Layout

Diego Fernando Chávez Narváez



Nota de responsabilidad frente a los artículos / Disclaimer

Los conceptos y opiniones expresados en los artículos son responsabilidad exclusiva de los autores y no representan necesariamente la opinión de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca ni el crédito editorial de la revista.

Redacción, Suscripciones y Canjes / Editorial Staff, Subscriptions and Swaps

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca
Carrera 7 # 2-34 Edificio Bicentenario / Popayán / Cauca / Colombia - Tel (5-72) 8333390 Ext 305
E-mail: valores@unimayor.edu.co

Revista Valores / Journal Valores

Edición Número 2 / enero - diciembre de 2018
Periodicidad: Anual
ISSN: 2590-5910



Copyright © 2018 Unimayor

Se permite la copia, presentación pública y distribución de esta revista bajo los términos de la Licencia Creative Commons Reconocimiento - No Comercial, la cual establece que, en cualquier uso: 1) se dé crédito a los autores; 2) no se utilice con fines comerciales; y 3) se dé a conocer los términos de esta licencia. Revista Digital Valores by <http://www.unimayor.edu.co/web/es/investigaciones/publicaciones-investigaciones/revista-valores> is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Pag.

4 EDITORIAL

7-17

Una mirada a la Federación Campesina del Cauca desde el desarrollo a escala humana.

Rocio Del Pilar García / María Cecilia Tobar

18-24

La cátedra NIIF para pymes en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Mauro Hernán Pantoja

25-38

El impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la educación.

Diego Chávez Narváez / Jesus Fernando Ortega

39-51

Evaluación comparativa de la gestión organizacional de tres asociaciones de reciclaje de la ciudad de Popayán (Colombia)

Rafael Mauricio Padilla Moreno

52-62

El servicio al cliente como propuesta de valor para competir y sostenerse en el mercado.

María Clemencia Jaramillo S.

63-76

La gestión financiera como herramienta para el desarrollo de las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Popayán.

Hector Sáchez Collazos

77-88

Análisis de los modelos de negocio que se pueden desarrollar usando la criptomoneda Bitcoin.

María Alejandra Navarro / Wilmar Alfonso Arboleda

Pag.

89-102

Implicaciones que enfrenta el revisor fiscal posterior al proceso de adopción de NICSP, especialmente en el grupo propiedad planta y equipo de la IUCMC.

Hernán Pantoja Delgado

103-114

Prácticas de neuromarketing en los centros comerciales de alta afluencia.

Oscar Eduardo Arteaga Benavides

115

GUÍA PARA NUESTROS AUTORES

CONFINTECNO

EDITORIAL

La Revista Digital Valores es un espacio académico que la Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración, de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, ha estructurado con el objetivo de proyectar las diferentes actividades relacionadas con el campo de la investigación. En este sentido, busca posicionarse como una publicación que genere verdadero impacto en los sectores social, económico, político y cultural, a través de la difusión de reflexiones serias frente al campo organizacional y las dinámicas administrativas, aportando al intercambio de saberes y experiencias entre los diferentes actores del colectivo universitario y la comunidad en general.

En este contexto, durante esta segunda versión digital se trabaja acerca de temáticas relacionadas como: la Federación Campesina del Cauca vista desde el desarrollo a escala humana; La cátedra NIIF para pymes en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca; El impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la educación; Evaluación comparativa de la gestión organizacional de tres asociaciones de reciclaje de la ciudad de Popayán (Colombia); El servicio al cliente como propuesta de valor para competir y sostenerse en el mercado; La gestión financiera como herramienta para el desarrollo de las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Popayán; Análisis de los modelos de negocio que se pueden desarrollar usando la criptomoneda Bitcoin; Implicaciones que enfrenta el revisor fiscal posterior al proceso de adopción de NICSP, especialmente en el grupo propiedad planta y equipo de la IUCMC; y Prácticas de neuromarketing en los centros comerciales de alta afluencia.

De esta manera, se establece un panorama general frente a temáticas de gran interés, las cuales presentan discusiones teóricas y análisis prácticos que permiten visualizar el avance y desarrollo de las mismas. Cabe resaltar aquí que dentro de los participantes en esta versión se encuentran estudiantes y egresados de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, lo cual les permite proyectar sus investigaciones y motivarlos frente al desarrollo de textos de carácter investigativo, lo cual se convierte en una fuente de conocimiento y en la posibilidad de visualizar su trabajo.

Así, nuestra publicación digital se presenta no solo como una herramienta de divulgación, sino además como un escenario donde se entremezclan saberes y conocimientos diversos, que permiten a estudiantes, docentes, egresados, administrativos, directivos

EDITORIAL

y público en general, conocer acerca de temas de actualidad y tener una visión más clara frente a éstos, su aplicación, evolución y desarrollo en el tiempo y de acuerdo con los procesos que se llevan a cabo en diversos sectores organizacionales, educativos, empresariales y sociales.

Sea entonces esta la oportunidad para compartir el trabajo de diferentes profesionales que buscar aportar a la academia, pero especialmente a los entornos en los que llevan a cabo sus actividades y en los cuales han visualizado diferentes fenómenos que invitan a ser estudiados, discutidos y tratados desde miradas diversas.

DIANA ALEXANDRA PACHECO

Directora

EDITORIAL

Una mirada a la Federación Campesina del Cauca desde el desarrollo a escala humana.

Rocio Del Pilar García Tosse
coord.empresarial@unimayor.edu.co

Artículo de Investigación
Fecha recepción: 08/10/18 Fecha aprobación: 15/10/18

Maestrante en Gestión de Organización y Proyectos y Especialista en Gerencia de la Calidad de la Universidad del Cauca, Administradora de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia. Docente ocasional tiempo completo con funciones de Coordinación del programa de Gestión Empresarial en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

María Cecilia Tobar Meneses
mariacetobar@unicauca.edu.co

Magister en Gestión de Organizaciones y Proyectos y Economista de la Universidad del Cauca. Profesional encargada del Área Social de la Federación Campesina del Cauca.

Resumen: El artículo intenta comprender las prácticas de la Federación Campesina del Cauca FCC desde la perspectiva de la propuesta de Desarrollo a Escala Humana, lo que implica admitir que los grandes cambios sociales surgen de las pequeñas acciones locales, “persistiendo, insistiendo, resistiendo y no desistiendo”, tal como lo expresa Alejandro Jojoa, uno de los fundadores de la FCC. No en vano esta organización campesina lleva más de 46 años de lucha y resistencia en el contexto de una ruralidad colombiana compleja. Ahora bien, tanto la práctica como la propuesta teórica parten de una postura crítica al modelo económico capitalista excluyente, e intentan construir un camino diferente como resistencia a una realidad impuesta que niega desde todo punto de vista las realidades locales, de ahí la importancia de encontrar un punto complementario entre ambas (práctica y teoría).

Palabras clave: Federación Campesina del Cauca, Teoría de Desarrollo a Escala Humana, participación, subsistencia.

Abstract: The article tries to understand the practices of the FCC Cauca Campesino Federation from the perspective of the Human Scale Development proposal, which implies admitting that the great social changes arise from the small local actions, “persisting, insisting, resisting and not giving up”, As expressed by Alejandro Jojoa, one of the founders of the FCC. Not in vain this peasant organization has more than 46 years of struggle and resistance in the context of a complex Colombian rurality. Now, both the practice and the theoretical proposal start from a critical stance to the exclusionary capitalist economic model, and try to build a different path as resistance to an imposed reality that negates local realities from every point of view, hence the importance of finding a complementary point between both (practice and theory).

Key words: Federación Campesina del Cauca, Theory of Human Scale Development, participation, subsistence.

Resumo: O artigo procura compreender as práticas da FCC Campesino Federação Caucásiana na perspectiva da proposta de Desenvolvimento da Escala Humana, o que implica admitir que as grandes mudanças sociais decorrem das pequenas ações locais, “persistindo, insistindo, resistindo e não desistindo”. “, Conforme expresso por Alejandro Jojoa, um dos fundadores da FCC. Não é em vão que esta organização camponesa tem mais de 46 anos de luta e resistência no contexto de uma complexa ruralidade colombiana. Agora, tanto a prática quanto a proposta teórica partem de uma posição crítica para o modelo econômico capitalista excludente e tentam construir um caminho diferente como resistência a uma realidade imposta que nega as realidades locais de todos os pontos de vista, daí a importância de encontrar um ponto complementar entre ambos (prática e teoria).

Palavras-chave: Federación Campesina del Cauca, Teoría do Desenvolvimento da Escala Humana, participação, subsistência.



Las organizaciones de hoy para la consecución de sus objetivos institucionales llevan a cabo procesos articulados pensados en garantizar crecimiento y desarrollo de las mismas, es así como en el departamento del Cauca existen organizaciones que más que pensar en la maximización de dichos resultados busca impulsar el desarrollo de sus integrantes y de la comunidad que los rodea.

Un ejemplo de ello es la organización rural campesina Federación Campesina del Cauca FCC, organización con 47 años de trayectoria socio económica, de lucha y resistencia campesina y defensa del territorio, la cual asocia a seis Organizaciones de Base (OB), ubicadas en la zona centro del departamento: Asociación Agropecuaria Municipal de Piendamó – AMUP; Asociación Agropecuaria de Cajibío - ASAGROC; Asociación Agropecuaria de Popayán – ASAGROP, Asociación Agropecuaria del Municipio de Timbío - ASOAGROTIMBIO, Asociación Campesina en Agricultura Limpia de Morales – ASOCALM y Asociación de Productores Agropecuarios del Municipio de Rosas – ASPROAMUR, por medio de las cuales se vinculan aproximadamente 695 familias de pequeños productores, como antecedentes de la organización, en la primera década de conformación entre 1970 a 1980, trabajó en procesos de formación, capacitación,

liderazgo social de los campesinos productores. En la segunda década, entre los años 1980 a 1990, trabajó otras visiones dando inicio a procesos de consecución de tierras para las familias campesinas bajo el lema: “tierra para quien la trabaje, tierra para quien la necesita”, en esta lucha de consecución de la tierra los dirigentes de la organización sufrieron persecución, privación de la libertad y muerte de líderes, como resultado del conflicto social y armado del momento. E

Entre los años 1990 y 2000 trabajó con sindicatos agrarios la autoconstrucción de vivienda para mitigar el impacto causado por el terremoto de 1983 que destruyó la ciudad de Popayán, y la distribución de bienes básicos a través de tiendas comunitarias y a partir del año 2000 trabajó en la transformación de los sindicatos agrarios en asociaciones de productores y la visión de la organización para iniciar su incorporación a la iniciativa de comercio justo con la línea de cafés especiales, en busca de una relación directa productor-cliente. A partir del 2004 inicia exportaciones de 2 contenedores de café especial, llegando a exportar 25 contenedores al año a mercados de Estados Unidos y Europa y hoy en día brinda a sus asociados y a la base social programas y servicios que buscan el fortalecimiento organizacional.

Los procesos llevados a cabo por la Federación Campesina del Cauca, son realizadas desde un desarrollo más pensado en las personas y en mejorar la calidad de vida de sus integrantes que en generar crecimiento empresarial por sí solo, por ello la FCC, fue considerada como la organización escogida para realizar el trabajo de grado de la Maestría en Gestión de Organizaciones y proyectos, enmarcado en desarrollar una propuesta de trabajo que presentará una postura crítica al modelo económico actual, capitalista excluyente y construir a partir de las miradas reflexivas de organizaciones como la FCC un camino diferente como resistencia a una realidad impuesta que niega desde todo punto de vista las realidades locales, sus problemáticas, para generar a partir de ellas transformaciones sociales, de ahí la importancia de encontrar un punto complementario entre ambas (práctica y teoría).

El siguiente fragmento del Informe Nacional de Desarrollo Humano realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD en el 2011, pone en evidencia de forma concreta la problemática rural que afronta Colombia:

El modelo de desarrollo rural construido es altamente inequitativo y excluyente, propicia innumerables conflictos rurales, no reconoce las diferencias entre los actores sociales, y conduce a un uso inadecuado y a la destrucción de los recursos naturales. Acentúa la vulnerabilidad de los municipios más rurales en relación con los más urbanos, y no permite que se genere la convergencia entre lo rural y lo urbano. Además, se ha fundamentado en una precaria y deteriorada institucionalidad pública que le abre más espacios a la actuación de las fuerzas del mercado en una sociedad llena de desequilibrios e inequidades. (p. 11)

El Cauca es un claro reflejo de esta problemática, siendo uno de los departamentos con mayor

cantidad de población en zonas rurales. Según el Censo 2005, la población rural representa el 59.45% del total general, con una inmensa diversidad cultural y gran variedad de recursos pero con serias problemáticas de pobreza, violencia, conflictos ambientales, concentración de tierras y un gran número de población viviendo con necesidades no satisfechas. Cuando se realiza la medición de la pobreza a través del ingreso el Cauca presenta una incidencia de pobreza por encima del 60%, superior al indicador nacional que está alrededor del 49%. De igual manera, con el comportamiento de las Necesidades Básicas Insatisfechas NBI, donde el Cauca está cinco puntos por encima del nivel nacional, con un índice NBI de 23,3, comparada con el nacional de 19,3. (DANE, 2005). Por su parte, se estima que cerca de 100.000 personas mayores de 15 años no saben leer ni escribir. Esta cifra representa el 13% de la población en dicho rango de edad. Las situaciones más críticas se encuentran en las zonas rurales y, en especial, en los municipios de la costa del Pacífico (Vergara, 2007).

Estos indicadores que miden de forma técnica y mecánica la calidad de vida de la población, han ubicado y clasificado al Cauca entre los departamentos con mayor atraso social y económico, a esto se le suma la inasistencia del Estado y la inoperancia de sus instituciones. Sin embargo, el Cauca también se caracteriza por la riqueza de movimientos y organizaciones sociales que conforman los indígenas, campesinos y demás actores, cuya pretensión es hacer frente a problemas o necesidades comunes que el Estado no ha podido resolver.

Así las cosas, se hace necesario colocar de manifiesto que para muchas organizaciones sociales, la existencia de necesidades insatisfechas es más que una condición de pobreza y atraso, es una posibilidad de movilizar, motivar y comprometer a las personas para poder construir

un proceso continuo de mejora, a partir de prácticas organizativas autodependientes capaces de potenciar satisfactores diferentes a los bienes y servicios que ofrece el mercado.

En este sentido la propuesta que hace Manfred Max Neef, Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn, a partir de la teoría Desarrollo a Escala Humana, parte de la reflexión sobre el modelo económico que orienta los procesos políticos y sociales en Latinoamérica, que han desencadenado una serie de crisis en lo político, social y económico y lograr una articulación de una perspectiva de visión que articule las diferente miradas y generar procesos de transformación, tal como se evidencia en la Federación Campesina del Cauca.

La Teoría del Desarrollo a escala Humana, se fundamenta en tres pilares fundamentales: Necesidades Humanas, autodependencia y articulación orgánica, donde la persona o individuo pasa de ser objeto de desarrollo a ser sujeto de desarrollo, volviéndose protagonista, rompiendo el esquema tradicional de organización jerárquico de arriba hacia abajo, las necesidades humanas fundamentales presentan una doble condición existencial es decir no solo son vistas como carencia sino como potencialidades y es desde este concepto que un proceso organizativo local se convierte en estimulador y potenciador de satisfactores de necesidades humanas, incluso es posible que una organización social sea en sí misma un satisfactor sinérgico, de ahí que el principal propósito del trabajo de grado fue la identificación de satisfactores sinérgicos, es decir de aquellos satisfactores que por la forma en que satisfacen una necesidad, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultanea de otras necesidades.

Otro aspecto importante encontrado en los resultados del trabajo es la consideración del concepto de “desarrollo” el cual va más allá de lo meramente economicista relacionado al

progreso, al crecimiento económico, al nivel de ingresos y mediciones cuantitativas; el concepto de desarrollo es comprendido desde aspectos cualitativos como la libertad, la justicia, la solidaridad, el bienestar, la diversidad, la soberanía, las economías propias y demás aspectos propios de los contextos locales y de estas organizaciones. La estructura del trabajo presenta tres apartados en los cuales el primero: Inicia con una reflexión sobre los conceptos de economía campesina y organización, generando tensión sobre conceptos convencionales relacionados con la economía de mercado. Así mismo se hace un recorrido por Latinoamérica, Colombia y el Cauca, donde se contextualizan los escenarios propios de las organizaciones o movimientos sociales, entendiendo los motivos de su lucha en defensa de sus derechos y su resistencia al modelo económico mundial excluyente. Por último, se presenta una aproximación de la propuesta teórica de Desarrollo a Escala Humana enfatizando sobre los pilares que la fundamentan y se aterriza en el contexto de la Federación Campesina del Cauca FCC dando cuenta, a grandes rasgos, de sus 47 años de historia. El segundo apartado: Muestra el recorrido realizado en la recolección, análisis e interpretación de los datos obtenidos en el trabajo de campo con el equipo operativo, directivo y la base social de la FCC, lo cual puso en evidencia, a partir de los hallazgos, el concepto que la base social tiene sobre las practicas orientadas por la organización en el tema de necesidades de subsistencia y de necesidades de participación.

En este apartado la recolección de la información se realizó a través de talleres con el equipo técnico, dirección ejecutiva y la base social con el fin de identificar los satisfactores para la necesidad de Subsistencia y Participación, se resalta que los talleres realizados con las bases sociales, fueron en total 11, que contaron con la participación de 452 campesinos, el 59% de total de la base social.

El análisis de la información se realizó utilizando la propuesta de la teoría Fundamentada, entendida como “un proceso no matemático de interpretación, realizado con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos brutos y luego organizarlos en un esquema explicativo teórico” (Strauss y Corbin, 2002, p. 12). Cabe resaltar que esta propuesta: Se ubica dentro de los métodos interpretativos de la realidad social. Al igual que la fenomenología, se emplea para describir el mundo de los actores que son objeto de estudio, en un tiempo y un espacio determinados. La intencionalidad de Glaser y Strauss fue construir una estrategia que permitiera analizar los significados simbólicos de los individuos penetrando en su interioridad, se trata de descubrir la experiencia vivida de los individuos en términos de sus relaciones con tiempo, espacio e historia personal. (Galeano, 2015, p. 162), luego los hallazgos se agrupan por necesidad (subsistencia y participación) y por categorías que emergen por la afinidad de los relatos, tal como lo considera la teoría fundamentada y finalmente el Tercer apartado identifica los satisfactores sinérgicos de la Federación Campesina del Cauca de acuerdo con los hallazgos y propone un plan de trabajo que permitiría a la organización potenciar dichos satisfactores, donde el plan de trabajo establecido

se convierten en insumos tenidos en cuenta en el proceso de construcción del plan estratégico 2018 – 2030 de la organización.

Partiendo de los relatos que surgieron en los talleres desarrollados con la base social, se hace la sistematización de forma manual y se inicia el proceso de microanálisis o análisis línea a línea con el cual se pretende generar las categorías iniciales para descubrir las relaciones entre los conceptos. A partir de este análisis surgen las primeras categorías denominadas abiertas o in vivo, las cuales emergen del contexto de los datos. Posteriormente se desarrolla la codificación axial, “que es un proceso de agrupación de datos fracturados durante la codificación abierta” (Strauss y Corbin, 2002, p.135), la cual comprende relacionar las categorías abiertas o in vivo desde sus propiedades y dimensiones. La agrupación implica clasificar la información permitiendo ampliar la interpretación de los datos agrupados a partir de su descripción contextual. Finalmente, del análisis de la necesidad de subsistencia y participación surgieron seis categorías axiales, tres por cada necesidad, a partir de las cuales se hace la descripción y se sustentan los hallazgos encontrados.



Donde las Categorías que emergieron fueron las siguientes:

De la necesidad de subsistencia:

- Economías propias generadoras de transformaciones locales.
- “Vivimos mejor”: Entornos que proporcionan Felicidad y Bienestar.
- Semillas nativas: Recuperación de saberes y experiencias ancestrales.

De la necesidad de Participación:

- Comunicación e interacción en espacios de participación.
- Consecución de propósitos comunes a través de espacios de representación, participación y confianza.
- Acompañamiento en prácticas productivas y rol de la dirección.

Como resultado de la investigación se observa que una vez identificados los satisfactores sinérgicos se propone el plan de trabajo que contempla la potencialización de los mismos, llevando a proponer un plan de trabajo para cada necesidad,

el cual permita potencializar sus satisfactores sinérgicos a partir de los pilares que fundamentan la teoría del desarrollo a escala humana:

Plan de trabajo para la necesidad de subsistencia

El plan de trabajo para la necesidad de subsistencia dio respuesta al siguiente interrogante: ¿Cómo potencializar los satisfactores de la necesidad de Subsistencia desde la Autodependencia?

De esta forma, se plantea la pregunta cómo el objetivo a alcanzar, los satisfactores a potencializar como resultados esperados, las estrategias potencializadoras como propuestas teóricas para alcanzar el objetivo, las actividades como acciones a emprender y los responsables como agentes de cambio cuya gestión garantiza el éxito del plan.

La propuesta se presenta en forma de árbol como se muestra a continuación, donde: Garantizar pautas de consumo y formas de producción propias y generar en la organización un desarrollo humanista y ecológico, fortalece la autodependencia en la FCC, logrando potencializar las prácticas de economías propias, la recuperación e intercambio

Tabla. Pilares que fundamentan el Desarrollo a Escala Humana.

Necesidades humanas	Articulación orgánica	Autodependencia
Propicia sus propios satisfactores La necesidad es concebida como potencia.	Modelos de interacción horizontal. Relaciones de representación participativa. Potenciación de la creatividad. Cambios estructurales de lo micro a lo macro.	Pautas de consumo y formas de producción propia. Desarrollo humanista y ecológico.

Fuente: Elaboración propia

de semillas, saberes ancestrales y la propiciación de entornos de bienestar y felicidad, todo lo anterior es posible si los agentes involucrados implementan las acciones o actividades que les corresponde.

La lectura de la propuesta se hace de la siguiente forma: Cada uno de los satisfactores representa las raíces del árbol que nutren y soportan la organización en el tema de subsistencia, el tronco es el objetivo que se pretende alcanzar para potencializar los satisfactores sinérgicos, en este caso la intención es lograr la autodependencia. Las ramas representan las estrategias potencializadoras soportadas desde el pilar de autodependencia, cada rama la conforman ramificaciones más pequeñas que son las actividades o acciones que deben llevar a cabo los agentes de cambio o responsables representados por las hojas.

De tal forma que para potencializar las economías propias, la organización deberá garantizar la autodependencia a través de pautas de consumo y

formas de producción propias, lo que será posible si los agentes de cambio o responsables logran diversificar los cultivos, fortalecer las huertas caseras, facilitar canales de comercialización, fortalecer la investigación propia y demás actividades propuestas.

Plan de trabajo para la necesidad de participación.

Tal como se planteó con la necesidad de subsistencia, la propuesta del plan de trabajo para la necesidad de participación parte del interrogante: ¿Cómo potencializar los satisfactores sinérgicos de la necesidad de Participación desde la Articulación Orgánica?

Fortalecer los modelos de interacción horizontal, garantizar las relaciones de representación participativa e incentivar cambios estructurales de lo micro a lo macro fortalece la articulación orgánica en la FCC, permitiendo potencializar la comunicación, los propósitos comunes y el



Ilustración. Propuesta para potenciar satisfactores sinérgicos de la necesidad de participación.



Fuente: Elaboración propia



acompañamiento, siempre y cuando los agentes de cambio involucrados lleven a cabo las acciones o actividades que les corresponde. Simbólicamente la propuesta de trabajo será como sigue.

En este caso, las raíces que nutren y soportan la organización en el tema de participación son: la comunicación e interacción en espacios de participación; la consecución de propósitos comunes a través de espacios de representación, participación y confianza; y el acompañamiento en prácticas productivas y rol de la dirección. Potencializar estas raíces requiere fortalecer la articulación orgánica en la FCC a través de los modelos de interacción horizontal, las relaciones de representación participativa y los cambios estructurales de lo micro a lo macro. En las ramificaciones se encuentran acciones como: 1) El diálogo directo entre la base social y la Junta Directiva de la FCC, 2) Propiciar espacios de integración entre la base social, 3) Definir y trabajar por propósitos comunes, entre otras actividades mencionadas en el cuadro anterior, las cuales deben ser ejecutadas por los agentes de cambio representados en las hojas.

Referencias bibliográficas

- Bartra, A. y Jurado, S. (2015). Cómo sobrevivir al mercado sin dejar de ser campesino. El caso de los pequeños productores de café en México. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/285055666>
- Braverman, Harry. (1974) Trabajo y capital monopolista. La degradación del trabajo en el siglo XX. México. Nuestro Tiempo.
- Campesina, C.-V. (14 de 10 de 2010). Obtenido de <https://www.grain.org/es/article/entries/4089-documento-final-reunion-de-la-campana-de-semillas-cloc-via-campesina>.
- Campesina, L. V. (7 de Julio de 2017). La Vía Campesina. Movimiento Campesino Internacional. Obtenido de <https://viacampesina.org>
- Chayanov, A. (1974). La organización de la unidad económica campesina. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Corredor, C. (2013). Territorio, lugar y economía política: Voces campesinas en el Cauca. Popayán: Sentipensar Editores.

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2005). Censo poblacional. Colombia. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>
- Federación Campesina del Cauca FCC. (2009). Estatutos. Recuperado de <http://www.fcccauca.org/federacion-campesina-del-cauca/nuestra-historia/>
- Galeano, M. (2015). Estrategias de Investigación social cualitativa. El giro en la mirada. Medellín: La Carreta Editores E.U.
- Jaramillo, D., y Murcia, N. (2016). Acogida y proximidad: Algunos aportes de Emmanuel Levinas a la Educación. Artículo no publicado. Red Escuela dinámica para la Paz.
- Loingsigh, G. (2011). Una Mirada desde el sur. Huellas de lucha y resistencia. Bogotá: Coordinador Nacional Agrario CNA.
- Max Neef, M., Elizalde, A. y Hopenhayn, M. (1998). Desarrollo a Escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Barcelona: ICARA.
- Mies, M. (2005). La Perspectiva de subsistencia. Transcripción de un vídeo de O. Ressler, grabado en Colonia, Alemania, 26 min.
- Moncayo, E. (2004). Nuevos enfoques del desarrollo territorial. Colombia en una perspectiva Latinoamericana. Red de Estudios de Espacio y Territorio. Bogotá: Naciones Unidas.
- Murillo, Guillermo. (2007). Teorías clásicas de la organización y el management. Cali: Universidad del Valle.
- Nussbaum, M. (2012). Crear Capacidades. Propuesta para el desarrollo humano. Barcelona: Paidós.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2011). Colombia rural razones para la esperanza. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2011. Bogotá: PNUD.
- Straus, A., C., (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Tobasura, I. (2005). Las luchas campesinas en Colombia en los albores del siglo XXI: de la frustración a la esperanza. Buenos Aires: CLACSO.
- Vergara, Jose. (2007). La economía del departamento del Cauca: Concentración de tierras y pobreza. Cartagena: Banco de la Republica.
- Zibechi, Raúl. (2003). Los movimientos sociales latinoamericanos: tendencias y desafíos. Buenos Aires: CLACSO.

La cátedra NIIF para pymes en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Artículo de reflexión

Fecha recepción: 04/05/18 Fecha aprobación: 06/06/18

Mauro Hernán Pantoja Delgado

mauropantoja@unimayor.edu.co

Contador Público de la Universidad del Cauca y Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría de la Fundación Universitaria del Área Andina. Docente de cátedra Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Resumen: El presente escrito pretende reflexionar sobre la cátedra de Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en la Pymes, buscando establecer su importancia en la formación de los estudiantes y futuros profesionales de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. En este sentido, se establece una caracterización del área y su relevancia como área de estudio.

Palabras clave: NIIF, pymes, educación, administración

Abstract: This paper aims to reflect on the International Financial Information Standards Chair IFRS in SMEs, seeking to establish its importance in the training of students and future professionals of the Faculty of Social Sciences and Administration of the University Institution Colegio Mayor of the Cauca. In this sense, a characterization of the area and its relevance as a study area is established.

Keywords: IFRS, SMEs, education, administration

Resumo: Este artigo tem como objetivo refletir sobre as Normas Internacionais de Informação Financeira em IFRS nas PMEs, buscando estabelecer sua importância na formação de estudantes e futuros profissionais da Faculdade de Ciências Sociais e Administração da Instituição Universitária Colegio Mayor do Cauca. Nesse sentido, uma caracterização da área e sua relevância como área de estudo é estabelecida.

Palavras-chave: IFRS, PME, educação, administração

Introducción

Se puede afirmar que es una cátedra que cumple un papel muy importante en el legado estudiantil, si ésta se desarrolla de manera eficaz, objetiva, y sobretodo aplicable, se convierte en una de las herramientas de mayor importancia en el estudiante de administración de empresas, infiriendo en un futuro en las decisiones empresariales como administradores, financieros y de los usuarios de la información financiera; pues estarán en la capacidad de generar una gran labor en el campo que se desempeñen, generaran confianza para el público, salvaguarda de las buenas decisiones empresariales y sobretodo emitirán una correcta revelación y presentación de información financiera.

Quisiera plantear un interrogante:

¿De qué manera la cátedra de las normas internacionales de información financiera, NIIF para pymes, infiere en los estudiantes de la Institución Educativa Colegio Mayor del Cauca?

Ortiz (2014) menciona:

[...] los cambios vertiginosos, que constantemente está sufriendo el mundo de los negocios, demandan profesionales con perfiles orientados a revalorizar el desempeño eficaz y eficiente en la resolución de problemas. Para ello se requiere contemplar en la formación universitaria, no solo conocimientos generales y específicos de la rama correspondiente, sino fundamentalmente la aplicación de los mismos como una caja de herramientas, y una preparación de ética profesional. (p.16).

La cátedra de NIIF PYMES en el programa de Administración de Empresas, está facultada para

cumplir con los nuevos cometidos de la revelación y presentación de información financiera, en vista que la contabilidad toma un giro impresionante, se sale de las normas locales para emerger en estándares internacionales, responsabilidad que conlleva un inmenso trasfondo.

Por otra parte, hay que destacar que la evolución de la nueva forma de llevar contabilidad en las empresas ha estado en constante evolución, y hoy en día se basa principalmente en las necesidades internacionales de las empresas como los son las medidas de eficacia, eficiencia y efectividad, las cuales son inherentes al desempeño, control de los diferentes procesos y recursos de una organización.

Mikina (2014) describe la relación entre globalización y contabilidad afirmando que:

Es el proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la





creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global que afecta al mundo de maneras diversas

En el nuevo proceso de transición contable y administrativo-financiero empezó a partir del año 2016, la información contable se presentará bajo el nuevo marco normativo y se hizo eminente un cambio; los profesionales de administración de empresas también están obligados a realizar un proceso de adopción de las nuevas herramientas gerenciales que colocan al profesional en un nivel competitivo, y así expandir su campo de aplicación.

En la Ley 1314 expedida por el Congreso de Colombia el día 13 de julio de 2009, “se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información

aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento”.

Los escenarios referidos en los párrafos anteriores nos llevan a comprender que es de mucha importancia la cátedra de NIIF pymes en La Institución Universitaria Colegio Mayor Del Cauca, la actualización profesional debe estar acorde a las nuevas disposiciones, pero esto requiere del conocimiento y estudio de las mismas normas, generando dentro de la profesión una visión más acorde a las necesidades de los mercados internacionales, y teniendo como impacto, factores cada vez más acordes a la competitividad dentro de la profesión administración de empresas, en vista a que la información financiera va a ser entendible en cualquier parte del mundo, lo que generará profesionales competentes y eficientes en cualquier economía.

Impactos relevantes de las NIIF pymes en Colombia.

En la actualidad el sistema de presentación de reportes financieros han concebido fuertes cambios en los últimos años, las empresas en colombiana sufren notables presiones por parte de los socios para alcanzar las metas y sobretodo generar utilidades, pero antes de emerger en estas presiones las empresas deben conocer la importancia y las ventajas de aplicar información y registros contables a escala internacional y de calidad, si se pretende estar dentro del concepto empresarial productivo actual.

Ante la globalización se necesitan normas contables homogéneas, que permitan la comparabilidad de los estados financieros y mayor transparencia de la información, esta homogenización en Colombia ha dado lugar a muchos impactos, entre ellos propiedad planta y equipo, inventarios, provisiones, y sobre todo la parte tributaria y fiscal; en este contexto quizá el más debatido sea el tributario-fiscal, en la actualidad se maneja información financiera con fines tributarios y no para fines internacionales.

La información contable se ve afectada por la diferencia de objetivos de norma internacional y normas tributarias, de un lado, la búsqueda de la información financiera para la toma de decisiones y esencialmente de inversión, y del otro, la determinación de bases que beneficie los propósitos del fisco con el objeto de cumplir sus funciones.

El auge de la aplicación de los nuevos marcos normativos, han logrado reducir los márgenes de utilidades de las empresas; ante esta reducción de utilidades, varias empresas ha recortado tajantemente los gastos reduciendo en forma drástica los servicios, los salarios y los beneficios a empleados; incrementar los precios cuando

sea posible; y emplear prácticas contables para manejar los resultados y reducir el valor tributario, todo esto hasta el momento ha provocado una serie de frustraciones contables, por la simple razón que las normas internacionales de información financiera tienen fines diferentes con la parte tributaria.

NIIF pymes como base de generación de valor en los estudiantes.

Esta cátedra debe enfatizar en los contextos globales y locales que le rodean, respondiendo a los retos del tiempo, como una práctica profesional con criterios claros, orientados a la generación de valor agregado como instancia de desarrollo y competitividad.

Al respecto Lobos (2004) manifiesta:

[...] la cátedra conforma una compleja pero ineludible relación entre docentes y alumnos, materia a enseñar, y aula como contexto situacional del acto pedagógico. Cada uno de estos componentes, se sitúan dentro de una trama de relaciones de mayor amplitud que configuran el proceso educativo. Se trata de una construcción orgánica, elaborada a partir de los elementos fundamentales, que totalizan una relación concreta e integradora (p.78).

Rodríguez Fuenzalida (1994) establece que “no habrá mayor calidad en la educación sino en la medida que es posible modificar el proceso que se realiza en el aula, tanto en lo pedagógico como en la necesaria revolución para un buen desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje.”

Brey (2009) afirma que el conocimiento es el “resultado de procesar internamente la información que obtenemos de los sentidos, mezclarla con conocimientos previos, y elaborar estructuras que nos permiten entender,

interpretar y, en último término, ser conscientes de todo lo que nos rodea y de nosotros mismos” (p. 20)

En la actualidad el docente de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca tiene la tarea de satisfacer las necesidades que adquieren los estudiantes en el continuo proceso de apropiar conocimientos, análisis e interpretación de información contable y financiera, y que a partir de los nuevos estándares internacionales propuestos pueden tomarse decisiones dentro de las empresas.

Para esto se debe desarrollar actitudes profesionales con la disposición de ser consiente en el aula, tanto de la labor que se realiza, como del conocimiento que se entrega, y de esta manera ceder al estudiante herramientas de análisis, y capacidad para emerger en la nueva realidad financiera; para lograr esto se debe mantener una excelente motivación, y sobretodo ser consientes docente - estudiante.

De lo anterior podemos diferenciar y puntualizar,

en que una cosa es la exigencia que implica abordar las secciones de NIIF PYMES, y otra, el ser consiente de retroalimentar un buen conocimiento.

Por otra parte, debe existir un compromiso de los estudiantes al asumir los cambios con responsabilidad, ya que el día de mañana como administradores, gerentes, financieros, dependerán del conocimiento adquirido para la toma de decisiones.

A manera de conclusión

Empecé en la Institución Educativa Colegio Mayor del Cauca con la cátedra de NIIF PYMES, con una gran medida de emoción; creyente en las transformaciones de la prácticas profesionales, creando herramientas necesarias para orientar procesos pedagógicos en los diferentes contextos educativos que los estudiantes y la sociedad de hoy requiere, quizás porque la mejor guía para ser docente es el aprender de nosotros mismos por las experiencias que se puedan recoger en el aula.



Después de un corto tiempo en la Institución quiero aportar en el desarrollo y formación de los nuevos administradores, y sobre todo el compromiso que tiene la Institución Educativa de orientar profesionales comprometidos con los nuevos cambios globales, buscando promover buenos conocimientos; la responsabilidad que se tiene frente al proceso de actualización, inicia en los estudiantes el camino de la globalización de la contabilidad, con el fin de garantizar la transparencia y calidad de la información financiera en los usuarios.

Para algunos estudiantes después de tomar el curso aún se generan vacíos en la forma como dichas normas deben ser aplicadas y el proceso de nivelación de lo contable- fiscal, sin lugar a dudas este es un tema que causa controversia en el país; pero para enfrentar estos vacíos los administradores de empresas deben estar en capacitación continua para que puedan acompañar a la gerencia en este proceso.

Desde la perspectiva de la cátedra de normas internacionales de información financiera, diría que la enseñanza es una profesión que tiene doble sentido, el primero es como emitir un mensaje en el aula; este requiere en la actualidad una resignificación que intente guiar el entorno de esta actividad con objetivos, alcances y diferenciación de otras prácticas de cátedra, y estoy convencido que es conveniente intentar su análisis desde distintos enfoques: teórico, práctico investigativo y social. El segundo es como emerger en el campo de la investigación para determinar los impactos que puedan surgir, actividad que solo es posible desarrollarla en el aula, en el entorno empresarial y es pertinente que el profesor y los alumnos la practiquen.

Por último, es necesario apropiarse una investigación basada en normas internacionales de información financiera tratando de avanzar

en criterio administrativo y financieros, lo que implica una mutación de lo expuesto a lo opuesto, logrando conseguir conectores capaces de desplegar una manera diferente de contribuirle a la época, de contribuir en el aula, en el trabajo y sobretodo en las empresas.

Referencias bibliográficas

- Brey, A. (2009). *La sociedad de la ignorancia y otros ensayos*. Barcelona: editorial Thew Second Modern Times.
- Consejo Técnico de la Contaduría Pública, CTCPC. (2015). Adopción por primera vez de las NIIF para las Pymes. Documento de Orientación Técnica 005. En: www.ctcp.gov.co/puerta/athena/_files/docs/1472851988-3350.pdf. (Recuperado el 2 de febrero de 2018).
- Ortiz Parrado, L. (2014). *El papel del contador público en las normas internacionales de información financiera*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Martinez Pino, G. (2003). Los avatares de la globalización y estandarización profesional contable. En: <https://guillomartinezpino.jimdo.com/textosdel-autor/>. (Recuperado el 4 de febrero de 2018).
- Mikina, M. (2014). La globalización y su efecto en la contaduría. En: <https://www.gestiopolis.com/la-globalizacion-y-su-efecto-en-la-contaduria/> (Recuperado el 10 de febrero de 2018).
- Lobos, O. (2004). La investigación en el aula universitaria. *Revista Praxis Educativa*, Vol. 3, No 3, pp.77-81.
- República de Colombia. (2009). Ley 1314 de 2009. *Diario Oficial*. 47(409), pp.1-6.

República de Colombia. (2013). Decreto 3022 del 27 de diciembre de 2013. Bogotá: Presidencia de la República de Colombia.

Rodríguez Fuenzalida, E. (1994). Criterios de análisis de la calidad en el sistema escolar y sus dimensiones. Revista Iberoamericana de Educación, No. 5, pp. 45-65

El impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la educación.

Artículo de Revisión

Fecha recepción: 20/04/18 Fecha aprobación: 20/18/18

Diego Chávez Narváez

dferchavez@gmail.com

Magister en Dirección Estratégica de Marketing del Centro Panamericano de Estudios Superiores de México; Especialista en Administración de Tecnologías de la Información para la Comunicación Virtual de la Universidad Manuela Beltrán; Comunicador Social de la Universidad del Cauca.

Jesús Fernando Ortega

eatroyano@gmail.com

Ingeniero de Sistemas de la Corporación Universitaria Comfacauca.

Resumen: El artículo realiza una revisión teórica centrada en el desarrollo de las nuevas tecnologías y su impacto en las dinámicas educativas, presentando un panorama general acerca del concepto y cómo el mismo transforma la noción de educación, generando nuevas prácticas pedagógicas y otras formas de interrelación entre los individuos, además de modificar las formas de intercambiar datos e información. De igual modo, se establece una proyección a futuro considerando el horizonte de evolución y la capacidad de afectar positiva y negativamente los diferentes aspectos y escenarios de la vida del individuo.

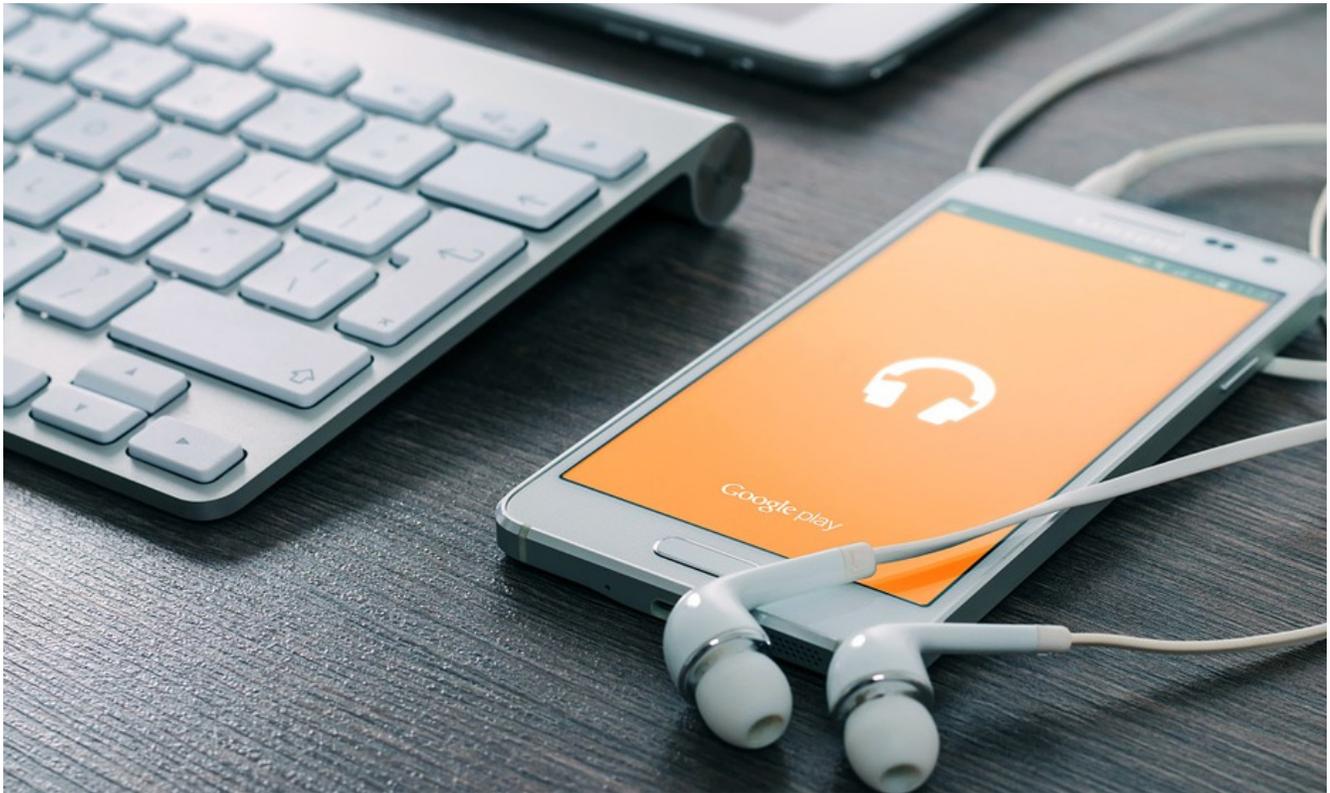
Palabras clave: Nuevas tecnologías, educación, individuo, evolución tecnológica, sociedad.

Abstract: The article makes a conceptual review focused on the development of new technologies and their impact on educational dynamics, presenting an overview about the concept and how it transforms the notion of education, creating new teaching practices and other forms of interaction between individuals, as well as modifying the ways of exchanging data and information. Similarly, a future projection horizon considering the evolution and the ability to positively and negatively affect the different aspects and stages of human life is established.

Keywords: New technologies, education, individual, technological evolution, society.

Resumo: O artigo faz uma revisão teórica focada no desenvolvimento de novas tecnologias e seu impacto na dinâmica educacional, apresentando uma visão geral sobre o conceito e como ele transforma a noção de educação, gerando novas práticas pedagógicas e outras formas de inter-relação. entre os indivíduos, além de modificar as formas de troca de dados e informações. Da mesma forma, uma projeção futura é estabelecida considerando o horizonte de evolução e a capacidade de afetar positiva e negativamente os diferentes aspectos e cenários da vida do indivíduo.

Palavras-chave: Novas tecnologias, educação, individual, evolução tecnológica, sociedade.



Introducción

Claramente el mundo ha sufrido una importante transformación gracias a los avances de la tecnología, estableciendo cambios en diferentes campos de la sociedad (educativos, económicos, políticos y comunicativos, entre otros), lo cual ha permitido, en consecuencia, una revolución tecnológica que afecta diversos ámbitos de la vida del hombre. En este sentido, es innegable afirmar que los exponenciales avances y vertiginosa difusión de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) son, en gran medida, protagonistas en ese cambio. El nivel de transformación que han posibilitado es cada vez mayor, especialmente en el campo de la educación, modificando las formas de relacionarse y de intercambiar conocimiento.

De acuerdo con Rifkin (2000):

Las TIC facilitan múltiples aspectos de nuestra vida, pero su capacidad de transformación va mucho más allá de las

simples mejoras en determinados servicios. Al igual que en otros momentos de cambio tecnológico, su trascendencia reside en su capacidad de modificar las relaciones sociales y productivas.

En este contexto, la educación es una de las áreas que se ha visto altamente influenciada por los cambios y posibilidades que permiten las NTIC, las cuales han permitido redistribuir el poder frente al uso, manejo y manipulación de la información y el conocimiento, una fortuna en muchos casos, pero también una tragedia en otros. Cómo lo expresan Dubois y Cortés (2005) *“No se puede olvidar que las tecnologías son portadoras tanto de riesgos como oportunidades para el desarrollo humano y que depende de hacia dónde y cómo se dirijan, sus resultados diferirán sustancialmente”*.

De esta manera, es relevante presentar un panorama conceptual acerca del desarrollo de las nuevas tecnologías, lo cual se podrá observar en el primer aparte del artículo, seguido por el

impacto de éstas frente a las dinámicas educativas, considerando para ello diferentes escenarios; para finalmente dar paso a una sección de análisis proyectivo que permita visualizar su posible horizonte de desarrollo.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación nacen gracias al avance de diversas herramientas tecnológicas que abren paso a una transformación global y a la globalización misma, gracias a la posibilidad de establecer un acercamiento entre los individuos y colectivos, traspasando fronteras y creando nuevas formas de relacionarse e intercambiar información. En este sentido, es relevante considerar la aparición del concepto y su desarrollo.

De acuerdo con Martínez (1996, p. 102):

Podemos entender por nuevas tecnologías todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento humano.

Para Cabrero (1998, p.198):

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas.

Adell (1997) afirma:

Las nuevas tecnologías son las redes informáticas. Los ordenadores, aislados, nos ofrecen una gran cantidad de posibilidades, pero conectados incrementan su funcionalidad en varios órdenes de magnitud. Formando redes, los ordenadores sirven como herramienta para acceder a información, recursos y servicios prestados por ordenadores remotos, como sistema de publicación y difusión de la información y como medio de comunicación entre seres humanos.

Por su parte, Haag, Cummings y McCubbrey (2004) consideran que las tecnologías de información y comunicación “están compuestas de cualquier herramienta basada en los ordenadores y que la gente utiliza para trabajar con la información, apoyar a la información y procesar las necesidades de información”. Mientras tanto Bartolomé (1999) señala que “se refieren a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones”. De igual modo, Castells (1986) indica que las nuevas tecnologías “comprenden una serie de aplicaciones de descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información”. García (1998) sostiene que “son todos aquellos medios que surgen a raíz del desarrollo de la microelectrónica, fundamentalmente los sistemas de video, informática y telecomunicaciones”.

Desde una mirada institucional, se establece que las nuevas tecnologías de información y comunicación son “aquellos dispositivos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica” (OCDE, 2002). Asimismo, Gerstein (2000) afirma que “son medios colectivos para reunir, almacenar, procesar y recuperar información electrónicamente así como el control de toda especie de aparatos de uso cotidiano”.

Estableciendo un panorama general, Belloch (2013) plantea:

Las NTIC se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido,...). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet. Diferentes autores indican que Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.

Como puede observarse, los autores citados concuerdan, frente a la descripción del concepto de nuevas tecnologías, en el uso de términos como intercambio, información, acceso y herramientas tecnológicas, lo cual permite vislumbrar el impacto que éstas pueden establecer frente a diferentes ámbitos y en este caso en el de la educación, gracias a las importantes posibilidades que generan frente a la publicación, búsqueda e intercambio de datos e información, dando paso a nuevas formas para obtener, construir y transmitir conocimiento.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en la Educación

Es importante resaltar que las nuevas tecnologías han modificado en gran medida los procesos formativos, especialmente por la posibilidad de acceder abiertamente a miles de *bytes* de información relacionada con diversos campos del saber. De esta manera, el docente ya no es el único que posee conocimiento, ahora se convierte en un guía frente a la consecución del mismo, ya que las nuevas herramientas tecnológicas, por

primera vez en la historia, abren una ventana que libera el saber, al cual puede accederse en cualquier momento, desde casi cualquier lugar y el tiempo que se desee.

Así, el impacto de las nuevas tecnologías en la educación ha sido de un nivel cada vez más exponencial, generando nuevos espacios y dinámicas que sobrepasan por mucho las monótonas prácticas centradas en el tablero y la tiza.

Al respecto, Navales, Omaña y Perazzo (2010) plantean:

El uso de NTIC con fines educativos ha creado amplias posibilidades de capacitación, razón por la que el rumbo de la educación debe ser transformado de un sistema clásico y conservador a un ambiente dinámico y creativo. La presencia y facilidad para el uso de medios interactivos en la educación, permiten que el ser humano aumente sus habilidades para convertir la información en conocimientos.

Por su parte, Belloch (2013) expresa:

El impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación sobre la educación, propicia posiblemente uno de los mayores cambios en el ámbito de la Educación. A través de Internet y de las informaciones y recursos que ofrece, en el aula se abre una nueva ventana que nos permite acceder a múltiples recursos, informaciones y comunicarnos con otros, lo que nos ofrece la posibilidad de acceder con facilidad a conocer personalidades de opiniones diversas.

Castro, Guzmán y Casado (2007) afirman:

En nuestros días se cuenta con un equipamiento tecnológico que divide a los

actores del proceso escolar respecto a su uso; se discuten las ventajas y desventajas de las computadoras, la conveniencia o el ineludible uso de este aparato como herramienta en la producción, circulación y consumo de saberes.

Aznar, Cáceres e Hinojo (2005) plantean que entre los aspectos más destacables de las nuevas tecnologías están:

La posibilidad de tener acceso a la información desde cualquier parte del planeta, eliminando fronteras, distancias; en el ámbito educativo y formativo, la posibilidad de hacer más cómoda la enseñanza-aprendizaje, mediante las aulas virtuales, a través de Internet, adaptándose a las características concretas de cada usuario, etc.

Según Gayle, Tewarie y White (2003):

Las NTIC han incidido en todos los campos relacionados con la educación, facilitando la transformación y la optimización de la mayoría de los procesos administrativos, el desarrollo de metodologías innovadoras en los procesos de enseñanza-aprendizaje, el acceso a la formación superior de nuevos grupos de personas, así como una incipiente transformación del sistema organizativo de las universidades. De otro lado, la incorporación de diversas herramientas tecnológicas, han conllevado a la inclusión y desarrollo de una serie de competencias digitales en los estudiantes de los diferentes niveles educativos (SEEFPU, 2012).

En este contexto, Celestino, Echegaray y Guenaga (2003) plantean que, frente a las dinámicas basadas en nuevas tecnologías.

La total integración de las NTIC en la educación superior se encuentra en sus primeros pasos, muy lejos del aprovechamiento total de las posibilidades de las mismas. Estas posibilidades o funcionalidades, que se atribuyen a los medios tecnológicos dentro del campo de la educación, varían dependiendo de las dinámicas en las que se incluyen.

De este modo, pueden observarse los importantes avances que ha conllevado el uso de las nuevas tecnologías en el campo de la educación, gracias a la disposición de grandes cantidades de información y contenidos, lo que puede hacer posible un mayor y mejor aprovechamiento de los recursos educativos. Pero estas grandes ventajas también implican cambios frente a los individuos o colectivos que usan estas nuevas herramientas, pues es ineludible compartir ciertos estándares y competencias ante este nuevo escenario educativo, el cual puede traer magnas ventajas para unos y menoscabos para otros. En este sentido, la transformación que las nuevas tecnologías han hecho frente a la educación implica también que los individuos cambien sus maneras de educarse y de moverse en el entorno educativo.

El otro lado de las Nuevas Tecnologías en la educación

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación han modificado las formas en que se impartía la educación tradicional, pero esto no asegura que los colectivos e individuos se inserten en este nuevo escenario de la forma exponencial en que estas herramientas se han desarrollado y transformado, es preciso adaptarse y migrar a este nuevo contexto académico. Al respecto, Vilches (2001) destaca que “en la migración digital el mundo no se divide ya más entre ricos y pobres, sino entre los que están informados y

aquellos que han quedado fuera de las redes de conocimiento”

De otro lado, expresa Martin Carnoy (2004):

Al realizar una comparación entre el uso que se da a estas herramientas en ambientes escolares y en el mundo empresarial, asegura que las escuelas y los distritos escolares casi no utilizan las TIC para gestionar la calidad de sus resultados, para aumentar la productividad de los profesores, ni para reducir los costes mediante el análisis de gastos.

Por su parte, Baron y Bruillard (2007) señalan:

Si los logros de aprendizaje pueden medirse, relacionarlos con el uso de TI (o a cualquier otro factor singular) es un una empresa casi imposible. De modo que buscar pruebas

sostenibles sobre los efectos de las TI en el logro educacional es probablemente un desafío desesperado.

Martínez (2010) expresa que no sólo es suficiente pensar en el uso sino en la necesidad latente de:

Disponer de una buena infraestructura tecnológica es una de las condiciones básicas. Esta no solo debe considerar una dotación adecuada de computadores, periféricos, suministros y enlaces a Internet. Se requiere contar con apoyo técnico que resuelva problemas de soporte y administración, estrategias locales de planificación y administración de estos recursos, junto con métricas asociadas a la evaluación de su usabilidad y utilización.



Pero el tema no solo se centra en las estadísticas de uso, en la implementación de plataformas y en la adquisición de infraestructura básica para acceder a los beneficios, el punto neurálgico quizá esté en las competencias necesarias para establecer un apropiado uso y aprovechamiento. De acuerdo con la UNESCO (2004):

Los alumnos deberán moverse en un entorno rico en información, ser capaces de analizar y tomar decisiones, y dominar nuevos ámbitos del conocimiento en una sociedad cada vez más tecnológica. Deberán convertirse en estudiantes de por vida, colaborando con otros individuos para realizar tareas complejas y utilizando de modo efectivo los diferentes sistemas de representación y comunicación de conocimiento.

Dicho lo anterior, Don Tapscott (1998) señala que “estamos ingresando a una nueva era de aprendizaje digital, en la que atravesamos una etapa de transición del aprendizaje “por transmisión” a un aprendizaje “interactivo”. Esto implica no solo nuevas formas de aprender sino también de enseñar, por lo cual la Sociedad para la Tecnología de la Información y la Formación Docente SITE (2002) afirma:

Se han identificado ciertos principios básicos para que el desarrollo tecnológico de los docentes resulte efectivo a saber: Debe integrarse la tecnología a todo el programa de formación docente; los futuros docentes deben formarse y experimentar dentro de entornos educativos que hagan un uso innovador de la tecnología y la tecnología debe integrarse dentro de un contexto.

Poner énfasis en que la integración de la tecnología en la educación y los proyectos interdisciplinarios en colaboración

constituyan los temas principales de la formación docente, e involucrar el uso de las NTICs en el desarrollo de las habilidades básicas de los alumnos (Stanford Research Institute, 2001, p. 10).

Considerando los aspectos anteriores, Dussel y Quevedo (2010) plantean:

La primera preocupación frente a la inclusión digital tiene que ver con reducir la brecha entre sectores sociales y entre generaciones en el acceso y el uso que se hace de las nuevas tecnologías. Allí se enmarcan, entre otras cosas, las políticas de equipamiento y conectividad, los programas de una computadora por niño o los planes que apuntan a la adquisición de competencia para el uso de las NTICs.



Hoy hay posibilidades tecnológicas expandidas que han tornado posibles algunas acciones ética y políticamente inquietantes, como por ejemplo la proliferación de una visualidad sensacionalista que exagera la exhibición de imágenes impactantes ya no solamente desde la televisión sino también desde las redes sociales y las tecnologías amateurs (Sontag, 2003).

Para Marqués (2004):

Se espera que el docente del siglo XXI sea altamente competente en el diseño de entornos de aprendizaje donde se utilicen de manera profusa y pertinente los medios de comunicación y las TIC, aprovechando todo su potencial informativo, comunicativo y motivador.

Frente a lo antes expuesto, (Barriga, 2006) considera:

Resulta evidente que el problema del aprovechamiento de las TIC con fines educativos no podrá resolverse si no se atiende con prioridad a la competencia tecnológica del docente, incluyendo una transformación de sus creencias y prácticas

pedagógicas. Requiere mejorar y enriquecer las oportunidades de aprender a enseñar significativamente a sus estudiantes con apoyo en dichas tecnologías.

Pero aún es preciso identificar un campo más latente y, en cierto grado, peligroso de la aparición de las nuevas tecnologías, el uso y acceso a cualquier tipo de información. De acuerdo con Staksrud (2007, p.24):

Si atendemos a las investigaciones que se han realizado en torno a los posibles riesgos asociados al uso que jóvenes y adolescentes hacen de las nuevas tecnologías, encontramos entre las temáticas tratadas con mayor frecuencia: contenidos inapropiados, contactos con desconocidos, amenazas a la privacidad y, en menor medida, riesgos relacionados con el comercio electrónico.

En este sentido, Belsey (2005) plantea que otro de los fenómenos que surge a partir del uso de las nuevas tecnologías es el cyberbullying “este implica el uso de las NTIC como plataforma de una conducta intencional, repetida y hostil que realiza un individuo o grupo para hacer daño a otros”. Al respecto, Willard (2005), considera



que “el cyberbullying consiste en ser cruel con otras personas mediante el envío o publicación de material dañino o la implicación en otras formas de agresión social usando tecnologías digitales”.

Este denominado Ciberbullyng ha llevado a establecer otros temas negativos en cuanto al uso de las nuevas tecnologías relacionados con “el posible aislamiento social y los riesgos de dependencia y adicción ligados a la utilización de las tecnologías” (Gil et al, 2003). De esta manera, se crean diversos riesgos asociados con estas herramientas tecnológicas, que de acuerdo con Young (2004) “facilitan la generación de relaciones de dependencia hacia las mismas, lo que pudieran llegar a conducir a situaciones calificables de adicción”. Lo cual reafirma Ruiz y López (2010) cuando expresan que es “recurrente el discurso que asocia las nuevas tecnologías con un supuesto aislamiento social de los adolescentes. Los jóvenes pasan demasiado tiempo con las tecnologías y no en relaciones sociales cara a cara”. De esta manera, según Espinoza (2006) para el caso del individuo, se ve reflejado en un fracaso que lo puede llegar a afectar en su adaptación individual, social y de autoestima tanto inmediata como futura.

Es relevante entonces mencionar que las nuevas tecnologías establecen diferentes ventajas y bondades frente a los procesos educativos, pero también generan fenómenos negativos que deben considerarse al momento de trabajar con éstas, buscando con ello que los beneficios superen las desventajas y que los procesos formativos basados en éstas tengan un impacto real sobre la sociedad y lo individuos, no como un agente de diferenciación sino como un escenario en el cual favorecer la diversidad e igualdad en los diferentes ámbitos de la vida.

Una visión del horizonte al que se dirigen las TIC

Los cambios que han representado las nuevas tecnologías de la información y comunicación al sector educativo son de gran envergadura, pero también implican grandes transformaciones y adaptaciones de los procesos formativos que ya se habían desarrollado en su ausencia. En este sentido, el avance de las nuevas tecnologías no debe pensarse dirigido específicamente a los aspectos relacionados con la infraestructura sino especialmente a lo humano, a la capacidad de hacer un uso adecuado de éstas y ser capaz de adaptar las habilidades del hombre a los escenarios que estas herramientas permiten.

De acuerdo con Fernández (2009):

El creciente desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el acelerado cúmulo de información y la omnipresencia de las comunicaciones en el entorno social, contribuyen a que en el ámbito educativo se lleven a cabo las necesarias transformaciones para adecuarse a una sociedad en estado de cambio permanente, con nuevas necesidades y valores.

Por su parte, Tedesco (2003) plantea:

Discutir la aplicación de las nuevas tecnologías de la información a la educación en el marco global de los cambios sociales, políticos y culturales implica superar las visiones habituales que reducen el problema a sus dimensiones técnicas y/o financieras. Las nuevas tecnologías se desarrollan en un contexto político y social profundamente diferente del contexto del capitalismo industrial y del Estado-Nación.

Al amparo del encuentro entre educación y nuevas tecnologías surge y se desarrolla una poderosa industria: la industria educacional. Se trata, en efecto, de la convergencia entre dos sectores que combinadamente gastan alrededor del diez por ciento del producto interno de los países, generando de paso, en su entorno, una serie de transformaciones y el aura de una modernidad global, cuya promesa aún no se ha materializado (Brunner, 2003).

Al respecto, Cebrián (1998, p. 18) expresa:

La economía digital exige un nuevo planteamiento de la educación y, en un sentido más amplio, del aprendizaje y su relación con el trabajo y la vida cotidiana del consumidor. El aprendizaje se ha convertido en un reto de por vida. Como la nueva economía es una economía del conocimiento, el aprendizaje forma parte de la actividad económica cotidiana y de la vida, y tanto las empresas como los individuos tienen que asumir la responsabilidad de aprender, simplemente si quieren funcionar.

En este contexto, es inevitable pensar que con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, se ha dado inicio a una insurrección educativa cuyos alcances apenas han sido divisados por los diferentes actores involucrados en ésta (docentes, estudiantes, directivos, padres, etc.). Según Mehlinger (1996) “el panorama ha empezado a cambiar rápidamente durante los últimos años. De pronto, la ‘institución inconvencional’, como algunos caracterizan a la escuela, se ha topado con una ‘fuerza irresistible’: las tecnologías de la sociedad de la información”. Al respecto, Gutiérrez (2010) expresa que “se están generando necesidades en el sector educativo que antes no existían, ahora se suma el gran desafío de evitar que la

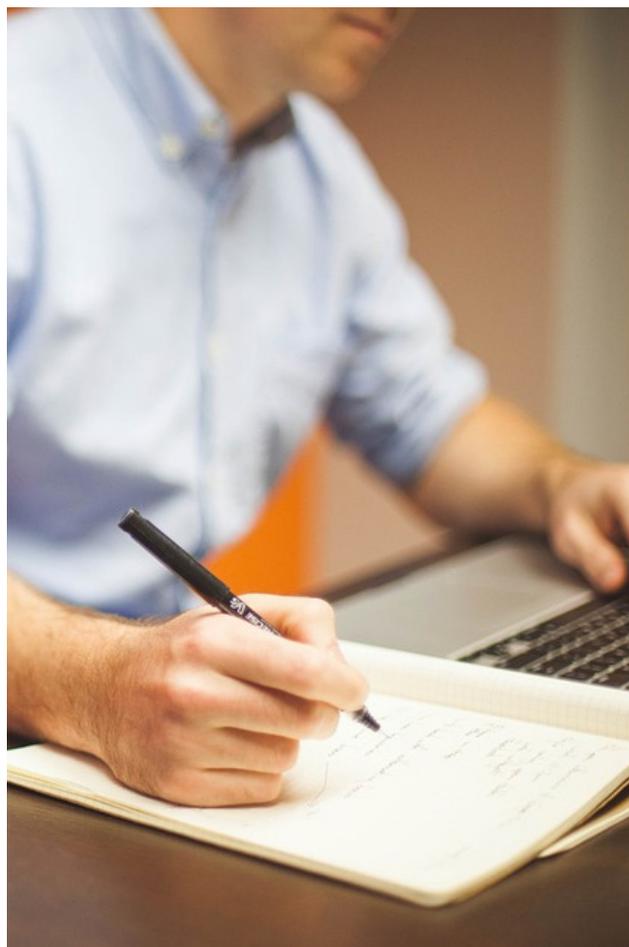
introducción de las NTIC genere más diferencias entre quienes tienen y no acceso a ellas”.

Para Area Moreira (2002):

Existe una preocupante ausencia de estudios en los que se analicen las NTIC en relación con los cambios sociales, políticos y culturales que las éstas promueven en el interior de nuestras sociedades, y en consecuencia, (que permitan) identificar las responsabilidades y los retos educativos implicados para promover una mayor justicia social y progreso democrático.

En este contexto, Zubero (1996) afirma:

Las nuevas tecnologías de la información no nos liberan de reflexionar sobre los viejos problemas sociales de la emancipación, la libertad, la autonomía y la solidaridad. El problema no es el satélite, la computadora o



la telefonía digital, como no lo ha sido el libro ni el periódico. El problema fundamental no estriba en el soporte de la información, sino en el modelo de sociedad en que dicha información circula y al servicio de la cual se pone.

Así, puede plantearse que la discusión referida a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el campo de la educación, en el actual entorno globalizado, implica dirigir la mirada más allá de las visiones tradicionales, las cuales centran su atención en los aspectos técnicos, financieros y de infraestructura, para dirigirse más decididamente a los campos social y humano, buscando aportar al desarrollo de la sociedad y a la consolidación de verdaderos procesos educativos basados en NTIC. De esta manera, es preciso mencionar que la expansión de las nuevas tecnologías es innegable pero la promesa de equidad social y democracia no parece constituirse a la misma velocidad, revelando espacios de exclusión,



desigualdad y conflicto, ante lo cual es preciso enfrentar de manera adecuada lo que Bauman (2005) denomina la “licuefacción acelerada de marcos e instituciones sociales” que funcionaron como articuladores de la modernidad”, evitando así una posible crisis tecnológica y, por consiguiente, educativa.

En este sentido, es necesario comprender que la maquina no lo es todo, es imprescindible crear un equilibrio entre todos los elementos implicados en este nuevo mundo digital en el que el hombre se desarrolla y educa, recordando siempre que como lo afirma Cuban (2008:156) “la música no está en el piano” y “el conocimiento no está en las computadoras”.

Referencias bibliográficas

- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la Información. Revista EDUTEC, Nro. 7. En: www.uib.es/depart/gte/revelec7.html (Recuperado el 3 de Mayo de 2016)
- Area Moreira, M. (2002). Igualdad de oportunidades y nuevas tecnologías. Un modelo educativo para la alfabetización tecnológica. Revista Educar, Nro. 29, pp. 55-65.
- Bauman, Z. (2005). Comunidad. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Baron, G. y Bruillard, E. (2007). The new millennium learners: digital technologies, educational results and learning expectations. Some considerations. En: http://www.oecd.org/ument/10/0,3343,en_2649_35845581_38358154_1_1_1_1,00.html [Recuperado el 9 de Mayo de 2016]
- Bartolomé, A. (1999). Nuevas tecnologías en el aula. Guía de supervivencia. Barcelona: Graó.

- Belloch Ortí, C. (2013). Las tecnologías de la información y comunicación TIC. España: Universidad de Valencia.
- Belsey, B. (2005). Cyberbullying: An emerging threat to the “always on” generation. En: http://www.cyberbullying.ca/pdf/Cyberbullying_Article_by_Bill_Belsey.pdf [Recuperado el 5 de Mayo de 2016]
- Brunner, J. (2003). La educación al encuentro de las nuevas tecnologías. En: http://200.6.99.248/~bru487cl/files/JJ_IPE_BA_4.pdf [Recuperado el 17 de Mayo de 2016]
- Cabero, J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. Granada: Grupo Editorial Universitario
- Cáceres, M. & Hinojo, F. (2005). El impacto de las tics en la sociedad del milenio: nuevas exigencias de los sistemas educativos ante la “alfabetización tecnológica. Revista Etic@Net, Vol. 2, Nro. 4, pp. 177-190.
- Carneiro, R; Toscano, J. & Diaz, T. (2012). Los desafíos de las TIC para el cambio educativo: En: http://www.educando.edu.do/files/6613/7875/6220/Los_desafios_delas_TIC_para_elcambio_educativo.pdf [Recuperado el 17 de Mayo de 2016]
- Carnoy, M. (2004). Las TIC en la enseñanza: posibilidades y retos. En: <http://www.uoc.edu/inaugural04/esp/carnoy1004.pdf> [Recuperado el 1 de Junio de 2016]
- Castells, M. et all. (1986): El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, S.; Guzmán, B. y Casado, D. (2007). Las Tic en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Revista de Educación Laurus, Vol. 13, Nro. 23, pp. 213-234.
- Cebrián, J. (1998). La red. Madrid: Taurus.
- Celestino, Agurtzane; Echegaray, Olatz y Guenaga, Galder. (2003). Integración de las TIC en la educación superior. Revista Píxel-Bit. Medios y Educación, Nro. 21, pp. 21-28.
- Cuban, L. (2008). Frogs Into Princes. Writings on School Reform. Nueva York: Teachers’ College Press.
- Díaz Barriga, F. (2006). Enseñanza situada. Vínculo entre la escuela y la vida. México: McGraw Hill.
- Dubois , A. & Cortés, J. (2005). Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano. Bilbao: Instituto Hegoa.
- Dussel, I. & Quevedo, L. (2010). Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Buenos Aires: Fundación Santillana.
- Espinoza, E. (2006). Impacto del maltrato en el rendimiento académico. Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa. Vol. 2, Nro 4, pp. 221–238
- Espinar Ruiz, E. y López Fernández, C. (2009). Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos. Revista Athenea Digital, Nro. 16, pp. 1-20
- Fernández, R. (2009). Competencias profesionales del docente en la sociedad del siglo XXI. España: Universidad de Castilla - La Mancha
- García Valcárcel, A. (1998) La actitud de los futuros maestros hacia las Nuevas Tecnologías. Revista Electrónica de Tecnología Educativa Edutec, Nro. 97. En: http://www.ieev.uma.es/edutec97/edu97_c3/2-3-13.htm [Recuperado el 21 de mayo de 2016]

- Gayle, D., Tewarie, B., & White, A. (2003). Challenges to University Governance Structures. *Revista ASHE-ERIC Higher Education Report*, Vol. 1, Nro. 30, pp. 21-40
- Gerstein, M. (2000). Encuentro con la Tecnología. Estrategias y cambios en la era de la información. Serie Desarrollo Organizacional. México: Editorial Addison- Wesley Iberoamericana.
- Gil, A., Feliu, J., Rivero, I., & Gil, E. (2003) ¿Nuevas tecnologías de la información o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital. En: <http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html> [Recuperado el 12 de Mayo de 2016]
- Haag, S., Cummings, M., & y McCubbrey D. (2004). *Management information systems for the information age* (4ª ed.). New York: McGraw-Hill.
- Marqués, P. (2004). Los docentes: funciones, roles, competencias necesarias, formación.
- Martínez Alvarado, H. (2010). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la educación: retos y posibilidades. Colombia: Fundación Santillana.
- Martínez Sánchez, F. (1996). La enseñanza ante los nuevos canales de información. Madrid: Narcea.
- Mehlinger, H. (1996). School Reform In the Information Age. *Academic Journal Phi Delta Kappan*, p. 402.
- Navales, M., Omaña, O. & Perazzo, D. (2013). Las tecnologías de la información y la comunicación y su impacto en la educación. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2005). *Infancia y adolescencia en la Sociedad de la información. Análisis de la relación con las TIC en el hogar*. En: http://www.tinet.cat/portal/uploads/Copia_de_infancia_tecnologia_20070618114330.pdf [Recuperado el Junio de Mayo de 2016]
- Organisation for Economic Co-operation and Development OCDE. (2002). Reviewing the ICT sector definition: Issues for discussion. En: <http://www.oecd.org/dataoecd/3/8/20627293.pdf> [Recuperado el 8 de mayo de 2016]
- Ortega, J. & González, D. (2008). Efectos negativos de las TIC en la escuela de la era digital.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós
- Rodríguez, E. & Megías, I. (2005). *La brecha generacional en la educación de los hijos*. Madrid: FAD.
- SEEFPU. (2012). *Marco común europeo de competencia digital*. España: Secretaría de Estado de Educación, Formación Profesional y Universidades. En: <http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/index.php/2012/11/26/marco-comuneuropeo-decompetencia-digital> [Recuperado el 21 de mayo de 2016]
- Sociedad para la Tecnología de la Información y la Formación Docente SITE. (2002). Propuesta de estándares TIC para la formación inicial docente. En: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan039771.pdf> [Recuperado el 13 de Mayo de 2016]
- Sontag, S. (2003). *Ante el dolor de los demás*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Staksrud, E., Livingstone, S. & Haddon, L. (2007). *What Do We Know About Children's Use of Online Technologies? A Report on Data Availability and Research Gaps in Europe*, Informe de investigación. Proyecto EU Kids

Online network. London: School of Economics.

Stanford Reseach Institute (2001). SRI international independent evaluation of World Links for Development: Accomplishment and challenges. Monitoring and evaluation report year 2. En: <http://www.world-links.org/english/html/sriyear2.html> [Recuperado el 1 de Junio de 2016]

Tapscott, D. (1998). Creciendo en un entorno digital: la generación Net. España: Mcgraw-Hill

Tedesco, J. (2003). Las nuevas tecnologías y el futuro de la educación. Buenos Aires: Grupo Editor

The World Bank Human Development Network, Education Group-Education and Technology Team, Latin America and the Caribbean: Education and Technology at the Crossroads. A Discussion Paper, The World Bank, Washington D.C., p. viii.

UNESCO. (2004). Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente. Francia: División de Educación Superior.

Willard, N. (2005). Educator's Guide to Cyberbullying and Cyberthreats. En: <https://education.ohio.gov/getattachment/Topics/Other-Resources/School-Safety/Safe-andSupportive-Learning/Anti-Harassment-Intimidation-and-Bullying-Resource/Educator-s-Guide-Cyber-Safety.pdf.aspx> [Recuperado el 5 de Mayo de 2016]

Young, K. (2004). Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences. Revista

Zubero, I. (1996). Participación y democracia ante las nuevas tecnologías: retos políticos de la sociedad de la Información. Madrid: TELOS.

Evaluación comparativa de la gestión organizacional de tres asociaciones de reciclaje de la ciudad de Popayán (Colombia).

Artículo de Investigación

Fecha recepción: 12/06/18 Fecha aprobación: 16/07/18

Rafael Mauricio Padilla

rafaelpadilla@unimayor.edu.co

Doctorante en Economía - Universidad de Manizales; Magíster en Educación y Desarrollo Sostenible - Universidad Santiago de Cali; Magíster en Administración de Empresas - Universidad del Valle; Especialista en Docencia Universitaria - Universidad Cooperativa de Colombia; Administrador de Empresas - Universidad Externado de Colombia.

Resumen: El artículo presenta el resultado de una investigación orientada a identificar las condiciones sociales, económicas y empresariales de las asociaciones de reciclaje: ASOCAMPO, AREMARPO y RECINPAYAN de la ciudad de Popayán-Colombia, con el propósito de evaluar el estado actual de la gestión organizacional como alternativa de apoyo y mejoramiento a los procesos de formalización establecidos por el gobierno. Se utilizó una metodología cualitativa que permitió establecer las categorías, realizar entrevistas y analizar los hallazgos encontrados en cada una de las Organizaciones. Como conclusión las asociaciones por su condición económica, requieren del apoyo de la empresa, la academia y el Estado, para mejorar la eficiencia del servicio. Producto de la investigación han surgido diversos trabajos que contribuyen al mejor y fortalecer los procesos administrativos: Manual de funciones, Manual por competencias, Manual de procesos y procedimientos, Portafolio de servicios, Reporte de peticiones y reclamos – PQR, capacitación sobre las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF.

Palabras Claves: Asociación, gestión, recolectores de oficio, residuos, familia, ingresos.

Abstract: The article presents the result of an investigation oriented to identify the social, economic and business conditions of the recycling associations: ASOCAMPO, AREMARPO and RECINPAYAN of the city of Popayán-Colombia, with the purpose of evaluating the current state of the organizational management as alternative support and improvement to the formalization processes established by the government. A qualitative methodology was used to establish the categories, conduct interviews and analyze the findings found in each of the Organizations. In conclusion, the associations for their economic condition, require the support of the company, the academy and the State, to improve the efficiency of the service. As a result of the research, several works have emerged that contribute to the best and strengthen the administrative processes: Manual of functions, Manual by competences, Manual of processes and procedures, Portfolio of services, Report of petitions and claims - RPC, training on the International Standards of Financial Information - ISFI.

Key words: Association, management, collectors of trade, waste, family, income.

Resumo: O artigo apresenta os resultados de uma estratégia para identificar a pesquisa associações condições sociais, econômicas e de negócios de reciclagem: ASOCAMPO, AREMARPO e cidade RECINPAYAN de Popayan Colômbia, a fim de avaliar o estado atual da gestão organizacional como apoio alternativo e melhoria dos processos de formalização estabelecidos pelo governo. Uma metodologia qualitativa foi utilizada para estabelecer as categorias, realizar entrevistas e analisar os achados encontrados em cada uma das Organizações. Em conclusão as associações por sua condição econômica, requerem o apoio da empresa, da academia e do Estado, para melhorar a eficiência do serviço. pesquisa de produtos surgiram várias obras que contribuem para uma melhor e fortalecer os processos administrativos: manual de função, competência manual, processos e procedimentos do Manual, solicitações de relatório sobre a carteira de serviços e reclamações - PQR, treinamento sobre as Normas Internacionais Informação Financeira - IFRS.

Palavras-chave: Associação, gestão, coletores de comércio, resíduos, família, renda.



Introducción

Las asociaciones de reciclaje conformadas por recolectores de oficio han venido creciendo como organización, pero el desconocimiento de elementos administrativos y de gestión empresarial las convierte en organizaciones vulnerables a la dinámica del mercado. Así mismo la presión que ejerce la política de gobierno sobre la formalización de las asociaciones ha generado de alguna manera presión sobre el mejoramiento de los procesos administrativos. Debido a lo anterior surge la siguiente pregunta: ¿Cuál es el estado actual de la gestión organizacional en tres asociaciones para adaptarse al proceso de formalización en la ciudad de Popayán?

Las asociaciones de reciclaje cada día se convierten en organizaciones fundamentales para la recolección de materiales de reciclaje con el propósito de mantener aseada y limpia la ciudad de Popayán. Son organizaciones conformadas por un grupo de personas provenientes del área rural que han decididos instaurarse en el municipio de Popayán con el propósito de iniciar un nuevo

proyecto de vida que suple las expectativas de vida orientadas hacia mejores condiciones sociales y económicas. Debido a la desorganización de las comunidades encargadas de recolectar materiales, el gobierno propuso a través del Decreto 596 de 2016, formalizar los recicladores de oficio, que tiene como beneficio el acceso al recurso de tarifa como futuros servidores públicos del servicio de aseo, para ello requiere que se fortalezcan como empresa en los próximos años, teniendo en cuenta las capacidades administrativas, técnicas, operativas y financieras.

De esta manera se decidió realizar un comparativo de la gestión organizacional en las asociaciones de reciclaje como apoyo al proceso de formalización en la ciudad de Popayán, y la finalidad de indagar sobre: las condiciones sociales, económicas, empresariales y la perspectiva organizacional de la población de recolectores de oficio, como elementos indispensables para el adecuado proceso de gestión en las asociaciones de reciclaje: ASOCAMPO, AREMARPO Y RECINPAYÁN.

La necesidad de formalizar a los recicladores informales considerados como, “personas que se dedican a la recuperación y venta de materiales reciclables” (Cohen et al, 2013:14), se debe a la necesidad de estructurar y mejorar el servicio de aseo en la ciudad. La formalidad de los recolectores ha tenido mayor relevancia en los últimos años, para la academia y el sector empresarial por su contribución social. Así mismo, es necesario identificar y entender las condiciones sociales y económicas de los recolectores para comprender su proceso de gestión en las organizaciones, motivo por el cual se deseó tener en cuenta en la investigación lo señalado por (Acosta y Rovitzon, 2013:6): la cual consistió en “proporcionar evidencia confiable y bien fundamentada sobre la gama de fuerzas motoras, tanto positivas como negativas, que afectan las condiciones laborales en la economía informal través del tiempo”. La investigación permitió identificar las características sociales y económicas de la población para poder entenderla y organizarla.

Además de contribuir al proceso de formalización de las Asociaciones de reciclaje como respuesta a las necesidades del mercado, es importante identificar las condiciones de salud en que se encuentran los recolectores de oficio, así como lo demuestra el caso de la ciudad de Medellín, los cuales tienen como propósito “Analizar la situación social y económica, el perfil de morbilidad y las condiciones de acceso a los servicios de salud en una población de recicladores y sus familias” Medellín, (Gómez et al, 2008:706), en esta investigación se determinan variables importantes sobre el estado de salud de los recicladores tales como: infecciones respiratorias, infecciones diarreicas, enfermedades crónicas que inciden en el sistema nervioso y órganos de los sentidos, en algunos casos no se encuentran afiliados a empresas promotoras de salud. Otro estudio interesante que señala eventos relacionadas con el tema de la salud, tales como: *la irritación de mucosas, rinitis, alergias, asma, bronquitis, conjuntivitis, micosis cutá-*

neas, diarrea, infecciones del tracto respiratorio y otras enfermedades relacionadas con el contacto de los residuos sólidos, sobre todo con materia orgánica en descomposición, donde existen microorganismos y algunos de ellos patógenos para el ser humano, son señalados por (Ballesteros et al, 2008:170). Lo anterior condujo a la necesidad de hacer mayor énfasis en el área de talento humano como eje principal para el desarrollo integral de los recolectores de oficio.

Un estudio similar sobre el Reciclaje inclusivo y recicladores de base en el Ecuador, demuestra la importancia que tiene de formalizar a los recicladores de base, la cual, busca contribuir a “conocer con mayor profundidad la situación de las personas y familias que trabajan en grupos y asociaciones para la recolección y venta de residuos sólidos al mercado del reciclaje con recolectores” (BID, 2015:3), estudio similar a los realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo en Colombia. Lo que demuestra que no es ajena su aplicabilidad como modelo de ejemplo en otras regiones similares a la ciudad de Popayán. Otras investigaciones que fortalecen los procesos de las asociaciones de reciclaje en América, es la realizada en Chile, la cual resalta el autor sobre: “el desafío de avanzar hacia modelos de gestión de residuos que incluyas a los recicladores de base es esencialmente un desafío a nivel local, ya que los municipios establecen sus sistemas de manejo de residuos acorde a la situación específica de cada territorio” (Benítez, 2013:4), la cual considera tener en cuenta el caso de la ciudad de Popayán los municipios que generan residuos y los envían al relleno sanitario los picachos en el corregimiento de la Yunga.

Las condiciones sociales y económicas de los recicladores de la ciudad de Popayán no son ajenas a los resultados de los estudios realizados a nivel nacional e internacional sobre este tema. El censo de recicladores de la ciudad de Popayán, reafirma que “los ingresos los afectan considerablemente”

(Padilla, 2015:468), lo anterior conlleva a la importancia de reestructurar las asociaciones hacia un proceso de formalización acorde a las políticas del gobierno sin dejar de lado sus necesidades como Unidades Económicas de Reciclaje.

Es de enfatizar que, “Uno de los problemas ambientales que afecta considerablemente el medio natural y la dinámica sociocultural de los cascos urbanos municipales, es el inadecuado manejo de los residuos por parte de los generadores”. (Alcaldía de Popayán, 2015:17), motivo por el cual, la inclusión de las asociaciones de reciclaje en el plan de gestión integral de residuos contribuiría al alcance de las metas establecidas por el gobierno municipal.

Una de las reflexiones señaladas por el autor, (Asqueta, 2013:647), evidencia que, “el reciclaje de basuras le permitió a la familia sobrevivir pero ahora ven cómo ese recurso amenaza con ser arrebataado por cuenta de la globalización social y política de la ciudad”, lo que indica que la formalización de las asociaciones debe realizarse manera cautelosa porque podría verse afectada su situación económica y social.

Es necesario tener en cuenta que la formalización de los recicladores se soporta en el (Decreto 596, 2016:1), emanado por el Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio de la República de Colombia, el cual señala: “Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1077 de 2015, en lo relativo con el esquema de la actividad de aprovechamiento del servicio público de aseo y el régimen transitorio para la formalización de los recicladores de oficio” en especial lo mencionado en la sección 2, subsección 1, que hace alusión al “Esquema Operativo de la actividad de aprovechamiento del servicio público de aseo y régimen transitorio para la formalización de los recicladores de oficio” (Decreto 596, 2016:4).

De acuerdo al proyecto coordinado por la Alianza Nacional para el Reciclaje Inclusivo, con el apoyo

de la iniciativa Regional para el reciclaje Inclusivo IRR y ejecutado por el Compromiso Empresarial para el reciclaje señalan que el proceso de formalización de recicladores de oficio consta de los siguientes pasos: “ Definir la ciudad, contrato condiciones uniformes, portafolio de servicios, plan de fortalecimiento empresarial, base de datos, básculas, sistemas de control, programa de prestación de servicio, reporte de SSPSD, competencias laborales, categorías de empleo, PQR, plan de emergencias, estados financieros” (CEMPRE, 2016).

Las asociaciones para formalizarlas hay que percibir las como empresa, por lo tanto señala que “la empresa debe cumplir con diversos objetivos: de servicio, económicos, sociales y de desarrollo” (Contreras, Vaca & Sabogal, 2009: pp. 62-226). Así mismo, se requiere diseñar el manual de funciones y competencias laborales como “herramienta de gestión de talento humano” (Caballero, 2015:11). También las organizaciones deben cumplir con unas funciones: “producción, marketing, investigación y desarrollo, finanzas y recursos humano” (Amaru, 2009:120), sin dejar de lado los procesos administrativos como los señala Munch (2014).

El objetivo de la investigación consistió en presentar un comparativo sobre las condiciones sociales, económicas, empresariales y de perspectiva organizacional de los asociados, las cuales inciden en la gestión organizacional en las tres asociaciones de reciclaje como apoyo al proceso de formalización en la ciudad de Popayán.

Métodos y Materiales

La investigación cualitativa permitió identificar los problemas económicos y sociales de la población de recolectores de oficio, para ello se tomó como referencia algunos de los sistemas de captura utilizados en el proyecto BID - ARB: “entrevistas, visitas a las asociaciones, y la consulta de información secundaria”, (BID- ARB, 2011:3).

Resultados

Tabla 1: Comparativo hallazgos encontrados sobre las condiciones sociales recolectores de oficio

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Composición familiar	Madres cabeza de familia Núcleo familiar conformado en promedio por tres hijos, en su mayoría dedicados a la labor de reciclaje de oficio	Madres cabeza de familia Núcleo familiar conformado en promedio por dos hijos, dedicados a la labor de reciclaje de oficio	Madres cabeza de familia Núcleo familiar conformado entre 3 y 4 personas.
Apariencia física	Contextura delgada, humilde Población oscila entre 35 y 50 años.	Contextura normal, humilde Población oscila entre 30 y 50 años	Contextura delgada, humilde Población oscila entre 35 y 50 años
Forma de expresión	Lenguaje básico popular	Lenguaje popular	Lenguaje básico popular
Niveles de estudio familia	Prima el nivel bajo de escolaridad	Mayoría población nivel de primaria y algunos en secundaria	Mayoría población nivel de primaria y algunos en secundaria
Dificultades para estudiar	Económicas	Económicas y por iniciativa propia no deciden estudiar	Deserción estudios por embarazo, condiciones económicas
Tipo de Vivienda	Propia en obra	La mayoría vive en arriendo, en ranchos construidos en madera, esterilla y zinc. Otros propias subsidiadas por el gobierno.	Invasiones, mayoría máximo con dos habitaciones, ubicadas en zonas de alto riesgo
Calidad de Servicios vivienda	Servicios básicos	Servicios básicos	Servicios básicos: agua y energía
Riesgo de vivienda	Alto riesgo de inseguridad	Ubicadas algunas en sitios propensos a derrumbes	Alto riesgo de inseguridad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Comparativo hallazgos encontrados sobre las condiciones económicas recolectores de oficio

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Condiciones laborales de la familia	La mayoría de los miembros de la familia se desempeñan como recolectores de oficio.	Dedicación a labores de reciclaje	Dedicación a labores de reciclaje, los hijos se dedican a otras labores para su sustento
Ingresos vs Gastos familiares	No alcanza para satisfacer necesidades básicas	No alcanza para satisfacer necesidades básicas	No alcanzan para satisfacer necesidades básicas
Proveniencia ingresos	Reciclaje	Reciclaje y actividades temporales como aseo, conductor, operario de construcción, ayuda familiar.	Reciclaje y actividades en otras organizaciones por parte de los hijos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Comparativo hallazgos encontrados sobre el conocimiento empresarial recolectores de oficio

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Cargo en la Asociación	Recolector	Recolector	Recolector
Conocimiento historia Asociación	No conoce los principios corporativos de la organización	No conoce los principios corporativos de la organización	No conoce los principios corporativos de la organización
Conocimiento Estructura Organizacional	Representante legal, secretaria y Asociados	Poco conocimiento sobre la Junta. Pero hace énfasis en que tienen un Gerente, una presidenta y un Tesorero.	Tan solo conocen el cargo del gerente.
Significado de Asociación	Grupo de personas que buscan el mismo beneficio	Trabajar en comunidad, apoyarse el uno con el otro.	Es la manera de ayudarse entre comunidad para la subsistencia familiar
Concepto de Trabajador	Persona comprometida para lograr beneficio económico en pro del sustento familiar	Colaborador y que merece respeto	Persona que cumple con sus labores específicas de reciclaje.
Horario de Trabajo	6:00 AM a 5:00 PM	8:00 AM - 12:00M y 2:00PM a 6:00 PM.	7:00 AM – 12:00 M o 2:00PM a 5:00 PM
Seguridad Social	Afiliados a Sisben	Afiliados a Sisben.	No están afiliados a seguridad social
Planeación actividades del cargo	Acorde a lo planeado por el Gerente	Algunos recolectores las actividades se desarrollan de manera improvisada para otros tiene un plan establecido.	Improvisadamente
Característica del Gerente			
Estilo de dirección	Líder emprendedor y perseverante	Liderazgo, estudiada, respetuosa y amable.	Amable, honrado, democrático.
Capacidad de Autocontrol			
Autocontrol	Compromiso con las funciones asignadas por la Asociación	Compromiso con el trabajo.	Cada cual maneja el tiempo
Responsabilidad con la Asociación	Alta	Alta	Alta
Incentivos que lo motivan a trabajar			
Económico	No existe	Con base en metas	No existe
Bienestar Familiar	No existe	Reciben mercados, celebración días especiales	Emocional
Educación	No existe	Apoyo estudio a los hijos	No existe
Proceso de Vinculación	No existe. Afiliación voluntaria y solo se registra en sistema	Periodo de prueba con metas establecidas de recolección	No existe

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Comparativo hallazgos encontrados sobre la perspectiva organizacional recolectores de oficio

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Estrategias para mejorar la Asociación en un futuro	Apoyo del gobierno por parte del municipio	Ubicación de la Asociación como centro de acopio de residuos	Apoyo económico
Perspectiva de vida del trabajador hacia el futuro	Bienestar Familiar	Mejor calidad de vida, adquisición de equipos tecnológicos para cargos administrativos y operativos	Apoyo económico por parte de gobierno permite mejorar la calidad de vida de los recolectores
Aporte Asociación a la problemática Social	Educar a la población para reciclar con facilidad	Incentivar la educación ambiental, Ubicación acorde al Plan de Ordenamiento Territorial	Buscar ayuda económica para mejorar los ingresos de los recolectores y contribuir a la sostenibilidad de la ciudad

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las condiciones sociales del gerente se encontraron los siguientes hallazgos:

Tabla 5. Comparativo hallazgos encontrados sobre las condiciones sociales gerente asociaciones de reciclaje

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Composición familiar	Cuatro hijos dos fallecidos	Ocho hijos uno fallecido	Cuatro hijos.
Apariencia física	Hombre responsable, comprometedor. Aprox. 65 y 70 años.	Aprox. 60 años, colaboradora, responsable,	Aproximadamente 65 y 70 años, buenas condiciones de salud
Forma de expresión	Lenguaje básico expresa conocimiento sobre el reciclaje	Lenguaje básico, Alcanzaron a estudiar hasta primero de bachillerato	Lenguaje básico.
Niveles de estudio familia	Hijos bachillerato y técnico	No tiene primaria, algunos hijos primero de primaria	Los hijos terminaron Bachillerato
Dificultades para estudiar	Algunos consumen alucinógenos	Económicas	Los hijos trabajan en cargos operativos
Tipo de Vivienda	Propia	Propia	Propia
Calidad de Servicios vivienda	Servicios públicos básicos	Servicios públicos básicos	Servicios públicos básicos
Riesgo de vivienda	No posee algún riesgo	No posee ningún riesgo	Riesgo Inseguridad

Fuente: propia investigación



Tabla 6. Comparativo hallazgos encontrados sobre las condiciones económicas gerente asociaciones de reciclaje

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Trayectoria laboral			
Condiciones laborales de la familia	Hijos desempleados, uno solo trabaja en cargo operativo	Hace 35 años recicla, hijos ayudantes de reciclaje	Trabajó en otra empresa como empacador y coterero trillador de Maíz
Ingresos vs Gastos familiares	Limitados solo para el sustento	No alcanzan para subsistir	Alcanzan para cubrir gastos y pequeñas contingencias
Proveniencia ingresos	Actividad de reciclaje	Actividad del reciclaje	Actividad de reciclaje

Fuente: propia investigación

Tabla 7. Comparativo hallazgos encontrados sobre el conocimiento empresarial gerente asociaciones de reciclaje

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Historia de la empresa y Principios Corporativos	Conoce los principios Corporativos y el proceso de reciclaje	Conoce historia de la Asociación, los aportes recibidos por la Alcaldía	Conoce los principios Corporativos de la Asociación
Estructura Organizacional	Estructura simple, 25 asociados	Estructura simple. Junta Directiva, representante legal, tesorero y secretaria. Más de 50 asociados	Gerente, Asesor, Contador. Más de 17 asociados
Significado de Asociación	Grupo de personas que buscan subsistir	Grupo de personas reunidas para satisfacer necesidades	Conjunto de personas que conforman una Cooperativa
Concepto de trabajador	Es una persona con voluntad, espera recompensa	Cumple con los horarios de trabajo y con los reglamentos	Vendedor de reciclaje
Horario de trabajo	7:00AM – 6:00 PM	8:00 AM – 12:00M y 2:00 PM a 6:00 PM	A cualquier hora del día
Seguridad Social	Pertenecen al Sisben	Pertenecen al Sisben	Afiliados al Sisben
Proceso de planeación	Planea el gerente	Se planea a través de la Junta Directiva, El Gerente, y los Comités.	Gerente planea, con apoyo en instituciones
Percepción de los trabajadores	Persona trabajadora, humilde y responsable	Sería y compañera de trabajo	Responsable, abierto
Empleo de supervisores	No cuenta con supervisores	No cuenta con supervisores	No cuenta con supervisores
Incentivos para trabajadores: Económico, familiar y educación	No existe	Fondo económico para días especiales y para educación	ServiAseo contribuye a entregar artículos a los Asociados
Criterios para incentivar a trabajadores	Se está planteando una forma de Fondo como método de incentivo	Ayudas a los trabajadores, económicas, familiares.	No existe distinción, a todos los Asociados se les entrega Incentivos

Proceso de vinculación de la empresa	Cuota \$10.000 para afiliarse a la Asociación y \$5.000 mensual para sostenimiento.	Ser reciclador de oficio, cumplir con una meta, pago cuotas \$20.000 y \$1.000	Modo de entrevista y determina el grado de confianza para ingresar
Determinación de salario	Por producción – peso báscula	De acuerdo al peso que registra la báscula	De acuerdo al peso que registra la báscula
Proceso de reciclaje	Recolección, limpieza residuos	Separación de residuos y venta	Recepción, selección y consolidación de material
Relación con proveedores	Reconoce la política de material limpio	Reconoce la política de material limpio	Buenas, reconocen la política de material limpio.
Problema que afecta el desarrollo de la actividad empresarial	No existe política clara que integre la Asociación con Serviaseo	Las instalaciones muy estrechas ocupan espacios públicos como la vía pública.	No presenta problema, desde el punto de vista legal.
Estado financiero de la empresa	No son suficientes para pagar deudas. Tres millones mensuales	Aunque con los ingresos pueden pagar deudas hace falta para suplir necesidades	La Asociación responde financieramente para sus operaciones
Proveniencia de ingresos empresa	Reciclaje	Ganancia proyectos con Alcaldía	Actividades de Reciclaje
Aprovechamiento de las Tic 's	Para uso de la secretaria e informes.	Página Web, Contabilidad e informes	No posee, en el futuro se espera adquirir computadores con apoyo alcaldía
Beneficios que ofrece la Asociación diferentes a la actividad económica por parte de la Asociación	Cumplir con las normas que exige el medio ambiente	Capacitación dirigida a la Comunidad	Solo reciclaje
Beneficios que recibe la Asociación por otras instituciones	Certificación de competencias laborales, portafolio de servicios, calidad, procesos y procedimientos, manuales de funciones.	Certificación de competencias laborales, portafolio de servicios, calibración báscula, calidad, procesos y procedimientos, manuales de funciones,	Portafolio de servicios, calibración báscula, calidad, procesos y procedimientos, manuales de funciones,

Fuente: propia investigación

Tabla 8. Comparativo hallazgos encontrados sobre la perspectiva organizacional gerente asociaciones de reciclaje.

FACTOR	ASOCAMPO	AREMARPO	RECINPAYAN
Visión recicladores	Diseño para infraestructura de Asocampo, para atender la población y otros municipios	Ajustado a las políticas de Gobierno, con tecnología para clasificar residuos.	Mejora condiciones recicladores, a través de asesorías
Sistema de reciclaje futuro	Acuerdo con los sectores de la producción para no contaminar	Desde la familia debe reciclarse facilita la labor a las Asociaciones de reciclaje	Fortalecer las Asociaciones de reciclaje
Recursos como prosperidad organización	Mejorar la Organización	Organización, voluntad y amor a la Asociación	Bodega y capital de trabajo para compra de productos
Perspectiva condiciones de vida en el futuro	Personal capacitado en tema de reciclaje	Reconocimiento a las Asociaciones	Alianzas con el gobierno para mejorar el bienestar de los asociados.
Compromiso de la Asociación sobre la problemática social Municipio.	Alianzas y acuerdos con entidades comunales para tener líderes sociales, comunales industriales y empresariales en crecimiento de la ciudad.	Trabajador de lado con la Alcaldía, perspectiva del ECA al lado del relleno Sanitario del Ojito.	Una vez se mejore las condiciones de los asociados estos pueden contribuir al desarrollo social.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Recolectores de oficio

Las condiciones sociales de los recolectores de oficio están conformado el núcleo familiar en promedio por tres hijos, los cuales se dedican a la actividad de reciclaje, la población de recolectores oscila en edad entre los 30 y 50 años, el nivel de estudio no supera la secundaria, la cual se refleja en el lenguaje rudimentario que emplean para comunicarse. Las dificultades de estudio se caracterizan en esta comunidad dificultades económicas y situaciones de embarazo. Aunque la vivienda donde reside la comunidad cuenta con los servicios básicos de agua y energía, estas no son propias, ubicadas en sitios de alto riesgo.

Las condiciones económicas de los recolectores de oficio son muy precarias: aunque el sustento de la familia depende de la actividad del reciclaje los ingresos no alcanzan para suplir los gastos, las cuales los obliga a realizar otras labores.

Sobre la Asociación y su estructura organizacional pocos recicladores de oficio la conocen, conceptualizan la organización como un grupo o comunidad de personas que buscan un fin común, definen al trabajador como una persona que cumple con sus labores con el propósito de obtener beneficios económicos, la jornada laboral es de ocho horas diarias, los recolectores están registrados en el Sistema de selección de beneficiarios para programas sociales – SISBEN, la recolección de basura se realiza de manera improvisada, la población de recolectores se caracteriza por ser una comunidad responsables, así mismo, reciben incentivos por su labor como recolector sobre todo en la Asociación AREMARPO, el proceso de vinculación de personal se establece previamente a través del cumplimiento de metas.

La perspectiva que tienen los recolectores sobre el reciclaje tiene que ver con el apoyo indispensable del Estado para el desarrollo de sus operaciones.

Conclusiones Gerentes

Respecto a la composición social de los gerentes o representantes legales, se encontraron los siguientes hallazgos: Procedencia del sector rural, la edad oscila entre los 60 y 75 años, el núcleo familiar conformado por cinco hijos en promedio, reflejan un vocabulario sencillo y elemental, con formación educativa máxima bachiller, algunos de los hijos consumen alucinógenos, precaria situación económica, y otros trabajan como operarios en empresas del sector, cuentan con vivienda propia, con servicios básicos. Los ingresos que provienen de la actividad directa del reciclaje apenas les alcanza para sostener el hogar.

Desde el punto de vista de la Asociación como empresa, la organización cuenta con una estructura sencilla, definen la asociación como el conjunto de personas reunidas en busca de un propósito común, menciona que el trabajador labora para tener una compensación económica, los gerentes están también afiliados al SISBEN, conceptualizan al trabajador como una persona trabajadora, humilde y responsable. Planean actividades en ocasiones con apoyo de asesores, no cuentan con supervisores, solo AREMARPO ofrece incentivos a los asociados.

La perspectiva de los gerentes sobre las Asociaciones, consideran que el Estado, la Empresa y la Académica deben trabajar conjuntamente para mejorar y fortalecer las Asociaciones con el propósito de ofrecer un buen servicio en la recolección de residuos y como retribución un mejoramiento en el sustento económico y bienestar de la familia.

Agradecimientos

A los gerentes y recolectores de oficio por permitir realizar la investigación en las asociaciones de reciclaje: ASOCAMPO, AREMARPO y RECINPAYAN.

A la Univerisidad de Manizales: Programa de Doctorado en Desarrollo Sostenible. Al Doctor Gabriel Cruz por su orientación Lisokca-Jaegermann, Bogumilla. Revista Miscellanea. Universidad de Varsovia. Al Colegio Mayor del Cauca por su tiempo para el desarrollo de la investigación. A mis compañeros, familia y amigos.

Referencias bibliográficas

Acosta, A & Rovitzon, O 2013, Recicladoras y recicladores de Bogotá, Colombia, *Estudio de Monitoreo de la Economía Informal de Bogotá, Colombia*. Manchester, R.U.; WIEGO.

Disponible en: <http://www.inclusivocities.org/wp-content/uploads/2014/03/IEMS-Bogota-City-Report-WP-spanish.pdf>

Alcaldía de Popayán (2015). *Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS)*, según la metodología establecida en la Resolución 0754 de 2014, Alcaldía de Popayán.

Amaru, Antonio 2009. *Fundamentos de Administración Teoría General y proceso administrativo*. Ed. Pearson. México. Disponible en: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-8-Fundamentos-de-Administracion-Lourdes-M%C3%BCnch-Galindo.pdf>

Asqueta, M. (2013). Basura y reciclaje. Sobrevivir con los residuos ajenos

Universidad Minuto de Dios. *Discurso y Sociedad*, Vol 7(4), pp. 643-663. Disponible en: <http://www.dissoc.org/ediciones/v07n04/DS7%284%29Asqueta.pdf>

Ballesteros, L, et al. (2008), Factores de riesgo biológico en recicladores informales de la ciudad de Medellín, 2005, *Revista Salud Pública*, Vol. 26 No 2, pp 170. Disponible en <http://www.scielo>.

org.co/pdf/rfnsp/v26n2/v26n2a08.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Resumen Ejecutivo Estudio Nacional de Reciclaje, Proyecto BID – ARB, Programa de Desarrollo de un Modelo de Negocios para la consolidación Económica de las organizaciones de Reciclaje, Asociación de Recicladores de Bogotá. No 213/ME-CO, ATN/ME – 11535-CO, ATN/GM-11536-CO, y ATN/OC-11537-CO. Disponible en: <http://asociacionrecicladoresbogota.org/wp-content/uploads/2012/04/RESUMEN-EJECUTIVO-DEL-ESTUDIO-NACIONAL-DE-RECICLAJE.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). Diagnóstico en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, *Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo – IRR*, Metodología e investigación Advance Consultora.Ecuador. Disponible en: <http://reciclajeinclusivo.org/wp-content/uploads/2016/04/Reciclaje-Inclusivo-y-Recicladores-de-base-en-EC.pdf>

Benítez, M (2013), Políticas Públicas para la Inclusión de los Recicladores de Base al Sistema de Gestión de Residuos Sólidos Municipales en Chile, *Avina*. Disponible en, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/--sro-santiago/documents/genericdocument/wcms_205403.pdf

Caballero, L 2015, *Guía para establecer o modificar el manual Específico de Funciones y Competencias Laborales*. Departamento Administrativo de la Función Pública. Bogotá Disponible en: https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/sLaborales_+ActualizadaSeptiembre2015/fe0e4657-1e36-4715-8d8d-3fceb57e34a

CEMPRE (2016). Formalízate, son muchos beneficios para ti, conócelos y haz parte del nuevo modelo

de reciclaje del país. Carpetas publicitarias. Minvivienda, proyecto de la Alianza Nacional para el Reciclaje Inclusivo, con apoyo de la iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo – IRR y ejecutado por el Compromiso Empresarial para el Reciclaje – CEMPRE. Disponible en: http://cempre.org.co/wpcontent/uploads/2017/05/infografia_recicladores.pdf

Cohen P, Ljgosse J, Sturzenegger G. (2013). Desarrollo de Planes de Inclusión para Recicladores Informales: Una Guía Operativa, Iniciativa Regional para el Reciclaje, Bogotá. *Edit. Banco Interamericano de Desarrollo*. Disponible en: https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/697/guia_recicladores_final_espanolLOWweb.pdf?sequence=1

Contreras, M. Vaca Manuel, & Sabogal N. (1989). *Fenomenología de la empresa*, Unisur, Bogotá.

Gómez, Agudelo A & Ronda, Elena (2008). *Condiciones Sociales y de Salud de los Recicladores de Medellín*, Revista Salud Pública, Volumen 10, Numero 5, p 706. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rsap/v10n5/v10n5a03.pdf>

Hernández, R, Fernández, C, & Baptista, Pilar. (2006), *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, México.

Koonz, H y Weihrich, H & Cannice, M. (1998). *Administración una perspectiva global*, Mc Graw Hill, México. Disponible en: <http://biblioteca.soymercadorologo.com/wp-content/uploads/2016/05/Administraci%C3%B3n-14ed-Harold-Koontz-Weihrich-y-Cannice.pdf>

Decreto 596 (2016). Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1077 de 2015, en lo relativo con el esquema de la actividad de aprovechamiento del

servicio público de aseo y el régimen transitorio para la formalización de los recicladores de oficio y se dictan otras disposiciones. Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio República de Colombia. Disponible en: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20596%20DEL%2011%20DE%20ABRIL%20DE%202016.pdf>

Munch, L. (2014). *Administración, Gestión organizacional enfoques y proceso Administrativo*. Ed. Pearson, México. Disponible en: <http://fernandosuares.com.ar/descargas/bibliodigital/admin/adminmunch.pdf>

Padilla, R. (2015). Informe de caracterización de la población de Recicladores y Unidades Económicas de Reciclaje. Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, Alcaldía del Municipio de Popayán, Compromiso Empresarial para el Reciclaje, Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Unimayor Popayán.

El servicio al cliente como propuesta de valor para competir y sostenerse en el mercado.

Artículo de investigación
Fecha recepción: 20/07/18 Fecha aprobación: 09/08/18

María Clemencia Jaramillo S.
mjaramillo@unimayor.edu.co

Administradora de Empresas y Tecnóloga en Gestión Empresarial - Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Resumen: El presente artículo pretende, desde la perspectiva de autores especializados en la materia, resaltar la importancia de la calidad en el servicio al cliente para alcanzar el éxito en el desarrollo de la actividad empresarial, como elemento de valor que diferencia a una organización de otras, teniendo en cuenta que, con la variada y abundante oferta de productos similares que existe actualmente en el mercado, los consumidores se han hecho más exigentes y ya no buscan solamente calidad y buenos precios, sino también un servicio que les brinde satisfacción y les genere el deseo de volver a vivir la experiencia de compra con la misma empresa. Así mismo, el escrito procura evidenciar las razones por las que muchas empresas no ven el servicio como una herramienta poderosa de fidelización, y destacar algunos aspectos que debieran ser tenidos en cuenta para ofrecer un servicio de excelencia al cliente.

Palabras clave: Cliente, servicio al cliente, satisfacción, competencia, experiencia de compra.

Abstract: This article attempts to highlight, from the perspective of authors specialized in the field, the importance of good customer service to succeed in business activity. Customer service quality is an added value that differentiates one organization from the others. It takes into account that, with the varied and abundant offer of similar products that currently exists on the market, consumers have become more demanding and no longer only seek quality and good prices. Instead, consumers further seek a satisfying service that incites them to relive the purchasing experience with the same company. Likewise, the article seeks to portray the reasons why many companies do not see service quality as a powerful loyalty tool, and highlights some aspects to be taken into account in order to offer an excellent service to the client.

Key words: Customer, customer service, satisfaction, competition, purchasing experience.

Resumo: Este artigo visa, a partir da perspectiva de autores especializados no assunto, destacar a importância da qualidade no atendimento ao cliente para alcançar o sucesso no desenvolvimento da atividade empresarial, como um elemento de valor que diferencia uma organização de outras, levando em conta que, com a oferta variada e abundante de produtos similares que hoje existem no mercado, os consumidores se tornaram mais exigentes e deixaram de buscar apenas qualidade e bons preços, mas também um serviço que lhes dá satisfação e gerar o desejo de reviver a experiência de compra com a mesma empresa. Da mesma forma, o documento procura mostrar as razões pelas quais muitas empresas não enxergam o serviço como uma poderosa ferramenta de fidelização, e destacam alguns aspectos que devem ser levados em conta para oferecer um serviço de excelência ao cliente.

Palavras-chave: cliente, atendimento ao cliente, satisfação, competência, experiência de compra.



Introducción

En algún momento todas las personas hemos sido víctimas de la mala calidad del servicio, ofrecido a los clientes por las empresas a las cuales recurrimos para satisfacer una necesidad, y existen muchas historias que contar en ese sentido, ya sea porque el producto adquirido estaba defectuoso y no contaba con garantía, desconocimiento técnico del producto por parte de los empleados, desinterés en atender al cliente, oferta limitada de productos, larga espera para recibir atención, cobros por conceptos no solicitados, deficiente servicio posventa, precios exagerados, etc. La lista puede ser interminable y el problema está en que la recurrencia de tales situaciones hace que el cliente emigre hacia la competencia en busca de mejor trato, consideración y respeto, lo cual repercute en las finanzas de la empresa.

Lo cierto es que cada día cobra mayor relevancia la necesidad de brindar una adecuada atención al cliente y mucho se habla de las consecuencias que para todo negocio implica la prestación de un servicio de mala calidad, siendo la más grave la pérdida no sólo de los clientes reales, sino también de potenciales, toda vez que la mayoría de los usuarios no manifiesta su insatisfacción con reclamos -aunque hay quienes de forma juiciosa hacen valer sus derechos-, sino que simplemente se alejan y buscan otro proveedor que satisfaga

sus necesidades y expectativas, pero no sin antes hacer partícipes de su mala experiencia a las personas de su entorno, lo cual genera que clientes potenciales eviten consumir o recurrir a la marca objeto de comentarios negativos.

En ese sentido, María Claudia Londoño Mateus (2006) afirma que la deserción de un cliente no sólo es nociva por la pérdida de ingresos que genera, sino por el efecto contagio que provoca disuadiendo a otros clientes potenciales, pues normalmente el consumidor final comunica mucho más su insatisfacción y malas experiencias, que su agrado. Así mismo, Eric Viardot (2014) indica que muchos clientes votan con sus carteras y cuando no se sienten satisfechos no pierden tiempo quejándose, sino que sólo cambian de proveedor.

Por tanto, la calidad en la atención es un aspecto que los empresarios no pueden permitirse dejar de considerar en sus estrategias comerciales, puesto que la evaluación que el cliente hace de la forma en que es tratado durante el proceso de adquirir un bien o un servicio, desde que entra en contacto con la marca hasta aún después de hacer uso del producto, es un factor determinante para que una empresa sea competitiva y obtenga reconocimiento o, por el contrario, se vea obligada a abandonar el mercado.

Las empresas frente al servicio al cliente

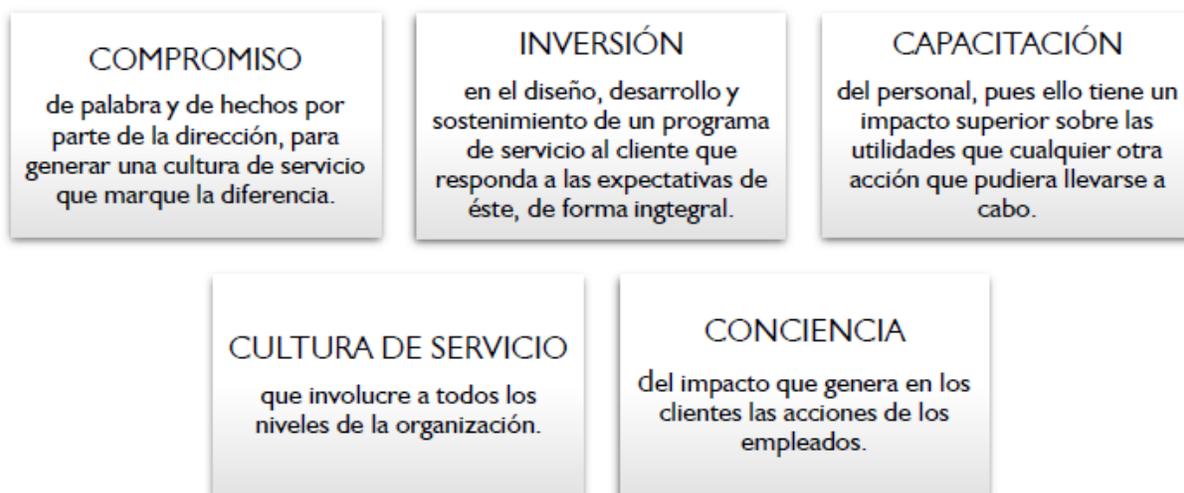
No obstante ser el servicio al cliente un concepto divulgado ampliamente, así como los beneficios que genera en las empresas el desarrollo de estrategias dirigidas a garantizar la satisfacción de sus usuarios a través de una atención de excelencia, pocas son las organizaciones que invierten en ese sentido.

La revista virtual de economía y negocios *LatinAmericanPost*, en su edición del mes de mayo de 2018 indica que, en comparación con Europa y Estados Unidos, en Latinoamérica el servicio al cliente aún no es visto como una prioridad para las empresas, siendo uno de los principales problemas que muchas de ellas no ven la calidad en el servicio como un factor esencial para su subsistencia en el mercado, sino solamente como un elemento que las diferencia de su competencia.

Otro inconveniente que se presenta en las empresas latinoamericanas, acota la revista, es su mentalidad a corto plazo, que se manifiesta descuidando el servicio posventa y que se ha convertido en un verdadero problema para quienes compran por Internet, por ejemplo, pues una vez cerrada la venta no se preocupan por la logística de la entrega y muchas no cuentan con

políticas definidas de reembolsos y devoluciones. Pero esto podría cambiar en poco tiempo, debido al poder que han adquirido los comentarios que realizan los consumidores en Internet sobre las marcas y que puede convertirse en un elemento de presión para que las empresas despierten y se preocupen por el cliente y su satisfacción. Algunos autores especializados en la materia explican las razones por las que ello pasa y sugieren qué hacer para ser competitivos mediante del servicio al cliente.

Para John Tschohl (2008), un problema que se presenta en muchas empresas es la poca disposición de los directivos para entender el servicio al cliente como una estrategia de marketing, más allá de verlo como una simple acción posventa, a pesar de estar comprobado que el servicio al cliente es más eficaz que la publicidad, las promociones, la innovación de productos, el crédito o cualquier otra estrategia para incrementar las ventas en una empresa. Incluso, la calidad del servicio ha llegado a ser más importante que la calidad del producto para que una organización alcance el éxito, al desarrollar una ventaja comparativa muy poderosa respecto a las demás. Para desarrollar ese elemento que diferencia a una empresa de la competencia, Tschohl recomienda considerar los siguientes aspectos:



Fuente: Tschohl, John (2008).



María Eugenia Escudero (2015) concuerda con lo anterior, en el sentido de que la política de atención al cliente emerge de la actitud de la dirección de la empresa, la cual debe ser parte de la cultura de la organización y ponerse en práctica diariamente, para mantener la posición en el mercado.

Pero además de ser el servicio al cliente un factor necesario para lograr el éxito y permanencia de la empresa en el mercado, todo el personal de la organización debe verlo como una fuente de riqueza y rentabilidad permanente -en ningún caso como tiempo perdido- y como una práctica integrada en una estrategia empresarial orientada hacia el cumplimiento de la promesa de valor ofrecida por la publicidad.

Por otra parte, el libro *Calidad total en la Atención al Cliente* (2006), el cual ofrece pautas para garantizar la excelencia en el servicio, señala que los esfuerzos de las organizaciones han estado orientados hacia la dirección y administración de los recursos con fines económicos, pero cada vez

esa labor se hace más difícil por ser el mercado altamente competitivo, con productos y servicios tan parecidos que para el consumidor se hace complicado establecer diferencias entre unos y otros, por lo que las empresas deben recurrir a estrategias dirigidas hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como una ventaja competitiva en el mercado, ya que los clientes actuales le están dando más importancia a los atributos intangibles de los productos que consumen.

De acuerdo con Keith Denton (1991), si bien casi todas las empresas reconocen el valor que representa un cliente satisfecho, pocas son las que se han comprometido con garantizar la satisfacción de sus usuarios; y para Iván Mazo (2003), la razón por la que las empresas son indiferentes e insensibles con sus clientes es que estamos todavía lejos de crear relaciones profundas de valor y porque el servicio se orienta a lograr los objetivos de la organización, no los del cliente, en una relación de tipo comercial-

transaccional. Por ejemplo, en muchas empresas el personal es entrenado para responder igual a todos los clientes, con guiones aprendidos; tal es el caso de los empleados de los call centers, quienes memorizan un libreto que repiten a todos los usuarios y si éstos les preguntan algo que no hace parte del guion, no saben qué responder.

Una clara evidencia de indiferencia e insensibilidad hacia el cliente en Colombia es la práctica de las empresas de telefonía celular, que obligan a sus clientes a cumplir contratos que ellos mismos incumplen, con engaños y trampas. Otro ejemplo es la publicidad engañosa que mediante falsos mensajes atractivos buscan atrapar al consumidor, o los descuentos de altos porcentajes anunciados en productos que resultan defectuosos o de los que no hay existencias; y qué decir de las empresas prestadoras de servicios de salud, que se destacan por la ausencia de calidad en sus procedimientos y por el exceso de indiferencia, insensibilidad e irrespeto hacia un usuario que acude por necesidad.

El servicio al cliente en Colombia

Gabriel Vallejo, experto en servicio al cliente, en entrevista realizada por la revista Portafolio en 2017 asegura que alrededor de un 95% de las empresas colombianas no sabe qué busca el consumidor en términos de servicio, de acuerdo con una encuesta realizada en ese mismo año, en la que el 54% de los encuestados considera que el servicio al cliente es desastroso en los principales sectores de la economía. Esto se debe a que para la mayoría de los directivos lo más importante es la disminución de gastos y la rentabilidad de la empresa; además, para ofrecer un buen servicio es necesario contar con personal capacitado y a ese aspecto le prestan poca atención; y para completar, no cuentan con una estrategia de servicio definida, ni indicadores de satisfacción y mucho menos con un departamento de servicio al cliente.

En cuanto a la importancia que reviste el servicio, considera el autor colombiano que no hay nada más importante para una empresa que incorporar en la propuesta de valor el servicio al cliente, sin importar el tipo y tamaño de la organización. Pero desafortunadamente, en época de crisis lo primero que se disminuye es la inversión en capacitación para fortalecer y mejorar la relación con el cliente, a pesar de ser el servicio la única ventaja comparativa sostenible en el tiempo.

La gestión del servicio al cliente

La gestión del cliente es la base sobre la cual se debe sustentar el desarrollo y el crecimiento de cualquier empresa, y en la tarea debe involucrarse toda la organización, como lo señalan autores especialistas en el tema:

Karl Albrecht (2004), describe la gerencia del servicio como un enfoque total de la organización que hace de la calidad del servicio, cuando lo recibe el cliente, la fuerza motriz número uno para la operación de un negocio. Además, indica que la filosofía de la gerencia de servicios sugiere que los empleados, en su conjunto, tienen que asegurarse de que todo salga bien para satisfacer al cliente y su necesidad, empezando por aquellos que entran en contacto directo con los mismos, para que toda la organización opere como un gran departamento de servicio al cliente.

El enfoque de la gerencia de servicio busca crear una cultura de servicio que empiece con la responsabilidad de los altos directivos de definir la misión de la organización y especificar la estrategia que se necesita para convertir la calidad del servicio en la clave de la operación del negocio. Los gerentes deben ser líderes y dar el soporte que necesitan los empleados para que éstos realicen el trabajo de manera sobresaliente. La queja del cliente, la solicitud de un reembolso, un cambio o el favor especial, todo tiene

importancia cuando se mira en el cliente un activo apreciable a largo plazo. Cada contacto individual con él es una parte importante del producto del servicio y desempeña un papel definitivo para estructurar el valor de ese cliente como parte del activo, puntualiza el autor.

Cultura de servicio

Para Cosimo Chiesa de Negri (2009), en muchas organizaciones la cultura de servicio al cliente no existe y el consumidor es más un código que una persona con gustos, necesidades e inquietudes diferentes que deben ser satisfechas. Pero teniendo en cuenta la alta competitividad actual, sólo si se busca la excelencia en el servicio se puede aspirar a fidelizar al cliente y ser más rentable mediante el establecimiento de una cultura promovida por la alta dirección, en la que se escuche al cliente para conocer su opinión y poder remediar cualquier inconformidad cuanto antes, teniendo claro que si un cliente satisfecho no regresa, al menos hablará bien del producto o servicio recibido; mientras que uno insatisfecho no sólo no regresará, sino que se expresará de forma negativa acerca de la marca, creando un efecto multiplicador.

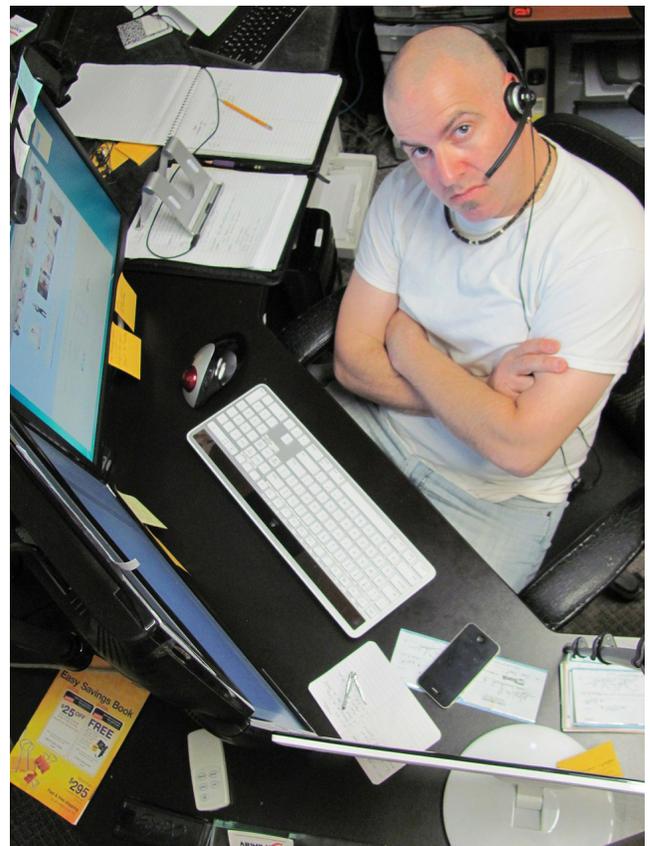
Responsabilidad de la alta gerencia

Según John Tschohl (1994), en las organizaciones en las que existe una cultura de servicio, la satisfacción del cliente es asunto de todos sus integrantes y la consigna es que los clientes reciban satisfacción y valor a cambio de su dinero, sean tratados como amigos y que sus preocupaciones y quejas sean atendidas con rapidez. Pero esto no puede concebirse sin que exista un fuerte y genuino compromiso por parte de la alta dirección con la calidad del servicio, demostrado de forma continua y que propicie una cultura de servicio que se difunda por toda la compañía y genere orgullo organizacional. Cuando la alta

dirección está comprometida con el servicio al cliente y lo manifiesta con palabras y hechos, el resultado es una infraestructura consolidada que facilita la libre comunicación dentro de la empresa, lo cual conduce a la generación de la cultura de la organización.

Así, con el mensaje de *“todo lo que se hace en beneficio de los clientes es, por definición, beneficioso para la empresa y para ellos”* (p.73), actividades de formación continua a los empleados, acciones que demuestren el compromiso de la alta gerencia y estándares de gestión, la calidad en el servicio al cliente debería ser parte de la rutina diaria de una empresa.

De acuerdo con la guía *Fórmula del Servicio Excelente* (1994), si por parte de los dueños o directivos de una organización no existe un verdadero y profundo involucramiento en los planes que se crean para mejorar, consolidar o mantener altos niveles de calidad en el servicio, tales proyectos están condenados al fracaso.



De igual manera, si el personal no cuenta con el apoyo y el compromiso de la dirección, todos los esfuerzos serán tiempo perdido.

El papel de los empleados

Según indican María Luz Martín y Eloísa Díaz (2016), el papel de los empleados en el servicio al cliente está directamente relacionado con la actividad que desarrolla cada empresa. Hay organizaciones que requieren una interacción muy estrecha entre el empleado y el cliente, como los hospitales, las peluquerías, las comercializadoras de ropa, etc., en cuyos casos los empleados deben estar capacitados para escuchar al usuario, analizar sus necesidades, identificar sus problemas, brindar soluciones, responder a objeciones y tomar decisiones con autonomía, sin necesidad de consultar a sus jefes.

Pero no sólo son importantes los empleados de contacto directo; también lo son aquellos que no trabajan directamente con el cliente, pero que forman parte del funcionamiento de la empresa y que hacen posible que los productos o el servicio lleguen a éste. Ambos son fundamentales para que una empresa preste un servicio de calidad y alcance el éxito, ya que directa o indirectamente influyen en las percepciones y decisiones de los clientes.

Un ejemplo de la importancia del cliente para la imagen de la organización y la credibilidad de los clientes es Audi, empresa que recluta personas con capacidad de relacionarse abiertamente con los clientes; así, de un técnico automotriz no sólo se espera que sepa cómo reparar un auto, sino que debe desarrollar habilidades para interactuar con el cliente y mostrar empatía, pues *“la imagen de marca se construye y se mantiene tanto por los productos que ofrece como por la función que desempeñan las personas que trabajan en la*

empresa. Los empleados también tienen poder para crear la marca” (p.178).

Importancia del personal capacitado

Para las empresas es fundamental contar con personal capacitado y motivado, pues de ello depende que el servicio sea de calidad y que los clientes deseen repetir su experiencia de compra. Para Jorge Eliécer Prieto (2005), el personal de una empresa debe recibir capacitación permanente, tener conocimientos sobre atención y servicio al cliente, habilidades de comunicación, conocimiento profundo de los productos o servicios que ésta ofrece, así como de los de la competencia, además de principios y valores, madurez, buenas relaciones interpersonales, adecuada presentación personal y buen manejo del lenguaje verbal y no verbal, pues en un ambiente competitivo, imprevisible y variable como es el mercado, el cliente es la presa más codiciada y su satisfacción el objetivo final para crecer como empresa.

John Tschohl (2008) indica que las empresas líderes en servicio se enfocan en la conservación y valoración de sus clientes, pues saben que éstos son fundamentales en el éxito de la organización, por lo que dedican tiempo y recursos a capacitar a su personal en el arte del servicio, con el objetivo de proveer la mejor atención posible para mantener a sus clientes y atraer a nuevos.

Un ejemplo de ello es “Amazon”, que impulsa estratégicamente la excelencia en el servicio al cliente y dedica tiempo a seleccionar y contratar a su personal asegurándose que sean buenas personas (en promedio uno de cada cincuenta solicitantes es contratado), lo capacitan contantemente en servicio al cliente y lo empoderan permitiéndole tomar decisiones.

Las relaciones con los clientes

De acuerdo con Juan Carrión (2007), la estrategia más poderosa para lograr la fidelización de los clientes es entender las relaciones con éstos como un mecanismo de creación de experiencias memorables, escuchando y entendiendo sus problemas y circunstancias con pasión.

Al respecto, Kotler & Keller (2006) afirman que *“para maximizar el valor de los clientes es necesario cultivar relaciones a largo plazo con ellos”* (p.152). Anteriormente los fabricantes producían de manera personalizada: el sastre y el zapatero fabricaban trajes y zapatos a la medida de sus clientes; pero llegó la revolución industrial y con ella la era de la producción en masa, en la que se pasó de producir por encargo, a fabricar para almacenar y los clientes tenían que arreglárselas para consumir lo que había disponible.

Actualmente, en la medida que las empresas han aprendido mediante la tecnología a recopilar información acerca de los clientes y los socios comerciales, la capacidad de personalizar la oferta

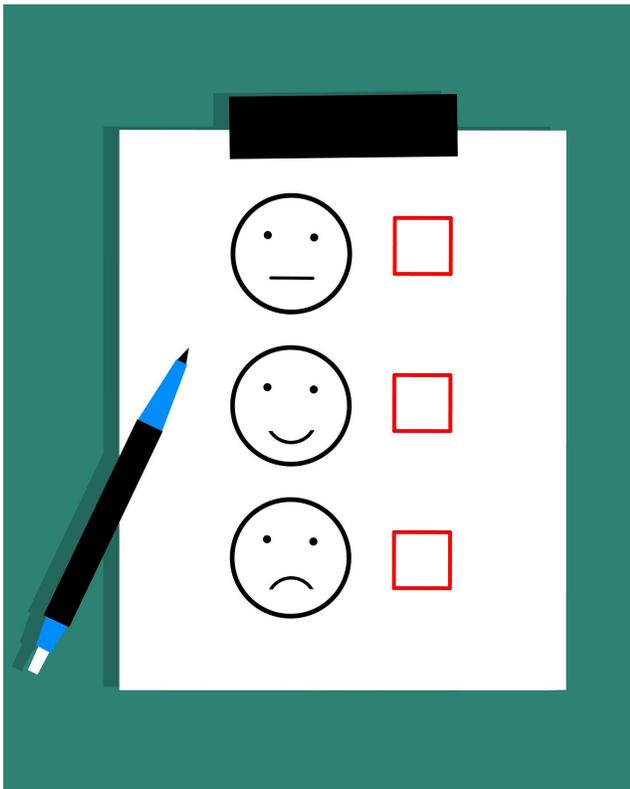
ha aumentado, ofreciendo a los consumidores productos y servicios adecuados a sus necesidades, creando así relaciones más sólidas. Ejemplo de ello es Nike, empresa que ofrece a sus clientes la posibilidad de personalizar sus zapatos deportivos por sólo diez dólares adicionales e incluso comprar el par de dos números diferentes, para que se ajusten perfectamente a sus pies.

Por su parte, Ronald Swift (2002) señala que la administración de las relaciones con el cliente se basa en la premisa de que cuesta cinco veces menos conservar a un cliente actual, que tratar de captar a uno nuevo, además de ser más rentable a largo plazo. Hay que tener en cuenta que los clientes nuevos con frecuencia son atraídos por rebajas de precios u otros incentivos; pero estas personas no tienen inconveniente en cambiar de proveedor ante una nueva oferta, por lo que aunque el precio puede servir para atraer clientes, no es lo mejor para conservarlos a largo plazo.

Lo anterior es corroborado por Juan Carlos Alcaide (2015), quien refiere que los servicios que ofrecen las empresas que operan en un mismo sector tienden a ser muy similares, por ello es tan fácil para un consumidor pasar de un proveedor a otro. De esa cuenta, *“la única manera que tiene una empresa para lograr una diferenciación perdurable en el tiempo es mediante la clase diferente de relaciones que logre establecer con sus clientes y mediante la diferenciación que puede crear vía la experiencia del cliente”* (p.27).

Marketing Relacional

Se trata de una estrategia enfocada en mantener y mejorar las relaciones con los clientes actuales (Lamb, Hair & McDaniel, 2011), y parte del principio de que, en general, los consumidores y clientes prefieren establecer una relación duradera con una empresa, que cambiar de proveedor en busca de valor. Su éxito depende



de un personal orientado al cliente, programas de capacitación eficaces, empleados con autoridad para tomar decisiones y solucionar problemas, además de trabajo en equipo, como se explica a continuación:

Personal orientado al cliente: La actitud y las acciones de los empleados deben estar orientadas al cliente, pues de ello depende la imagen de la empresa. *“El servicio personal no es algo que se pueda imponer como una política, proviene de la cultura. La forma en que usted trata a sus empleados, es la forma que puede esperar que ellos traten al cliente”* (p.11), dice el presidente ejecutivo de la cadena de hoteles Four Seasons.

Empresas como Coca-Cola, Delta Airlines y Kellogg, entre otras, han nombrado directores de clientes y parte de sus responsabilidades está asegurarse de que la empresa mantenga una cultura centrada en el cliente y que todos sus empleados se enfoquen en ofrecer valor.

Capacitación: Las principales organizaciones reconocen el papel de la capacitación en servicio al cliente a sus empleados y el establecimiento de relaciones. Tal es el caso de The Container Store, cuyo personal recibe más de 240 horas de capacitación al año, además de generosas prestaciones.

Empowerment: Numerosas empresas dan a sus empleados autoridad para resolver los problemas de los clientes en el momento, desarrollando en ellos sentido de pertenencia, con lo cual trabajan mejor, asumen la responsabilidad de su desempeño y corren riesgos prudentes para llevar al éxito a la empresa. Es el caso de Fedex, que capacita a su personal y delega en ellos autoridad para gastar hasta US\$100 para resolver un problema de un cliente, aunque la operación promedio tiene un costo de sólo US\$16. Otro caso es el de los hoteles Ritz-Carlton, en el que cualquier empleado puede gastar hasta US\$200

sin pedir autorización a la gerencia, para resolver un problema de un huésped.

Trabajo en equipo: El desempeño laboral y el de la empresa, así como el valor del producto y la satisfacción del cliente mejoran cuando los empleados se ayudan entre si y alinean su trabajo con las necesidades del cliente.

Conclusiones

La competencia cada vez es mayor y la oferta más variada, por lo que es fundamental que las empresas compitan con una propuesta de valor que marque la diferencia en el mercado y se centren en alcanzar la satisfacción del cliente de forma integral, ya que éste con el tiempo se ha hecho más exigente y no se conforma solamente con adquirir productos de calidad y a precios asequibles, sino que busca también buena atención, ambiente agradable, comodidad, trato personalizado y servicio ágil, entre otros aspectos, para sentirse satisfecho.

Así, la clave para fidelizar a los clientes se encuentra en ofrecer un valor añadido que diferencie a la empresa de la competencia y que lo perciban en su experiencia de compra, para lo cual se requiere la creación de una cultura



de servicio que involucre un compromiso serio de la alta dirección y la toma de conciencia por parte de todos los integrantes de la organización, para no sólo hacer del cliente la razón de ser del negocio, sino también hacérselo sentir a través de un servicio de calidad.

No se trata sólo de venderle a los clientes, sino de superar sus expectativas también, por lo que es necesario cultivar relaciones sólidas y duraderas, interactuando con ellos para recopilar la mayor cantidad de información posible sobre sus necesidades y expectativas, y utilizando la tecnología para personalizar la oferta como mecanismo de fidelización.

En tal sentido, es importante implementar el marketing relacional para establecer, mantener y mejorar los vínculos con los clientes como estrategia de fidelización, partiendo del hecho de que éstos prefieren entablar una relación sólida con una marca, que cambiar de proveedor en busca de valor.

Referencias bibliográficas

- Albrecht, K. (2004). *La Revolución del Servicio* (1ra. Ed.). (J. Villamizar, Trad.) Bogotá, Colombia: 3R Editores.
- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de Clientes* (2da. Ed.). Madrid, España: ESIC.
- Bernal, P. (Mayo 2018) ¿Por qué muchos consideran pésimo el servicio al cliente en Latino América?. Revista virtual Latin Marican Post. Disponible en <https://latinamericanpost.com/es/21077>
- Carrión Maroto, J. (2007). *Estrategia, de la visión a la acción* (2da. Ed.). Madrid, España: ESIC.
- Chiesa de Negri, C. (2009). *CRM Las cinco Pirámides del Marketing Relacional*. Barcelona, España: Deusto.

- Denton, K. (1991). *Calidad en el Servicio a los Clientes*. (S. Asel, Trad.) Madrid, España: Edit. Díaz de Santos.
- Escudero Aragón, M. E. (2015). *Servicios de Atención Comercial*. Madrid, España: Editex.
- Ideas Propias (2006). *Calidad total en la atención al cliente* (1ra. Ed.). Vigo, España: Ideaspropias.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12da. Ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. (G. M. Staines, Trad.) México, México: Cengage Learning Editorial.
- Londoño Mateus, M. C. (2006). *Atención al Cliente y Gestión de Reclamaciones: En busca del Santo Grial*. Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Martín Peña, M. L., & Díaz Garrido, E. (2016). *Fundamentos de Dirección de Operaciones en Empresas de Servicios* (2da. ed.). Madrid, España: ESIC.
- Mazo Mejía, I. (2003). *Hablemos claro sobre Servicio* (4ta. Ed.). Medellín, Antioquia, Colombia: Publicultural S.A.
- Prieto Herrera, J. E. (2005). *El Servicio en Acción, la única forma de ganar todos* (1ra. Ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Publisching, M. (1994). *La Fórmula del Servicio Excelente*. Díaz de Santos S. A.
- Swift, R. (2002). *Cómo mejorar las relaciones con los clientes* (1ra. Ed.). (A. N. Ramos, Trad.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Pearson Educación.
- Tschohl, J., & Franzmeier, S. (1994). *Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente* (14ta. Ed.). (C. L. Soriano, Trad.) Madrid, España: Díaz de Santos.

Tschohl, J. (2008). *Cómo Conservar Clientes con un buen Servicio*. México: Pax México.

Vallejo, G. (23 de Noviembre de 2017). *Para las empresas el cliente no es lo más importante*. Entrevista en Revista Portafolio. Bogotá, Colombia. Disponible en <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/para-las-empresas-el-cliente-no-es-lo-mas-importante-511956>

Viardot, E. (2014). *Los Principios Exitosos de la Administración de Empresas*. Barcelona, España: Profit.

La gestión financiera como herramienta para el desarrollo de las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Popayán.

Artículo de investigación

Fecha recepción: 03/09/18 Fecha aprobación: 5/10/18

Hector Sanchez Collazos
hsinver@hotmail.com

Ph.D (c) Administración Gerencial – Universidad Autónoma Benito Juárez. Magíster en Administrador Financiera – Universidad EAFIT; Especialista en Finanzas – Universidad EAFIT; Administrador de Empresas – Universidad del Cauca.

Resumen: En este artículo se plantea cómo la gestión financiera básica aplicada impulsa el desarrollo de las MIPYMES del sector comercio de la ciudad de Popayán en el periodo 2016 - 2017. Lo anterior responde al desarrollo de un análisis que aporta al crecimiento y sustentabilidad de las empresas, con el fin de elevar su competitividad. Para ello se hace uso de una metodología mixta que permite trabajar componentes cuantitativos y cualitativos, cuyas dinámicas y herramientas de recolección y análisis permiten dar respuesta a cuáles son las características de la gestión financiera eficiente para el desarrollo de las Mipymes estudiadas.

Palabras clave: Gestión financiera, Mipyme, indicadores financieros, herramientas financieras.

Abstract: This article discusses how the basic financial management applied to the development of MIPYMES in the commerce sector of the city of Popayán in the period 2016 - 2017. The foregoing responds to the development of an analysis that contributes to the growth and sustainability of companies, in order to increase its competitiveness. To this end, a mixed methodology is used to work with quantitative and qualitative components, whose dynamics and collection and analysis tools allow us to respond to the characteristics of efficient financial management for the development of Mipymes studied.

Key words: Financial management, MyPime, financial indicators, financial tools.

Resumo: Este artigo discute como a gestão financeira básica aplicada ao desenvolvimento de MIPYMES no setor de comércio da cidade de Popayán no período 2016 - 2017. O precedente responde ao desenvolvimento de uma análise que contribui para o crescimento e sustentabilidade das empresas, em a fim de aumentar sua competitividade. Para tanto, utiliza-se uma metodologia mista para trabalhar com componentes quantitativos e qualitativos, cujas dinâmicas e ferramentas de coleta e análise permitem responder às características de uma gestão financeira eficiente para o desenvolvimento dos Mipymes estudados.

Palavras-chave: Gestão financeira, MyPime, indicadores financeiros, ferramentas financeiras.

Introducción

Comprender la dinámica de la economía y los rumbos que puede tomar son dos aspectos de gran relevancia frente a la toma de decisiones en cuanto a consumo, inversión y ahorro por parte de las empresas, ya sean estas pequeñas, medianas o grandes, factores que son base fundamental frente al mejoramiento continuo de las mismas y la obtención de adecuados niveles de competitividad que les permitan mantenerse en el mercado.

En la actualidad, las MIPYMES de la ciudad de Popayán se enfrentan a un alto nivel de desconocimiento en cuanto a la situación real y proyectada de sus finanzas, lo que les impide observar sus dinámicas económicas de manera prospectiva, lo cual exige analizar la política económica, las mediciones econométricas y los ejercicios académicos, buscando generar un panorama claro frente al adecuado accionar de las empresas en el ámbito financiero.

En este sentido, el trabajo aquí propuesto demuestra cómo la gestión financiera básica aplicada impulsa al desarrollo de las MIPYMES del sector comercio de la ciudad de Popayán en el periodo 2016 – 2017. Para tal fin se determina el comportamiento de los criterios financieros básicos aplicados en la gestión de las MIPYMES y la falta de aplicación de herramientas financieras, buscando con ello sensibilizar a los grupos de interés sobre la importancia de la gestión financiera para el desarrollo empresarial de la ciudad.

Considerando las características de la investigación se hace uso de un tipo de estudio descriptivo, desde el cual se establece un proceso de recolección de datos tomados directamente de la muestra de la población objeto de análisis, relacionados con la gestión financiera básica aplicada a las MIPYMES, que una vez procesados, arrojan

información relevante para analizar, concluir y generar las recomendaciones necesarias.

Para hacer el estudio se aplica una encuesta con preguntas estructuradas que permite recolectar la información directamente de las MIPYMES seleccionadas. Además, se realiza la aplicación de la técnica de observación documental o bibliográfica, la cual se convierte en soporte informativo de gran relevancia para la investigación.

En este contexto, la recolección, descripción e integración de los datos, actividad que se logra a través de la obtención de la base de datos oficial de la Cámara de Comercio del Cauca, permite llevar a cabo una identificación y caracterización básica de las empresas de la ciudad, sirviendo de base para generar un muestreo aleatorio simple, que para el caso de este trabajo de investigación usa la técnica del cálculo del tamaño de la muestra por proporciones conociendo la población a estudio. Con el tamaño de la muestra calculado, se diseña la herramienta para recolectar los datos, aplicarla, tabularla y organizar la información resultante haciendo usos de la inferencia estadística.

Se resalta aquí, que el periodo seleccionado, 2016-2017, responde además a las limitaciones encontradas durante el estudio, las cuales se centran en la desactualización de la información de las empresas por parte de los entes encargados de esta gestión, en este caso la Cámara de Comercio del Cauca. Dicha situación lleva a encontrar que es preciso confirmar los datos obtenidos a través de esta entidad, pues muchos de ellos no corresponden con las características específicas de las empresas, debido a que éstas, en algunos casos, han ajustado sus características organizacionales, el sector al que pertenecen, sus datos de identificación y ubicación, etc., lo cual hace que se deba organizar nuevamente la información y validar los datos obtenidos.

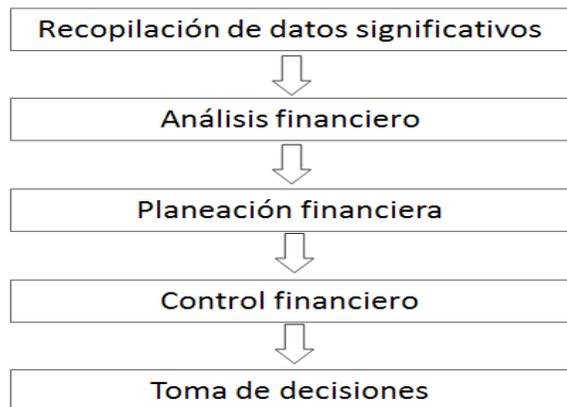
Fundamento teórico del estudio

Uno de los conceptos más relevantes frente al desarrollo de la investigación es la gestión financiera, la cual consiste en prever, planear, organizar, integrar, dirigir y controlar los recursos monetarios de la empresa. Se divide en tres áreas: Decisiones de inversión, decisiones de financiamiento y decisiones de políticas de dividendos (Barragán Codina, 2012).

Ortega Alfonso (2008), define la administración financiera como “aquella disciplina que, optimiza los recursos financieros para el logro de los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad”.

Así, para alcanzar la productividad con el manejo adecuado del dinero, y maximizar el patrimonio de los accionistas, la administración financiera aplica técnicas de acuerdo al proceso que se observa en el Gráfico I.

Gráfico I. Proceso administración financiera (Robles Román, 2012)



En la gestión financiera es importante el tema del análisis financiero. Este es el estado de salud de la empresa. Los signos vitales de ésta son la liquidez, la cual evalúa la capacidad de la empresa para atender a compromisos de corto plazo o técnicamente llamados compromisos corrientes; el análisis de la rentabilidad, que determina la

eficiencia con que se han utilizado los activos de la empresa y se relaciona con el margen de utilidad y con la inversión en activos que se utilizaron para lograr el margen; y, por último, el análisis de endeudamiento, que determina dos aspectos: Primero, el riesgo que asume la empresa tomando deuda y su efecto sobre la rentabilidad del patrimonio y, segundo, la capacidad de endeudamiento (García S., 2009).

Por su parte, Manuel Rubio (2009) plantea que a “la contabilidad y las finanzas son herramientas patrimoniales para disminuir los riesgos de los negocios y oportunidades, permitiendo establecer objetivos, medir resultados y tomar decisiones”. Esta situación se convierte en uno de los grandes problemas para la adecuada gestión financiera básica en las MIPYMES, pues éstas no se han preocupado por establecer y gestionar un adecuado registro contable, cuya información consolidada se convierte en base fundamental para hacer el análisis y la prospectiva financiera de la empresa.

Según Bodie y Merton (2003), las finanzas “estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo”, analizando, por lo tanto, las condiciones y la oportunidad con que se consigue el capital, de los usos de éste, y los retornos que un inversor obtiene de sus inversiones.

Partiendo de que el objetivo principal de las finanzas, teóricamente, es el de ayudar a las personas naturales o jurídicas a realizar un correcto uso de su dinero, apoyándose en herramientas financieras para lograr una correcta optimización de los recursos, hay que mencionar que para tal fin las finanzas están compuestas por tres aspectos de acuerdo con Hurtado (2014):

- **Mercados de dinero y de capitales:** En esta área se debe tener el conocimiento de la economía en forma general, es decir, saber

identificar los factores que apoyan y afectan a la economía. Igualmente, se conocen las herramientas e instrumentos utilizados por parte de las instituciones financieras para controlar el mercado de dinero.

- **Inversiones:** Las inversiones se encuentran estrechamente relacionadas con las finanzas, ya que está involucrada con el manejo que se le da al dinero. Determinan cómo asignar los recursos de una manera eficiente.
- **Administración financiera:** Esta área tiene como objetivo la expansión del dinero y se ocupa de cómo manejar adecuadamente las ventas y los gastos para obtener una buena rentabilidad. Se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad, la liquidez y el endeudamiento. Esto significa que la administración financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo. Aunque no se puede ignorar que los conceptos que abarcan a la administración financiera no han sufrido cambios drásticos, y en cuanto a la aplicación de los mismos se puede expresar que se ha visto influenciada por un ambiente realmente competitivo, como también por ciertos cambios que han resultado significativos en los mercados financieros que generan funciones en el mercado de control en el cual se suelen hacer adquisiciones estratégicas que fortalecen a diferentes organizaciones a nivel mundial.

Así, de acuerdo con Arbeláez, Castellano & Tomé (2008) en el desarrollo de la administración financiera suelen tratarse situaciones que se producen en las empresas, de las cuales el responsable es siempre el gerente financiero de la misma; en este caso se debe decir que muchos de estos casos se han convertido en funciones principales que debe llevar a cabo el gerente,

como por ejemplo el hecho de determinar un monto que resulte apropiado para los fondos que debe manejar la empresa.

Lozano & Leopoldo (2005) plantean que a diferencia de la antigua creencia acerca de la desaparición de las empresas micro, pequeña y mediana (debido a las ventajas de la gran empresa manifestadas por su alta tecnología, mayor productividad, menores costos unitarios, producción en masa y comercialización generalizada), en la actualidad se puede afirmar que todo tipo de empresa tiene un importante papel en la economía. Lo anterior considerando que éstas tienen la importante misión de proporcionar empleo y, por lo tanto, poder adquisitivo a la población, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Por tanto, al contar con una adecuada gestión financiera, mediante el uso de herramientas que permitan tomar decisiones y que muestran la realidad de la empresa y organizar la dinámica contable, las MIPYMES pueden alcanzar un mejor desarrollo y perdurar en el tiempo.

Para la gestión financiera en Colombia se toma como referente a la planeación estratégica general de la empresa, por esta razón se parte de un diagnóstico externo de para poder determinar la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) y proponer un plan de acción, así empiezan a trabajar las PYMES en el país y es el modelo que todas deben seguir. En este sentido, Marino & Medina (2009) afirman que con la matriz DOFA se identifican cuáles son los objetivos, estrategias y políticas financieras de la empresa basándose en el análisis y la realización de presupuestos.

Frente a este panorama, es importante conocer algunos conceptos relacionados la dinámica de estudio:

- **MIPYME:** La sigla hace referencia a las micro, pequeñas y medianas empresas. Existen varias definiciones para una MIPYME, pero estas se clasifican según su tamaño, sus ventas, su número de empleados o el capital en ellas invertido. Su desarrollo fue promovido gracias a la expedición de la Ley 590 del año 2000 y desde la cual se caracterizan como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. MIPYMES de acuerdo a número de empleados y activos

Tipo de empresa	Número de Empleados	Activos Totales (SMLMV)
Microempresa	1-10	Menores de 501
Pequeña Empresa	11-50	501 – 5.000
Mediana Empresa	51-200	5.001 a 30.000

Fuente: Ley 590 de 2000

Pero más allá de las características relacionadas con los empleados y el capital es importante considerar otros aspectos como la administración, la incidencia en el mercado, la tecnología y los recursos humanos, entre otros, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Caracterización de las MIPYMES

CONCEPTO	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
TRABAJADORES	Máximo 10 empleados incluyendo el dueño.	Máximo 50 empleados, incluyendo al dueño.	Mayor a 51 hasta 200 empleados incluyendo al dueño.
CAPITAL	El dueño es el que proporciona el dinero	El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.	El capital es proporcionado en sociedad por lo que le da la existencia de varios dueños el que posea mayor inversión.
ADMINISTRACIÓN	Altos índices de informalidad, bajos niveles de asociatividad. Es dirigida por el propio dueño, lo que hace que su administración sea de carácter empírico	Tiene una administración independiente, dirigida por el dueño y algunos colaboradores	Existe un crecimiento de volumen de operaciones por lo que el dueño no puede ejecutar solo las decisiones de dirección y control.
INCIDENCIA EN EL MERCADO	El mercado que domina es limitado, venden sus productos en nichos locales, principalmente para consumidores de bajos ingresos, por ende los requisitos de calidad y precio y volumen son poco existentes.	No es de carácter significativo, el área de operaciones es pequeña y principalmente es local y regional.	Puede llegar a producir para el mercado nacional e internacional, por lo que aumenta el compromiso de la empresa.

<p>TECNOLOGÍA</p>	<p>El uso de la tecnología es de carácter restringido y hay existencia de máquinas y quipos con tecnología atrasada o puede no ser la producción maquinada.</p>	<p>La tecnología puede ser utilizada desde dos aspectos: utiliza la tecnología con relación al mercado que abastece, pero también se menciona que hay escasa información tecnológica.</p>	<p>Existen mayores exigencias de comunicaron, por lo que le hace apropiarse de mayores herramientas de carácter tecnológico para cada una de las áreas de la empresa.</p>
<p>RECURSOS FINANCIEROS</p>	<p>Acceso limitado, la ayuda para iniciar su negocio es por los ahorros programados del dueño y la familia, ingresos de trabajos anteriores (72%), prestamos de amigos o familiares (16%), bancos (5%) y ONG (4%).</p>	<p>Hay acceso limitado para el sector financiero, ya que el capital de la empresa es suministrado por el dueño y un socio.</p>	<p>Se presenta incapacidad para el financiamiento con relación al capital-trabajo, y esto se debe por su tamaño, ya que no genera alta amplitud de excedentes económicos que le garanticen el pago de los préstamos.</p>
<p>CAPACITACIÓN Y TALENTO HUMANO</p>	<p>Es de carácter limitado el recurso humano semicalificado y no calificado y, por ende, su capacitación.</p>	<p>Escasa especialización en el trabajo, tanto en el aspecto productivo como administrativo y humano.</p>	<p>Incorpora personas que puedan asumir varias funciones de los campos de la empresa, desde la dirección, control y toma de decisiones</p>

Fuente: Bancoldex (2018)

- **Herramientas financieras para las MIPYMES:**

Las MIPYMES tienen como reto implementar nuevas herramientas financieras que les permitan expandirse y generar mayores ganancias. Para incrementar las utilidades de una empresa las herramientas financieras son muy útiles porque permiten organizar los estados financieros para llevar un mejor manejo y asegurar que se están tomando las mejores decisiones. Así, la aplicación de éstas ayuda en la búsqueda de información, la cual es útil para los administradores y personas encargadas de decidir, lo cual afecta la estructura financiera de la organización. En este sentido, las herramientas financieras que debe considerar una empresa son:

- Los estados financieros
- La toma de decisiones
- Las proyecciones financieras y aplicación de las políticas de capital de trabajo
- Una buena administración

Peter Drucker (2014), padre de la gerencia moderna, plantea que toda empresa requiere de la información sobre la productividad, la cual recae en los indicadores que miden el desempeño productivo de la organización. De esta manera, algunas de las herramientas financieras que las PYMES deben tener en cuenta para ser competitivas en un mercado globalizado son:

- **Punto de equilibrio:** Permite conocer cuál es el volumen mínimo de ventas para que el negocio no pierda, fijando el margen de ganancia que tendrá el precio del producto o servicio ofrecido. El análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.
- **Grado de apalancamiento operativo:** Se entiende por apalancamiento operativo el uso de los costos fijos dentro de la estructura general de costos de una compañía. En otras palabras, al invertir la empresa en activos

fijos, generará una carga por concepto de depreciación, alta o baja, todo depende del monto de la inversión.

- **Grado de apalancamiento financiero:** La capacidad financiera podría decirse que es la primera de las cinco capacidades que tiene toda PYME, las otras cuatro son inversión, producción, comercialización y generación de utilidades. Las empresas se apalancan financieramente y utilizan los gastos fijos por concepto de intereses, con el fin de lograr un máximo incremento en las utilidades por acción cuando se produce un aumento en las utilidades operacionales (UAI).
- **Estado de fuentes y usos:** Es un estado financiero que permite identificar si la empresa cumple con el objetivo de orientar adecuadamente los recursos. A través de un análisis vertical entre fuentes y usos, la empresa reconoce la forma como se ha financiado y su proceder a la hora de aplicar estos recursos. Se consideran fuentes de financiamiento a la generación interna de recursos, incremento de pasivos, incrementos de rubros que conforman el capital contable y la disminución de activos. Se considera un uso o aplicación al aumento de los activos, la disminución de pasivos y capital contable y a las pérdidas del ejercicio.
- **Indicadores financieros:** Muestran la verdadera capacidad financiera de la empresa ante sus clientes, proveedores y el sector financiero. Existe gran variedad de indicadores que pueden ser analizados a través de programas tecnológicos y que deben ser administrados por el director financiero, algunos de ellos se describen a continuación:
- **Indicadores de liquidez:** es la capacidad que una empresa tiene para generar el efectivo para asumir sus diferentes compromisos. Ex-

isten diferentes formas de calcular este indicador, utilizando relaciones entre las magnitudes de resultados, manejados en forma de coeficientes.

- **Indicadores de eficiencia:** A las empresas en su gestión de recursos físicos, humanos y técnicos, les resulta útil conocer de forma periódica cómo han recuperado estos recursos, a través de razones o coeficientes que son complementarios al concepto de liquidez.
- **Indicadores de productividad:** parte del entorno externo de la empresa representado por los inversores mide los resultados de su inversión a través de las razones financieras, representados por la rentabilidad y el retorno de la inversión realizada.
- **Indicadores de endeudamiento:** Es el coeficiente que calcula el endeudamiento de una empresa. Estableciendo el grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

Proceso metodológico

La metodología se enmarca a través de un enfoque mixto, es decir, bajo las características de componentes cuantitativos y cualitativos, lo que permite diseñar e implementar una herramienta que da respuesta a la pregunta de investigación, enmarcada en cuáles son las características de la gestión financiera eficiente para el desarrollo de las MIPYMES del sector comercio de la ciudad de Popayán.

Se aplica el método cualitativo porque se orienta hacia el perfil y las competencias de los gerentes de las MIPYMES, que influyen directamente en la aplicación de una efectiva gestión financiera básica en el desarrollo de su negocio o porque la falta de conocimiento de este aspecto puede llevarlo

al fracaso empresarial. La dinámica cuantitativa se centra en obtener la información pertinente para el estudio a través del desarrollo y análisis de encuestas.

El diseño metodológico es no experimental, ya que la investigación se realizará sin que el investigador intervenga y manipule ninguna variable (Hernández R, 2010). En este contexto, el trabajo de investigación es del tipo descriptivo, pues cumple con un proceso de recolección de datos tomados considerando la muestra de la población objeto de estudio, los cuales están relacionados con la gestión financiera básica aplicada a las MIPYMES, lo que una vez procesados, arroja información relevante para analizar, concluir y generar recomendaciones necesarias.

Para la recolección de información se aplica una encuesta con preguntas estructuradas, lo cual permite obtener datos directamente de las MIPYMES seleccionadas en la muestra. La cual fue calculada teniendo como base la información sistematizada por la Cámara de Comercio del Cauca, ente donde se encuentran registradas formalmente las empresas matriculadas entre el año 2016 y 2017. En este sentido, la composición de la población empresarial dedicada al sector comercio de la ciudad de Popayán, según su tamaño, está determinada como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Composición de la población empresarial según su tamaño

TAMAÑO EMPRESAS	No. EMPRESAS	PARTICIPACION
Micros	13.720	97,4%
Pequeñas	483	2,2%
Medianas	83	0,3%
TOTAL	14.286	100%

Fuente: Cámara de Comercio del Cauca (2017)

En concordancia con la caracterización empresarial la población está integrada por 14.286 MIPYMES. A través del método de muestro aleatorio simple se hace el cálculo del tamaño de la muestra, la cual está integrada por 375 empresas, considerando para ello un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5% en la siguiente expresión y discriminados como se observa en la Tabla 3:

$$\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2} \div \left(1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right) \right)$$

Tabla 3. Distribución de la muestra

TAMAÑO EMPRESAS	PARTICIPACION	No. ENCUESTAS
Micros	96%	360
Pequeñas	3%	12
Medianas	1%	3
TOTAL	100%	375

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Una vez aplicadas las encuestas a 375 MIPYMES, distribuidas en 360 microempresas, 12 pequeñas y 3 medianas empresas; se determinan los aspectos centrales encontrados frente a la sistematización y análisis, los cuales se listan a continuación:

- El 34.1% del total de empresarios encuestados, respondió siempre tener información financiera suficiente para tomar decisiones, el 11.2% casi siempre, el 13.3% a veces, el 20.8% casi nunca y el 20.5% respondió nunca tener información financiera. Lo anterior demuestra que el 54.6% de las empresas del estudio no toma sus decisiones basadas en información financiera, bien sea por no contar con herramientas financieras necesarias y suficientes y/o por falta de conocimiento en aspectos financieros.



- El 31.2% de encuestados siempre toman *decisiones de inversión* basados en la información que tienen, el 30.4% respondió que casi siempre, el 17.6% a veces, el 15.2% casi nunca y 5.6% respondió que nunca. Lo cual indica que muchas empresas no tienen en cuenta la información financiera para invertir en sus empresas.
- El 30.1% de encuestados afirmó casi siempre tomar *decisiones de financiación* con base a la información financiera de que disponen, el 28.5% afirma que siempre, 20.3% a veces, 15.5% casi nunca y 5.6% nunca. Lo anterior demuestra que el 41.4% de los encuestados casi nunca o nunca tienen en cuenta la información financiera para tomar decisiones de financiación para sus empresas, bien sea por falta de conocimiento o por temor a tomar decisiones inadecuadas.
- En cuanto a si la empresa cuenta con una estructura de ingresos y gastos cuyas respuestas permiten conocer si la misma maneja estados de fuentes y aplicación de fondos se encuentra que el 32% de los encuestados respondió casi siempre, siendo la respuesta de mayor participación, seguida del 27.2% siempre, 21.1% a veces, 15.7% casi nunca y el 4% respondió nunca. Lo anterior indica que la mayoría de las empresas toma sus decisiones de operación con base en la estructura ingresos y gastos.
- En cuanto a la salud financiera de las empresas, el 35.7% de los encuestados respondió siempre estar al tanto de ésta, el 22.1% casi siempre, el 19.5% a veces, el 17.9% casi nunca y el 4.8% nunca.
- Al indagar si en las empresas se hace análisis periódico a los estados financieros, el 22.7% de los empresarios respondieron que siempre hacen análisis a sus estados financieros, el 22.1% que nunca, el 20% a veces, el 18.7% casi siempre, y el 16.5% casi nunca, resultados que indican que algunas empresas carecen de responsabilidad y compromiso en el momento de contar con las herramientas financieras para la buena toma de decisiones.
- El 29.9% de las empresas a veces toman sus decisiones basadas en estrategias financieras, el 22.4% nunca y casi nunca, el 12.3% siempre y 13.1% casi siempre. El análisis lleva a plantear que las empresas muchas veces fallan en su toma de decisiones, por no contar con una planeación administrativa y financiera adecuada a su actividad y estructura organizacional.

- Al no contar con una buena planeación estratégica, las empresas no toman decisiones bajo un plan financiero que les permita seguir un derrotero. Es así como los resultados de las encuestas demuestran que el 29.9 % de las empresas encuestadas a veces cuentan con un plan financiero bajo el cual toman sus decisiones, el 23.2% casi nunca lo tienen, el 22.9% nunca lo tienen, el 22.9% nunca y el 12.8% casi siempre. Es así como se evidencia la falta de herramientas financieras que coadyuven a la buena toma de decisiones empresariales.
- En cuanto a la aplicación de herramientas financieras en la gestión de las empresas. El 26.1% de los encuestados respondió que casi siempre lo hace, el 22.9% que a veces, el 20.8% que nunca, el 16.8% casi nunca y el 13.3% siempre.
- Frente a la evaluación y monitoreo de la liquidez, el 40.8% del total de encuestados respondió que siempre se hace, el 25.1% adujo casi siempre, el 17.6% dijo a veces hacerlo, el 12.3% casi nunca y un 4.3% manifestó nunca evaluar ni monitorear la liquidez.
- Es importante resaltar que el 41.1% de los empresarios respondió que siempre en sus empresas se evalúa y monitorea permanentemente la rentabilidad, el 25.9% casi siempre, un 16.8% dijo a veces hacerlo, el 12.3% casi nunca y un 4.3% manifestó nunca evaluar ni monitorear la rentabilidad. La rentabilidad se convierte entonces en un factor importante al momento de llevar a cabo una buena gestión empresarial.
- En cuanto a si en la empresa se evalúa y monitorea permanentemente el endeudamiento, un 35.5% de los encuestados respondió que siempre lo hacen, el 27.2% casi siempre, un 19.2% a veces, 13.6% casi nunca y 4.3% respondió nunca hacerlo
- A la pregunta, si en la empresa evalúa y monitorea permanentemente el costo de capital, un 26.9 % de los encuestados respondió que casi siempre lo hacen, 25.6% a veces, 17.9% casi nunca y el 7.2 % restante respondió nunca hacerlo.
- Frente a si se evalúa y monitorea permanentemente la generación de valor, el 25.3%, de los encuestados manifestó casi siempre hacerlo, un 25.1% a veces, 22.9% siempre, 18.7% casi nunca y 8% afirmó nunca hacerlo.
- En cuanto a la pregunta de si se utilizan criterios financieros para evaluar proyectos dentro de la empresa, el 36.3% declaró que nunca hacerlo, el 21.3% a veces, 17.6% casi nunca, 13.6% casi siempre y el 11.2% siempre. Lo anterior revela que las empresas en su gran mayoría no utilizan los criterios financieros para evaluar la viabilidad de nuevos proyectos, perjudicando su estabilidad o expansión.

Frente a este primer grupo de preguntas, se puede plantear que los empresarios no tienen una formación apropiada en temas financieros, ya que los confunden o asocian a información distinta de la que se está cuestionando en algunos casos, dando lugar a respuestas contradictorias en algunos casos, por ejemplo al preguntar directamente sobre la tenencia de información financiera para la toma de decisiones, éstos en su mayoría respondieron afirmativamente haciendo referencia a libros contables o anotaciones en libros de ingresos y gastos diarios y no refiriéndose a los estados financieros oficiales o proforma, salvo en las medianas empresas.

Se percibe además confusión y desconocimiento en los conceptos financieros, confirmando la ausencia y uso inadecuado de información contable en la empresa, principal problema visualizado durante el estudio realizado. Asimismo, los empresarios

toman decisiones de inversión y financiación orientados por información imprecisa y un alto grado de intuición, emotividad y perspicacia; no consideran las herramientas de gestión financiera como parte importante y trascendente al futuro de la organización y son indiferentes a la evaluación y control permanente de la liquidez, rentabilidad y endeudamiento.

En la siguiente sección de hallazgos se establece una percepción general de los encuestados sobre las MIPYMES.

- En cuanto a la pregunta relacionada con qué opinión tienen sobre las crisis que enfrentan las MIPYMES y su relación con una adecuada gestión financiera, el 35.2% de los encuestados respondió que casi siempre hay una relación, 29.3% afirmó que siempre, 26.9% a veces, 8% casi nunca y 3.2% expresó que nunca.
- Al interrogante si el cierre de las MIPYMES tiene que ver con una inadecuada gestión financiera, un 32.5% de los empresarios respondió que casi siempre, 30.9% que siempre, 26.1% a veces, 9.3% casi nunca y 1.1% nunca. Lo cual indica que los empresarios son conscientes de que una nula o mala gestión financiera conlleva al cierre de muchas MIPYMES en la ciudad.
- En lo referente al desconocimiento generalizado de los empresarios MIPYMES en temas financieros para manejar la empresa, el 49.3% de los encuestados declaró que siempre hay desconocimiento en temas financieros, 32% casi siempre, un 16.8% a veces, el 1.6% casi nunca y 0.3% dijo nunca. Dichas respuestas siguen evidenciando la falta de conocimiento en cuanto a conceptos técnicos y herramientas financieras.
- De igual modo, el 61.9% de los encuestados manifiesta que la falta de conocimiento en temas financieros afecta el crecimiento y desarrollo de las MIPYMES, el 29.9% que casi siempre, 5.9% a veces, 2.1% casi nunca y el 0.3% casi nunca.
- A la pregunta sobre la indiferencia de los empresarios MIPYMES al aplicar la gestión financiera en la empresa, el 42.4% manifestó que siempre hay indiferencia, el 25.9% a veces, 22.7% casi siempre, 7.7% casi nunca y 1.3% nunca.
- Al indagar acerca de si los empresarios debieran tener habilidades financieras para dirigir su empresa el 77.3% de los encuestados afirmó que siempre se deben tener, 18.7% que casi siempre, 3.2% a veces y 0.8% respondió que casi nunca.
- En cuanto a la aplicación efectiva de un proceso de gestión financiera básico, el 73.1% de los encuestados considera que siempre se debe aplicar para que ésta pueda crecer y desarrollarse, el 24.5% considera que casi siempre y un 2.4% que a veces.
- Se cuestionó a los empresarios si estimaban conveniente la estructuración y orientación de programas de formación en gestión financiera aplicada a las MIPYMES por parte de las instituciones de formación, a lo que el 81.1% respondió que siempre, 17.6% casi siempre, 1.1% a veces y 0.3% nunca. Se evidencia entonces el interés de que se diseñen programas de formación en gestión financiera aplicada a las MIPYMES.
- Por su parte, el 86.1% de los encuestados considera que siempre las MIPYMES necesitan de una prospectiva financiera definida para dimensionar su futuro, el 13.1% mani-

festó que casi siempre el 0.5% a veces y el 0.3% casi nunca.

- Finalmente, a la pregunta acerca de si al conocer y aplicar una gestión financiera básica en el manejo de la empresa se podría tener un mejor panorama y permanencia en el tiempo de la misma, 88.3% afirmó que siempre, 10.9% casi siempre y el 0.8% a veces.

Contextualizando este segundo apartado de pregunta acerca de la percepción general de las MIPYMES, se reitera la falta de conocimiento acerca de los conceptos, dinámicas y herramientas de gestión financiera, debido especialmente a la falta de capacitación y en algunos casos al desinterés de la empresa. Así, se observa que los empresarios aprueban los procesos de gestión financiera básico para crecer y desarrollarse, aunque no los implementan.

Esto se relaciona además con el nivel de formación académica de los empresarios, de los cuales el 12,8 han cursado solo estudios de primaria, el 40% de secundaria, 28.5% han alcanzado estudios técnicos y 13.6% estudios profesionales universitarios. Esta situación deja observar que las empresas están basadas más en decisiones empíricas y no en análisis concretos acerca de la situación y contexto en donde se desarrollan.

Conclusiones

De manera general puede plantearse que las MIPYMES del sector comercio de Popayán se enfrentan a un alto nivel de desconocimiento en cuanto a la situación real y proyectada de sus finanzas, lo que les impide observar sus dinámicas económicas de manera prospectiva, dando lugar a la necesidad de analizar la política económica, las mediciones econométricas y los ejercicios académicos, buscando establecer con ello un panorama claro frente al adecuado accionar de las empresas en el ámbito financiero.

Es muy probable que el desarrollo de una adecuada gestión financiera por parte de estas empresas permitiría la generación de riqueza o agregación de valor, sin importar su tamaño. La única condición es que los gerentes tomen decisiones financieras fundamentadas en la operación, inversión y financiación de manera correcta, con base en el conocimiento financiero, que parte desde aspectos fundamentales a especializados.

En la investigación se evidencia que los empresarios, en su mayoría, se caracterizan por ignorar y confundir los conceptos financieros básicos, por lo tanto, sus respuestas se pueden considerar dependientes del significado que cada uno les da o como los contextualiza. En este



sentido, el empresario desconoce las herramientas financieras, sin embargo, en algunos casos hay un uso de éstas de manera empírica.

De otro lado, los empresarios no disponen de información contable fiable para la toma de decisiones, ante lo cual vale la pena resaltar que no se cuenta con estados financieros, los cuales en muchos casos se relacionan simplemente con el registro de entradas y salidas contables, información que se utiliza para el cumplimiento frente a la declaración de impuestos, liquidación de nómina y documentación pertinente a trámites legales, mas no como herramienta fundamental para visualizar el futuro financiero de la empresa.

De este modo, la carencia de información financiera impide a los empresarios del sector acceder al sistema financiero, llevándolos a adquirir créditos con prestamistas informales, cuyas tasas de interés son altas y limitan la posibilidad de capitalizarse y financiarse adecuadamente; sin embargo, algunos de los encuestados manifiestan mantener su posición en el tiempo por medio de estrategias basadas en evitar el endeudamiento con terceros.

Se evidencia así que algunas de las empresas encuestadas aplican de manera empírica los indicadores de liquidez, rentabilidad y nivel de endeudamiento, pero no tienen claro el concepto de indicadores financieros y todas sus aplicaciones para el mejoramiento interno de la empresa, la generación de valor y la toma de decisiones acertadas que garanticen la continuidad en el tiempo.

Por otro lado, se identificó que la administración de los negocios se encuentra, en un alto porcentaje, en manos de personas que no alcanzan un nivel de formación universitario o técnico y sus funciones se limitan a atender el negocio y estimar permanentemente el inventario. Por lo tanto,

se precisa estructurar y orientar programas de formación financiera enfocados a MIPYMES, para procurar que los empresarios adquieran y apliquen los conocimientos básicos necesarios para hacer una adecuada gestión financiera, logrando así un buen desarrollo de la MIPYME.

Referencias

- Anzola, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Mexico: MC Graw Hill.
- Arbelaez, Catellano & Tomé. (2008). La introducción a las finanzas. En: <http://conceptosdefinanza.blogspot.com.co/2013/06/generalidades-de-la-finanzas.html> (Recuperado el 12 de Marzo de 2018).
- Arboleda, J, & Jaramillo, J. (2013). *Guía de Gestión Financiera para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas* (tesis de pregrado). Escuela de Ingeniería de Antioquia. Envigado, Colombia.
- Beltran, J. (2003). *Indicadores de gestión. Herramientas para lograr la competitividad*. Colombia: 3R Editores.
- Block, S.); Hirt, G. (2001) *Fundamentos de Gerencia Financiera*. Ed. McGraw Hill; Bogotá – Colombia.
- Brealey, R.; Myers, S; (2005). *Principios de Finanzas Corporativas*. España: Mc Graw Hill.
- Brigham, E.; Houston, J. (2006). *Fundamentos de Administración Financiera* (10ª ed.). México: Cengage Learning Editores.
- Burbano, J. (2005) *Presupuestos: Enfoque de Gestión, planeación y control de Recursos*. Tercera Edición. Colombia: Editorial McGraw-Hill.
- Cardona, A. (2017). *El flujo de caja como herramienta gerencial para el control financiero*. (Tesis de Especialización), Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.

- Confecámaras. (2015). *Análisis de la fragilidad financiera de las empresas colombianas en 2013*. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/>
- Confecámaras. (2016). *Informe de dinámica empresarial en Colombia*. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/>
- Confecámaras. (2016). *Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia*. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/>
- Fernández, J. (2017). Estructura Financiera de la Empresa. En: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/estructura-financiera-de-la-empresa.html> (Recuperado el 23 de Abril de 2018).
- García, O. (2003). *Valoración de Empresas, Gerencia del Valor y EVA*. Colombia: Digital Express Ltda.
- García, O. (2008). *Administración Financiera*. Colombia: Digital Express Ltda.
- Gitman, L. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Editorial Pearson Educación.
- González, S. (2014). *La Gestión Financiera y el acceso a financiamiento de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Hitt, M., Hoskisson, R. (2004). *Administración Estratégica*. México: International.
- Jiménez, J. I. (2013). *El inductor-PDC enfocado a medir el crecimiento y generación de valor para la PYME*. Dimensión Empresarial, 13(2), p.p. 151-165. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i2.545>.
- Junkin, R. & Soza, S. (2006). *Herramientas básicas para la planeación financiera*. Costa Rica: Centro para la Competitividad de Ecoempresas.
- Marino, G. Y., & Medina, I. (2009). *La Administración Financiera: una utopía en las microempresas*. Colombia: Universidad Libre Colombia.
- Nebrera, J. (2017). Introducción a la calidad. En: [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion a la calidad. pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion%20a%20la%20calidad.pdf) (Recuperado el 13 de febrero de 2018).
- Nune, P. (2016). Concepto de gestión financiera. En: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-financiera/> (Recuperado el 12 de enero de 2018).
- Ortiz, A. (2005). *Gerencia Financiera y Diagnostico Estratégico*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Pérez, Jorge Orlando; Sattler, Silvana Andrea; Bertoni, Martín & Terreno, Dante Domingo (2015). *Bases para un modelo de estructura de financiamiento en las pyme latinoamericanas*. Cuadernos de Contabilidad, 16 (40), p.p. 179-204. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.ccl6-40.bpme>.
- Ramirez, Villegas & Marín. (2016). Plataforma de información financiera como herramienta de apoyo para la gestión y toma de decisiones en las pymes. (Tesis de Maestría. Universidad EAFIT, Colombia.
- Romero, F. (2014). *Variables financieras determinantes del fracaso empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia: análisis bajo modelo Logit*. Pensamiento & Gestión, 34 (2), p.p. 235-277. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/cgi-bin/wxis.exe/iah/>.
- Ross, S., Westerfield, R. (2008). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Thompson, I. (2008). Definición de finanzas. En: <https://www.promonegocios.net/economia/definicion-finanzas.html> (Recuperado el 2 de abril de 2018)
- Vaquiro, J. (2017). Asesoría y consultoría para pymes. En: <http://www.pymesfuturo.com/> (Recuperado el 25 de mayo de 2018)

Análisis de los modelos de negocio que se pueden desarrollar usando la criptomoneda Bitcoin.

María Alejandra Navarro
aleja140395@gmail.com

Artículo de investigación
Fecha recepción: 14/09/18 Fecha aprobación: 16/10/18

Administradora Financiera y Tecnóloga en Gestión Empresarial Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Wilmar Alfonso Arboleda
wilmar.arboleda@gmail.com

Administradora Financiera y Tecnóloga en Gestión Empresarial Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Resumen: El presente artículo aborda de forma detallada las generalidades del Bitcoin y realiza una descripción específica de cada uno de los modelos de negocio identificados los cuales son: La Minería de Bitcoin, Inversión directa de Bitcoin, Trading de Bitcoin y Faucet de Bitcoin. En este sentido, el objetivo es conocer los modelos de negocio que se pueden desarrollar haciendo uso del Bitcoin. De esta manera, se evidencia que las tendencias dentro de las finanzas y la economía han llevado a mejorar y asumir nuevos métodos tecnológicos que permiten una gestión con un mayor nivel de eficiencia. Las criptomonedas y en especial el Bitcoin, representan uno de estos avances, razón por la cual se buscan identificar las opciones de inversión relacionadas con éste y cuál de ellas se adapta a las necesidades y condiciones de cada persona, lo anterior con el fin de dar claridad frente al desconocimiento y desinformación que se ha generado frente al tema, donde gran parte de la sociedad no se ha atrevido o interesado en conocer nuevos métodos digitales de inversión.

Palabras clave: Criptomonedas, Bitcoin, modelos de negocio, tecnología.

Abstract: This article deals in detail with the generalities of Bitcoin and makes a specific description of each of the identified business models which are: Bitcoin Mining, Bitcoin Direct Investment, Bitcoin Trading and Bitcoin Faucet. In this sense, the objective is to know the business models that can be developed using Bitcoin. In this way, it is evident that trends in finance and the economy have led to improve and assume new technological methods that allow management with a higher level of efficiency. Cryptocurrencies and especially Bitcoin, represent one of these advances, which is why we seek to identify the investment options related to it and which of them adapts to the needs and conditions of each person, the above in order to give clarity in the face of ignorance and misinformation that has been generated in relation to the issue, where much of society has not dared or interested in knowing new digital methods of investment.

Key words: Cryptocurrencies, Bitcoin, business models, technology.

Resumo: Este artigo trata detalhadamente das generalidades do Bitcoin e faz uma descrição específica de cada um dos modelos de negócios identificados que são: Bitcoin Mining, Bitcoin Direct Investment, Bitcoin Trading e Bitcoin Faucet. Nesse sentido, o objetivo é conhecer os modelos de negócios que podem ser desenvolvidos utilizando o Bitcoin. Desta forma, é evidente que as tendências nas finanças e na economia levaram a melhorar e assumir novos métodos tecnológicos que permitem a gestão com um maior nível de eficiência. Criptomoedas e, especialmente, Bitcoin, representam um desses avanços, e é por isso que buscamos identificar as opções de investimento relacionadas a ele e quais delas se adaptam às necessidades e condições de cada pessoa. clareza em face da ignorância e desinformação que tem sido gerada em relação à questão, onde grande parte da sociedade não ousou ou interessada em conhecer novos métodos de investimento digital.

Palavras-chave: Gestão do conhecimento, liderança, autogestão.



Introducción

Hoy en día el desarrollo de nuevas tecnologías hace necesario que los países tengan la capacidad de adaptarse a éstas y estar a la vanguardia de los cambios. La característica principal de estos avances tecnológicos es que no se detienen ni retroceden, por esta razón no se tiene otro camino que desarrollar los mecanismos pertinentes que permitan interactuar con estas innovaciones, las cuales terminan generando cambios en todos los ámbitos de la sociedad: financieros, políticos, sociales, culturales y económicos.

Podemos evidenciar con claridad esta situación con las monedas digitales o también llamadas Criptomonedas, que en la actualidad acaparan la atención debido a las particularidades que las caracterizan, además de su notorio crecimiento durante los últimos años, hasta hace algún tiempo parecía imposible que el dinero físico se convirtiera en digital, pero hoy es toda una realidad.

El bitcoin ha sido una de las Criptomonedas con mayor renombre por ser una de las fundadoras de este movimiento, además por ser una de las monedas con mayor demanda en el mercado de divisas. Las personas que se encuentran estrechamente relacionadas con este tipo de mercado conocen las ventajas y desventajas de inversión y los negocios que se pueden desarrollar haciendo uso de ellas, pero todavía hay quienes desconocen las posibilidades de

inversión y retorno que puede generar este tipo de monedas.

De esta manera, el estudio aquí propuesto permite identificar y analizar los modelos de negocio que se pueden desarrollar haciendo uso de la criptomoneda Bitcoin, estableciendo temas de gran importancia para la sociedad respecto a los cambios en el uso del dinero a través de internet; de acuerdo con lo anterior, uno de los primeros aspectos que se abordan se centra en resolver aquellas incertidumbres que hay frente a su futuro y evolución, además del papel que juegan las entidades bancarias, la tecnología y la globalización, conociendo así detalles de su origen, el funcionamiento y las oportunidades que posibilita.

En este sentido, se tienen en cuenta conceptos y teorías de diferentes autores que se han interesado por este tema y a través de los cuales se lleva a cabo un análisis confiable acerca del dinero electrónico, el Bitcoin y lo que su entrada al mercado implica.

El mundo de las criptomonedas

Las criptomonedas también conocidas como monedas virtuales o criptodivisas, constituyen un avance tecnológico, definiéndose como aquellas monedas que se operan y controlan a través de plataformas digitales evitando los intermediarios. Estas monedas están sujetas a un sistema criptográfico, el cual genera un alto grado de

seguridad y privacidad en las transacciones con la determinación de generar confianza. En cuanto a su legalidad o regulación éstas no hacen parte de un sistema centralizado es por esto que se ha generado una revolución al sistema monetario mundial, además del alto nivel de uso durante los últimos años. Se podría inferir que estas monedas cumplen con criterios semejantes a los de la moneda tradicional, Sarmiento y Garcés (2011) definen las criptodivisas como:

Un medio de intercambio digital que, por su diseño y funcionamiento cumplen con las funciones del dinero tradicional permitiendo el intercambio de bienes y servicios. Una criptomoneda se almacena en un monedero electrónico, que le permite realizar las operaciones de compra y venta a que haya lugar. La tasa de cambio está dada por la percepción de valor que le dan los usuarios que las utilizan como mecanismo de transacción, ya que no existe un ente que determine su precio. (p. 153)

Conforme a las características descritas ha logrado captar la atención y el interés de inversionistas, ahora bien, una de las criptomonedas con más influencia durante los últimos años ha sido el Bitcoin, creado en el año 2009 por Satoshi Nakamoto, no obstante desde el año 1985 se han nombrado y conocido estos términos por medio del criptógrafo David Chaum, con manifestaciones tales como que el sistema transaccional en el futuro próximo podría ser creado con el fin de proteger la privacidad y de sostener una seguridad para las personas y las organizaciones, lo que hoy es una realidad.

¿Qué es el Bitcoin?

El Bitcoin es un criptodivisa que se utiliza como un medio de intercambio digital de valor, cabe aclarar que existen más criptomonedas en el mercado, pero como se puede evidenciar en la imagen, El Bitcoin es la moneda digital que ha alcanzado un grado de importancia superior a las demás, por el número de capitalizaciones que ha generado.

Principales 100 Criptomonedas por capitalización de mercado

Ilustración 2. Capitalización de las Criptomonedas

#	Nombre	Cap. de Mercado	Precio	Volumen (24h)	Acciones en circulación	Cambio (24h)	Precio (7 días)
1	Bitcoin	\$66.781.619.102	\$3.839,15	\$6.712.746.098	17.394.900 BTC	1,71%	
2	XRP	\$14.591.853.891	\$0,361835	\$1.132.150.982	40.327.341.704 XRP *	6,39%	
3	Ethereum	\$11.377.911.216	\$109,99	\$2.230.606.052	103.440.303 ETH	1,38%	
4	Bitcoin Cash	\$3.239.529.091	\$185,34	\$312.718.371	17.478.513 BCH	6,61%	
5	EOS	\$2.922.590.361	\$3,22	\$1.034.068.461	906.245.118 EOS *	0,87%	
6	Stellar	\$2.802.153.428	\$0,146327	\$119.807.767	19.149.937.595 XLM *	4,83%	
7	Tether	\$1.813.865.024	\$0,977076	\$4.997.292.541	1.856.421.736 USDT *	0,09%	
8	Litecoin	\$1.786.298.978	\$30,11	\$570.556.360	59.319.263 LTC	6,46%	
9	Cardano	\$941.498.849	\$0,036313	\$35.202.752	25.927.070.538 ADA *	4,99%	
10	Monero	\$920.414.916	\$55,45	\$23.155.589	16.599.974 XMR	2,26%	

Fuente: Sitio Web CoinMarketCap

El dinero tradicional está regulado a través de registros contables y supervisados por autoridades delegadas del Estado, el Bitcoin también se puede considerar como registro contable que se encuentra almacenado en una gran base denominada cadena de bloques, la cual también es conocida como el libro contable distribuido, que permite hacer los registros de las transacciones de manera correcta y archivarlos de tal forma que no puedan ser borrados. En este sentido, cada vez que se realice una operación el sistema de la cadena de bloques va construyendo una información incambiable de eventos pasados y futuros del mundo digital.

Volatilidad de las monedas

Como cualquier divisa el Bitcoin está expuesto a alzas y bajas debido a cambios en los ámbitos económicos, políticos y sociales. En un solo día el precio del Bitcoin puede presentar variaciones inesperadas que pueden generar pérdidas o ganancias para el inversionista en cuestión de horas, es por ello que al momento de invertir se

debe tener conciencia del nivel de riesgo latente que se asumirá. Es necesario conocer que a medida que la volatilidad del Bitcoin se estabiliza se logra obtener una mayor certeza del éxito que podría lograr a futuro.

Durante sus inicios en el año 2009, el Bitcoin tenía un valor casi insignificante de 0.06 USD, pero debido a su constante crecimiento ha llegado a alcanzar un precio de hasta 12.000 USD para el 2018.

Seguridad del Bitcoin

El Bitcoin está desarrollado bajo un modelo criptográfico donde están implícitos también los conceptos de clave digital (clave pública y clave privada), direcciones y firmas digitales. La clave pública se podría considerar como un número de cuenta bancaria mientras que la clave privada sería el PIN o contraseña de la cuenta, la primera se utiliza con el fin de recibir Bitcoins mientras que la segunda se encarga de la firma para gastar los Bitcoins como se muestra en el gráfico 2.

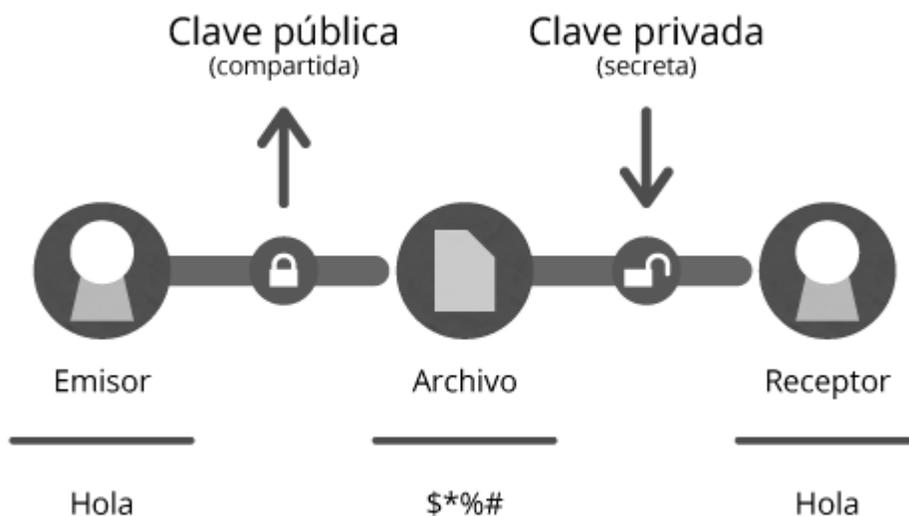


Gráfico 2. Clave Privada y Clave Pública

Se considera que en este tipo de sistemas una clave sirve para transformar el cifrado mientras que la otra sirve para descifrarlo, la clave pública proviene de la clave privada lo que genera que esta última no pueda ser descubierta y que logre

un medio excelente para enviar el mensaje. Se le denomina clave pública debido a que esta está a disposición del público por otro lado la clave privada es aquella que solo la maneja el propietario y no puede ser compartida porque corre el riesgo

que sus Bitcoin sean robados. Sin la clave privada un tercero no podrá identificar el mensaje es decir no podrá descifrarlo.

Es importante resaltar que estas dos claves tienen un funcionamiento unidireccional, es decir, van hacia un mismo sentido, además tienen la particularidad de realizar un cifrado de manera fácil pero difícil de invertir debido a su programación sistemática y matemática. Lo que permite y garantiza confidencialidad de los

participantes, integridad en la información para que no sea modificada, al igual que un alto nivel de autenticidad, permitiendo comprobar que la persona que desea hacer una operación si es quien dice ser.

Ventajas y Desventajas del Bitcoin

En la Tabla I se presenta un panorama general de los aspectos positivos y negativos frente a la moneda denominada Bitcoin.

Tabla I. Ventajas y Desventajas del Bitcoin

Ventajas	Desventajas
Global: no pertenece a ningún Estado ni Gobierno, por ende su utilización se puede desarrollar en todo el mundo.	Grado de Aceptación: siendo las criptomonedas un tema muy reciente, su utilización en la actualidad es relativamente minoritario.
Rápido y Barato: realizar una operación a través de Bitcoin puede durar minutos y no se necesitan intermediarios, por ende, los costos son mínimos.	Transacciones Ilícitas: Cuando se realizan las transacciones no hay forma de saber para qué, quién y dónde se realizan, lo que permite desarrollar actividades ilícitas como lavado de dinero.
Transparencia: todas las transacciones, tanto del emisor como del receptor, terminan almacenadas por medio de la cadena de bloques, por tanto, no hay manera de ocultar información debido a que esta no puede ser borrada ni modificada.	Riesgo: como en toda inversión tanto en las divisas tradicionales como en las criptomonedas se está sujeto al riesgo de no recuperar la inversión, debido a su alto nivel de fluctuación en el mercado.
Alcance: todas las personas que deseen invertir pueden hacerlo y solo se necesita de un computador y servicio de internet.	
Resistente a la Inflación: debido a su sistema descentralizado no está supeditado a ningún banco central, por ende, la inflación es un tema por el cual no se ve afectado.	
Autónomo: los Bitcoin que tiene cada propietario son únicamente de él, se podrá invertir en lo que se desea, no habrá la posibilidad que se congele la cuenta. El propietario se convierte en un banco.	

Fuente: Elaboración propia

Modelos De Negocio Del Bitcoin

Con el propósito de describir y profundizar en los modelos de negocio del Bitcoin se tuvieron en cuenta diferentes fuentes de información que permiten dar lugar a un análisis detallado acerca de las opciones más reconocidas en el mundo digital: Minería de Bitcoin, Inversión y Ahorro Directo, Trading de Bitcoin, Faucet o Grifos de Bitcoin.

- *Minería de Bitcoin*: comprende un esfuerzo sistemático, computacional y de programación, para lo cual se necesitan: computadores y granjas de servidores en funcionamiento, todo lo anterior con el fin desarrollar nuevos Bitcoins que ingresan al mercado como también comisiones por las transacciones. El sistema de minado ha adquirido popularidad en muy poco tiempo, lo que ha generado que los sistemas tecnológicos para crear estas monedas sean cada vez más exigentes. A continuación, se presentarán los avances sobre este sistema:
- *Minería CPU (Unidad central de Procesamiento)*: Comprende el primer sistema de minado que existió, el cual se ejecutaba solo con la unidad central de procesamiento, conectándose a una red Bitcoin y descargando y ejecutando un programa de minado con el fin de encontrar los bloques de Bitcoin. En la actualidad encontrar un bloque desde un ordenador ordinario es imposible o llevaría miles de años para poder descifrarlo.
- *Minería GPU (Unidad Gráfica de Procesamiento)*: En este proceso se hace uso de las unidades graficas de procesamiento, permitiendo aligerar la carga de trabajo de los procesadores, es de aclarar que los GPUs se diseñaron para actividades diferentes a las de minar Bitcoin, por tanto, la actividad excesiva de las operaciones empezó a generar un problema de calentamiento de los equipos. Hoy en día este tipo de minería ya no es rentable.

- *Minería FPGA (Campo de Matriz de Puertas Programables)*: Este tipo de minería no tuvo el resultado esperado, aunque se denotaba una particularidad esencial en el ahorro de energía no obtuvo un buen desempeño en la rapidez de las operaciones, este fue el motivo por el cual no duró mucho tiempo.
- *Minería ASIC (Circuitos Integrados de Aplicaciones Específicas)*: Este es último y actual proceso de minería, este proceso está conformado por unos chips que se crearon con el fin de diseñar el Bitcoin y a su vez ofrecen operaciones rápidas y eficaces. Hoy en día existen diferentes empresas que venden este tipo de productos con diferentes características dependiendo de la necesidad es decir en tamaño, consumo, potencia y precio.

En atención a las diferentes opiniones que hay frente a este modelo de negocio se puede inferir que para una persona natural este modelo no es rentable excepto para aquellos pioneros que incursionaron y se arriesgaron a este desconocido y también aquellas personas o empresas que han invertido en grandes instalaciones y granjas de minería, como lo expresa Vásquez (2017) ex minero de Bitcoin:

La era ASIC prácticamente terminó con la minería Bitcoin a pequeña escala, hoy en día es toda una industria de grandes granjas y empresas con las que es imposible competir. Esa minería a pequeña escala evolucionó hacia otros algoritmos y monedas, como Script, la cual tuvo la continuación de la era GPU de Bitcoin.

En este sentido, minar Bitcoin equivale a consumir 200kWh, hecho que ha llevado a que muchas empresas que se dedican a esto busquen otras alternativas de energía renovable, hacer la transición de energía normal a renovable también es un proceso que implica inversión en equipos y cambios de ubicación a lugares alejados para poder realizar operaciones.

Para un país como Colombia este modelo de negocio no sería rentable debido a que los costos de energía son muy elevados, sumado a que persiste el tema de la descentralización que genera que las personas que se dediquen a esto estén obligadas a cambiar de espacios locativos de manera constante, debido a que se considera extraño que los costos en energía sean tan altos, por ende, los entes reguladores los pueden sancionar por desarrollar actividades que están fuera de la normatividad colombiana.

Por último, la volatilidad es una de las características que tienen las monedas virtuales puede dar lugar a que las ganancias sean bajas y los costos superiores a los ingresos, generando déficit en el proceso.

Inversión y ahorro directo

Una de las formas más sencillas de adquirir Bitcoin es la inversión directa, la idea de este modelo de negocio es básicamente la compra de Bitcoin a través de plataformas denominadas exchanges de criptomonedas, cuando la compra se efectúa ésta queda sujeta a los movimientos del mercado (subir y bajar), y permanecen guardados a la espera de una buena alza en su precio, en pocas palabras a lo que se le puede denominar un ahorro a corto plazo. Generalmente, para la operación de este negocio se utilizan ordenadores o dispositivos como celulares o tablets. Como bien se sabe los Bitcoin son monedas virtuales y si por alguna circunstancia el dispositivo es formateado las monedas adquiridas se perderían, por lo cual es preciso registrarse en monederos o billeteras virtuales para brindar seguridad a las monedas bajo nuestra posesión.

Las plataformas más reconocidas para el desarrollo de este modelo de negocio son las siguientes:

- *Coinsenda*: plataforma colombiana, considerada una de las fáciles y rápidas para comprar y vender Bitcoins en Colombia, operan las 24 horas del día, brinda una atención segura y personalizada, además la compra

puede ser en efectivo o por transferencia a través de los diferentes medios de pago que ofrece.

- *Uphold*: plataforma que permite que cualquiera, en cualquier sitio pueda comprar y convertir cualquier forma de moneda o bien gratis, es decir, sin costes ni tasas asociadas a ninguna conversión de divisas. Uphold tiene como pilares clave la transparencia y la contabilidad. Es una plataforma para miembros y que sirve a particulares y empresas.
- *Coinbase*: es una plataforma y cartera en moneda digital, donde los comercios y consumidores pueden realizar transacciones con las nuevas monedas digitales, como el bitcoin, el ethereum y litecoin.
- *Buda*: es una empresa que desarrolla y opera mercados de criptomonedas en Chile, Colombia, Perú y Argentina, ubicada en Santiago de Chile. Esta Plataforma tiene claro que tecnologías como Bitcoin son catalizadoras de la siguiente gran revolución económica.

Teniendo en cuenta la estructura de este modelo de negocio, el nivel de riesgo persiste, pero no es tan alto como el modelo anterior, al igual sigue sujeto a la variación en los precios, es aquí donde juegan un papel importante las plataformas de especulación que permiten anticipar un alza o caída de las monedas, con base en esto se pueden tomar decisiones que contribuyan a asegurar el capital invertido.

Trading de Bitcoin

Hace referencia al estudio de los mercados a través de un conjunto de herramientas que permiten el análisis técnico y fundamental, con la determinación de encontrar la mejor opción de inversión, en pocas palabras se puede definir como la especulación frente al valor de un activo, para el caso de este modelo el activo sería el Bitcoin, pero hay que dejar claro que este también es aplicado para el dólar, el euro, libra esterlina, entre otras monedas tradicionales de gran importancia.

Un claro ejemplo es el Forex también llamado mercado de divisas comprende un mercado mundial descentralizado. Existen particularidades en el trading de Bitcoin, la primera es que el mercado de compra y venta está abierto las 24 horas y los 365 días del año, además de no estar supeditado a la decisión de ningún ente bancario. El trading de Bitcoin comprende la compra y venta considerando los estudios respectivos que contribuyen a anticipar los movimientos de la moneda.

Para el desarrollo de trading se debe elegir una plataforma y posteriormente efectuar el registro, confirmación que se hará a través del correo electrónico y la activación posterior mediante un link de operación. Después de los pasos anteriores el usuario podrá acceder a los menús para empezar a gestionar los fondos (saldos, depósitos, retiros, transferencias e histórico de pedidos). Para iniciar una compra o venta de Bitcoin es necesario dar unas ordenes al sistema o plataforma elegida, estas órdenes pueden ser de tres tipos así:

- *Orden Instantánea:* hace referencia a abrir la operación en el sistema de compra o venta con el precio que la plataforma tiene predeterminado. Es la orden básica del sistema.
- *Orden Limitada:* consiste en que se le asigna el precio máximo a la compra y un precio mínimo a la venta. En este sentido, la compra siempre tendrá un precio igual o inferior al fijado y la venta uno igual o superior.
- *Orden de detención o Stop Order:* cumple una función similar a la de un seguro contra las variaciones del precio en el mercado. Ordena la compra de ciertos Bitcoin si el precio consigue un valor determinado, mientras que para la venta se define la cantidad de Bitcoin si el precio decrece en cierto número.

Algunas de las plataformas de trading más reconocidas y usadas son:

- *Binance:* esta plataforma de Trading es una de las más completas en cuanto a los servicios que ofrece. Cuenta con varios niveles de seguridad, asistencia y preguntas frecuentes en todos los idiomas, es capaz de procesar 1.400.000 órdenes por segundo, por lo que ofrece el intercambio más rápido en el mercado hoy en día.
- *Bittrex:* plataforma de comercio de activos digitales segura, confiable y avanzada desarrollada para clientes internacionales y construida sobre la tecnología de vanguardia de Bittrex. Ofrece tokens innovadores, un enfoque más ágil para ser incluido en la lista, al tiempo que proporciona una ejecución comercial instantánea, billeteras digitales confiables y prácticas de seguridad líderes en la industria.
- *Poloniex:* Brinda información sobre indicadores técnicos para informar y ejecutar estrategias comerciales. Para proteger el dinero mantiene la mayoría de los depósitos en cámaras frigoríficas, así mismo supervisan la actividad las 24 horas y los siete días de la semana para bloquear cualquier actividad sospechosa.

Este modelo de negocio representa uno de los más usados, debido a que facilita el acceso a las personas, a diferencia de la minería y de la inversión directa (solo compra), el trading permite invertir con una cantidad de dinero menos elevada que las anteriores opciones. La clave está en realizar buenos análisis tanto fundamentales como técnicos para que la inversión obtenga la utilidad esperada, en este sentido la formación en trading es primordial para que se logre el éxito deseado, las personas que ya han incursionado en Forex tendrán un grado de adaptación más rápido debido a que el manejo es similar.

La rentabilidad de este modelo se basa principalmente en la volatilidad de la moneda, esta característica se convierte es una ventaja y desventaja a la vez, debido a que sus movimientos constantes hacen que un día suba y al siguiente baje, estas situaciones dejan ver que el riesgo que

se asume es alto. Por tanto, es indispensable basar toda decisión en los estudios o análisis previos, si se realiza esto las ganancias podrán superar las expectativas. De esta manera, para obtener éxito haciendo trading es importante que tenga en cuenta la diversificación del mercado, el resguardo del capital y el registro de los resultados obtenidos, con el fin de tener un histórico de movimientos y las estrategias de actuación en el mercado.

Grifos o Faucets

Los Faucet o grifos de Bitcoin son páginas web mediante las cuales se obsequian pequeñas fracciones o satoshis de Bitcoin, para comprender un poco más el término de satoshi este hace referencia a una centésima de millón de Bitcoin (BTC), representada en la siguiente ecuación: $1 \text{ Satoshi} = 0.00000001$. Los Faucet a parte de generar un beneficio se crean con el fin de dar a conocer la moneda o promocionarla, para mostrar la facilidad de adquirirla y realizar movimientos con ella. Dicho de otro modo, un grifo brinda una cantidad de fracciones de Bitcoin en pequeñas cantidades, por el contenido publicitario el cual dura unos segundos, entre más segundos tenga el anuncio la cantidad de fracción de Bitcoin será mayor.

Los pasos que se deben seguir para adquirir un Faucet son los siguientes:

- Creación de una billetera o una wallet, si ya se tiene no es necesario.
- Realizar el registro en alguna de las páginas que desarrollen este tipo de actividades.
- Ingresar la dirección de Bitcoin en la plataforma de Faucet que se eligió.
- Una vez se completen los anteriores pasos dentro de la plataforma de faucet se visualizan un listado de anuncios que se podrían publicar y el monto que ganaría al publicarlo

Algunas de las plataformas que operan bajo la modalidad de Faucet son:

- *BtcClicks*: es un sitio de pago por clic (PTC) donde los miembros pueden obtener BTC para ver anuncios y los anunciantes pueden

apuntar a los usuarios de bitcoin.

- *BitVisitor*: es un sitio de promoción de sitios web, mayormente relacionados con Bitcoin. Los visitantes ingresan la dirección de su cartera y ganan bitcoin gratis por estar expuestos a un sitio durante 5 minutos. No hay necesidad de ninguna acción, salvo la de completar un captcha para evitar el abuso de bots.

Este modelo de negocio se puede adoptar por principiantes cuyo nivel de riesgo es conservador, debido a que en este caso es casi nulo. Los Bitcoin son obsequiados dependiendo del anuncio y su tiempo de visualización. Se podrá ganar alrededor de 700 Satoshis por cada 5 minutos en cada Faucet que se visite. Esto quiere decir que para poder obtener alguna utilidad es necesario contar con varias Faucet, de lo contrario la cantidad adquirida será mínima, en este punto es recomendable que si se cuenta con varias Faucet existen sitios web que facilitan el manejo de todas al mismo tiempo, una de ellas es Faucet Rotator, página web que permite rotar entre distintos Faucet sin tener que abrir una página nueva por cada una. Esto significa que pueden visitarse los Faucet de la forma más rápida posible, lo cual ahorra tiempo y requiere menos recursos del ordenador.

Conclusiones

El Bitcoin es claramente una de las criptomonedas con mayor popularidad durante los últimos años, sus particularidades y su forma de uso hacen que cada vez más personas alrededor del mundo se interesen en invertir en esta moneda digital, se han ideado diversas formas de utilizar esta criptomoneda, no obstante, debido al desconocimiento no se conoce en detalle los modelos de negocio que se pueden desarrollar usando el Bitcoin.

Bajo esta perspectiva, es preciso destacar tres aspectos fundamentales del bitcoin: la volatilidad, el anonimato y la seguridad que implica el funcionamiento del nuevo mercado digital, dando la posibilidad de entender y analizar su comportamiento y de este modo identificar los movimientos a los que se ve expuesto.

Lo anterior significa que el Bitcoin representa un nuevo sistema y un método no tradicional que permite una libertad financiera, la cual debe manejarse con la mayor responsabilidad, debido a que no hay ningún ente regulador que respalde su proceso, de ahí parte la importancia de estar a la vanguardia con la información y con los hechos que han marcado y marcarán su desarrollo y evolución.

Como resultado de esta trayectoria se han logrado introducir diferentes modelos que permiten dinamizar y diversificar el mercado, es preciso resaltar que muchos solo consideraban la compra y venta de Bitcoin como una única actividad, pero la realidad es que han surgido una variedad de opciones para incursionar en este mercado, las cuales se basan en la capacidad y nivel de riesgo que se quiera adoptar.

Cada uno de los modelos identificados contiene un mecanismo de funcionamiento diferente y su rentabilidad depende del nivel de riesgo con el que se opera, el crecimiento que ha tenido esta criptomoneda ha sido notorio y rápido, por ende, los métodos para su manejo han tenido que evolucionar a su ritmo, dando lugar a diversas plataformas para cada modelo, las cuales brindan acompañamiento, asesoría y son un soporte para validar cada una de las operaciones hechas y que los usuarios logren el beneficio que buscan.

En este contexto, puede plantearse que la decisión de invertir dependerá del grado de conocimiento y confianza que se le dé al Bitcoin o a la criptomoneda que se elija, considerando que cualquier modelo tiene ventajas y desventajas como en cualquier tipo de negocio, cada uno de ellos maneja un perfil según el capital disponible, por tanto, se reitera que se debe estar consciente de las tendencias económicas y financieras.

Bibliografía

- Aguilera, V. (s.f.). Bitcoin: Características y riesgos. Recuperado de [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-articulo-bitcoin-caracteristicas-y-riesgo/\\$FILE/ey-articulo-bitcoin-caracteristicas-y-riesgo.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-articulo-bitcoin-caracteristicas-y-riesgo/$FILE/ey-articulo-bitcoin-caracteristicas-y-riesgo.pdf)
- Banco BBVA. (2015, 22 marzo). BBVA Trader: Análisis fundamental vs análisis técnico. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/invertir-bolsa-desde-cero-analisis-fundamental-analisis-tecnico/>
- Bitcoin Org. (s.f.). Bitcoin es una innovadora red de pagos y una nueva clase de dinero. Recuperado de <https://bitcoin.org/es/>
- Blockchain. (s.f.). Blockchain. Recuperado de <https://www.blockchain.com/es/charts/market-price?timespan=all>
- Caro Gárces, S. C., & Obando Suarez, L. T. (2017). Monedas virtuales como una nueva alternativa de inversión, y su tendencia a través del tiempo.. Recuperado de <http://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/190/1/Monedas%20virtuales%20como%20una%20nueva%20alternativa%20de%20inversion%20y%20su%20tendencia%20a%20traves%20del%20tiempo.pdf>
- Criptotendencia. (2018, 24 febrero). 7 tips para ser un trader exitoso en criptomonedas. Recuperado de <https://criptotendencia.com/2018/01/01/que-son-los-brokers-online/>
- Culleres, G. (2014, octubre). El bitcoin y su posible impacto en los mercados [App de móvil]. Recuperado 15 septiembre, 2018, de www.iefweb.org/odf
- Deloitte Legal. (2017, 14 marzo). Decreto por el que se expide reglas las Instituciones Tecnológicas Financieras. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/legal/2018/Decreto-Ley-Fintech.pdf>
- Escobar, V. (2018, 8 febrero). Comisión Del Mercado De Valores De España Pública Consideraciones Sobre Las Ico Y Criptomonedas. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.criptonoticias.com/regulacion/comision-mercado-valores-espana-publica-consideraciones-ico-criptomonedas/>

- Fernández, C. (2018, 9 febrero). España Se Suma A La Corriente Global En Pos De La Regulación De Las Criptomonedas E Icos. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.criptonoticias.com/regulacion/espana-suma-corriente-global-pos-regulacion-criptomonedas-icos/>
- Fernández, F. F. Frolian. (2018, 7 junio). SENADO DE COLOMBIA DEBATE MODERNIZACIÓN ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVA MEDIANTE BLOCKCHAIN. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.criptonoticias.com/adopcion/senado-colombia-debate-modernizacion-economica-administrativa-mediante-blockchain/>
- González, G. (2018, 9 junio). Autoridad de valores de españa y comisión europea proponen regulación específica para las criptomonedas. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.criptonoticias.com/regulacion/autoridad-valores-espana-comision-europea-regulacion-especifica-criptomonedas/>
- Group Bitcoin. (s.f.). El Bitcoin. Recuperado de https://www.groupbtc.com/sites/default/files/dossier_bitcoin_2.pdf
- Holik, F. (2016). Teoría de la información de Claude E. Shannon - DIA. Retrieved from http://dia.austral.edu.ar/Teor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n_de_Claude_E._Shannon
<https://www.coinstaker.com/es/bitcoin-faucet/>
- José, G. M. (2017, 20 octubre). Por qué Bitcoin - BTC también se llama XBT? Recuperado de <http://www.mineriatotal.com/mt/viewtopic.php?t=67>
- Lacort, J. (2017, 20 julio). Empecé a minar bitcoins cuando solo valían dos dólares. Recuperado de <https://www.xataka.com/especiales/mine-bitcoins-antes-que-nadie-pero-no-soy-millonario>
- Lucas, E. (2017, 8 junio). Cómo comprar Bitcoin por primera vez paso a paso. Recuperado de <https://medium.com/@lucasemma/c%C3%B3mo-comprar-bitcoins-por-primera-vez-paso-a-paso-90ddd29f0ab>
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. Retroceded from <http://www.jaimedv.com/eco/lc1-micro/mankiw-principios-eco-ed6.pdf>
- Márquez Solís, S. (2011). Bitcoin Guía Completa de la moneda del Futuro. Madrid, España: RA-MA.
- Muñoz, I. (2014, 13 febrero). ¿Qué es Bitcoin? ¿Cómo funciona? ¿Dónde se compran? Recuperado de <https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-bitcoin-como-funciona-donde-compran-5389>
- Opciones Binarias. (s.f.). Lista de completa de brókers regulados en español. Recuperado de <https://www.binarias.org/brokers/>
- Oro y Finanzas. (2015, 2 enero). Unidades de Cuenta del Bitcoin. Recuperado de <https://www.oroymas.com/2015/01/unidades-cuenta-bitcoin/>
- Pastor, J. (2018, 27 abril). Mitos y realidades sobre el consumo energético de la minería de bitcoins. Recuperado de <https://www.xataka.com/criptomonedas/la-energia-necesaria-para-minar-un-bitcoin-es-la-misma-que-gasta-un-hogar-en-un-mes-segun-ing>
- Periodo El Espectador. (2018, 10 septiembre). Entró en vigor la Ley de Tecnología Financiera en México. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.elespectador.com/tecnologia/entro-en-vigor-la-ley-de-tecnologia-financiera-en-mexico-articulo-811438>
- Ramirez Moran, D. (2014, 19 marzo). Riesgo y Regulación de las divisas virtuales. Recuperado 15 septiembre, 2018, de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2014/DIEEEA18-2014_

ImplicacionesFuturoDivisasElectronicas_DRM.
pdf

Ramirez Moran, D. (s.f.). Fundamentos de las divisas virtuales: Bitcoin. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2014/DIEEEA13-2014_FundamentosBitcoin_DRM.pdf

Revista Dinero. (2018, 1 septiembre). La generación de bitc oin utiliza m as energ a que un pa s entero. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/consumo-de-energia-en-la-mineria-bitcoin/253898>

Revista Semana. (2018, 7 junio). Usos de 'blockchain' y criptomonedas se debatieron en el Senado. Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/en-el-senado-se-debatio-sobre-los-usos-del-blockchain-y-las-monedas-virtuales-227554>

Riquelme, R. (2017, 7 octubre).  Qu  dice la Ley Fintech sobre las criptomonedas? Recuperado 15 septiembre, 2018, de <https://www.economista.com.mx/empresas/Que-dice-la-iniciativa-de-ley-fintech-sobre-las-criptomonedas-20171007-0004.html>

Sampieri, R. (2010). Metodol g a de la Investigaci n. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Sarmiento, Garc es, J. J. (2016). Criptodivisas en el entorno global y su incidencia en Colombia. Recuperado de <file:///C:/Users/LEIDY/Downloads/Dialnet-CriptodivisasEnElEntornoGlobalYSuIncidenciaEnColom-6069565.pdf>

Implicaciones que enfrenta el revisor fiscal posterior al proceso de adopción de NICSP, especialmente en el grupo propiedad planta y equipo de la IUCMC.

Artículo de reflexión

Fecha recepción: 03/10/18 Fecha aprobación: 30/11/18

Mauro Hernán Pantoja Delgado

mauropantoja@unimayor.edu.co

Contador Público de la Universidad del Cauca y Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría de la Fundación Universitaria del Área Andina. Docente de cátedra Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Resumen: Este artículo explora las implicaciones que enfrenta el Revisor Fiscal al analizar la información financiera bajo NICSP. El campo de interés son los cambios que presenta el grupo Propiedad Planta y Equipo de la Institución Universitaria Colegio Mayor Del Cauca (IUCMC). Se utilizará un tipo de investigación documental descriptiva, un método cualitativo, y se tomarán como bases, los argumentos teóricos de algunos investigadores y el estudio de caso aplicado en el área financiera. Finalmente se concluirá en la responsabilidad y la necesidad que tiene la revisoría fiscal, para extender sus conocimientos hacia los nuevos escenarios globales, esto con el propósito de realizar un control más eficaz, con una visión crítica y con una gran capacidad analítica para afrontar los cambios surgidos a raíz del este nuevo contexto enmarcado en la Internacionalización.

Palabras clave: Revisoría Fiscal, Auditoría, Propiedad Planta y Equipo Bajo Nicosp.

Abstract: This article explores the implications that the Statutory Auditor faces when analyzing financial information under IPSAS. The field of interest are the changes presented by the Property Plant and Equipment group of the Colegio Mayor del Cauca University Institution (IUCMC). A type of descriptive documentary research, a qualitative method will be used, and the theoretical arguments of some researchers and the interviews made to financial officials will be taken as bases. Finally, it will conclude on the responsibility and need of the fiscal reviewer, to extend their knowledge towards the new global scenarios, this with the purpose of performing a more effective control, with a critical vision and with a great analytical capacity to face the changes arising from this new context framed in the Internationalization.

Key words: IPSAS, Statutory Auditor, Audit, Plant Property and Equipment Under Ipsas.

Resumo: Este artigo explora as implicações que o revisor oficial de contas enfrenta ao analisar informações financeiras no âmbito das IPSAS. O campo de interesse são as alterações apresentadas pelo grupo de Propriedade de Fábrica e Equipamentos da Universidade do Colégio Mayor Del Cauca (IUCMC). Um tipo de pesquisa documental descriptiva, um método qualitativo será utilizado, e os argumentos teóricos de alguns pesquisadores eo estudo de caso aplicado na área financeira serão tomados como base. Por fim, concluir-se-á a responsabilidade e a necessidade que a auditoria fiscal tem de ampliar seu conhecimento para os novos cenários globais, com o objetivo de realizar um controle mais efetivo, com visão crítica e com grande capacidade analítica para enfrentar as mudanças. surge como resultado desse novo contexto enquadrado na internacionalização.

Palavras-chave: Tacit knowledge, explicit knowledge, knowledge management, innovation, knowledge transfer.



Introducción

Con la entrada en vigencia de las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público (NICSP), es necesario tener en cuenta las implicaciones que enfrenta el Revisor Fiscal al analizar la información financiera bajo NICSP. Las NICSP le han dado a las entidades gubernamentales la posibilidad de ajustar criterios de acuerdo con los lineamientos internacionales de contabilidad. A partir del primero de enero de 2018, la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca implementó y aplicó contabilidad bajo norma internacional, y uno de los mayores retos de esta institución fue interpretar los criterios a aplicar en Propiedades, Planta Y Equipo, de tal forma que se armonicen con los estándares expedidos en la resolución 533 de 2015, para finalmente emitir información financiera veraz y clara. Es significativo destacar que con este proceso el Revisor Fiscal cumple un papel elemental; con la incorporación de la ley 1314 de 2009 en la que se reglamentan los elementos para llevar contabilidad, emitir y proteger información financiera, el revisor fiscal deberá informar sobre los procesos realizados al interior de la entidad.

Esta hipótesis de trabajo cualitativa aplicada en la IUCMC, servirá como referente para conocer los cambios que enfrentan los revisores fiscales después

de la implantación de normas internacionales especialmente en el grupo Propiedad Planta y Equipo, y de esta manera conocer los distintos enfoques que existen actualmente en materia de revisoría fiscal, permitiéndole a esta figura emitir juicios profesionales apropiados de acuerdo con el contexto actual.

En este orden de ideas la importancia de este documento se sitúa de la siguiente manera: en la primera parte se plasma el marco referencial, se toman aportes de investigadores que enfatizan en NICS y en las características del Revisor Fiscal; en la segunda parte se plasma un marco conceptual, este describe los nuevos conceptos del grupo PPYE establecidos en los estándares internacionales; como tercero se enfatiza en los resultados, en esta parte se describen las implicaciones que enfrenta el Revisor Fiscal al analizar la información financiera bajo Normas Internacionales. Finalmente se redactan las conclusiones, en donde se especifican los desafíos, oportunidades, y las exigencias de esta figura en materia contable Pública.

Marco referencial.

Las entidades del sector público en Colombia llevan sus contabilidades de acuerdo con los estándares establecidos por el IPSASB Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público,

y la IFAC Federación Internacional de Contadores quien se encarga de publicar los diferentes estándares de las NICSP; Arango & Torres (2014), en su ensayo Análisis del proceso de armonización de las normas internacionales (NIIF-NICSP) describen: “las NICSP, son emitidas por el Consejo de Normas Internacionales del Sector público (IPSASB) que forma parte de la estructura de la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad del sector público (IFAC)”. (pág. 6). Por otra parte según Velásquez (2018) en su ensayo Convergencia a NICSP señala: “la IFAC se refiere al “sector gobierno” como las entidades conformadas por el gobierno nacional, las regionales (provincias y territorios) y las relacionadas con las mismas (agencias, juntas, y comisiones entre otras)” (pág. 3)

Con lo anterior cabe señalar que la adopción en Colombia de las Normas Internacionales de contabilidad sector público (NICSP) es un hecho enmarcado en los lineamientos del IPSASB y la IFAC, con esto, lo que se pretende es generar innovaciones substanciales no solo en la manera de llevar contabilidad, sino también en la preparación, revelación, presentación e interpretación de los estados de situación financiera. Según Zuluaga & Grajales en su investigación Reforma de la contabilidad Gubernamental en Colombia (2015) mencionan:

Importantes cambios y reformas se han presentado y se evidencian actualmente en el sistema contable del Sector Público Colombiano, siendo la más reciente tendencia el proceso de armonización a estándares internacionales de información financiera, lo cual se deriva de la respuesta a entornos globalizados frente a los cuales la contabilidad pública ha tenido el reto de fortalecerse desde el punto de vista disciplinar e instrumental, por medio de características como la homogenización de la información de diferentes mercados internacionales y el establecimiento de criterios de reconocimiento y medición precisos para cada transacción, de modo tal que la información contable tanto pública gocen de las características de relevancia y representación fiel introducidas en las NICSP. (pág. 15).

Es claro que el IPSASB desarrolla una adecuada combinación conceptual para satisfacer los requerimientos de la información contable de las entidades públicas, desarrolla su propia estructura conceptual respaldada en la emisión de estándares con aspectos únicos del sector público previéndole de muchas ventajas, El IPSASB:

Busca establecer las ventajas de lograr una información financiera coherente y comparable entre los diferentes gobiernos y considera que las NICSP están diseñadas para desempeñar un papel fundamental para hacer que tales ventajas se materialicen. La implantación de las NICSP por parte de las entidades públicas optimizará tanto la calidad como la comparabilidad de la información financiera presentada por los entes público de los diversas naciones del mundo. Se debe aclarar que los estados de situación financiera cumplen con las NICSP solo si acogen todas las exigencias de cada NICSP que les sea aplicable. (IPSASB, 2013, pág. 3)

La globalización económica ha creado la necesidad de emplear estándares internacionales y por ende, proyectar información contable que cumpla con las características que el nuevo marco regulatorio lo establece. La aplicación de las NICSP en nuestro país, sobrellevo un gran reto, resaltando la responsabilidad, la eficiencia y eficacia contable del profesional, ya que con la aplicación de los estándares internacionales fortalece la transparencia y honestidad para quienes las aplican. De hecho, a partir del año 2015 todas las entidades de gobierno comenzaron a emerger hacia las NICSP, teniendo como fecha de aplicación el primero de enero de 2018. Según Martínez (2017), en su investigación Impacto operativo en el proceso de convergencia a las NICSP para las entidades de Gobierno en Colombia menciona que el Sector Público en Colombia tiene impactos a nivel de normatividad:

El primer impacto en Colombia es el cambio de normatividad, dado que se requiere de una correcta interpretación de las NICSP que a su vez repercuten en los cambios y adaptaciones a la normatividad de las entidades, en cuanto a sus propias reglas, políticas, mejoramiento

de manuales de procesos, doctrina contable, catálogo de cuentas contables, elaboración de guías, cartillas e instructivos con orientaciones ilustrativas, multiplicando y divulgando los conocimientos sobre la nueva terminología y los nuevos procedimientos. Estas actividades a su vez pueden requerir de tiempo y recursos para su correcto diseño e implementación. (pág. 23)

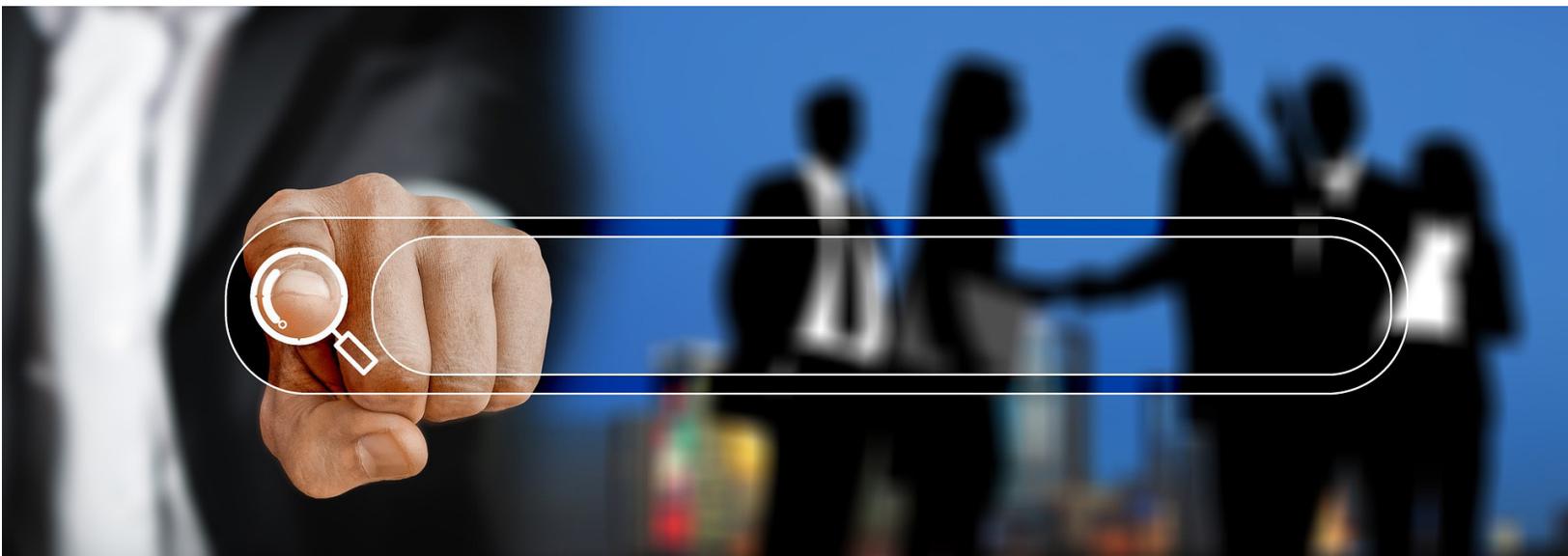
Según este autor, los impactos normativos son de mucha importancia, ya que afectan el que hacer de los profesionales que tiene directa relación con la contabilidad pública, tal como lo exigen las NICSP; este cambio de normatividad le generó directamente innovaciones a los estados de situación financiera. En lo que refiere a cambios relevantes Martínez (2017) afirma: “uno de los cambios más relevantes en la aplicación de NICSP fue el grupo de Propiedad Planta y Equipo, la razón es que las NICSP generaron cambios y lineamientos de medición, reconocimiento y revelación que difieren sustancialmente del régimen precedente” (pág. 25). Por otro aparte Galvis (2016) menciona el beneficio de las NICSP: “Hay que mencionar que la implementación de las NICSP trae consigo beneficios, como el suministro de información financiera más real y de calidad; ejercer control interno y externo por parte de los distintos actores y revelaciones más detalladas en los estados financieros” (pág. 10).

Lo que es claro es que las entidades del sector público tienen la obligación de mostrar información financiera bajo NICSP, presentando información al mismo nivel que entidades públicas extranjeras y esto le otorgara muchas ventajas, ya que se utilizaran términos globales. Las NICSP proporcionarán una buena

comparabilidad y claridad de la información financiera, de esta manera las entidades públicas activarán lazos locales e internacionales. Ahora, con la incorporación en Colombia de los nuevos estándares de información financiera y aseguramiento enmarcados en la ley 1314 de 2009, las entidades públicas están condicionadas a realizar avances investigativo y de cambio en materia de Revisoría Fiscal.

En Colombia la en la Ley 430 de (1990), se consagra la reglamentación para que el contador público tenga y demuestre absoluta autonomía intelectual y de juicio como revisor fiscal, y es en el Código de Comercio en el artículo 207 donde se le otorgan funciones a esta figura. En el sector público los profesionales que hagan uso de esta figura deben entender y hacer uso del control fiscal, Mira & Meza (2013) refieren a este concepto:

Es un concepto que aplica a entidades del sector público, este fiscaliza los procesos que realizan los administradores con el patrimonio o activos del gobierno en todos sus niveles. Las entidades encargadas de ejercer control fiscal, como la Contraloría General o sus entes autorizados para esta labor, como las Contralorías de cada departamento o municipio, son las partes facultadas para avanzar en las respectivas pesquisas orientadas a lograr el buen manejo de los bienes o recursos que han sido mal administrados, y que de una manera u otra, ocasionan detrimento patrimonial por parte de los administradores públicos o particulares que asumen la categoría de custodios o administradores de estos. (pág. 19).



El Doctor Luis Fernando Valenzuela Jiménez asociado Universidad Nacional de Colombia (2015) realiza el siguiente aporte:

La revisoría fiscal es una figura de inspección que, en beneficio de la sociedad, bajo la dirección y compromiso del revisor fiscal y con sujeción a las reglas de auditoría generalmente aceptadas, le concierne examinar los estados financieros y revisar y evaluar constantemente sus elementos que integran el control interno, en forma pertinente y autónoma en los términos que le señala la ley, los reglamentos y los pronunciamientos profesionales. (pág. 11)

Ahora, con la incorporación en Colombia de los nuevos estándares de información financiera y aseguramiento, las entidades públicas y privadas están condicionadas a realizar avances investigativo y de cambio en materia de Revisoría Fiscal; Jiménez (2016) en su investigación Efectos de la implementación de las Normas Internacionales de Aseguramiento de la Información en el trabajo del Revisor Fiscal en Colombia, hace alusión al reto más importante para la figura de Revisoría Fiscal:

Las funciones y responsabilidades de los Revisores Fiscales deben actualizarse para acomodarse a las actuales prácticas internacionales respectivas. Desde la creación de la Revisoría Fiscal (1930) estas funciones y responsabilidades no se han actualizado. –Limitar la función de cumplimiento de regulaciones a cargo de los Revisores Fiscales y reconocerla de acuerdo con lo que establezca la NIA 250 “Consideraciones de las disposiciones legales y reglamentarias en la auditoría de los estados financieros”. - Exigir la denuncia de irregularidades por los Revisores Fiscales cuando se relacionen con el ámbito de su competencia, en cumplimiento con la NIA 250. - Revisar y actualizar los mecanismos de supervisión del ejercicio profesional, juzgamiento y sanción disciplinaria de los Revisores Fiscales. (pág. 16)

Entre las labores más importantes del Revisor Fiscal están, realizar auditorías y emitir opiniones sobre la

razonabilidad de los estados de situación financiera preparados por las entidades gubernamentales, esto con el propósito de evaluar si los directivos y jefes de área han cumplido con las normas legales vigentes, los estatutos y las políticas. Por otra lado, debe evaluar la manera como las entidades han cumplido con la reglamentación NICSP al momento de llevar la contabilidad. Con lo anterior, el que ejerza las funciones de revisor fiscal, debe cumplir con las normas de auditoría generalmente aceptadas y también con los lineamientos de aseguramiento de la información descrita en la ley 1314 de (2009), para dar cumplimiento a esto, la ley exige al revisor fiscal informar por escrito las anomalías que se detallan durante el desarrollo del ciclo contable, en cualquier área objeto de vigilancia. Estos informes deben ser en el momento adecuado y se deben enviar en primera instancia a los representantes legales, para luego ponerlas en conocimiento de las directivas de la entidad, y si es el caso también a las entidades gubernamentales de inspección y vigilancia.

Marco conceptual

A partir del primero de enero del 2018 la contabilidad del sector público en Colombia debe aplicar los nuevos conceptos enmarcados en el nuevo régimen de contabilidad pública NICSP. A continuación realiza una descripción de los nuevos conceptos que refieren al contexto del grupo propiedad planta y equipo.

Activo. El instructivo 002 (2015), establece el nuevo concepto de activos:

Los activos son recursos controlados por el ente gubernamental que provienen de un suceso pasado y de los cuales se espera alcanzar un potencial de servicio o generar beneficios económicos futuros. Un recurso controlado es un componente que concede, entre otros, la potestad a usar, ceder el uso, convertir el recurso en efectivo, beneficiarse, y recibir flujos de efectivo (pág. 36)

Propiedad Planta y Equipo (PPYE). El Nuevo marco normativo para entidades gubernamentales (2015) determina este grupo de la siguiente manera:



Activos tangibles utilizados por el ente gubernamental en la producción o suministro de bienes, para prestar un servicio, también para propósitos de la administración; en este grupo se incluyen los inmuebles con uso futuro no determinado, los bienes muebles que el ente gubernamental los tenga para generar lucro producto de su arrendamiento, y que el canon de arrendamiento tenga un monto menor al valor de mercado del arrendamiento. Estos activos no se pretenden venderlos en el curso de las actividades comunes y se pretende usarlos por más de un periodo contable. (págs. 169-170)

Valorizaciones. Según el Régimen de Contabilidad Pública (2007), las Valorizaciones representaban: “el incremento de valor neto de los activos que pueden actualizar su valor en la contabilidad de acuerdo con las reglas técnicas para estipular dicha valorización” (pág. 220).

En el nuevo régimen de contabilidad pública no estipula el concepto de las valorizaciones; las valorizaciones bajo NICSP desaparecen, por el motivo que solo representa un supuesto, una posibilidad a futuro. Bajo norma internacional no existen los supuestos, existen los hechos. Mientras que la probabilidad de mayor valor no se haga efectiva no existe, la ventaja de norma internacional es que permite llevar a la contabilidad de conformidad con hechos ciertos.

Depreciación. Según el nuevo Cálculo de Cuantías (2016):

La depreciación representa la pérdida sistemática de la capacidad operativa de la Propiedad Planta y Equipo o los componentes de esta, se origina por el consumo de los beneficios económicos futuros, lo cual se estima teniendo el costo con adiciones y mejoras, el valor residual y las pérdidas por deterioro, la contrapartida afecta una subcuentas de grupo de costos o de gastos. (pág. 251)

Vida útil. La noción de vida útil de un activo hace referencia al lapso de tiempo durante el cual se espera que el activo ayude a la generación de ingresos. En el régimen de contabilidad pública anterior se tenían en cuenta los siguientes montos de depreciación: vehículos y computadores 5 años, maquinaria y equipo 10 años, edificaciones y construcciones: 20 años, software a 3 años. Estos montos fueron tomados del estatuto tributario, por los efectos fiscales que estas generan.

Según las NICSP las vidas útiles se las determinan bajo criterio profesional; en el instructivo 002 (2015), refiere: “la vida útil es el lapso de tiempo en el cual el ente gubernamental tiene confianza en conseguir beneficios procedentes del activo”. (pág. 172).

Deterioro. Según el instructivo 002 (2015): “El deterioro de valor de un activo es una detrimento,

disminución en los beneficios económicos futuros; en algunos casos esta pérdida de valor se puede dar por casos fortuitos o de fuerza mayor”. (pág. 215).

Aspectos metodológicos

Tipo De Investigación

El tipo de estudio para el desarrollo de este artículo es el documental y descriptivo, dado que se detallaran las variables que están estrechamente ligadas con el proceso de adopción de Normas Internacionales de Contabilidad Sector Público (NICSP) especialmente en el grupo Propiedad Planta y Equipo de la Institución Universitaria Colegio Mayor Del Cauca. Por ser la investigación de carácter descriptivo se definirán las implicaciones que enfrenta el revisor fiscal al analizar esta información financiera, resaltando los impactos más significativos a raíz de la aplicación de esta nueva normatividad.

Método de investigación

El método de investigación será el cualitativo, entendiendo que el trabajo tiene como fin especificar los efectos que ocasiona la aplicación de las NICSP, especialmente en el grupo Propiedad Planta y Equipo de la Institución Universitaria Colegio Mayor Del Cauca, y en base a estas cualidades, se establecerán las implicaciones que enfrenta el revisor fiscal en este nuevo contexto. Se efectuará un análisis sobre las causas que inducen dichos cambios tal como lo concibe el método del análisis, describiendo el procedimiento de reconocimiento anterior y la política contable que se ejecuta bajo NICSP.

Fuentes y técnicas de recolección de información

Para el enmarcar los resultados de este artículo se abordaron autores que han realizado investigaciones sobre el tema de NICSP, también se tomaron conceptos de los nuevos marcos normativos del sector público legitimados por la Contaduría General de la Nación; esto con el fin de enunciar doctrinas teóricas que fortalezcan el artículo.

Para poder soportar los conceptos teóricos con la praxis se aplicó un estudio de caso recolectando información del área financiera de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, permitiendo conocer con toda seguridad las implicaciones que enfrenta el revisor fiscal posterior al proceso de adopción de NICSP, especialmente en el grupo propiedad planta y equipo de la IUCMC.

Resultados

La Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, es una universidad Pública, ubicada en el departamento del Cauca, ésta institución a través de la prestación de sus servicios educativos lleva su contabilidad de acuerdo con la normatividad establecida por la Contaduría General de la Nación.

Para el desarrollo de este artículo en primera instancia se abordaron referentes teóricos con el propósito de establecer insumos generales y particulares; seguidamente se procedió a recolectar información en el área financiera en lo que refiere al proceso de implementación de NICSP; con esto se logró evidenciar que la contabilidad de la institución está bajo los parámetros de las NICSP, de igual forma se determinó que el personal encargado de la parte financiera tiene el suficiente conocimiento de los nuevos estándares. Los preparadores de la información manifiestan que tuvieron que planificar adecuadamente diversas actividades, una de esas actividades fue examinar todas las prácticas de la organización desde la parte administrativa, jurídica, tecnología, hasta llegar a la parte financiera.

Los preparadores de la información manifiestan que los cambios más significativos que enfrentó el área contable en el proceso de aplicación del nuevo régimen de contabilidad pública especialmente radican en el grupo Propiedad Planta y Equipo; el estándar PPYE afecto el quehacer contable; según el régimen contable publico anterior, estos activos debían ser de propiedad del ente gubernamental; mientras que en las NICSP, se define como un activo controlado por la entidad y de los cuales se pretende alcanzar beneficios económicos. Con este nuevo criterio la IUCMC tuvo que llevar a su contabilidad bienes de los cuales no

tenía la propiedad, pero que de una manera u otra ejercía el control, ya que para valorar la condición de activo en NICSP lo fundamental es el control más no la propiedad.

Por otro lado la Propiedad Planta y Equipo en el antiguo catálogo general de cuentas Sector Público, incorporaba el importe de los bienes tangibles de propiedad de la entidad gubernamental que se usaban para la prestación de servicios, o para la administración, quizá este concepto con norma internacional se mantiene, pero en el momento de aplicarla, el grupo de PPYE se vio expuesto a cambios sustanciales especialmente en el momento de realizar la actualización de valores, teniendo en cuenta que con la nueva normatividad las valorizaciones de estos activos desaparecen, este es otro concepto que generó implicaciones de fondo para el área contable. En el anterior régimen contable las valorizaciones representan el incremento de valor de los activos revelado en otro grupo contable denominado valorizaciones; se generaba una valorización pero jamás se lo llevo a mayor valor del activo. En NICSP este término no lo estipula, simplemente porque solo representa un supuesto, bajo norma internacional no existen lo supuestos. Con todo esto, la contabilidad de la IUCMC asumió este cambio con todas las dificultades que en el momento se presentaron. Por otro lado las depreciaciones se vieron afectadas por los cambios de vida útil, generado otro impacto desde el punto de vista técnico y conceptual; para el cálculo de las depreciaciones se tiene en cuenta su vida útil, la noción de vida útil de un activo refiere al lapso de tiempo mediante el cual se espera que el activo ayude a la generación de ingresos. En el Régimen de

Contabilidad Pública anterior se tenían en cuenta los años que asignaba el decreto 3019 de 1989, según las NICSP, indican que la vida útil es el lapso de tiempo en el cual el ente gubernamental prevé conseguir beneficios financieros procedentes del activo y que se los estima de acuerdo con un criterio profesional. El régimen de contabilidad anterior enfocaba este concepto a los efectos fiscales, bajo NICS, lo establece el criterio profesional de acuerdo con el tiempo estimado de servicio del bien.

Otro concepto que se introduce en la PPYE es el criterio de deterioro, Este concepto hace referencia a la pérdida de valor por situaciones inesperadas, el deterioro en un activo perteneciente al grupo PPYE permite cambiar el costo del activo, lo que genera efectos en los gastos, y también en el cálculo de depreciaciones.

Con lo anterior se pudo determinar que el estado de situación financiera de la IUCMC, especialmente en la Propiedad Planta y Equipo tuvo muchos cambios, cambios que deben estar respaldados por las nuevas exigencias de reconocimiento, medición y revelación; es claro que con él con el nuevo entorno y los cambios de las políticas contables, se debieron reclasificar elementos, debido a las connotaciones que difieren del régimen contable publico anterior con el actual.

Después de tener los argumentos teóricos y cotejarlos con el área financiera, se procederá a determinar las implicaciones que enfrenta el revisor fiscal posterior al proceso de adopción de NICSP, especialmente en el grupo propiedad planta y equipo de la IUCMC.



Dentro de las entidades gubernamentales la revisoría fiscal hace parte de un mecanismo de control diseñados para vigilar la gestión y la protección de los recursos públicos; por otro lado y de acuerdo con las normas legales públicas, también existe un procedimiento denominado control fiscal, mediante la cual se efectúa vigilancia sobre la manera de como los entes gubernamentales operan con los dineros públicos. El control fiscal es un procedimiento que tiende a custodiar los beneficios de la sociedad; desde que se incorporó este mecanismo por la Contraloría General de la República, Revisoría fiscal y control fiscal han luchado por la adecuada conservación del patrimonio estatal, y la veracidad de los estados de situación financiera publicados, cuando estas dos formas de ejercer control convergen simultáneamente en un mismo ente gubernamental, otorgan estricto cumplimiento de las disposiciones legales; y cuando se presenta algún problema, y es contradictoria a la norma, se deben tomar los correctivos del caso.

En este contexto, revisoría fiscal, desarrolla unas tareas de inspección y vigilancia, vela por que se lleve normalmente la contabilidad con sus respectivos soportes, comprobantes y que estén de acuerdo con las normas legales vigentes, también imparte instrucciones para que se lleve un buen proceso financiero, en las entidades gubernamentales esta figura se establece con el fin de generar grados de confianza a los usuarios internos como externos, realizar un buen control fiscal y dar fe que los procesos se están aplicando de acuerdo con las normas reglamentarias.

Según Cortez (2013) en su investigación Aplicación del control fiscal en Colombia para las empresas Públicas y privadas que administran recursos del estado, refiere que:

El control fiscal es reconocido como elemento importante e indispensable en la administración del sector público, basados en los bienintencionados criterios de eficiencia, economía, eficacia, equidad y valoración de los costos ambientales, desarrollados en el actual sistema de manera posterior y selectivamente; es decir evaluado hechos ejecutados por la administración, permitiendo medir el

cumplimiento de resultados, con base en una muestra representativa de las transacciones realizadas por la entidad pública o los particulares que manejen recursos del Estado. (pág. 15).

Por otra parte, las NICSP es una disposición legal de estricto cumplimiento que se ampara en la ley 1314 de 2009 y la resolución 533 de 2015. Con la incorporación de esta nueva normatividad, los revisores fiscales tuvieron que atravesar por muchas implicaciones al momento de ejercer inspección y vigilancia, y así avalar el cumplimiento de las leyes, decretos, resoluciones, y dar fe pública, lo cual significa entre otros, que su argumento bajo su firma dará un juicio legal.

A partir del 1 de enero de 2018, la IUCMC inicio su contabilidad bajo los criterios de norma internacional, especialmente por la resolución 533 de (2015), la propiedades Planta y Equipo de esta institución debió enfrentar muchos cambios, lo cual pudo verse expuesta a contraer errores, ya que el criterio profesional en el momento de tomar decisiones de índole contable, pudieron adjuntar contradicciones con los estándares. Por otra parte, el panorama actual de las auditoria es que Revisoría Fiscal cumpla un papel elemental en materia técnica e interpretativa; el revisor fiscal al revisar los procesos de reconocimientos inicial y posterior de la PPYE, debió con su firma avalar el proceso y exponer en las auditorías realizadas la razonabilidad del estado de situación financiera de apertura (ESFA) y con sus explicaciones demostrar teóricamente que las variaciones surgidas de un estado financiero a otro ajustan a la realidad contable y a la normatividad.

El profesor John Fredy Cruz Rodríguez en su ensayo el Revisor Fiscal frente al trabajo de aseguramiento de la información (2017), refiere:

En cuanto a los Estándares Internacionales de aseguramiento de la información, con su incorporación empiezan a surgir diferentes interrogantes desde el punto de vista práctico de la revisoría fiscal, dado que una de las principales brechas se encuentra en que los estándares se escriben desde la vista de un ejercicio profesional por parte de firmas de

auditoría, pero en Colombia sabemos que la revisoría la ejercen contadores independientes a quién cumplir con todo lo exigido le quedará bastante complicado, desde aquí se empieza a avizorar la necesidad de ir pensando en reformas al ejercicio profesional. (pág. 10).

A continuación se detallaran las implicaciones que enfrente el Revisor Fiscal después de la aplicación de información financiera bajo (NICSP), en el grupo Propiedad Planta y Equipo de la IUCMC. Haciendo una comparación teórica del régimen de contabilidad pública anterior con el actual, hay implicaciones que afectaron el ejercicio profesional; según el régimen contable publico anterior, estos activos debían ser de propiedad del ente gubernamental, por medio de los cuales se conseguían beneficios financieros; mientras que en régimen contable publico actual, se define como un activo controlado por la entidad que provienen de un acontecimiento pasado y de los cuales se pretende alcanzar un potencial de servicio o establecer beneficios económicos futuros.

Con este nuevo criterio la IUCMC tuvo que llevar a su contabilidad bienes de los cuales no tenía la propiedad, pero que de una manera u otra ejercía el control. Para NICSP el control es lo fundamental para valorar la condición de activo y no la propiedad. Con este cambio, al revisor fiscal lo obligó a replantear sus criterios y adoptar este nuevo concepto, siendo este, uno de los cambios que trae la nueva contabilidad, y que le generara implicaciones de tipo interpretativo y técnico. El examen de juicio que con ello conlleve, no se basara en la revisión estricta de escrituras, registro en instrumentos públicos, facturas, tarjetas de propiedad, se basara en definir si verdaderamente la entidad tiene el control, el cual deberá ser probado.

Por otro lado, el catálogo general de cuentas sector público (2007), establecía que las PPYE son las cuentas que incorporan el importe de los bienes tangibles de propiedad de la entidad gubernamental que se usan para la prestación de servicios, o para la administración, así como los bienes tangibles destinados a generar lucro producto de alquileres, arrendamientos, que no estén para la venta y que su vida útil exceda de un año; pero las NICSPS, mediante al instructivo 002 (2015)

describe que son activos tangibles utilizados por el ente gubernamental para la creación o suministro de bienes, para prestar un servicio y para propósitos de la administración; también, se incluyen los bienes inmuebles con uso futuro no determinado, los bienes muebles que el ente gubernamental los tenga para generar lucro producto de su arrendamiento y que el canon de arrendamiento tenga un monto menor al valor de mercado del arrendamiento. Estos activos no se pretenden venderlos en el curso de las actividades comunes y se pretende usarlos por más de un periodo contable. Este concepto trajo muchas implicaciones para revisoría fiscal al momento de dar seguridad razonable en la clasificación de los activos destinado a tener lucro, y que la PPYE presentada en el estado de situación financiera debió cumplir a cabalidad con las nuevas normas y que permitirá emitir un dictamen que sean razonables, que ayude a los usuarios internos y externos a conocer la situación financiera de la entidad.

Otro concepto que generó implicaciones de fondo para el revisor fiscal fueron las Valorizaciones. Bajo el anterior régimen de Contabilidad Publica este incremento de valor de los activos considerados PPYE, daba la opción de actualizar su valor en el grupo 19 Valorizaciones; en las NICSP este término no está estipulado, las valorizaciones bajo NICSP desaparecen porque solo representa un supuesto, una posibilidad a futuro. Bajo norma internacional no existen los supuestos, existen los hechos ciertos; mientras que la probabilidad de mayor valor no se haga efectiva no se podrá adherir a contabilidad. con todo esto, Los revisores fiscales tendrán que asumir este cambio conceptual con todas las implicaciones que a futuro puedan generar ya que en las entidades del Sector Público no se permiten hacer valorizaciones; lo que sí es claro que el revisor fiscal debe contar con conceptos contables de alta calidad y de aceptación mundial, con una gran capacidad de argumentación, comprensión lectora, análisis de la problemática y capacidad de interpretación, para finalmente esquematizar de manera precisa sus informes de auditoría.

Para finalizar, en este último apartado se plantea una descripción de los cambios en materia de depreciación, vida útil y deterioro que enfrentó el revisor fiscal en la

adopción de NICSP en la IUCMC y que ha generado otra implicación desde el punto de vista técnico y conceptual.

En el régimen de contabilidad pública (2007) y el régimen actual, las depreciaciones hacen parte de los activos de PPYE; incorpora el importe acumulado por el detrimento de valor de la capacidad operacional dada por el uso u otros aspectos normales; para su cálculo se tiene en cuenta su vida útil estimada y el valor agregado por adiciones y mejoras, la contrapartida afecta una subcuenta de grupo de costos o de gastos. Complementando lo anterior, la noción de vida útil de un activo refiere al lapso de tiempo mediante el cual se espera que el activo ayude a la generación de ingresos. En el régimen de contabilidad pública anterior se tenían en cuenta los siguientes montos de depreciación: vehículos y computadores 5 años, maquinaria y equipo 10 años, edificaciones y construcciones: 20 años, software a 3 años. Estos montos fueron tomados del estatuto tributario, por los efectos fiscales que estas generan. Según las NICSP, indican que la vida útil es el lapso de tiempo en el cual el ente gubernamental prevé conseguir beneficios financieros procedentes del activo.

La diferencia entre la normatividad anterior y la normatividad actual, radica en que si la PPYE esta desagregada por componentes, estos componentes se deben depreciar de forma separada, la entidad gubernamental distribuirá el costo inicial de PPYE entre sus partes principales y depreciará cada una de estas unidades de forma separada en toda su vida útil. Lo que es claro es que en el régimen de contabilidad anterior enfocaba este concepto a los efectos fiscales que de esta se deducían, pero bajo NICS, lo establece el criterio profesional teniendo en cuenta términos reales de servicio del bien. Con todo esto, el revisor fiscal no solo debe entender e interpretar la norma, también debe saber determinar conceptos profesionales internos, concepto profesionales deben estar descritos en las políticas contables de la entidad y sin salirse del contexto de las NICSP.

Otra implicación que se debe tener en cuenta el revisor fiscal es el deterioro de la PPYE. Este concepto nuevo que solo lo trae los estándares internacionales

hace alusión a la pérdida de valor, al detrimento o disminución en los beneficios económicos futuros; en algunos casos esta pérdida de valor se puede dar por casos accidentales o de fuerza mayor. Los revisores fiscales que ejercieron con el régimen de contabilidad pública 2007 no lo manejaban, ya que la normatividad anterior no lo contemplaba, por lo que el importe del activo no se alteraba por este concepto; bajo NICSP, el significado de deterioro de valor de los activos permite cambiar el costo del activo, lo que genera efectos en los gastos, y también en el cálculo de amortizaciones y depreciaciones.

De esta manera el estado de situación financiera de la IUCMC, especialmente en la Propiedad Planta y Equipo debió verse impactado, y los criterios de revisoría fiscal también debieron generar cambios, cambios que deben estar respaldados por las nuevas exigencias de reconocimiento, medición y revelación; es claro que con él con el nuevo entorno y los cambios de las políticas contables, se debieron reclasificar elementos, debido a las connotaciones que difieren del régimen contable publico anterior con el actual, y el revisor fiscal debieron emerger a cambios técnicos e interpretativos.

Con todos los conceptos abordados en este trabajo, se podría decir que una de las implicaciones que el Revisor Fiscal asumió en este proceso de adopción es la actualización de conocimientos; los profesionales de esta área estuvieron sujetos a cambios normativos, contables, financieros y económicos, este trance de normatividad trajo consigo el aprendizaje y la interpretación de conceptos, y de esta manera estableció pautas para el manejo y la aplicación de los estándares de contabilidad; esto con el propósito de desarrollar en el revisor fiscal las habilidades, destrezas y competencias necesarias para que el concepto de vigilancia y control sea acertado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es pertinente decir que los revisores fiscales no pueden hacer auditoría a los procesos contables, sin tener en cuenta los esquemas internacionales de evaluación y aseguramiento de la información, implicación que modifico el ejercicio de la figura de revisoría fiscal; con la incorporación de esta nueva manera de llevar contabilidad se anexaron

nuevos criterios para aseguramiento de la información, y así poder dar fe pública de la información revelada y presentada. Sin embargo, si este impacto se lo toma desde el punto de vista positivo, con esto, se puede aprovechar las coyunturas que ofrecerá un mercado, más especializado y riguroso. Los Revisores Fiscales que acaten las reglas de aseguramiento de la información internacional, si lograrán fomentar mayor credibilidad y confianza.

La Doctora Ruth Marina Meneses Riveros, docente Investigador y Jefe Área Contabilidad Facultad de Ciencias Económicas, Contaduría Pública Universidad Militar Nueva Granada Bogotá D.C (2016) argumenta:

Puede decirse de manera general que el principal impacto del Decreto 302, por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo para las normas de aseguramiento de la información, tiene que ver con el incremento del nivel de exigencia de la labor del revisor fiscal, quien ahora debe no solamente estar atento de la normatividad nacional, sino de las modificaciones o actualizaciones que se presenten en las NIA a fin de poder cumplir con las exigencias señaladas en este Decreto. (pág. 17).

Una implicación general que requiere hoy por hoy el revisor fiscal en la realización de su labor, es que debe manejar conceptos internacionales de información financiera y combinar el concepto del con juicios profesionales, para que a partir de estos, evalúe aspectos tanto internos como externos, que le permitan el entendimiento la realidad financiera de la entidad, ya que a partir de esta utilizará su juicio profesional, fundamentado el nivel de sus conocimientos alcanzados y la experticia en el proceso de su rol.

Por tanto, el Revisor Fiscal, en el desarrollo de su trabajo desde la independencia profesional, para la emisión de su dictamen, debe tener mucho entendimiento de la normatividad actual, comparar juicios profesiones internos de la empresa, y diagnosticar si estos están acorde con la norma y aceptarlos en ciclo contable de la empresa. Así las cosas, el hecho de evaluar estados

financieros con juicio Profesional sobre asuntos de NICSP, deja entrever las características objetivas y subjetivas del sujeto (Revisor Fiscal), pero más allá de esto, este debe examinar, cual es esa realidad, desde la consideración de su nivel de conocimiento y el entorno.

Conclusiones

Los distinguidos procesos globales de actualización en materia contable, exigen que el revisor fiscal ejerza su figura con bastante capacidad, conocimiento, juicio profesional y sobretodo experiencia en la aplicación normativa, es decir, que tenga la capacidad necesaria y así pueda ejercer con gran criterio los procesos de vigilancia y control.

Los profesionales que ejercen la Revisoría Fiscal en las entidades públicas tienen que asumir el reto de actualizar sus conocimientos con responsabilidad, tal como lo exige la globalización contable, en primera instancia, poseer un amplio conocimiento del marco normativo que ampara las NICSP en Colombia, esto con el propósito de desarrollar adecuadas prácticas de auditoria, tiene que dejar de lado conceptos tradicionales y locales, y manejar los nuevos conceptos del marco normativo, y así poder hacer una adecuada evaluación de la transición de las NICSP; como segundo, deberá realizar una evaluación a fondo de las políticas contables internas, con el propósito de afirmar que los criterios profesionales de la institución están acorde con los estándares, que los montos y bases de reconocimiento, las mediciones al inicio y final del periodo, cumplen con los requisitos exigidos por los estándares.

En el desarrollo de esta práctica profesional, el Revisor Fiscal deberá asumir muchas implicaciones, entre estas, un rol innovador y más estricto, las nuevas implicaciones lo tendrán que llevar a abandonar los quehaceres tradicionales, como la de exigir solamente soportes contables, o estar preocupado por la parte operativa; el contexto actual le exige tener la capacidad de entender y actuar frente a la realidad económica, le exige tener certeza de sus conocimiento y asumir el rol de Revisor Fiscal con todos los cambios que exige el presente.

En el momento de evaluar estados financieros revelados bajo las NICSP, tendrá que tener en cuenta características objetivas y subjetivas del sujeto (Revisor Fiscal), tener en cuenta que el juicio profesional es un criterio que aplica dentro de los lineamientos de las NICSP mas no desde el criterio del Revisor Fiscal: pero más allá de esto, este debe examinar, cual es esa realidad, desde la consideración de su nivel de conocimiento y entorno.

Referencias Bibliográficas

- Arango Medina, D., & Torres Castaño, A. G. (9 de Diciembre de 2014). Análisis del proceso de armonización de las normas internacionales de contabilidad e información financiera. Universidad La Gran Colombia.
- Martinez Pardo, K. M. (s.f.). Impacto operativo en el proceso de convergencia a las NICSP para las entidades de Gobierno en Colombia. Universidad Militar Nueva Granada .
- Valenzuela Jiménez, L. F. (15 de 12 de 2015). La Revisoría Fiscal en Colombia: una figura de control integral que se resiste a desaparecer. Bogotá: Centro de Investigaciones para el desarrollo Universidad Nacional de Colombia.
- Zuluaga Rendón, D., & Grajales, V. (Agosto de 2015). Reforma de la contabilidad Gubernamental en Colombia. Universidad de Antioquia.
- CGN. (2007). *Régimen de Contabilidad Pública y Manual de Procedimientos 2007*. Bogotá D.C: Imprenta Nacional de Colombia.
- CGN. (2015). *Instructivo 002*. Bogotá D.C: Imprenta Nacional de Colombia.
- CGN. (2015). *Nuevo Marco Normativo para Entidades de Gobierno, normas para el reconocimiento, medición, revelación y presentación de los hechos económico de las entidades de gobierno. Expedido por la Contaduría General de la Nación, Bogotá*. Bogotá D.C: Imprenta Nacional de Colombia.
- CGN. (8 de 10 de 2015). Resolución número 533 . *Resolución número 533, como parte integrante del Régimen de Contabilidad Pública, el Marco Normativo para Entidades de Gobierno, el cual está conformado por: el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Información Financiera; las Normas para*. Bogotá D.C: Imprenta Nacional de Colombia PDF.
- CGN. (26 de Noviembre de 2016). Nuevo Catálogo General de Cuentas. *Nuevo Catálogo General de Cuentas, (resolución 620 de 2015, modificada por la resolución 468 de 2016)*. Bogotá D.C: Imprenta Nacional de Colombia.
- Congreso de la Republica. (27 de Marzo de 1971). Decreto 410 de 1971, (Marzo 27). Por el cual se expide el Código de Comercio. Bogotá D.C: Diario Oficial Congreso de la Republica.
- Congresos de la Republica. (1990). Ley 43 de 1990. Por la cual se adiciona la Ley 145 de 1960. *Reglamentaria de la profesión de Contador Público y se dictan otras disposiciones*. Bogotá .D.C: Diario Oficial Congreso de la Republica de Colombia.
- Congresos de la Republica. (13 de Julio de 2009). Ley 1314. *Ley 1314 de 2009. Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia*. Bogotá D.C: Diario Oficial No. 47.409.
- Cortés Vergara, R. E. (13 de Octubre de 2013). Aplicación del control fiscal en Colombia para las empresas Públicas y privadas que administran recursos del estado. Universidad Militar Nueva Granada,.
- Cruz Rodríguez, J. F. (2017). El Revisor Fiscal frente al trabajo de aseguramiento de la información . Fundación Universitaria Area Andina.
- Galvis Sierra, J. J. (16 de Octubre de 2016). Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público como una herramienta integral de gestión. Bogotá D.C.
- IPSASB. (15 de Enero de 2013). Manual de pronunciamientos internacionales de contabilidad del Sector Público. Versión 2013.
- Jiménez Pedroza, A. (14 de Septiembre de 2017). Efectos de la implementación de las Normas Internacionales de Aseguramiento de la Información en el trabajo del Revisor Fiscal en Colombia. Bogotá D.C: Universi-

dad de Bogotá Jorge Tadeo Locano.

Martinez Prado, K. M. (2017). Impacto operativo en el proceso de convergencia a las NICSP. Investigaciones PDF.

Meneses Riveros, R. M. (15 de Octubre de 2016). Las normas de aseguramiento de la información NIAS y la Revisoría Fiscal en Colombia como instrumento de crecimiento corporativo. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada Bogotá D.C.

Mira & Ciro, J. D. (2001). El control fiscal en Colombia, trabajo de grado para optar el título de abogados. Bogotá .D.C: Publicación PDF.

Velásquez Graciano, O. D. (2 de Marzo de 2018). Convergencia a Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (Nicsp): comparativo de los modelos de Colombia y Chile. Bogotá: Corporación Universitaria Remington, Colombia.

Prácticas de neuromarketing en los centros comerciales de alta afluencia en la ciudad de Popayán Cauca.

Oscar Eduardo Arteaga Benavides
oscar_arteaga@unimayor.edu.co

Artículo de Investigación
Fecha recepción: 21/08/18 Fecha aprobación: 26/09/18

Administrador de Empresas, Tecnólogo en Gestión Empresarial y estudiante de la Especialización en Alta Gerencia de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

Resumen: Este artículo de investigación se centra en lo relacionado al marketing moderno, a la tendencia evolucionista que requiere cada rincón del mercado y que se observa con el Neuromarketing. El objetivo primordial es demostrar su efectividad frente al marketing tradicional, ya que esta nueva ciencia explora el cerebro humano de forma tecnificada en el proceso de compra y el por qué del comportamiento del consumidor frente a éste, haciendo alusión a lo que se conoce como sentimiento de compra. Esto implica cuestionamientos, análisis, procesos de observación direccionados a los tipos de publicidad que inundan en nuestro mercado y como la gente reacciona ante ellos, análisis que serán objeto de estudio, fragmentado en centros comerciales de alta afluencia en la ciudad de Popayán: Campanario y Terra Plaza. La investigación aborda temas relacionados a los sentimientos del consumidor y como juegan parte primordial al momento de perfilar el cliente, temas que se evidencian en el resultado final son parte esencial para publicar, atraer y con ello vender de una manera más precisa y efectiva, disminuyendo claramente desperdicios que en el marketing tradicional no son tan comunes.

Palabras clave: Neuromarketing, centros comerciales, mercado, Popayán.

Abstract: This research article focuses on modern marketing, the evolutionary trend that every corner of the market requires and that is observed with Neuromarketing. The main objective is to demonstrate its effectiveness against traditional marketing, since this new science explores the human brain in a technified way in the buying process and why the consumer's behavior against it, referring to what is known as feeling shopping. This implies questioning, analysis, observation processes aimed at the types of advertising that flood in our market and how people react to them, analysis that will be studied, fragmented in high-flow shopping centers in the city of Popayán: Bell Tower and Terra Plaza. The research addresses issues related to consumer feelings and how they play a fundamental part when shaping the client, issues that are evidenced in the final result are an essential part of publishing, attracting and thereby selling in a more precise and effective way, decreasing clearly waste that in traditional marketing is not so common.

Key words: Neuromarketing, shopping centers, market, Popayán.

Resumo: Este artigo de pesquisa se concentra no marketing moderno, na tendência evolutiva exigida por todos os cantos do mercado e que é observada no Neuromarketing. O objetivo principal é demonstrar sua eficácia em relação ao marketing tradicional, uma vez que essa nova ciência explora o cérebro humano de maneira tecnificada no processo de compra e por que o comportamento do consumidor em relação a ele, referindo-se ao que é conhecido como sentimento de compra. Isso implica questionar, analisar, observar processos voltados para os tipos de publicidade que inundam nosso mercado e como as pessoas reagem a elas, análises que serão estudadas, fragmentadas em shopping centers de alto fluxo na cidade de Popayán: Bell Tower e Terra Plaza. A pesquisa aborda questões relacionadas aos sentimentos do consumidor e como elas desempenham um papel fundamental na formação do cliente, questões evidenciadas no resultado final são uma parte essencial da publicação, atraindo e vendendo de maneira mais precisa e eficaz, diminuindo claramente desperdício que no marketing tradicional não é tão comum.

Palavras-chave: Neuromarketing, centros comerciais, mercado, Popayán.



Introducción

La intencionalidad del artículo es ahondar sobre el estudio de la neurociencia arraigada al marketing, al ámbito de mercadeo en centros comerciales de alta afluencia que hoy por hoy son un fenómeno de atracción increíble hacia el público, puesto que en él incorporan cientos de servicios que generan en el cerebro del consumidor múltiples emociones o sentimientos como el de protección, alegría, ternura y demás. A la fecha esta disciplina, aunque aún un poco lejana en algunos aspectos de los especialistas del mercadeo tradicional, se abre camino dentro esta técnica que bien se sabe es una de las ramas de investigación que más tiende a equivocarse, año tras año las empresas gastan cuantiosas cifras de dinero en inversión publicitaria con resultados no tan promisorios para la solvencia y/o recuperación de los dineros invertidos, campañas publicitarias que no llegan al consumidor y es por ello que la neurociencia o proyecto neurocientífico entendió, bajo diferentes principios que el consumidor no sabe qué lo que quiere y por qué lo quiere, el cerebro sí, y esta realidad tubo presencia un siglo atrás con uno de los genios de la revolución automotriz, Henry Ford (1914) quien menciono que “si le hubiera preguntado a sus clientes que querían de seguro le hubieran pedido un caballo mucho más veloz”.

Bajo esa premisa el Neuromarketing nos enseña que es un error hacer publicidad mixta, pues el cerebro del hombre y el de la mujer es muy diferente y esto está soportado en estudios que avalan años de evolución

entre estos dos géneros y que dictan diferencias de tacto y aceptación frente al mundo y lo que los rodea, la mujer es más sentimental “Cerebro Límbico”, el hombre más racional “Cerebro Cortex” y ello no significa que el hombre sea más inteligente, pues esto no tiene que ver con la capacidad sino con el funcionamiento, hay que ser preciso en ello y estas premisas influyen en el proceso de compra, el cual se desarrolla de acuerdo con la teoría de los Tres Cerebros desarrollada en 1960 por el neurocientífico estadounidense Paul McLean (1990).

Otro aspecto a tener en cuenta es que la visión del hombre es muy distinta al de la mujer, la mujer distingue mejor los colores, mientras un hombre puede detectar un solo color rosa, la mujer puede diferenciar hasta 2 tonos más, estudio dirigido por el profesor de psicología del Brooklyn College, Israel Abramov (2012), la mujer tiene más abierta la visión, tiene una visión panorámica, el hombre una visión de túnel y para explicar mejor ello, quien no ha vivido la experiencia como hijo, quien bajo instrucciones de su madre, intentó buscar una prenda, objeto u otro en un lugar determinado y nunca lo encontró, pero llegó ella y en un segundo logró identificarlo y no es precisamente efecto de la sabiduría de una madre, su orden o magia, es la evolución es el contexto de dos seres con cerebros distintos en una situación o escenario igual, si bien es claro no se trata de machismos, de feminismos, se trata de realidad evolutiva que debe ser pieza fundamental para todo proceso de investigación en el mercado.

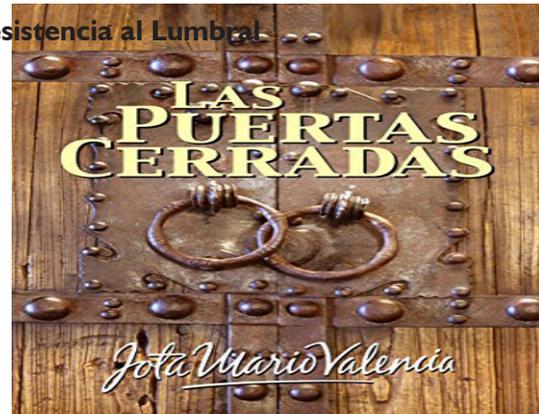
Por ende, las empresas de hoy en día deben al igual

entender que fundamentar la innovación según lo que la gente dice querer no es correcto y ello debe corregirse, puesto ha generado una trampa mortal en el mercado, no en todo el mercado hay que ser justos o precisos pero si en gran parte y causal de ello es porque el ser humano no sabe a ciencia cierta qué es lo que quiere, y la ciencia del Neuromarketing entiende, investiga y profundiza que el consumidor compra subconscientemente, dictado por percepciones pasadas, por emociones y sentimientos, por sentirse aceptado en su tribu lo que hoy en día se puede hablar de familia, amigos, compañeros de trabajo y demás círculos asociados a una convivencia. Y es aquí donde nace la pregunta racional sobre si el mundo tan costumbrista y tradicionalista está preparado para innovar en el marco de lo científico encaminado a la tecnificación y perfeccionamiento de la promoción y ventas de sus productos y/o servicios y es algo que se analizara en los centros comerciales de alta afluencia de la ciudad de Popayán, se investigara si se aplica lo neurocientífico y en qué medida, es de saber que lo científico es costoso por lo cual este será una limitante más para que toda empresa apueste a invertir en algo desconocido para ellos, pero existen patrones que se pueden aplicar con un poco de ingenio y mente abierta.

Esta ciencia del Neuromarketing nos indica que el ser humano actúa bajo principios de años de evolución y estos están interconectados siempre, independientemente de cuantos años pasen, diferenciando desde luego por géneros, culturas y principios biológicos, es ahí donde nace la investigación y permitirá entender paulatinamente cómo se comporta el cerebro humano dentro del proceso de compra, herramienta esencial para llegar al consumidor de una forma más precisa o directa, lo que se podría llamar como un marketing emocional profundo, el cual busca un vínculo afectivo hacia una marca o servicio, creando lealtad en el cliente lo que brindará mejores beneficios en el proceso de comercialización y todo esto no hubiese sido posible sin la combinación de ciencias o disciplinas como lo son la biología, la antropología, la psicología y desde luego el prestigioso ámbito de la mercadotecnia que cada vez es más interesante y más aún, con una fusión como la antes mencionada.

Bases teóricas más comunes aplicadas en centros comerciales

Resistencia al Lumbra



Teoría referenciada por Alfred Taubman (2007) donde indica las limitaciones de las personas a entrar a tiendas o almacenes con puertas cerradas, por lo cual fusiono lo estructural con lo psicosocial creando espacios grandes y cerrados con almacenes al interior, pero con puertas abiertas enviando mensajes subliminales de bienvenida y libertad de observación.

Teoría Del Simbolismo Religioso



Esta teoría es una de las más fuertes y rescatada de varios referentes, como Joy Jerde y Alfred Taubman (1995), donde explica la idea y porque no decirlo la necesidad de adecuar a los espacios de la estructura elementos como el agua, significado de corriente y pureza lo que da un sentimiento de tranquilidad, confort, la luz, estructuras con amplias zonas con excelente iluminación dando un simbolismo de espiritualidad y libertad, anexar a cada espacio árboles que significan eternidad y cielos altos con el propósito de que quien lo visite se sienta pequeño y a su vez

el lugar de la sensación de grandeza y con ello la sensación subconsciente de deidad.

Teoría De Las Emociones



Una teoría bastante amplia en lo que respecta al comportamiento del cerebro a la hora de la compra, puesto estudia las emociones desde el perfil del hombre y la mujer en dos ámbitos diferentes, ya que el cerebro de la mujer es más emocional que el del hombre y el hombre es más racional y reptiliano que el de la mujer, la mujer percibe colores, aromas y demás de un amanaera más sensible que el hombre por lo cual nos aconseja que la publicidad de una marca nunca debe ser mixta.

Teoría Del Efecto Señuelo

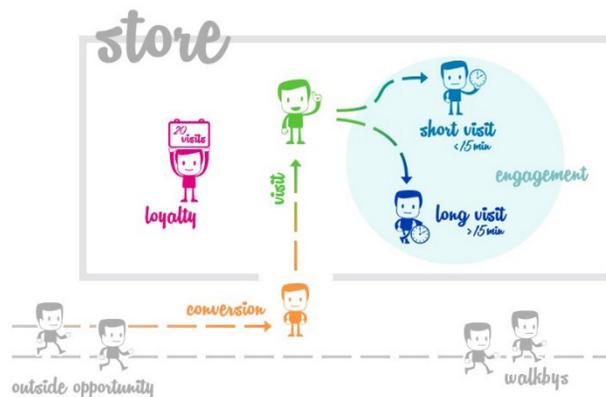


Consiste en confundir a la mente, juega no solo con un patrón de precios y características de un producto y un ejemplo claro es 2 productos con un precio similar que no genera el mayor impacto pero con un tercero el cerebro cae en la trampa y lo induce a comprar más fácil, los precios con decimales, cifras de esta característica atraen la mente mucho más y las rebajas o promociones inflando precios reales y dándoles tiempo límite de oferta, seduce al cerebro y lo pone en riesgo de perder una oportunidad de compra y lo induce a comprar más rápido.

Wifi Tracking

Técnica utilizada para saber localización masiva de los clientes en un centro comercial a través de la conexión wifi se puede identificar cuanto tiempo dura un cliente en la caja registradora, en una zona de descanso, en

los baños, cuánto tarda un cliente cuando visita un almacén y que lugares se visitan menos y bajo estos resultados determinar qué estrategia puede asociarse para perfeccionar la atención y aceptación de un bien o servicio.



Neuromarketing Visual



Técnica basada en el principio del cachorro o neotecnica fenómeno biológico de supervivencia que tienen los cachorros lo que conecta emocionalmente con sus ojos y frentes grandes que hacen que sobrevivan y que los más grandes no los devoren. Técnica que enseña como pautar referente a imágenes, logotipos y demás con el fin de seducir más fácil la mente del consumidor.

Metodología

Debido al perfil de la investigación se consideró necesario realizar un estudio transversal apoyado en encuestas puesto se requiere de observación, validar patrones de comportamiento de los usuarios de los centros comerciales de alta afluencia en la ciudad de Popayán e identificar que patrones atraen a los usuarios o clientes y los fideliza.

El trabajo de investigación se ejecutó en primera instancia con la identificación de la muestra poblacion-

al a encuestar, la cual fue al azar dentro de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca sede la Bicentenario con un promedio de 215 estudiantes, docentes y administrativos siendo estos aptos para ser sujetos de encuesta. Por lo cual se aplicaron 76 encuestas a estudiantes y docentes, valido anotar estas encuestas fueron de manera presencial, cara a cara con el encuestado. La encuesta realizada fue necesaria para alcanzar los objetivos propuestos a través de la exploración e identificación de conductas, patrones y emociones que pueden llevar a cada individuo a preferir más un lugar que el otro.

Adicional a ello se requirió del método de observación en los dos centros comerciales con mayor afluencia de público, como evidencia de ello se tomaron fotos a los lugares objeto central de estudio del método de marketing que estos centros de comercio utilizan para atraer al público y fidelizarlo.

Con la información consolidada se evidencio cual es el centro comercial de más acogida por parte de los usuarios, cuales área tienen mayor aceptación dando pie a concluir quien tiene mejor técnica espacial, locativa, ambiental y cuál de ellos aplica mejor el Neuromarketing.

Toda la información inherente al tema de investigación esta soportada en referentes bibliográficos, sobre marketing tradicional, emocional, centros comerciales, Branding, documentos, revistas, textos de la web, libros y demás que se encuentran referenciados en la Bibliografía.

Ficha Técnica de la Investigación:

Tipo muestra:	Aleatoria simple
Nivel de confiabilidad:	94%
Margen de error:	6%
Grupo objetivo:	IUCMC
Técnicas de recolección de datos:	Encuesta
Área de cubrimiento:	Sede Bicentenario
Tema a que refiere:	Preferencias de los usuarios
Fecha:	2018

Población y muestra

Nuestro universo poblacional para determinar el objeto de nuestro estudio se tomó con base a las 635 personas distribuidos entre estudiantes, docentes y personal administrativo donde la mayoría de ello corresponden al estudiantado de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca sede Bicentenario, donde se escogieron al azar 76 personas y se le realizó una encuesta tipo presencial y cuya durabilidad por persona fue de 10 minutos promedio.

Tratamiento de la Información

Dada a debida organización y tabulación de los datos recolectados, se llevó a cabo análisis multivariantes con el propósito de interpretar los resultados obtenidos enmarcados en el marco teórico de la investigación y poder dar respuesta a los objetivos establecidos.

Análisis e interpretación de resultados

Trabajo de campo: Durante el periodo comprendido entre el 21 de octubre del 2018 y el 04 de Noviembre del mismo año se realizaron visitas en dos oportunidades a los Centros comerciales Campanario y Terra Plaza, respectivamente, enfatizando el plan de observación en los fines de semana donde existe más afluencia de público, el propósito de la visita en estos establecimientos de comercio era la de visualizar el comportamiento de los visitantes frente a las diferentes estrategias publicitarias en todo contexto, como promociones, avisos, locaciones, ambiente y demás y esto fue lo que se encontró:

Centro Comercial Campanario

Lugares claves de observación: Salas de cine, plazoleta de comidas, Plazoleta de bares, Supermercado, Parqueaderos.

Puntos clave para la observación:

- Acceso.
- Infraestructura.
- Ubicación.
- Variedad.
- Horas pico.



Fotografía 1. Centro Comercial Campanario.

Fuente: Centro Comercial Campanario

Resultados

El Centro Comercial Campanario es un lugar con 10 años de antigüedad, el primer centro comercial de magnitudes grandes en torno a su infraestructura, ubicado en el norte de la ciudad de Popayán Cauca, para llegar a él desde el centro de la ciudad tomamos 15 minutos de recorrido en carro, minutos más o menos dependiendo del tráfico el cual varía según el horario de salida, lo que indica que es de fácil acceso, una vez ahí, el acceso es fácil, tienes la opción de parquear fuera o dentro en los subterráneos lo que genera confianza y tranquilidad.

En el recorrido que se hizo al centro comercial se pudo identificar claramente cómo existen distintos olores por doquier, aromas agradables que te sumergen en el consumismo irracional ya que estos aromas subconscientemente te llevan a aun recuerdo y quizá ello te impulse a consumir sin ser ese artículo o servicio tu prioridad de la visita, por todas partes rompe tráfico con publicidad alusiva a cada tienda, cómo juegan con tu cerebro con cifras en decimales como Quest, con promociones alusivas al juego de precios como por ejemplo cifras NO redondas,

\$59.990 cada producto, la diferencia entre un precio de 60.000 es 10 pesos pero nuestro cerebro asocia el primero como oferta.

Se pudo observar cómo el orden es vital en él, cómo lo estético hace parte indiscutible para vender algo mejor, podemos observar cómo los locales comerciales tiene una ubicación estratégica, el supermercado del Centro comercial está ubicado en el centro de este establecimiento Comercial por lo que debes recorrer prácticamente el 60% del centro comercial para llegar a él dándole la opción de un antojo irracional en el camino, vemos como en sus pasillos existen fuentes de agua lo cual según teorías científicas correlaciona a la vida, la pureza y la vida, vemos como hay árboles (Palmeras) como la luz entra de forma abundante dando alusión a simbolismos religiosos.

De igual modo, se observa que su estructura es alta en relación a sus techos lo que te lleva a sentir grandeza, es por ello que en el Anexo A podemos observar claramente porque la gente visita tanto este centro comercial por que la afluencia de público es mayor, que la del Centro Comercial Terra Plaza, pudimos observar cómo utilizan variedad de precios, es curioso

que en la mayoría te exponen un artículo similar al otro con tres opciones en precio, lo que la ciencia del Neuromarketing le llama el precio señuelo, confunde tu mente y terminas comprando el precio del medio, más aun es importante recalcar que este tipo de estrategia no es llevado a cabo por todos, existen marcas por lo general locales que aún no lo hacen, siguen sujetas al marketing tradicional, como dejar de lado el supermercado del Centro Comercial el cual reiterando sería como el núcleo de éste, excelente ubicación, en la entrada encontramos unos anuncio y cuya imagen es un elefante cachorro, alusivo a la leyes del Neuromarketing como el principio del cachorro o neotenia, llama la atención y genera curiosidad.

Una vez dentro podemos observar que en él existe el juego de precios, ubicaciones de stand, lo más alto y lo más lejos es lo más básico a la altura media lo que siempre se compra, a altura baja cosas para niños y todo alusivo a las emociones como lo son los colores, aromas y demás, plazoletas con una diversidad de productos zonas verdes, aromatiza y te lleva por segundos a un mundo abierto y lejos de la ciudad te llenan de tranquilidad, no se puede omitir las salas de cine que están ubicadas en una de las entradas del centro comercial, éste no genera una visión muy amplia si bien el cerebro estimula comodidad a lo sencillo, estas salas reflejan algo muy simple lleva o arraiga a esa parte consiente racional de lo simple que es no me lleva a tocar lo irracional o emocional no hay o visualiza comodidad en su parte exterior lo que podría llevar a dudar sobre su comodidad interior y nada que ver con los precios.

Respecto a entidades financieras están bien ubicados, distribuidos en un radio aceptable, lo que permite acceder a uno donde quiera que esté dentro del centro comercial, sin hacer largos recorridos.

En síntesis, el Centro Comercial Campanario genera un confort, comodidad agradable y logra generar tranquilidad por su diversidad de tiendas para niños, adolescentes y adultos, lleva a simular un segundo hogar y recordemos que según la neurociencia el cerebro si se siente en su casa se siente protegido y, por ende, es agradecido y si es agradecido ayudará y como retribución a ello devolverá de alguna u otra forma el favor y en este caso sería una muy posible compra.



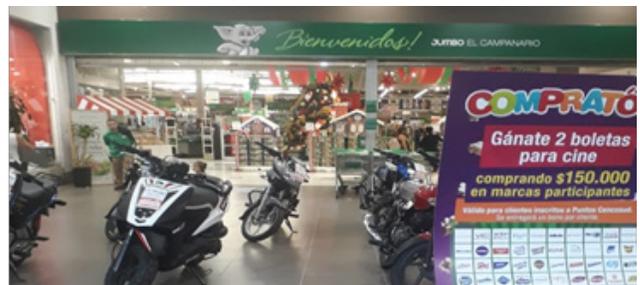
Fotografía 2. Plazoleta de comidas
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 3. Plazoleta de bares
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 4. Salas de cine
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 5. Supermercado
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 6. Centro Comercial Terraplaza
Fuente: Elaboración propia dentro Comercial Terra Plaza

Lugares claves de observación: Salas de cine, Plazoleta de comidas, Plazoleta de bares, Supermercado, Parqueaderos.

Puntos clave para la observación: Acceso, Infraestructura, Ubicación, Variedad, Horas pico.

Resultados

El centro comercial Terra Plaza cuenta con un poco más de 1 año de funcionamiento, ubicado en el norte de la ciudad de Popayán Cauca, a pocos metros a la salida de la Ciudad de Popayán un poco retirado del centro histórico, lo que se podría deducir como un poco lejos para las costumbres del ciudadano de la capital caucana, para llegar a él desde el centro de la Ciudad Blanca se necesitan de 20 a 25 minutos dependiendo la afluencia vehicular, lo cual depende como ya se mencionó antes los horarios de circulación, se podría decir que este centro comercial es relativamente nuevo pero en el proceso de observación obviamos ese detalle y se trabajó sobre lo que hay en el momento instalado aunque desde ya podemos

manifestar bajo la neurociencia que este proyecto en principio prometió ser el mejor y a hoy no cumplió su objetivo dejando obras inconclusas, lo que dejó una lesión subconsciente en los habitantes que aguardaban este proyecto, más aun y una vez entrando podemos percibir una infraestructura agradable, bajo una visión focal no le ayuda mucho las obras inconclusas que lo rodean, en el subconsciente arraiga un entorno gris, desordenado.

Se puede ingresar fácil a los parqueaderos, dos niveles que te dan una tranquilidad para salvaguardar tu vehículo, en ellos ascensores que te permiten de manera más ágil la llegada al centro comercial como tal a sus tres niveles superiores, en primera instancia podemos ver que a la entrada está prácticamente el supermercado la 14, el cual arraiga un logo poco llamativo y de hecho está en un lugar poco estratégico si se trata de vender de forma global dentro del centro comercial, puesto a diferencia de Campanario el Supermercado Jumbo está en el centro, no al principio, los Bancos están en una sola área, la plazoleta de comidas es muy tenue no hay suficiente oferta al igual que la de bares es muy reducida.

Más aún existe un club llamado Egipcia que es lo que predomina en este nuevo Centro Comercial, adicional existen modalidades de publicidad que atraen, juego de precios, juego de ubicación, orden, estética aromas y nuevos locales, nuevos centros de diversión, como lo es Divercity que le dan un plus, por último se visita la sala de cines que desde luego es el plus del centro comercial y no nos referimos a precios, se puede evidenciar un aroma a café, comodidad, espacios amplios que te dan confianza y comodidad, por lo cual intuyes en su interior será placentero y agradable, dentro de este análisis podemos validar que el centro comercial va en auge ya que su principal atracción está en el último piso y para llegar a él tendrán que ver muchas tiendas, pero para ello deberá mejorar sus espacios, hay corredores muy amplios con poca iluminación, los baños imprimen un toque de misterio por la lejanía de éstos lo que genera desconfianza y más aún en altas horas de la noche, el cerebro no se siente protegido por ende no encontrara en él un refugio y tratará de no visitarlo.



Fotografía 9. Salas de Cine Terraplaza
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 10. Supermercado La 14
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 7. Parqueadero Terraplaza
Fuente: Elaboración propia

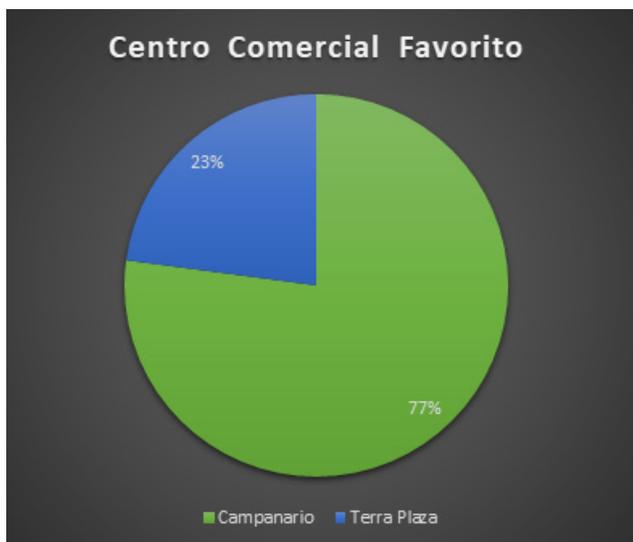


Fotografía 8. Parqueadero Terraplaza
Fuente: Elaboración propia



Gráfica 1. Genero de las personas encuestadas

De las 76 personas encuestadas, según la Gráfica 1, 41 son mujeres correspondiendo al 53% y 35 son hombres con el 47.1%.



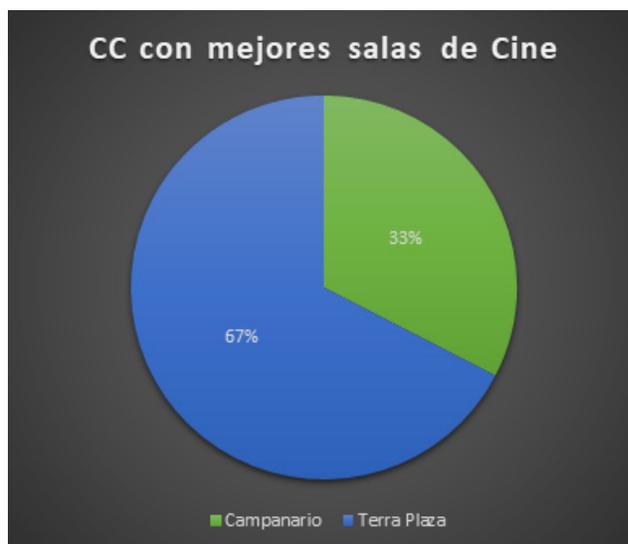
Gráfica 2. Centro Comercial favorito

De acuerdo a la Gráfica 2, se observa que el centro comercial favorito de las personas encuestadas es Campanario con un 77% equivalente a 58 personas, en segundo lugar se encuentra el Centro Comercial Terra Plaza con el 23% 18 personas.



Gráfica 3. Centro comercial que tiene mejor área de comidas.

A la mayoría de las personas les parece que el Centro Comercial Campanario tiene una mejor área de comidas, según se puede observar en la Gráfica 3, equivale al 95%, o sea 72 personas de las 76 encuestadas; por el contrario, al 5% (4 personas) les parece que la mejor área de comidas la tiene el Centro Comercial Terra Plaza.



Gráfica 4. Salas de cine más visitadas

Por primera vez, en todo el estudio realizado, se observa según la Gráfica 4 que la preferencia en cuanto a salas de cine se refiere, la más aceptada la tiene el Centro Comercial Terra Plaza con un 67% (51 personas de las 76 encuestadas); por el contrario, esta vez el Centro Comercial Campanario ocupa el segundo lugar con el 33% equivalente a 25 personas.

Conclusiones

Teniendo en cuenta que el Neuromarketing capta la necesidad de conocer la conducta inconsciente del ser humano, ésta busca conocer la irracionalidad de la compra por intermedio de estímulos. Es fácil concluir que el Centro Comercial Campanario analiza de mejor manera el comportamiento del consumidor frente a Terra Plaza, no es preciso indicar que estas estrategias son sujeto de investigaciones por parte de la organización o si son el seguimiento o referenciación de estrategias americanas, europeas o asiáticas, pero hay que aceptar que éste está presente en el marco analítico de la nueva era de la mercadotecnia, el impacto que genera la implementación de la neurociencia dentro del mercado es grande y de manera amplia se puede observar que existe y permanece en este lugar, lo que conlleva a que la gente busque más acercarse a este centro comercial.

No obstante, es importante recalcar que aún falta mucho por implementar, aún existe el estigma por lo nuevo, por lo científico, existe aún esa parte tradicionalista que se empeña en la famosa “vieja

escuela” que cega a media distancia los avances que pueden generar un salto a lo nuevo, a lo desconocido y porque no hablar de quizá confusión de técnicas científicas con técnica mitológicas donde predominan los tan conocidos agüeros o sabidurías populares, donde incluso es común observar que la gente prefiere regar café cerca a sus negocios, creer en “agüeros” que implementar una mejor estrategia de mercadeo.

Independientemente de las falencias no podemos pasar por alto que la publicidad ha evolucionado de una manera brutal en nuestra ciudad y la efectividad de la misma está atada a la inclusión de mensajes ligados a la neurociencia, si quizá de forma indirecta y con un tono de gracia presumir que también de forma subconsciente, realizando ese cerebro reptiliano que nos pide a gritos subsistir en un mundo de depredadores capitalistas ligados a la evolución e innovación consumista, por ende es grato ver como la inclusión de los sentidos es aplicada a estos métodos de mercadotecnia, a métodos sobre lo neurocientífico, como por ejemplo el juego cerebral de los aromas, puesto que estos según toda la evolución del Neuromarketing es el estímulo que más recuerdos atrae y por ende con quien más podemos interactuar en base a lo publicitario.

En síntesis, el Neuromarketing, aunque aún arraigado en un lado oscuro y poco incierto del marketing tradicional en nuestro país y más aún en nuestra ciudad, tiene una importante y buena proyección a futuro, el resultado positivo, debido a su implementación genera confianza a futuro el cual tiende a alejarse paulatinamente de las críticas de este método de investigación del mercado que de seguro será el auge tecnológico en cuanto a prestación de servicios para el crecimiento de una marca y/o producto en los próximos años.

Por último, dentro de un contexto emocional, es grato ver, documentar y percibir que aunque nuestra ciudad, nuestra ciudad blanca, la que es considerada la segunda ciudad Universitaria del País, por pequeña que sea, por más alejada que este del emporio capitalista de los grandes núcleos urbanos, por más conflictos socioeconómicos que tenga y no le permitan mantenerse a flote con facilidad, es evidente no tema a nadar en un océano tan profundo y extenso como lo es

el marketing moderno y sus contrastes de evolución que de seguro será la tecnología y herramienta de gestión número 1 en años venideros.

Referencias

- Biallab. (2015). Neuromarketing electoral. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=R3XWX5pK7n0>
- Biallab. (s.f.) Cómo usar Instagram efectivamente. Recuperado de <https://www.biallab.org/>
- Braidot, N. (2009). Neuromarketing: ¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú?. Barcelona: Gestión 2000.
- Curso Práctico de Técnicas Comerciales, ediciones Nueva Lente S.A., 2do Fascículo, pág. 25.
- Dawkins, R. (1993). El gen egoísta. Editorial: Salvat Editores SA Barcelona España.
- Del libro: Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Philip Kotler, Pág. 7.
- Del libro: El marketing según Kotler, de Philip Kotler, Edición 1999, Pág. 58.
- Del libro: Fundamentos del marketing, sexta edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 21
- Dooley, R. (s.f.) Neuromarketing. Recuperado de <https://www.neurosciencemarketing.com/blog/home>
- Jürgen, K. (2013). La mejor conferencia de neuromarketing. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rM-4lBpoFag>
- Jürgen, K. (2017). Aprende a venderle a la mente y no a la gente. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vPRZ4WeNP7E>
- Jürgen, K. (2012). Estamos Ciegos. Editorial: Planeta Perú SA Lima Perú.
- Jürgen, K. (2014). Véndeale a la mente y no a la gente. Editorial: Bussines & Innovation Lima Peru.

Lindstrom, M. (2008). *Buyology*. Editorial: Gestión 2000 Estados Unidos

Neuromarca. (s.f.). Neuromarca: El blog sobre neuromarketing en español. Recuperado

Noviembre 12, 2013, from <http://neuromarca.com/neuromarketing/eye-tracking/>

Ruiz Pardo, J. (2018). Neuromarketing y el papel del precio en las grandes superficies. Recuperado de <http://neuromarketingspain.blogspot.com.co/>

Skaf, E. (s.f.) 27 enseñanzas de Philip Kotler, el padre del Marketing Moderno, para aplicar a tus estrategias de Marketing Online. Recuperado de <https://postcron.com/es/blog/philip-kotler-sus-consejos-para-el-marketing-online>.

Toca, C. (2009) *Fundamentos de Marketing: Guía para su estudio y comprensión*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Torregrosa, J., & Crespo, E. (1984). *Estudios básicos de Psicología Social*. Recuperado el 19 de noviembre de 2013, de http://hiotoko.files.wordpress.com/2012/05/asch_conformismo.pdf

Tracy, B. (2009). *Psicología en las ventas*. Editorial: Ediciones Nowtilus Madrid España

WordReference.com. (s.f.). WordReference.com. Recuperado el 27 de septiembre de 2013, de <http://www.wordreference.com/definicion/neuromarketing>

Yale Medical Group. (s.f.). Yale School of Medicine. Recuperado el 13 de diciembre de 2013, de <http://www.yalemedicalgroup.org/stw/Page.asp?PageID=STW024552>

Guía para los Autores





REVISTA DIGITAL VALORES – GUÍA PARA LOS AUTORES

La revista Valores es una publicación anual de carácter académico, cuya entidad editora es la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca y hace parte de las dinámicas académicas e investigativas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración. La misma tiene como propósito ser un escenario en el cual las comunidades científicas, nacionales e internacionales, comprometidas con la dinámica investigativa, aporten sus esfuerzos para el beneficio académico y social, gracias al desarrollo de análisis y reflexiones referidas a diversas áreas del campo de las ciencias sociales (economía y negocios, finanzas, marketing, publicidad, entre otras).

En este contexto, a continuación se presentan las consideraciones necesarias para proponer un artículo a la revista Valores.

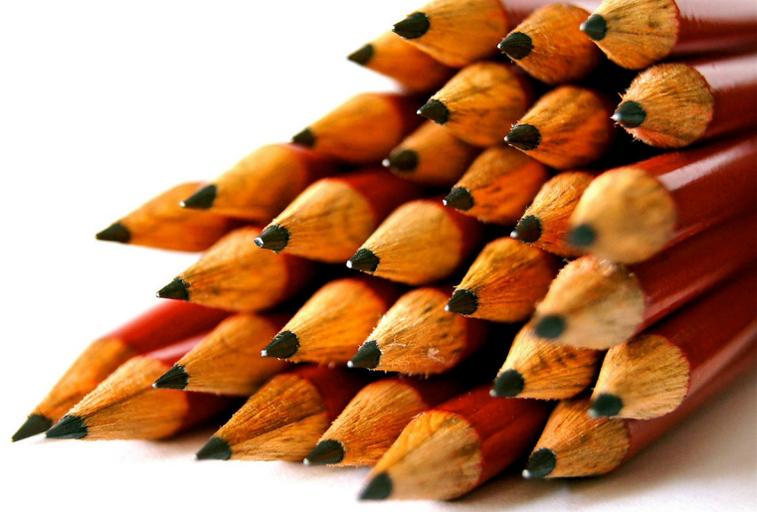
Políticas editoriales y normas para la presentación de artículos

Tipos de artículos

La revista Valores dará preferencia a los trabajos de calidad científica, que según la tipología del Sistema Nacional de Indexación de Publicaciones Científicas de Colciencias, cumplen con las siguientes características:

- 1) Artículo de investigación científica y tecnológica. Documento que presenta, de manera detallada, los resultados originales de proyectos terminados de investigación. La estructura generalmente utilizada contiene cuatro apartes importantes: introducción, metodología, resultados y conclusiones.
- 2) Artículo de reflexión. Documento que presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales.
- 3) Artículo de revisión. Documento resultado de una investigación terminada, donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia o tecnología, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias.
- 4) Artículo corto. Documento breve que presenta resultados originales preliminares o parciales de una investigación científica o tecnológica, que por lo general requieren de una pronta difusión.
- 5) Reporte de caso. Documento que presenta los resultados de un estudio sobre una situación particular con el fin de dar a conocer las experiencias técnicas y metodológicas consideradas en un caso específico. Incluye una revisión sistemática comentada de la literatura sobre casos análogos.
- 6) Revisión de tema. Documento resultado de la revisión crítica de la literatura sobre un tema en particular.

- 8) Traducción. Traducciones de textos clásicos o de actualidad o transcripciones de documentos históricos o de interés particular en el dominio de publicación de la revista.
- 9) Documento de reflexión no derivado de investigación. Posiciones o manifestaciones sobre puntos particulares o resultados publicados por un autor.
- 10) Reseña bibliográfica. Presentaciones críticas sobre la literatura de interés en el dominio de publicación de la revista.



Instrucciones generales frente a la presentación de artículos

Los artículos que se presenten a consideración del Comité Editorial de la Revista para su publicación deben seguir las siguientes consideraciones:

- El autor deberá enviar el artículo al siguiente correo electrónico: valores@unimayor.edu.co, junto al “Formato de Remisión del Artículo y Cesión de Derechos”, en la que se postula el artículo para su evaluación, se anexa información general del autor (es), y se afirma que es un producto original, que no ha sido presentado a ninguna otra publicación y que no será puesto a consideración de otra revista mientras permanezca en el proceso de arbitraje.
- Los artículos deben ser escritos en papel tamaño carta, en una sola cara, digitados utilizando Microsoft Word (.docx), a interlineado 1.5, a una columna, con todas las márgenes a 3.0 cm. Letra Arial, tamaño 12. En la primera página debe incluir: Título del artículo, nombres y apellidos completos de los autores, resumen y palabras claves. Estos elementos también deberán estar traducidos a un segundo idioma (inglés, francés o portugués).
- La redacción debe ser realizada en tercera persona.
- La extensión de los textos debe tener como mínimo 3000 y máximo 5000 palabras (incluyendo imágenes y tablas, no puede superar 20 páginas)
- Si el artículo incluye ecuaciones matemáticas, éstas se deben realizar en el editor de ecuaciones de Word y estar numeradas.
- En caso de adjuntar material gráfico (imágenes, figuras y tablas), para asegurar la alta calidad de la visualización, este material y sus leyendas deben ser diseñados en editores computacionales gráficos de calidad.

El material gráfico puede ser colocado en tamaño completo, sin embargo, los autores deben asegurar un material con suficiente calidad y resolución, de tal forma que se reproduzca sin dañar su legibilidad. Cada material gráfico debe incluir el título y su numeración en orden de aparición. Éste debe enviarse en archivo electrónico independiente al del texto (en alta resolución en mínimo 300 ppp, en formatos JPEG, GIFF, PSD o BMP).

Las tablas, figuras y fotografías deben ser originales del (los) autor(es); en caso contrario es necesario solicitar un permiso del editor correspondiente o, en caso de que pesen restricciones sobre la imagen, señalar la categoría Creative Commons a la que pertenece.

Todos los artículos deben incluir:

- I. Título. Debe ser breve pero descriptivo del contenido del artículo, de fácil comprensión para el lector no especializado. Se señalará con un asterisco en el título la naturaleza del mismo, especificando si es producto de una investigación, reflexión o revisión. Debe remitirse en español e inglés.



2. Autores. Señalar con dos asteriscos los nombres y apellidos completos del (los) autor (es), nivel I de escolaridad, filiación institucional actual, cargo, correo electrónico, ciudad y país.
3. Resumen. Descripción breve del tópico central del artículo, en el cual se sintetizan los objetivos, metodología, resultados y conclusiones del artículo. Con máximo 150 palabras, en los idiomas español e inglés, debe ser escrito en un solo párrafo.
4. Palabras claves. Se deben presentar hasta 5 palabras claves en los dos idiomas, ordenadas alfabéticamente, y en lo posible que correspondan a descriptores o tesauros, como los de UNESCO (<http://databases.unesco.org/thesp>) u otro que considere relevante para el área de conocimiento.
5. Introducción. Debe contener la justificación y/o antecedentes del problema o temática; la hipótesis o descripción del problema o temática y la tesis y método seguido para obtener la solución del problema o tratamiento de la temática, la cual debe ser coherente con el contenido.
6. Desarrollo del tema por puntos.
7. Conclusiones. Reflexión de los logros del trabajo con respecto a los objetivos planteados y discusión breve del futuro del tema.
8. Referencias bibliográficas. Para las referencias se usarán las normas APA Sexta Edición (ver sección sobre Normas de Citación).
9. Agradecimientos. Sección opcional

Dinámica de Evaluación

El Comité Editorial realizará una primera revisión de los artículos recibidos a través de una Lista de Chequeo de Cumplimiento de las Normas de la Revista, examinando únicamente la forma, el resultado de dicho proceso se hará en tres sentidos: Recibido, Recibido con Modificaciones, No Recibido. Cuando se realicen modificaciones, los autores contarán con una semana para remitir nuevamente el artículo.

Posteriormente, el Comité Editorial remitirá los artículos a una evaluación por pares académicos especializados en el tema, teniendo en cuenta el área del artículo. Cada artículo será evaluado por 2 árbitros, y al menos el 50% de los pares evaluadores será externo a la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. El proceso de arbitraje de la Revista es doblemente ciego, lo que implica que ni los autores, ni los pares conocerán entre sí sus identidades. Los pares académicos evaluarán de acuerdo con los criterios establecidos en el “Formato de Evaluación de la Revista Valores” entregado por el Comité Editorial. El resultado se emite en tres sentidos:

- Aprobado para publicación sin modificaciones.
- Aprobado para publicación previa realización de modificaciones a cargo del autor y verificación de las

mismas por parte del Comité Editorial de la revista Valores

- No Aprobado para publicación.

En caso de que el artículo sea evaluado, pero requiera modificaciones, el Comité Editorial se encargará de enviar las sugerencias, para que el autor realice las respectivas correcciones si es del caso. El plazo máximo para entrega de correcciones es de 15 días hábiles que empezarán al día siguiente en que se remita el trabajo con las modificaciones sugeridas. Luego de llevarse a cabo este proceso, de manera satisfactoria, se dará la aprobación inicial.

Una vez el artículo sea aprobado inicialmente, será el Comité Editorial junto al Editor quienes seleccionarán los artículos que cumplan con los mayores niveles de calidad científica, dando la aprobación final. En este contexto, la recepción de las contribuciones no implica la obligatoriedad de su publicación. Cuando se apruebe la publicación del artículo, el autor recibirá notificación electrónica.

La Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca no será responsable de los conceptos emitidos en las publicaciones y contra ella no podrá proceder ningún reclamo. La responsabilidad de los conceptos es exclusiva de sus autores.

La responsabilidad de la preparación del artículo en forma apropiada para su publicación (incluyendo su ortografía) recae sobre el (los) autor (es). Los artículos que no cumplan con las normas establecidas no serán considerados para su publicación.

Modos de Citación

Las referencias se organizarán alfabéticamente según autor y cada una de éstas deberá tener una sangría francesa.

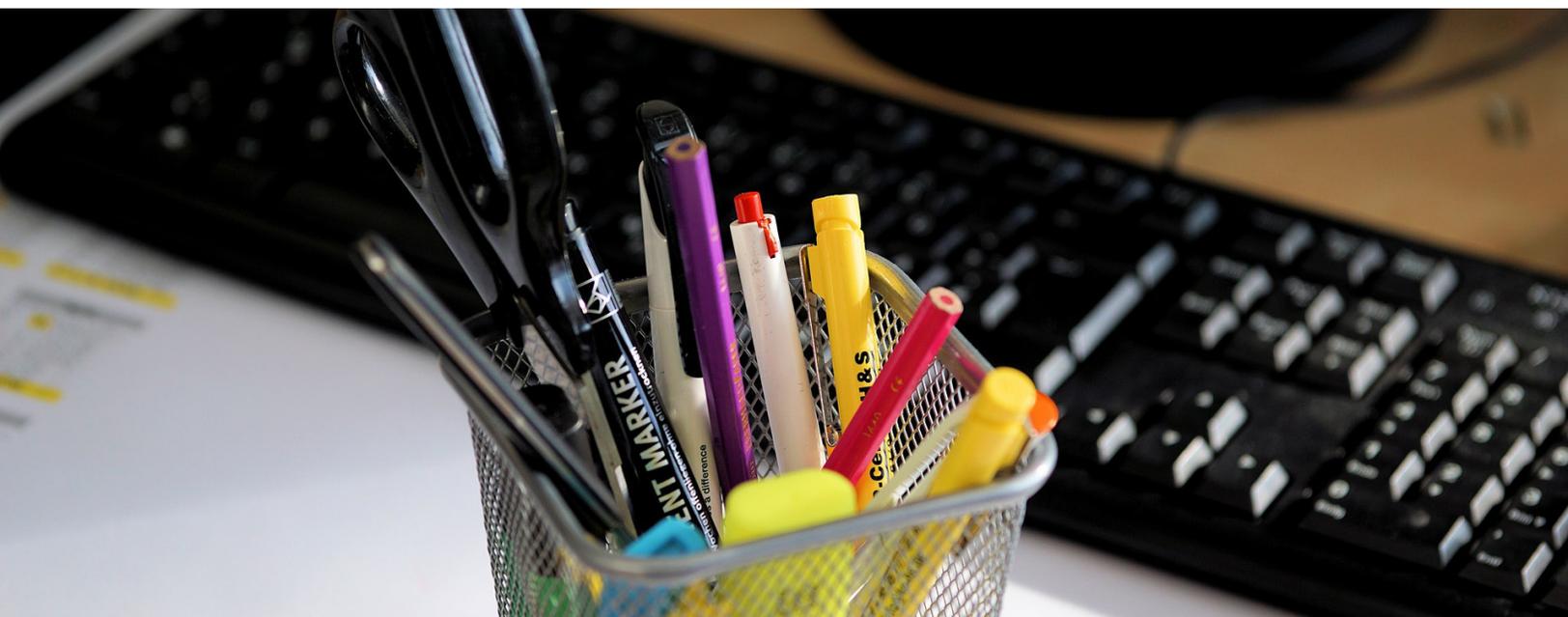
- Para la citación de referencias bibliográficas dentro del texto, debe aparecer dentro de paréntesis el autor y el año respectivo así: (Hernández, 1993), (Gómez & Hernández, 1993) si son dos autores, y (Hernández et ál., 2003) si tiene más de dos autores.
- Si la referencia hace parte de la oración, se expresa por ejemplo: Hernández (1993) explica..., o según Colmenares (1993).

Esquemas y ejemplos de referencias.

Libro

Autor, A.A. (año de la publicación). Título de la obra en cursiva. (Edición – si la hay). Ubicación: Editorial.

Ejemplo:





Montero, Jaime & Tenorio, Michel. (1991). *La dinámica de las organizaciones* (2da Ed.). México: Editorial Iberoamericana.

Capítulo de un libro

Autor, A.A., & Autor, B.B. (Año de la publicación). Título del capítulo. En A. Editor & B. Editor (Eds.), *Título del libro en cursiva* (páginas del capítulo). Ubicación: Editor.

Ejemplo:

Alvarado, Carlos & Toros, Rafael. (1994). La nueva generación empresarial en Colombia. En Castro, Marisel & Barco, Kevin (Eds.). *Gestión organizacional en la nueva era empresarial* (pp. 250 – 290). Bogotá: Editorial Norma

Libro clásico que ha sido traducido

Autor, A.A. (Año de la traducción). Título. (A.A. Traductor, Trad.). Ubicación: Editor. (Trabajo original publicado en año – en caso de conocerse).

Ejemplo:

Cassany, Weiss. (1983). *El poder de la razón*. (Sharon, Jhon, Trad.). Cali Colombia: Universidad Santiago de Cali.

Publicación seriada (revista, periódico)

Autor, A.A., Autor, B.B., & Autor, C.C., (Año de la publicación, incluya el mes y día de la publicación para publicaciones diarias, semanales o mensuales). Título del artículo. *Título de la revista en cursiva*, diario, emanario, Volumen, (Número publicación), página de inicio - Página final donde aparece el artículo.

Ejemplo:

Sanchez, Adriana & Polanco, Arturo. (2004). Habilidades gerenciales en la nueva administración. *Revista de Estudios Sociales*, Nro. 19, pp. 33 –50.

Fuentes de Internet

Para el caso de fuentes en internet es preciso considerar los siguientes aspectos:

1. Se debe acercar a los lectores lo más cerca posible a la información que está siendo citada
2. Proporcionar direcciones correctas y verificadas, es decir, que al accederlas no generen error.

Las citas electrónicas deben considerar mínimos elementos que se consideran a continuación:

- Título o descripción del documento
- Fecha (puede ser la de publicación, actualización o de cuando se recuperó)

- Dirección o URL
- Deben identificarse los autores en la medida de lo posible

VI. Copia electrónica de un artículo obtenido en una base de datos

Autor, A.A. & Autor, B.B. (año). Título del artículo. Título de la revista, volumen, (número), páginas. Recuperado el día de mes de año, de la base de datos.

Ejemplo:

Apolinar, Yeraldine & Gonzalez, Victorial. (1995). El nuevo mundo de las organizaciones. Revista Educación y Pedagogía, Nro. 11, pp. 16 – 20. Recuperado el 20 de agosto de 2005 de la base de datos Scopus.



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

Revista Digital
Valiores

Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas