

En este libro resultado de investigación todos los capítulos incluidos en él son producto de investigaciones desarrolladas por sus autores, y fueron arbitrados bajo el sistema doble ciego por expertos externos en el área, bajo la supervisión del Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador, del equipo editorial de Heimer Corporation y del Comité Científico de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué - Espinal. Los planteamientos y argumentaciones presentadas en los capítulos del libro Perspectivas Interdisciplinarias de la Sostenibilidad Volumen III, son responsabilidad única y exclusiva de sus autores, por lo tanto, los editores, las Universidades e instituciones que respaldan la obra actúan como un tercero de buena fe.

Edición: Editorial del Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador CIDE-Ecuador.
© 2024 «PERSPECTIVAS INTERDISCIPLINARIAS DE LA SOSTENIBILIDAD Volumen III»

Editor

Mario Heimer Flórez Guzmán

Autores

© Carlos Andres Peña Torrez; © Martha Isabel Velandia del Rio; © Magnolia Rodríguez Betancurt; © Adriana María Chaparro-Africano; © William Pulido-Talero; © Julio César Montiel Flores; © Juan Pedro Valenzuela Valenzuela; © María de Lourdes Tiburcio Sánchez; © Richard Nixon Torres Moreno; © Sandra Saiz Ucros; © Clara Luz Torres Ríos; © Lourdes del Pilar Quevedo-Sánchez; © Iveth Mariella Flores-Flores; © Manuel Antonio Alva-Olivos; © Gutember Viligran Peralta-Eugenio; © Ludivia Hernández Aros; © Mario Samuel Rodríguez-Barrero; © Aracelly Buitrago Mejía; © Juan Manuel Estrada Sánchez; © María Fernanda Chilatra Urueña; © Luisa Fernanda Moreno Ramos; © Diana Zoleidy Jaramillo Sierra; © Yelena Hernández Atencia; © Norma Patricia Gutiérrez Murillo; © Alexander Álvarez Rosario; © Laura Constanza Gallego Cossio; © Edgardo Mejía Herrera; © Fernando Gutiérrez Portela; © Lida Carolina Chávez Suárez; © Marfi Liliana Saavedra Trujillo; © Alex Fernando Granados Trujillo; © Nancy Yazmin Granobles Calderón

ISBN: 978-9942-636-81-2



9789942636812

Tercer Volumen

Versión digital con soporte a libro impreso

ISBN: 978-9942-636-81-2

Coordinador Editorial: Lic. Pedro Misacc Naranjo, MSc. - Leibniz Huxlay Flórez Guzmán.

Portada: Diseño Víctor Julio Henao Henao.

Diagramación: Editorial CIDE Ecuador.

Revisión de estilo, gramática, ortografía y redacción: PhD. Mario Heimer Flórez Guzmán.

Edit. Víctor Julio Henao Henao & PhD. Mario Heimer Flórez Guzmán.

Correo electrónico: editorial@cidecuador.org

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

Perspectivas interdisciplinarias de la Sostenibilidad Volumen 3

Vol III

PERSPECTIVAS INTERDISCIPLINARIAS DE LA SOSTENIBILIDAD



2024

Editor

Mario Heimer Flórez Guzmán



Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad

Vol. III

Editor:

Mario Heimer Flórez Guzmán

En este libro resultado de investigación todos los capítulos incluidos en él son producto de investigaciones desarrolladas por sus autores, y fueron arbitrados bajo el sistema doble ciego por expertos externos en el área, bajo la supervisión del Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador, del equipo editorial de Heimer Corporation y del Comité Científico de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué - Espinal. Los planteamientos y argumentaciones presentadas en los capítulos del libro Perspectivas Interdisciplinarias de la Sostenibilidad Volumen III, son responsabilidad única y exclusiva de sus autores, por lo tanto, los editores, las Universidades e instituciones que respaldan la obra actúan como un tercero de buena fe.

Edición: Editorial del Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador CIDE-Ecuador.
© 2024 «PERSPECTIVAS INTERDISCIPLINARIAS DE LA SOSTENIBILIDAD Volumen III»

Editor

Mario Heimer Flórez Guzmán

Autores

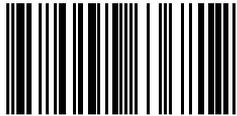
© Carlos Andres Peña Torrez; © Martha Isabel Velandia del Rio; © Magnolia Rodríguez Betancurt; © Adriana María Chaparro-Africano; © William Pulido-Talero; © Julio César Montiel Flores; © Juan Pedro Valenzuela Valenzuela; © Maria de Lourdes Tiburcio Sánchez; © Richard Nixon Torres Moreno; © Sandra Saiz Ucos; © Clara Luz Torres Ríos; © Lourdes del Pilar Quevedo-Sánchez; © Iveth Mariella Flores-Flores; © Manuel Antonio Alva-Olivos; © Gutember Viligran Peralta-Eugenio; © Ludivia Hernández Aros; © Mario Samuel Rodríguez-Barrero; © Aracelly Buitrago Mejía; © Juan Manuel Estrada Sánchez; © María Fernanda Chilatra Uruña; © Luisa Fernanda Moreno Ramos; © Diana Zoleidy Jaramillo Sierra; © Yelena Hernández Atencia; © Norma Patricia Gutiérrez Murillo; © Alexander Álvarez Rosario; © Laura Constanza Gallego Cossio; © Edgardo Mejía Herrera; © Fernando Gutiérrez Portela; © Lida Carolina Chávez Suárez; © Marfi Liliana Saavedra Trujillo; © Alex Fernando Granados Trujillo; © Nancy Yazmin Granobles Calderón

Tercer Volumen

Versión digital con soporte a libro impreso

ISBN: 978-9942-636-81-2

ISBN: 978-9942-636-81-2



9789942636812

Coordinador Editorial: Lic. Pedro Misacc Naranjo, MSc. - Leibniz Huxlay Flórez Guzmán.

Portada: Diseño Víctor Julio Henao Henao.

Diagramación: Editorial CIDE Ecuador.

Revisión de estilo, gramática, ortografía y redacción: PhD. Mario Heimer Flórez Guzmán.

Edit. Víctor Julio Henao Henao & PhD. Mario Heimer Flórez Guzmán.

Correo electrónico: editorial@cidecuador.org

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

Catalogación de la fuente

v.3

Perspectivas Interdisciplinarias de la Sostenibilidad Volumen III / Mario Heimer Flórez Guzmán, editor. -Guayaquil (Ecuador): Fondo Editorial del Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador (CIDE), 2024. (Colección Perspectivas Interdisciplinarias de la Sostenibilidad). 402 páginas.

Versión Digital, ISBN: 978-9942-636-81-2

DESARROLLO SOSTENIBLE, SOSTENIBILIDAD, COMPETITIVIDAD, EMPRENDIMIENTO, INTRAEMPRENDIMIENTO, RESPONSABILIDAD SOCIAL, INVESTIGACIÓN, Guayaquil-Ecuador: Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador (CIDE) y Heimer Corporation.

Disponible en:

<http://repositorio.cidecuador.org/>

<https://cidecuador.org/>

PRÓLOGO

“Sostenibilidad en cada página: Construyendo un futuro ConCiencia”

Es un honor presentar el tercer volumen de “Perspectivas Interdisciplinarias de la Sostenibilidad”, una obra que representa el compromiso de la academia con el estudio y la promoción de prácticas sostenibles en diversas áreas de la sociedad. En este volumen, se exploran temáticas clave que abordan desde la inclusión financiera hasta la educación en procesos agroecológicos, evidenciando cómo la interdisciplinariedad puede impulsar el desarrollo sostenible. Los capítulos presentados en este volumen destacan la importancia de abordar la sostenibilidad desde una perspectiva integral, que considere tanto los aspectos sociales, ambientales como financieros. Desde la educación financiera temprana hasta la inclusión de tecnologías digitales en la gestión empresarial, estos trabajos resaltan la necesidad de promover prácticas socialmente responsables, que fomenten la equidad de género y el desarrollo comunitario. Asimismo, se subraya la importancia de adoptar enfoques agroecológicos y economía solidaria que preserven el entorno natural y promuevan la resiliencia frente a los desafíos ambientales. Por último, se destaca el papel clave de las finanzas en el desarrollo sostenible, enfatizando la importancia de fortalecer capacidades financieras en sectores como microempresas y emprendimientos, para garantizar su viabilidad a largo plazo. En conjunto, estos capítulos ofrecen una visión holística de la sostenibilidad, evidenciando que ser socialmente responsable, ambientalmente amigable y financieramente rentable no solo es posible, sino fundamental para construir un futuro sostenible y próspero para todos.

Así entonces, el primer capítulo, “Superfinancieros – Implementación de un proyecto de capacitación en finanzas básicas para niñas y niños de educación primaria con tejido social en la ciudad de Ibagué – Colombia”, de Carlos Andrés Peña Torres, nos sumerge en

la importancia de la educación financiera desde la infancia como piedra angular para construir una sociedad más equitativa y con mejores hábitos financieros; seguidamente, en "Las finanzas y el desarrollo sostenible en las empresas de tamaño micro", de Martha Isabel Velandia del Río y Magnolia Rodríguez, se aborda el papel crucial de las finanzas en el desarrollo de microempresas, resaltando la necesidad de fortalecer capacidades financieras en este sector para promover su crecimiento sostenible.

El tercer capítulo, "Comunicación, mercadeo y educación en procesos agroecológicos y de economía solidaria a través de Facebook – Caso feria agroecológica, UNIMINUTO Colombia" de Adriana Chaparro y colaboradores, nos lleva a explorar cómo la comunicación digital puede impulsar prácticas agrícolas sostenibles y fomentar la economía solidaria en comunidades locales; Así mismo, en el capítulo "Barreras de acceso a crédito financiero para las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia", de Ludiva Hernández Aros y colaboradores, se analizan las dificultades que enfrentan las mujeres emprendedoras para acceder a financiamiento, destacando la importancia de superar estas barreras para promover la equidad de género en el ámbito empresarial y finalmente, en "Contribución de las billeteras digitales a la inclusión financiera de los micronegocios en Ibagué – Colombia", de Mario Samuel Rodríguez Barrero y colaboradores, se examina el impacto de las plataformas digitales en la inclusión financiera de microempresas, subrayando su papel en el fortalecimiento del tejido empresarial local.

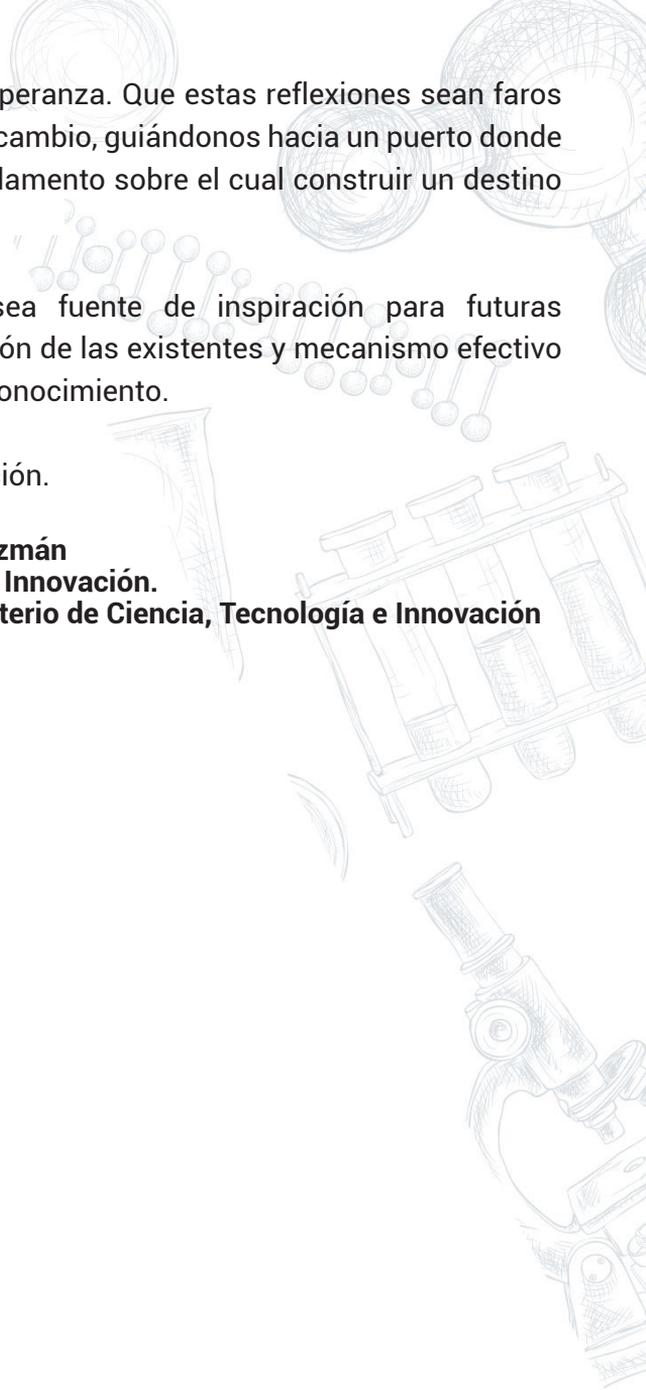
A través de estos capítulos, cada página es un pilar en la construcción de un futuro más resiliente y equitativo. Al igual que las células trabajan en armonía para sostener la vida, estos estudios nos muestran cómo la integración de prácticas socialmente responsables, ambientalmente amigables y financieramente rentables es esencial para el desarrollo sostenible. Así como la naturaleza se renueva en cada ciclo, estas investigaciones nos inspiran a renovar nuestro compromiso con un mundo donde la ciencia y las acciones convergen en una danza

infinita de conocimiento y esperanza. Que estas reflexiones sean faros de luz en el vasto océano del cambio, guiándonos hacia un puerto donde la sustentabilidad sea el fundamento sobre el cual construir un destino común próspero y vibrante.

Que este volumen sea fuente de inspiración para futuras investigaciones, profundización de las existentes y mecanismo efectivo en la apropiación social del conocimiento.

Con respeto y admiración.

PhD. Mario Heimer Flórez Guzmán
Posdoctor en Investigación e Innovación.
Investigador Sénior del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación
de Colombia.



CONTENIDO

CAPITULO 1	SUPERFINANCIEROS: Implementación de un proyecto de capacitación de finanzas básicas para niñas y niños de educación primaria con tejido social en la ciudad de Ibagué - Colombia	9
	Superfinancial: Implementation of a Basic Finance Training Project for Primary School Boys and Girls with a Social Fabric in the City of Ibagué - Colombia	12
	Referencias	58
CAPITULO 2	Las finanzas y el desarrollo sostenible en las empresas de tamaño micro	61
	Finance and Sustainable Development in Micro-Sized Enterprises	65
	Referencias	95
	Anexos	101
CAPITULO 3	Comunicación, mercadeo y educación en procesos agroecológicos y de economía solidaria a través de Facebook - caso Feria Agroecológica UNIMINUTO, Colombia	113
	Communication, Marketing and Education in Agroecological Processes and Solidarity Economy, Through Facebook - Case Study: Feria Agroecológica UNIMINUTO, Colombia	116
	Referencias	143
CAPITULO 4	Turismo idiomático y su importancia en la creación de emprendimientos culturales en México	148
	Language Tourism and its Importance in the Creation of Cultural Enterprises in México	150
	Referencias	165
CAPITULO 5	Estrategias para la medición del bienestar laboral, profesional y personal en egresados: Un estudio de caso de una universidad colombiana	168
	Strategies For Measuring Work, Professional and Personal Well-Being in Graduates: A Case Study of a Colombian University	171
	Referencias	203
CAPITULO 6	Adicción a video juegos y agresividad: Diferencias según sexos en adolescentes peruanos	207
	Addiction to Videogames and Aggressiveness: Differences According to the Sexes in Adolescents Peruvians	210
	Referencias	224
CAPITULO 7	Memorias de sostenibilidad en empresas que cotizan en la bolsa de valores de Colombia	232
	Sustainability Reports in Companies Listed on the Colombia Stock Exchange	235
	Referencias	267

CAPITULO 8

Impacto de la cultura organizacional en el desempeño laboral en empresas del sector agrícola, industrial y de servicios del municipio de Cogua - Cundinamarca y la ciudad de Ibagué - Tolima 271

Impact of Organizational Culture on Work Performance in Companies in the Agricultural, Industrial and Services Sector of the Municipality of Cogua - Cundinamarca and the City of Ibagué - Tolima 274

Referencias 310

CAPITULO 9

Análisis de la sostenibilidad de proyectos de infraestructura en Colombia 326

Analysis of the Sustainability of Infrastructure Projects in Colombia 329

Referencias 344

CAPITULO 10

Barreras de acceso a crédito financiero para las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia 346

Barriers to Access Financial Credit for Female Microentrepreneurs and Entrepreneurs in Colombia 350

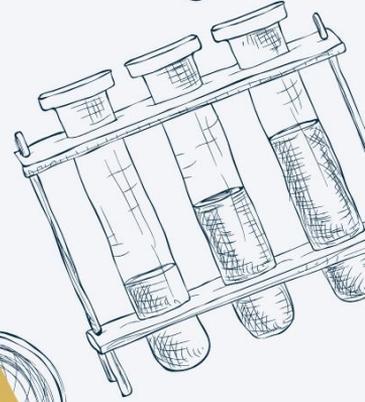
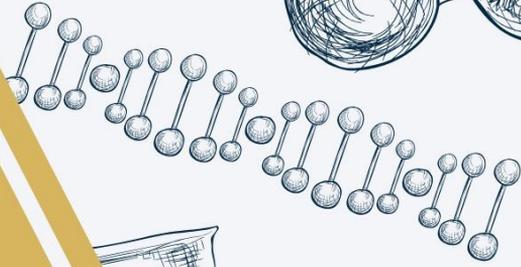
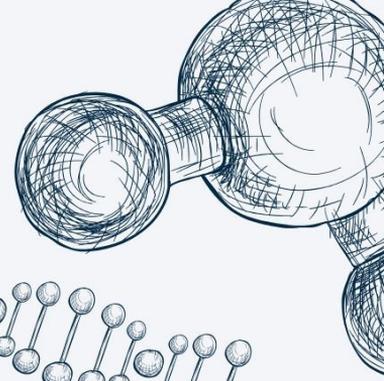
Referencias 370

CAPITULO 11

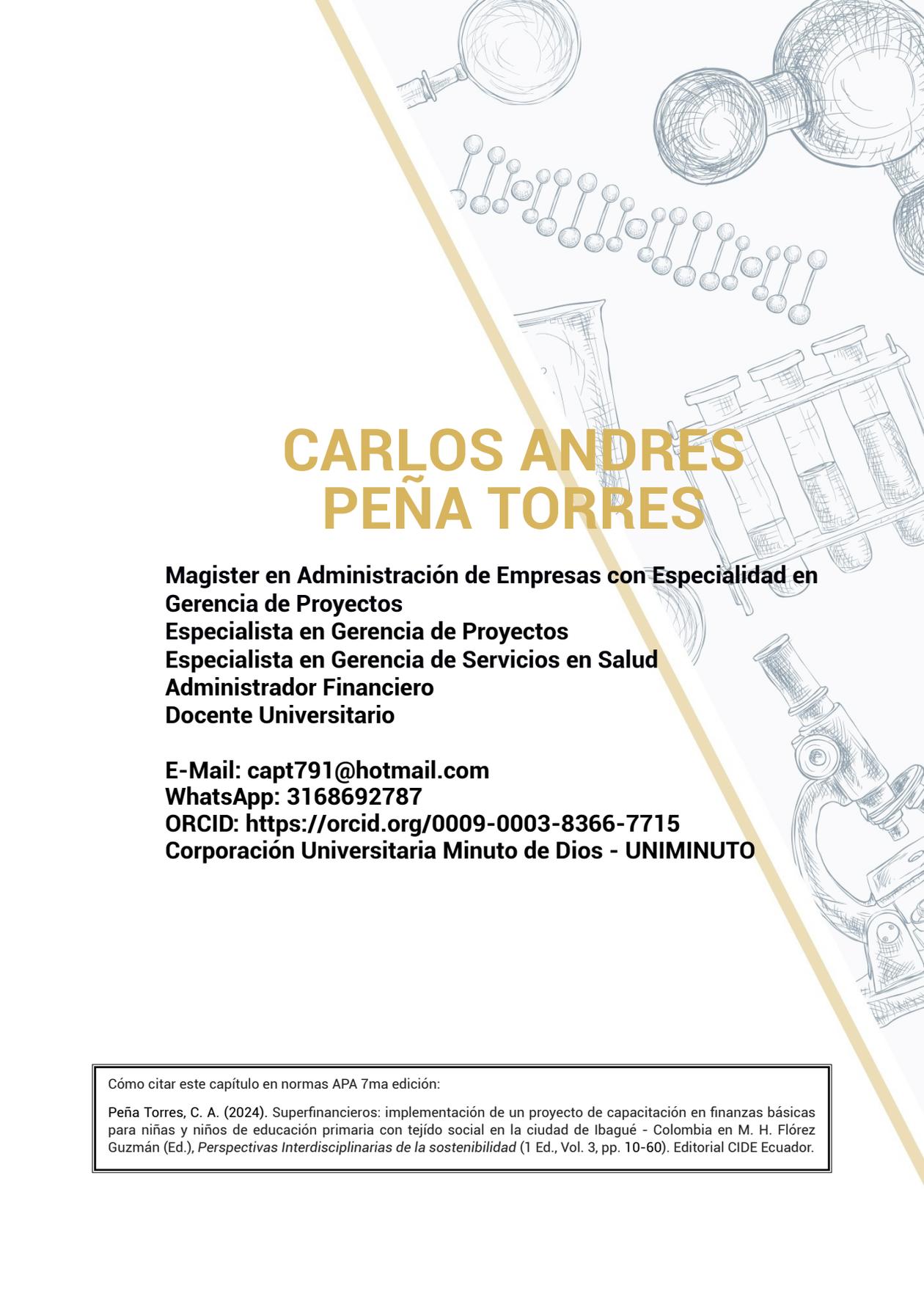
Contribución de las billeteras digitales a la inclusión financiera de los micronegocios en Ibagué - Colombia 372

Contribution of Digital Wallets to the Financial Inclusion of Microbusinesses in Ibagué - Colombia 376

Referencias 402



**Superfinancieros:
Implementación de un proyecto
de capacitación en finanzas
básicas para niñas y niños de
educación primaria con tejido
social en la ciudad de Ibagué -
Colombia**



CARLOS ANDRÉS PEÑA TORRES

**Magister en Administración de Empresas con Especialidad en
Gerencia de Proyectos
Especialista en Gerencia de Proyectos
Especialista en Gerencia de Servicios en Salud
Administrador Financiero
Docente Universitario**

E-Mail: capt791@hotmail.com

WhatsApp: 3168692787

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8366-7715>

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Peña Torres, C. A. (2024). Superfinancieros: implementación de un proyecto de capacitación en finanzas básicas para niñas y niños de educación primaria con tejido social en la ciudad de Ibagué - Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 10-60). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

La educación financiera inculca la capacidad de tener conocimientos y aptitudes financieras. Por muchos años el único medio de cambio que se ha conocido ha sido el de la moneda, entendiéndose billetes, dinero plástico o monedas de metal, que a diario son manipuladas por todos y cada uno de los habitantes de una comunidad. Se conoce el dinero como el único medio de cambio desde la infancia y ha sido tanta la importancia que ha adquirido para la vida de las personas que sus objetivos más relevantes están directamente relacionados con el dinero. Se trabaja en busca de dinero, muchas de las cosas que se necesitan para satisfacer las necesidades básicas deben ser conseguidas a cambio de dinero.

Hoy en día la educación financiera tiene poca importancia en los currículos escolares básicos actuales de cada país, a pesar de sus impactos a nivel social y económico. Lo anterior puede ser una consecuencia al desconocimiento que existe sobre la misma. Al respecto es válido hacerse algunas preguntas cuya respuesta debe justificar la necesidad de recibir información de carácter financiero desde una temprana edad. ¿Cómo se puede considerar que algo es importante, si ni siquiera se sabe qué es y cuál es su utilidad? ¿Cómo se pueden conocer las consecuencias de tomar decisiones financieras, si se carece de educación financiera básica? Pues bien, la educación financiera debe ser socializada a las personas a muy temprana edad para crear una cultura de ahorro, emprendimiento y control de gastos, factores que están directamente relacionados con algunos componentes del emprendimiento como factor educativo que cada gobierno deberá tener en cuenta para el fortalecimiento de la economía de una nación, tomando como ejemplo el impacto positivo experimentado por economías que han implementado programas tendientes a incentivar y financiar emprendimientos.

Palabras Claves: Educación financiera, aptitudes financieras, currículos escolares, emprendimiento.

"SUPERFINANCIAL"

Implementation of a Basic Finance Training Project for Primary School Boys and Girls with a Social Fabric in the City of Ibagué-Colombia

ABSTRACT

Financial education instills the ability to have financial knowledge and skills. For many years the only means of exchange that has been known has been currency, be it bills, plastic money or metal coins, which are manipulated daily by each and every one of the inhabitants of a community. Money has been known as the only means of exchange since childhood and the importance it has acquired in people's lives has been so important that their most relevant objectives are directly related to money. People work for money, many of the things that are needed to satisfy basic needs must be obtained in exchange for money.

Today, financial education has little importance in the current basic school curricula of each country, despite its social and economic impact. This may be a consequence of the lack of knowledge that exists about it. In this regard, it is valid to ask yourself some questions whose answer must justify the need to receive information of a financial nature from an early age. How can something be considered important if you don't even know what it is and what its use is? How can you know the consequences of making financial decisions, if you lack basic financial education? Well, financial education must be socialized to people at a very early age to create a culture of savings, entrepreneurship and cost control, factors that are directly related to some components of entrepreneurship as an educational factor that each government must take into account to the strengthening of a nation's economy, taking as an example the positive impact experienced by economies that have implemented programs aimed at encouraging and financing entrepreneurship.

Keywords: Financial education, financial skills, school resumes, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Gran parte de las decisiones que se toman a lo largo de un día común llevan implícito el concepto de dinero. Ya sea desayunar en casa o fuera, ir en bus o en automóvil, etc. Todas estas decisiones están supeditadas a la disponibilidad de algo que se denomina "Dinero". Este se ha convertido en la herramienta más utilizada para intercambiar trabajo por bienestar y para intercambiar renta por gasto. En este orden de ideas se considera que existe una relación íntima diaria con esta herramienta; sin embargo, no está claro cuál es la mejor forma de administrarla; no se sabe obtenerla, ni gastarla, cuesta ahorrarla o acumularla y mucho menos se conoce la mejor forma de invertirla. Es así como se encuentra personas con problemas en sus finanzas personales, problemas que se ven reflejados en el fracaso constante de sus proyectos profesionales debido a la inadecuada gestión de sus finanzas ocasionando problemas personales, familiares y emocionales; todo esto debido en gran parte a la falta de educación financiera desde la niñez.

Se debe tener claro que hablar de Educación Financiera para niñas y niños no se refiere al hecho de aprender números y términos complicados, esto ya se aplica en cursos como matemáticas, sobre todo si lo que se busca es acercar a los pequeños a este tipo de aprendizaje. Se debe tomar en cuenta que los niños están en permanente contacto con las finanzas a través de diferentes escenarios; por ejemplo y el más concurrente en el hogar; los niños son observadores y tienden a adoptar las actitudes de los adultos que los rodean como sus papás, abuelos y hermanos. La forma en que los miembros de la familia manejan el dinero y toman decisiones en conjunto, repercute en los pequeños.

De ahí la importancia de inculcarles el valor del dinero, y el cómo administrarlo y ahorrarlo correctamente, sin olvidar los valores positivos que se desenvuelven en el núcleo familiar. Otro escenario en donde están en contacto es en el colegio; En este espacio las niñas y los niños podrían tener dentro de su currículo una materia que abordara temas financieros con prácticas en la misma institución; ya que tendrían acercamiento permanente con el dinero, a través de actividades como la compra de productos durante el descanso en la cafetería, juegos recreativos y didácticos de inversión entre ellos, entre otros.

Uno de los grandes retos a los que se enfrentarán los niños cuando sean adultos, se relaciona a la obtención de los recursos económicos necesarios para vivir, es decir, ganar dinero; pero debemos formarlos para saber administrar, gastar y ahorrar ese dinero que se van a ganar, desde edades tempranas para que puedan adquirir buenos hábitos financieros. Por ello, resulta fundamental que desarrollen capacidades y habilidades emprendedoras que les ayuden a desenvolverse tanto en el ámbito personal como profesional. Por esta razón, es muy importante que crezcan con la idea de que son ellos mismos los que deben tomar las riendas de su economía.

Desde pequeños siempre nos han enseñado a ser económicamente dependientes de otros, primero de los padres, después de un salario al buscar un trabajo que alguien ofrece, y finalmente de una pensión del Estado. Es importante exponer a los niños la importancia de ser independientes económicamente, de ocuparse de las finanzas personales para no tener preocupaciones para así poder tener una mejor calidad de vida en su adultez.

Para los niños es mucho más fácil aprender algo si conocen la utilidad de la formación que van a recibir. Muchas veces se tiene la percepción de estudiar temas que no sirven para nada en la vida, se cree que es simplemente por llenar un pensum escolar o porque nadie se ha dedicado a explicarles detalladamente la utilidad de la formación que están recibiendo y el cómo les va a servir para aplicar en toda la vida. Este es el primer paso, hay que explicarles que deben aprender todo sobre el juego del dinero porque, al igual que ocurre con otras herramientas que se usa en el día a día, no saberla usar adecuadamente puede traer consecuencias negativas durante mucho tiempo en la vida. Si se conoce el juego del dinero, se estará en una posición mejor, de mayor confianza para tomar las decisiones financieras que más convengan y así habrá mayor probabilidad a la prosperidad económica. Se les debe explicar como cualquier juego, si no conocen las reglas, no tendrán muchas opciones de ganar la partida y, además, como desafortunadamente no todo el mundo que se puedan encontrar a lo largo de la vida es honesto, también pueden querer hacer trampas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las instituciones educativas del país, hoy en día la educación financiera no se toma como un tema prioritario que abone a la estructuración del currículo y los planes de estudio, y por tanto se excluye como elemento enriquecedor de la formación integral de nuestros niños. En una sociedad marcada por la globalización, el consumo, los medios de comunicación, el creciente empleo de las plataformas de redes sociales, así como la expansión de las actividades económicas y comerciales, el comercio de bienes y servicios, demandan una habilidad fundamental: la competencia financiera. Esta habilidad es esencial y se debe impartir desde una edad temprana, incluyendo a niños con discapacidades, promoviendo así la inclusión en la educación financiera en nuestra región.

OBJETIVO GENERAL

- Generar en los niños de la ciudad de Ibagué – Colombia, capacidades y habilidades en el manejo de su vida financiera con el fin de aportar conocimientos que contribuyan a su formación integral desde temprana edad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Formar niños responsables, con conocimientos básicos en relación a los productos financieros locales, desarrollando prácticas para evitar el endeudamiento excesivo, incrementar la capacidad de ahorrar y elevar la calidad de vida.
- Educar financieramente a la población más joven de nuestra región, implica la capacidad de tomar decisiones efectivas y fundamentadas sobre cómo gestionar y utilizar el dinero, fomentar un pensamiento financiero que permita comprender cómo opera el sistema económico y contribuir al bienestar tanto a nivel individual como en la sociedad en general.

JUSTIFICACIÓN

Un programa de educación financiera bien ejecutado puede mejorar considerablemente las capacidades cognitivas de los niños mediante el aumento de la conciencia de sus derechos y responsabilidades y mejorar así sus conocimientos básicos de finanzas, capacidades y conocimientos emprendedores; Además les equipa para que se beneficien de la inclusión financiera oficial y las oportunidades económicas, lo que finalmente aumenta sus posibilidades de conseguir medios sostenibles para ganarse la vida y mejorar su calidad de vida en un mediano y largo plazo.

El proyecto "Superfinancieros" cuenta con un diseño a través del cual los niños que participan en él pueden participar en actividades dedicadas al ahorro y aplicar aptitudes emprendedoras para abordar aquellos problemas sociales que para ellos son importantes. Se destaca la metodología participativa, didáctica y divertida con la cual se busca evitar el aprendizaje memorístico tradicional para los niños.

El proyecto de educación financiera "Superfinancieros" para niños Basada en tres fundamentos, esta estrategia dirige su crecimiento hacia la renovación de las interacciones financieras. Estos fundamentos comprenden objetivos sociales y educativos, además de principios metodológicos.

Los propósitos sociales y educativos se presentan como grandes metas a alcanzar a través de la implementación del proyecto y de la incorporación de la Educación financiera en las escuelas, colegios, barrios, veredas y en cualquier lugar en donde habiten niños, mientras que los principios metodológicos son el camino que se ha escogido para alcanzar estas metas.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Metodologías para diagnóstico

El diagnóstico para el presente proyecto gira en torno al desarrollo de tres técnicas de investigación. Se trata de lograr comprender una realidad acerca de la necesidad de educar financieramente a los niños, por un lado, y de otro, del potencial impacto que tiene un trabajo de esta magnitud.

Primera técnica la encuesta

La encuesta desde el punto de vista de una herramienta es un conjunto de preguntas con la cual se puede recopilar información sistemática acerca de una muestra de individuos, que tienen un carácter cuantitativo y con cuyas respuestas se puede describir y verificar estadísticamente temas de interés acerca de una población. Según Meneses (2016)

La metodología de una encuesta se refiere al conjunto organizado de pasos diseñados para su creación, implementación y recolección de datos. A pesar de la ocasional confusión en la terminología, es crucial distinguir entre la metodología que establece el marco de investigación para el diseño de cuestionarios y la herramienta específica que un científico crea para obtener información durante la fase de campo (pág. 23)

Como se puede apreciar la encuesta de acuerdo con los objetivos necesita tener ciertos criterios importantes de orden y de diseño para poder responder correctamente a la necesidad. Para poder comprender mejor el alcance de esta herramienta se presenta las siguientes características según Solórzano (2003):

- a. Los cuestionarios permiten recabar información sobre las opiniones, actitudes, comportamientos y características de las diversas personas clave de la empresa involucradas en la implementación de sistemas.
- b. La actitud se refiere a los deseos expresados por las personas.
- c. La opinión refleja lo que realmente piensan.
- d. La conducta comprende las acciones realizadas por los miembros de la organización.

- e. Las características hacen referencia a los atributos de las personas u objetos.
- f. Los cuestionarios pueden incluir tanto preguntas abiertas como preguntas cerradas.
- g. Los cuestionarios permiten al investigador cuantificar los resultados de las encuestas y entrevistas.
- h. También son útiles para sondear una amplia muestra de usuarios con el propósito de identificar posibles problemas.
- i. Existe una notable similitud entre cuestionarios y entrevistas. (pág. 15)

La razón por la cual elegir trabajar una encuesta se debe a la fiabilidad y la validez que a través de esta herramienta se puede lograr. En cuanto a las recomendaciones que se establecen para poder diseñar un cuestionario, Meneses (2016) sugiere:

- a. Los elementos deben estar adecuadamente relacionados con el fenómeno que se está investigando, y las preguntas deben formularse utilizando un lenguaje apropiado y comprensible para la población de interés.
- b. Las preguntas deben ser formuladas de manera clara y sin necesidad de aclaraciones adicionales entre paréntesis, ya que esto a menudo indica una redacción imprecisa o la insatisfacción del investigador con la formulación.
- c. La estructura de las preguntas debe ser clara y evitar redacciones complejas que puedan dar lugar a múltiples interpretaciones.
- d. El lenguaje utilizado no debe sesgar las respuestas hacia un tipo específico, y se deben evitar los sesgos como el efecto de la deseabilidad social.
- e. Es esencial asegurarse de que todos los participantes tengan una comprensión uniforme y compartida, basada en significados ampliamente aceptados, para lograr una atribución precisa de la variabilidad observada.
- f. Las opciones de respuesta deben ser adecuadas y representativas de las posibles respuestas de la población de referencia. Deben cubrir todas las alternativas, sin dejar espacio para respuestas ambiguas.
- g. La escala de respuesta debe ser clara y detallada en las instrucciones para completar el cuestionario, especialmente cuando los ítems se agrupan para simplificar la presentación. (p. 23)

Segunda técnica el Grupo Focal o Focus group

Según Ivankovich-Guillén & Araya-Quesada (2011):

Los grupos de discusión, también conocidos como “grupos focales” o “sesiones de grupo” en español, se utilizan como una técnica de investigación cualitativa que encuentra su relevancia en el entorno económico en situaciones en las que existe una gran cantidad de productos y servicios, lo que conlleva una competencia significativa. Esta técnica permite explorar en profundidad el tema de investigación, incluyendo preferencias, aversiones, motivaciones de compra, elección entre productos o servicios, percepciones de la marca y opiniones sobre la competencia, entre otros aspectos. Lo que hace que la información recopilada sea valiosa radica en su espontaneidad, autenticidad, actualidad y en que proviene de las personas que están interactuando con el producto o servicio. La riqueza de la nueva información obtenida puede derivar tanto de un análisis descriptivo como de su interpretación, un aspecto que está estrechamente relacionado con la experiencia del moderador de estos grupos. (pág. 246)

Entre las etapas más importantes de los focus group están los siguientes:

Tabla 1

Etapas del focus group

Etapa	Descripción
Definición del problema	Es esencial establecer con precisión el problema, el tema o el objetivo de la investigación, lo que generalmente implica comenzar con una entrevista con el cliente o el solicitante del estudio.
Propuesta de estudio	Una vez que se ha definido y esclarecido el tema o problema a abordar, se procede a desarrollar una propuesta de investigación que convierte las necesidades del cliente en objetivos. Esta propuesta incluye la metodología, el cronograma de ejecución del estudio y el presupuesto necesario para llevarlo a cabo

Diseño y prueba de la guía de sesiones

La guía de sesiones detalla el programa de la reunión e incorpora todas las cuestiones planteadas durante la sesión. La introducción en la primera sección de la guía consiste en la presentación de los asistentes, la comunicación del objetivo de la sesión y la descripción de las normas de debate

Reclutamiento

La selección de participantes es de vital importancia; estos individuos deben ser representativos del segmento de mercado para garantizar que los datos recopilados en el estudio sean coherentes y pertinentes para dicho segmento.

Nota: Las fases del grupo focal demuestran la complejidad de esta herramienta. Fuente: Ivankovich-Guillén & Araya-Quesada (2011)

Fernández y De La Fuente (2005) identifican algunos puntos de desventaja de los focus group que se deben tener en cuenta para poder gestionarlo:

- a. Debido a la dificultad de garantizar que la selección de participantes sea completamente aleatoria, los resultados y opiniones pueden estar sujetos a ciertos sesgos, lo que limita su validez. Además, el tamaño de la muestra suele ser reducido, lo que podría restringir la diversidad de opiniones recopiladas. También, la organización de los focus groups puede generar costos significativos. Existe la posibilidad de que algún miembro del grupo se sienta inclinado a responder de manera acorde a lo que percibe como las expectativas del grupo (pág. 117)

En todo el proceso de los protocolos de gestión de focus group es necesario tener ciertos criterios de calidad. Según Hamui-Sutton & Varela-Ruiz (2013)

- a. Comprender el entorno y la vida del entrevistado, incluyendo factores como su nivel socioeconómico, género, edad, grupo étnico, ocupación y nivel educativo. Si es necesario, se puede realizar una reunión previa (pre-entrevista) para obtener una comprensión más profunda de los individuos y el contexto del tema en cuestión.

- b. Abordar los temas que son relevantes y significativos para los participantes.
- c. Utilizar un lenguaje claro y cotidiano para expresar ideas y pensamientos.
- d. Fomentar narraciones detalladas que permitan que la experiencia individual se relacione con el entorno social en el que se desarrolla.
- e. Especificar las situaciones a las que se hace referencia.
- f. Estar dispuesto a explorar cualquier información nueva que surja durante el proceso de entrevista.
- g. Centrar la conversación en temas específicos.
- h. Identificar aspectos ambiguos o inconsistentes en las descripciones de los participantes.
- i. Reconocer cambios en las descripciones o significados en relación con ciertos temas a lo largo de la entrevista.
- j. Mostrar sensibilidad hacia temas que puedan afectar a los participantes.
- k. Mantener una interacción positiva y respetuosa durante la conversación.
- l. Proporcionar una experiencia enriquecedora para los participantes al permitirles descubrir nuevas perspectivas sobre su propia vida. (pág. 57)

Tercera técnica la revisión bibliográfica

Según Vilanova (2012) se entiende por revisión bibliográfica a:

La recopilación ordenada de información publicada relacionada con un tema es esencial en un proyecto de investigación. Con el crecimiento exponencial de la información disponible, planificar un método de búsqueda efectivo, estructurado y sistemático es crucial para localizar bibliografía pertinente sobre el tema de estudio. Este proceso de búsqueda se asemeja a un ciclo, involucrando explorar diversas fuentes en línea para identificar y gestionar críticamente la información más relevante. Una búsqueda bibliográfica sólida es fundamental para completar con éxito el proceso de investigación y publicación. Este artículo tiene como objetivo proporcionar una guía para realizar búsquedas efectivas, utilizar bibliografía de manera crítica y precisa, y ofrecer recomendaciones sobre estrategias de gestión de referencias para el desarrollo exitoso de proyectos de investigación. (pág. 2)

Entre las principales características de la revisión bibliográfica están las siguientes:

- a. El nivel de comprensión acerca de un tema seleccionado
- b. La evaluación y resumen de diversas perspectivas existentes sobre un asunto
- c. La revisión y resumen de similitudes que puedan compartir temas previamente no relacionados
- d. El examen histórico acerca del origen y desarrollo de un tema
- e. La exposición de diversas metodologías aplicadas en la solución de un problema (Roussos, 2011, pág. 1)

El procedimiento de una revisión bibliográfica busca asegurar que los criterios de logro puedan cumplirse.

Tabla 2

Fases de la revisión bibliográfica

Fases	Descripción
<p>Paso 1 de la búsqueda bibliográfica: Definición de la consulta</p>	<p>Cuanto más claro se tenga qué es lo que se quiere encontrar, Cuanto más claro sea el propósito de la búsqueda, más sencillo será formularla. Es esencial transformar el objetivo de la búsqueda en una pregunta clara y breve, aunque este proceso a veces resulte desafiante. Se aconseja escribir toda la información relevante sobre la consulta en una o varias frases cortas</p>
<p>Paso 2 de la búsqueda bibliográfica: traducción de la consulta</p>	<p>Una vez identificados los conceptos que de manera que los temas de estudio se representen más claros y concisos, será necesario adaptarlos al lenguaje específico de la base de datos o recurso de información que se tenga la intención de utilizar. En muchas bases de datos, existe un lenguaje controlado conocido como tesaurus</p>

Fases	Descripción
Paso 3 de la búsqueda bibliográfica: elección de fuentes	La calidad de las fuentes es esencial y necesaria, ya que, de alguna manera, funcionan como criterios metodológicos para escoger documentos pertinentes
Paso 4 de la búsqueda bibliográfica: construcción de la sentencia de búsqueda y su ejecución	Después de elegir la fuente o fuentes de información, es necesario crear la estrategia o consulta de búsqueda que instruirá al sistema de recuperación de información de esa fuente sobre qué documentos recuperar.
Paso 5 de la búsqueda bibliográfica: recuperación de la información	Existen bases de datos bibliográficas que enlazan con los textos completos de los documentos.

Nota: Cada procedimiento se entrelaza y hace más posible el logro del objetivo. Fuente: Serrano et al. (2016)

Por otro lado, la metodología para el diagnóstico depende del objetivo del proyecto. El diagnóstico a nivel de trabajo investigativo o a nivel social pueden ser los mismos en cuanto a los principios, en el sentido de que se busca las razones que producen el problema, pero al operar en cada una de estas realidades, se diferencian en cuanto al propósito. En el caso de los proyectos sociales como se brinda en este proyecto, es necesario comprender que, al tratarse de trabajar con seres humanos, la noción de obtener información para el proyecto no solo es un proceso lineal, automático; hay procesos implícitos que todo gestor de proyectos debe tener en cuenta, ya que una información que brinda el ser humano implica emociones, sentimientos, conocimientos y acciones, además de experiencias. Ahora bien, por diagnóstico se comprende como:

La etapa que precede a la elaboración del proyecto implica una investigación en profundidad. Su objetivo principal es adquirir un entendimiento detallado de una realidad específica, con limitaciones en cuanto a tiempo, lugar y personas involucradas, alineado con los objetivos de los interesados. Los enfoques de diagnóstico propuestos por distintos autores incluyen el

Diagnóstico Pasivo, que es llevado a cabo por observadores externos con respecto a un grupo social y su contexto, y el Diagnóstico Participativo, en el cual agentes externos trabajan en colaboración con la comunidad (miembros de la comunidad), así como los autodiagnósticos, que son realizados por la comunidad, ya sea de manera independiente o con la asistencia de observadores externos (Toro, 2008, pág. 13).

Según Toro (2008), el diagnóstico a nivel social se establece en la medida de que el participante de su consentimiento y la investigación vaya con sus propósitos, y también en la medida en que sea holística la evaluación de manera interna y externa, de esta forma asegura la construcción de la realidad desde la participación mayoritaria.

Otro de los métodos de diagnóstico más recurrentes en la ciencia de la gestión de proyectos esta la estructura del Marco Lógico que se divide en 4 criterios:

Criterio 1: Análisis de actores participantes

Criterio 2: Análisis de la problemática

Criterio 3: Análisis de objetivos

Criterio 4: Análisis de alternativas de solución

En el caso de este método de diagnóstico Baca-Tavira & Herrera-Tapia (2016) señalan que:

En el marco del diagnóstico, se lleva a cabo una contextualización del problema, centrándose en las dimensiones más relevantes del ámbito, comunidad, grupo y territorio donde se planea implementar el proyecto. Este proceso implica la recopilación de datos procedentes de fuentes tanto primarias como secundarias. Además, se consideran de valor los estudios, informes periodísticos y el conocimiento científico-tecnológico que puedan resultar pertinentes para identificar el núcleo central del problema. (pág. 212)

Para el marco lógico es importante conocer el contexto, saberlo sistematizar a fin de conocerlo, a través de diversos instrumentos mientras mejor se conozca la realidad mayor será el beneficio para las personas. A esto se

agrega que muchos de las respuestas a los problemas reales no son fáciles de identificar por lo cual se precisa de herramientas más finas con el fin de encontrar los motivos reales que hace que las personas hagan o no, crean o no, o actúen o no, respecto a diferentes temas. De hecho, la metodología de diagnóstico del Marco lógico es uno de los más representativos.

Para algunos autores el diagnóstico es constante, es decir antes, durante y después del proyecto por lo cual es necesario tener una mirada más abierta a los cambios. Como indica Medina (2007) existen diferentes tipos de diagnóstico.

La evaluación puede llevarse a cabo en diferentes etapas: antes de la ejecución del proyecto, durante su desarrollo y después de su finalización, dependiendo del enfoque del evaluador. Además, existen diversos tipos de evaluación, que incluyen la financiera, económica y social, y se enfocan en medir tanto los resultados como los efectos e impactos del proyecto (p. 24) Otro de los procesos, importantes en cuanto al diagnóstico social es la propuesta de (Ander-Egg y Aguilar-Idañez, 2012)

- Definir los actores sociales (interesados)
- Definir sus exigencias sociales
- Determinar los indicadores sociales que corresponden a ellas
- Medir el grado de cumplimiento (antes, durante y después) (p. 91)

Para los autores, al igual que el Marco Lógico es necesario comprender que la realidad se presenta dividida por lo que es labor del investigador integrarla.

Estos elementos fundamentales de lo que podríamos denominar auditoría social (auditoría de carácter social) pueden ser de gran utilidad en la evaluación previa de un proyecto. No obstante, esta herramienta de evaluación ex-ante se enfrenta a un desafío importante que requiere resolverse para su eficaz aplicación: los posibles conflictos que pueden surgir debido a las demandas contrapuestas de las diversas partes interesadas. Por ejemplo, en un proyecto o servicio de naturaleza social, como una residencia de ancianos, intervienen varios actores: los ancianos que reciben atención, los que están en lista de espera, el personal de la residencia (de todos los niveles), las organizaciones de la tercera edad en la comunidad, la competencia

(otras residencias en la comunidad bajo diferentes administraciones), los proveedores del centro, las autoridades gubernamentales, los medios de comunicación, las familias de los ancianos y la comunidad local en la zona de influencia de la residencia. (Ander-Egg y Aguilar-Idañez, 2012, pág. 92)

Por su parte Mori (2008), sostiene que existen métodos de diagnóstico de acuerdo con las fases del proyecto. La autora segmenta de la siguiente manera como se muestra en la Tabla 3:

Tabla 3

Fases de intervención comunitaria, técnicas cualitativas y participativas

	Fases	Técnicas
1. DIAGNÓSTICO DE LA COMUNIDAD		
Etapa 1: Evaluación preliminar	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de los datos •Revisión de archivos •Mapeo y lotización •Construcción del instrumento •Aplicación de la entrevista 	1. Técnicas cualitativas de recolección de datos: Revisión de archivos, observación, entrevista, reporte anecdótico. 2. Técnicas cualitativas de análisis de datos: Análisis de contenido, Análisis crítico
Etapa 2: Diagnóstico participativo	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilización • Taller participativo 	3. Técnicas participativas de análisis: árbol de problemas
2. CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO		
		1. Técnicas cualitativas de recolección de datos: Revisión de archivos, Observación, entrevista, reporte anecdótico 2. Técnicas cualitativas de análisis de datos: Análisis de contenido, Análisis crítico

Fases	Técnicas
3. EVALUACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL GRUPO	1. Técnicas cualitativas de recolección de datos: Observación, Reporte anecdótico 2. Técnicas cualitativas de análisis de datos: Análisis crítico 3. Técnicas participativas de análisis: árbol de problemas
4. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE LA INTERVENCIÓN	
5. EVALUACIÓN INICIAL	1. Técnicas cualitativas de recolección de datos: Observación participante, entrevista, reporte anecdótico 2. Técnicas cualitativas de análisis de datos: Análisis de contenido, análisis crítico
6. EJECUCIÓN E IMPLEMENTACIÓN	3. Técnicas participativas Técnicas participativas
7. EVALUACIÓN FINAL	1. Técnicas cualitativas de recolección de datos: Observación participante, entrevista, reporte anecdótico 2. Técnicas cualitativas de análisis de datos: Análisis de contenido, Análisis crítico
8. DISEMINACIÓN	3. Técnicas participativas Técnicas participativas

Nota: Elaborado por Mori (2008)

La autora plantea un grupo de técnicas de acuerdo con las fases del proyecto. Para ella, también el diagnóstico es constante y holístico; ya que los proyectos pueden tener giros inesperados y es necesario que se identifique a tiempo, pero también cada proceso de evaluación debe conservar lo holístico que

en casos de proyectos sociales es un imperativo debido a la multiplicidad de voces que participan activa o pasivamente en el proyecto, y del cual dependen el éxito y la consecución de los objetivos.

En ese orden de ideas, Valdés (1999) en un clásico de metodologías señala que las metodologías para diagnósticos en proyectos sociales están categorizadas en metodologías globales. En ese sentido, dentro de este grupo de metodologías existen 4 modelos, como se aprecia en la Tabla 4.

Tabla 4

Modelos de diagnósticos globales

Modelo	Descripción
Modelo CIPP	Con este tipo de diagnóstico es posible lograr explorar y detectar las necesidades, problemas o aspiraciones una población determinada, que muchas veces no son los beneficiarios del proyecto, pero si están dentro del campo de influencia. Este modelo mide también la necesidad de insumos, los procesos, y los productos objetivos del proyecto.
Modelo de utilización focalizada	Este modelo tiene los siguientes pasos: Se necesita en primer lugar identificar a las personas que son importantes y que toman decisiones dentro del grupo social; seguidamente se debe focalizar las preguntas más relevantes de acuerdo, a los objetivos de investigación; los métodos se adaptan a las personas que brindan información útil, y finalmente, las personas que participaron en la medición también ayudan en el análisis de la información.
Modelo evaluación por expertos	Es un tipo de análisis focalizado en una persona o número de personas que están en el campo – objeto de investigación que le ha permitido tener un uso organizado de la sensibilidad frente a la realidad, cuenta con experiencias previas y tiene refinadas las ideas o intuiciones que forman parte del problema.

Modelo	Descripción
Modelo evaluación iluminativa	Es uno de los enfoques etnográficos que busca lograr interpretación a partir de la observación de las conductas, interacciones de las personas que participan en el proyecto. Esta información es eminentemente cualitativa a través del cual busca describir y narrar, los contextos alrededor del problema. Las técnicas que más se usan son las entrevistas y la observación de campo.

Nota: Elaborado a partir de la información de Valdés (1999)

Cada uno de estos modelos forman parte de muchos modelos de gestión de proyectos entre ellos el PMI, PRINCE2, entre otros.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Capacitar financieramente a una población implica la habilidad de tener un juicio informado y tomar decisiones efectivas sobre el uso y manejo del dinero, desarrollar un pensamiento financiero que permita entender las lógicas de funcionamiento del sistema y aportar al bienestar económico individual y social. Formar ciudadanos responsables, informados respecto de los instrumentos financieros del país, con hábitos para prevenir el sobreendeudamiento, aumentar su capacidad de ahorro y mejorar su calidad de vida. Aportar a la equidad social del país, mediante la reducción de la asimetría de información, y la promoción de la participación ciudadana en el control y regulación de los sistemas económico y financiero, contribuyendo a la transformación de las dinámicas financieras Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC, 2014).

Con la alfabetización financiera se enriquece la formación de los docentes en educación financiera y la implementación de métodos pedagógicos, junto con recursos educativos, buscan fortalecer a las comunidades educativas en el manejo de sus finanzas personales y colectivas, así como en su capacidad de emprender, promoviendo al mismo tiempo la responsabilidad y transparencia en el ejercicio de los derechos y obligaciones ciudadanas.

Contexto Económico, La sociedad y acceso a la educación

América Latina y el Caribe en los últimos años ha presentado un crecimiento económico, con una tendencia a la recuperación, a pesar de la crisis Mundial, Colombia por su parte ha mostrado buenas cifras en comparación con países de la región, "Por otra parte, en contraste con las crisis internacionales anteriores, en esta ocasión los sistemas financieros latinoamericanos y caribeños se han comportado positivamente y no se han observado efectos negativos en la calidad de los créditos" (García et al., 2013) repercutiendo en una solvencia y liquidez de los mercados, entendiéndose que existe una regulación de los mismos por políticas macroeconómicas direccionadas por organismos multilaterales, esto ocurría desde antes del 2011, y ocurre en la actualidad, es conveniente analizar también, que en el momento actual todos los sistemas económicos están siendo golpeados por la crisis mundial generada por la pandemia por el Covid 19. Llevando a una caída de los mercados a nivel local y global.

Es necesario que los gobiernos diseñen e implementen diferentes políticas públicas, en materia de mitigación tanto del problema de salud, pero también el soporte necesario para hacer frente a la crisis económica que se está enfrentando y la que se avecina, de continuar con la tendencia actual, es por ello que se debe pensar en esfuerzos para reducir la pobreza y la desigualdad, continuar con la agenda planteada en los objetivos de desarrollo sostenible y hacer todo lo posible por cerrar cada día más las brechas existentes entre ricos y pobres.

La educación en términos generales y la educación financiera en particular se convierte en un factor de suma importancia a la hora de crear estrategias para la superación de la desigualdad, la promoción del desarrollo y el crecimiento económico, se reconoce como elemento destacado en los ministerios e instituciones encargados de la planeación del desarrollo de los países latinoamericanos y en particular Colombia incluyendo Ibagué, que han promocionado en los diferentes territorios diferentes proyectos educativos como pilar del mejoramiento de las condiciones de vida, incluyendo dentro de estas " se están llevando a cabo diversas acciones con el propósito de elevar los conocimientos financieros de la población, en algunos casos como un complemento a la implementación de programas que fomentan la inclusión financiera o protegen los derechos de los consumidores" (García et al., 2013)

Pobreza y Exclusión Financiera

En la actualidad es evidente que las cifras de desigualdad y los cordones de pobreza son desbordantes, en este contexto la exclusión financiera, entendida como la posibilidad de acceder o mantener el uso de servicios financieros continúa afectando a muchos sectores de la población, tanto de urbana como rural, la falta de formalización en el empleo y muchos otros factores, pueden contribuir de forma negativa al logro de metas en materia económica y social de América latina y particularmente Colombia.

Ahora si bien es cierto que la gran mayoría de problemáticas asociadas al fenómeno de pobreza y desigualdad de América Latina se puede presentar un común denominador asociado el desempleo y el bajo nivel educativo. En Colombia en particular encontramos factores adicionales que pueden agravar la problemática, como lo es, las economías ilegales, la guerra, la violencia, el desplazamiento forzado y la corrupción; para ello es de gran valor el desarrollo de políticas de inclusión y sin lugar a duda la educación es una de las estrategias que pueden ayudar a ese desarrollo integral y crecimiento económico, es por ello que se debe tener en cuenta lo que puede requerir una política integral de desarrollo.

En el entendido de un crecimiento económico, se trae consigo la necesidad de que las personas sepan cómo manejar sus finanzas personales y beneficiarse de los mercados financieros más desarrollados. En este sentido, las iniciativas de educación financiera pueden convertirse en un complemento importante de los procesos de inclusión financiera y las medidas de reducción de la pobreza. (Garcia et al., 2013)

Problemática socioeconómica de Ibagué

El municipio Ibagué actualmente ocupa el segundo lugar en el mayor índice de desempleo del país con una tasa del 18,6% solo superada por Quibdó. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020)

Esto demuestra la gran problemática económica por la cual se está atravesando en la ciudad y por ende que se debe plantear estrategias tanto a corto, como mediano y largo plazo para poder colaborar a subsanar estas crisis; uno de los principales factores que ocasiona esta crisis económica, es que las personas

no conocen o conocen muy poco de finanzas personales, no saben que es ahorrar, no saben que es gastar moderadamente, no saben que es emprender, nunca les enseñaron como crear una empresa para no ser empleados si no empleadores, menos les enseñaron el manejo adecuado del dinero, entre otros factores. Esto se ve más reflejado en los estratos sociales bajos de la ciudad, es por este motivo que los docentes de la corporación universitaria Minuto de Dios y apoyados por la misma, se plantean la idea de hacer algo por el municipio referente a esta problemática económica y social por la falta de educación financiera; y la visión es a mediano y largo plazo, por ende se quiere educar desde temprana edad a los niños y niñas del municipio de Ibagué en finanzas básicas, para que desde pequeños puedan comprender lo importante que es el uso adecuado del dinero en una familia, en una sociedad; y sepan lo valioso que puede llegar a ser un emprendedor para una comunidad.

Población estudiantil de la comuna 6 de Ibagué

Dado al tamaño de la población estudiantil de la ciudad de Ibagué, al ser esta una ciudad capital que alberga más de 50 mil niños y niñas en sus instituciones educativas es necesario hacer una prueba piloto que permita a los ejecutores del proyecto implementar las acciones de educación financiera a mayor escala.

En este sentido, Ibagué se encuentra dividida en 13 comunas, se ha determinado la zona de intervención inicial en la comuna 6 por sus evidentes problemas socioeconómicos, zonas marginales y alto nivel de desempleo y empleo no formal. Dicha comuna se localiza en la zona nororiental de la ciudad y limita al norte con los cerros de Ibagué, al sur con el río Chípalo y la comuna cinco, al este con la comuna siete y al oeste con la comuna cuatro. Según datos de planificación municipal, comprende 64 barrios. Según registros de "Ibagué en cifras para el año 2008-2009", los estratos socioeconómicos se distribuyen de la siguiente manera en esta comuna: el 32.6% de los barrios son estratos uno y dos, el 33.7% son estrato tres, el 13% son estrato 4, el 16.3% son estrato 5 y el 4.3% son estrato 6. Esta distribución es resultado del desarrollo de infraestructura residencial y comercial.

En la comuna 6, de acuerdo con información de la Alcaldía de Ibagué (2012), existen 14 sedes, las que a su vez dependen de 4 instituciones educativas, lo que hace que la prueba piloto se pueda adelantar de manera más rápida y con menos

dificultades ya que la gestión previa a la ejecución del proyecto tendrá menos resistencia por parte de la comunidad docente lo que facilitará su buena y correcta ejecución. A su vez, y por ser tan amplia la comunidad educativa de la zona es necesario que la intervención inicial como prueba piloto se de en una institución educativa con sus respectivas sedes lo que permitirá realizar la intervención piloto de manera más eficiente.

Prueba piloto

Debido al considerable número de estudiantes en la ciudad de Ibagué, que supera los 50 mil niños en sus escuelas, es esencial llevar a cabo una prueba inicial en una escala más reducida para permitir a los encargados del proyecto implementar las acciones de manera efectiva.

En este contexto, se ha identificado la comuna 6 de Ibagué, ubicada en la zona nororiental de la ciudad. Esta comuna limita al norte con los cerros tutelares de Ibagué, al sur con el río Chípalo y la comuna cinco, al este con la comuna siete y al oeste con la comuna cuatro. Según datos de la planificación municipal, la comuna 6 está compuesta por 64 barrios. De acuerdo con las estadísticas recopiladas en "Ibagué en cifras para el año 2008-2009", el 32.6% de los barrios en esta comuna pertenecen a los estratos uno y dos, el 33.7% al estrato tres, el 13% al estrato 4, el 16.3% al estrato 5 y el 4.3% al estrato 6. Esta distribución se debe al desarrollo de infraestructura comercial y de viviendas.

En la comuna 6, de acuerdo con información de la Alcaldía de Ibagué (2012), existen 14 sedes, las que a su vez dependen de 4 instituciones educativas, lo que hace que la prueba piloto se pueda adelantar de manera más rápida y con menos dificultades ya que la gestión previa a la ejecución del proyecto tendrá menos resistencia por parte de la comunidad docente lo que facilitará su buena y correcta ejecución. A su vez, y por ser tan amplia la comunidad educativa de la zona es necesario que la intervención inicial como prueba piloto se de en una institución educativa con sus respectivas sedes lo que permitirá realizar la intervención piloto de manera más eficiente.

Figura 1

Mapa de Comunas Ibagué



Nota: Plan de Desarrollo Socioeconómico y Territorial: Comuna 6 - 2012 - 2015

Duración de ejecución del proyecto

Se tiene programado que el periodo de ejecución del proyecto para la prueba piloto que es en la comuna seis de la ciudad sea de 4 meses; posteriormente para llegar a toda la población estudiantil de básica primaria de Ibagué, se proyecta que sea de tres años dada la gran población a la que se quiere llegar.

Beneficiarios

Las cifras que maneja la Administración Municipal de Ibagué relacionadas con la educación en la ciudad permiten determinar que no toda la población se encuentre totalmente cubierta por el sistema educativo. Sin embargo, atendiendo a las características del proyecto a ejecutar es necesario que se tome en cuenta únicamente la población escolarizada tanto de la zona rural como de la zona urbana del municipio.

Se tiene entonces que la matrícula (Número de niños matriculados) en primaria en la ciudad de Ibagué obedece a la siguiente tabla:

Tabla 5*Matrícula nivel primaria según zona rural y urbana en Ibagué*

Tipo de matrícula	2018			
	Masculino	Femenino	Total	
Matrícula en educación primaria en zona urbana	20.966	19.332	40.298	SIMAT - Sistema Integrado de Matrícula
Matrícula en educación primaria en zona rural	1.717	1.477	3.194	SIMAT - Sistema Integrado de Matrícula
Total Matrícula zona urbana + zona rural			43.492	

Nota: Tomado de Centro de información municipal para la planeación participativa (CIMPP, 2019)

Tabla 6*Matrícula nivel primaria según sector oficial y no oficial en Ibagué*

Matrícula en educación primaria en sector oficial	16.120	15.525	31.645	SIMAT - Sistema Integrado de Matrícula
Matrícula en educación primaria en sector no oficial	6.563	5.284	11.847	SIMAT - Sistema Integrado de Matrícula
Total Matrícula sector Oficial + No oficial			43.492	

Nota: Tomado de Centro de información municipal para la planeación participativa (CIMPP, 2019)

Tanto en la tabla 5 y 6, se incluyen en este número todos los estudiantes de las instituciones educativas tanto públicas como privadas sin diferencia alguna de estratos socioeconómicos y de distinción alguna de raza o de religión, por cuanto se pretende llegar a todas las instituciones educativas de la ciudad por medio de

la aplicación de la cátedra de emprendimiento – educación financiera para niños.

Sin embargo, como ya se mencionó anteriormente, dentro de la ejecución del presente proyecto se adelantará una prueba piloto que pretende llevar a una menor escala la intervención que se realizará en el sector educativo de la ciudad. De este modo el listado de las instituciones educativas que se encuentran ubicadas en la comuna 6 de la ciudad son las que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 7

Instituciones educativas con sus sedes comuna 6

INSTITUCIONES EDUCATIVAS COMUNA 6	
COMUNA 6	IE INSTITUCIÓN EDUCATIVA LUIS CARLOS GALAN SERMIENTO
	1 LUIS CARLOS GALAN SARMIENTO
	2 ANDRES LOPEZ DE GALARZA
	3 BELLAVISTA
	4 SAN ANTONIO
	5 LAS DELICIAS
	6 CASA DE BANCO
7 SANTIAGO VILA ESCOBAR	
COMUNA 6	IE INSTITUCION EDUCATIVA ISMAEL SANTOFIMIO TRUJILLO
1	SANTIAGO VILA ESCOBAR
COMUNA 6	IE INSTITUCION EDUCATIVA CIUDAD ARKALA
1	CIUDAD ARKALA
COMUNA 6	IE INSTITUCION EDUCATIVA ISMAEL SANTOFIMIO TRUJILLO
	1 ISMAEL SANTOFIMIO TRUJILLO
	2 LA PEDREGOSA
	3 SAN VICENTE DE PAUL
4	RODRIGO LARA BONILLA

Nota: Tomado de Centro de información municipal para la planeación participativa (CIMPP, 2016)

En la comuna 6, de acuerdo con información de la Alcaldía de Ibagué (2012), existen 14 sedes, las que a su vez dependen de 4 instituciones educativas, lo que hace que la prueba piloto se pueda adelantar de manera más rápida y con menos dificultades ya que la gestión previa a la ejecución del proyecto tendrá menos

resistencia por parte de la comunidad docente lo que facilitará su buena y correcta ejecución.

A su vez, y por ser tan amplia la comunidad educativa de la zona es necesario que la intervención inicial se de en una institución educativa con sus respectivas sedes lo que permite realizar la intervención piloto de manera más eficiente. Por consiguiente, se ha determinado que la institución educativa Luis Carlos Galán Sarmiento, con sus 7 sedes será la primera en intervenir. La misma cuenta con una comunidad estudiantil de 954 niños y niñas distribuidos en todos los grados de educación básica primaria, media y secundaria; posteriormente se llega a implementar en las otras instituciones educativas de la comuna seis para terminar la prueba piloto, para llegar a capacitar a aproximadamente 7000 niños de la región.

Plan de implementación

Dentro del plan de implementación del proyecto, el director que aplica como metodología de gestión el *PMBOK®* 6th Edición, tiene que ordenar sus procesos desde la planificación, ejecución, monitoreo, control y cierre del proyecto para lo cual es necesario propiciar la integración de todos los procesos y actividades, pero sobre todo facilitar la interacción con los involucrados del proyecto. Por consiguiente, dentro de la metodología según el Project Management Institute (2017) existen 10 áreas del conocimiento y cinco grupos de procesos que contienen las buenas prácticas que todo proyecto desde esta metodología debe tener. (Ver Tabla 3.5)

Tabla 8

Área de conocimientos según el PMBOK® 6ta edición

Área de conocimiento	Descripción literal
Gestión de la Integración del Proyecto	Incluye los procesos y actividades necesarios para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los diversos procesos y actividades de dirección del proyecto dentro de los grupos de procesos de la dirección de proyectos. La gestión de la integración del proyecto implica tomar decisiones en cuanto a la asignación de recursos, equilibrar objetivos y alternativas contrapuestas y manejar las interdependencias entre las áreas de conocimiento de la dirección de proyectos
Gestión del Alcance del Proyecto	Incluye los procesos necesarios para garantizar que el proyecto contenga únicamente todo el trabajo requerido para completar el proyecto con éxito. Gestionar el alcance del proyecto se enfoca primordialmente en definir y controlar qué se incluye y qué no se incluye en el proyecto.
Gestión de los Costos del Proyecto	Incluye los procesos requeridos para gestionar la terminación en plazo del proyecto

Área de conocimiento	Descripción literal
Gestión de los Costos del Proyecto	Incluye los procesos relacionados con planificar, estimar, presupuestar, financiar, obtener financiamiento, gestionar y controlar los costos de modo que se complete el proyecto dentro del presupuesto aprobado.
Gestión de la Calidad del Proyecto	Incluye los procesos y actividades de la organización ejecutora que establecen las políticas de calidad, los objetivos y las responsabilidades de calidad para que el proyecto satisfaga las necesidades para las que fue acometido. La gestión de la calidad del proyecto utiliza políticas y procedimientos para implementar el sistema de gestión de la calidad de la organización en el contexto del proyecto y en la forma que resulte adecuada, apoya las actividades de mejora continua del proceso, tal y como las lleva a cabo la organización ejecutora. La gestión de la calidad del proyecto trabaja para asegurar que se alcancen y se validen los requisitos del proyecto, incluidos los del producto.

Área de conocimiento	Descripción literal
Gestión de los Recursos Humanos del Proyecto	<p>Incluye los procesos que organizan, gestionan y conducen al equipo del proyecto. El equipo del proyecto está compuesto por las personas a las que se han asignado roles y responsabilidades para completar el proyecto. Los miembros del equipo del proyecto pueden tener diferentes conjuntos de habilidades, pueden estar asignados a tiempo completo o a tiempo parcial y se pueden incorporar o retirar del equipo conforme avanza el proyecto</p>
Gestión de las Comunicaciones del Proyecto	<p>Incluye los procesos requeridos para asegurar que la planificación, recopilación, creación, distribución, almacenamiento, recuperación, gestión, control, monitoreo y disposición final de la información del proyecto sean oportunos y adecuados. Una comunicación eficaz crea un puente entre diferentes interesados que pueden tener diferentes antecedentes culturales y organizacionales, diferentes niveles de experiencia, y diferentes perspectivas e intereses, lo cual impacta o influye en la ejecución o resultado del proyecto.</p>
Gestión de los Riesgos del Proyecto	<p>Incluye los procesos para llevar a cabo la planificación de la gestión de riesgos, así como la identificación, análisis, planificación de respuesta y control de los riesgos de un proyecto. Los objetivos de la gestión de los riesgos del proyecto consisten en aumentar la probabilidad y el impacto de los eventos positivos y disminuir la probabilidad y el impacto de los eventos negativos en el proyecto</p>

Área de conocimiento	Descripción literal
Gestión de las Adquisiciones del Proyecto	Incluye los procesos necesarios para comprar o adquirir productos, servicios o resultados que es preciso obtener fuera del equipo del proyecto. La gestión de las adquisiciones del proyecto incluye los procesos de gestión del contrato y de control de cambios requeridos para desarrollar y administrar contratos u órdenes de compra emitidos por miembros autorizados del equipo del proyecto.
Gestión de los Interesados del Proyecto	Incluye los procesos necesarios para identificar a las personas, grupos u organizaciones que pueden afectar o ser afectados por el proyecto, para analizar las expectativas de los interesados y su impacto en el proyecto y para desarrollar estrategias de gestión adecuadas a fin de lograr la participación eficaz de los interesados en las decisiones y en la ejecución del proyecto. La satisfacción de los interesados debe gestionarse como uno de los objetivos clave del proyecto

Nota: Elaborado a partir de la información en Fernández-Parra et al. (2015)

RESULTADOS

Con el objetivo de conocer la problemática existente actualmente y los beneficios que puede traer la realización de un plan para la implementación de un proyecto de educación financiera para niños en Ibagué, se recolectó información a través de tres herramientas metodológicas:

- Encuesta
- Focus group
- Revisión bibliográfica

En el caso de las encuestas fueron aplicadas a funcionarios de la corporación universitaria Minuto de Dios en la ciudad de Ibagué, profesores, administrativos y estudiantes de las áreas de finanzas y administración de empresas, al igual que a padres de familia y docentes que tienen alumnos o hijos menores en los colegios de la comuna 6 de Ibagué.

El focus group se realizó con docentes de Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO, 2017) Ibagué que cuentan con amplia trayectoria en el desarrollo de proyectos y prácticas profesionales, y dentro de su currículo profesional presentan un nivel de formación con estudios de posgrado.

La revisión bibliográfica se basó en información extraída de literatura desarrollada en el tema de educación financiera en los últimos 5 años a nivel local y regional; estas fuentes fueron consultadas en diferentes bases de datos científicas e institucionales; con esta información se realizó un análisis de la problemática presentada para el desarrollo del plan de implementación del proyecto de educación financiera para niños en Ibagué.

Encuestas

Para el desarrollo de las encuestas se decidió que los participantes fuesen los docentes de las áreas de Administración y Finanzas representando a la UNIMINUTO y los padres de familia, en el caso de los niños beneficiarios. Para lo cual se aplicó el muestreo probabilístico solo para el caso de los docentes cuyo universo ascienden a 30 personas. Con un 95% de confianza, y un estimado de error del 5%, la muestra determinada fue un total de 26 personas.

Para lograr la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z= Nivel de confianza 1.96 (95%)

N= Población (En el caso de los padres de familia asciende a 30 personas)

p=probabilidad a favor (0,5)

q=probabilidad en contra (0,5)

e= estimación de error (0,05)

n= tamaño de la muestra 26 personas

En torno a los padres de familia se trabajó con un muestreo no probabilístico no intencional, debido a las restricciones de emergencia por la pandemia COVID 19 según Decreto Supremo 990 de 2020 [el Presidente de la República de Colombia].

Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19, y el mantenimiento del orden público. 9 de julio de 2020. La muestra contó con 79 padres de familia.

Por otro lado, la encuesta estuvo constituida de 11 preguntas cerradas las cuales fueron las siguientes:

Pregunta 1 Nivel de Escolaridad

Pregunta 2 Ciudad de domicilio

Pregunta 3 Comuna de domicilio

Pregunta 4 ¿Ha escuchado alguna vez de capacitación en finanzas básicas para niñas y niños?

Pregunta 5 ¿Cree que es importante capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas en Ibagué?

Pregunta 6 ¿Puede influir positivamente en la formación de las personas en su vida profesional y personal, la educación financiera desde niños?

Pregunta 7 ¿Qué impacto social se puede generar en una comunidad, que se empiecen a capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas?

Pregunta 8 ¿Qué impacto positivo social puede generar para la

corporación universitaria minuto de Dios – UNIMINUTO, empezar a capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas en la ciudad de Ibagué?

Pregunta 9 ¿Cree que las personas adultas que se les dificulta manejar sus finanzas personales podrían haber mejorado su calidad de vida y la de su familia si hubiesen recibido unas bases de finanzas desde niños?

Pregunta 10 ¿Es usted funcionario de UNIMINUTO? (Solo en caso de los docentes o funcionarios de la universidad)

Pregunta 11 ¿Por qué considera usted que no se ha desarrollado un proyecto de educación financiera para niñas y niños en UNIMINUTO? (Solo en caso de los docentes o funcionarios de la universidad)

Focus group con Docentes de UNIMINUTO

El focus group se realizó con cuatro docentes de los programas de ciencias empresariales de UNIMINUTO, los cuales fueron seleccionados por el Director Académico como encargados del área de Proyectos de la universidad. Cada uno de ellos comparte sus tiempos de docencia con las funciones esta área. Según los tiempos de los docentes se dieron dos reuniones en la que participaron dos docentes en la primera y dos, en la segunda. Se les plantearon algunas preguntas temáticas y fueron las siguientes:

Pregunta 1 ¿Qué importancia tiene la educación financiera para niños?

Pregunta 2 ¿Qué beneficios podrían tener el desarrollo de un programa de educación financiera para niños?

Pregunta 3 ¿Qué problemas encontramos en los currículos sobre educación financiera básica?

Pregunta 4 ¿Cuáles podrían ser los problemas para desarrollar un proyecto de educación financiera para niños en Ibagué?

Pregunta 5 ¿Qué problemas encontramos actualmente en UNIMINUTO para desarrollar proyectos de forma general?

Pregunta 6 ¿Qué problemas encontramos específicamente para desarrollar el proyecto de enseñanza en finanzas básicas en UNIMINUTO?

Pregunta 7 ¿Qué consecuencias podríamos tener al no desarrollar este proyecto de enseñanza de finanzas básicas para niños?

Revisión bibliográfica

Se realizó una revisión bibliográfica sobre la literatura científica de los últimos cinco años (2014 - 2019), sobre el tema de educación financiera y específicamente en la población infantil, en Colombia y en Latinoamérica. Se verificaron bases de datos de universidades para lograr identificar diferentes estudios desarrollados en el tema de educación financiera. Además, se registraron investigaciones relacionadas a la gestión de proyectos sociales orientados por PMI, los cuales permitieron conocer los avances y desafíos para la aplicación de esta herramienta en los temas sociales.

Presentación de los resultados del diagnóstico

Con la aplicación de diferentes herramientas metodológicas, se logró obtener información de diferentes áreas y niveles para realizar el plan de implementación del proyecto, a continuación, se presentan los resultados más relevantes que se obtuvieron en: la aplicación de encuestas, la realización del focus group y la revisión bibliográfica y de datos.

Principales resultados de las encuestas

- a. Nivel de escolaridad
- b. Según la información arrojada, el nivel de escolaridad se divide así: 45.7% corresponde a pregrado, el 34.3% a postgrado, el 19% a secundaria y el 1% a primaria.
- c. Ciudad y comuna de domicilio

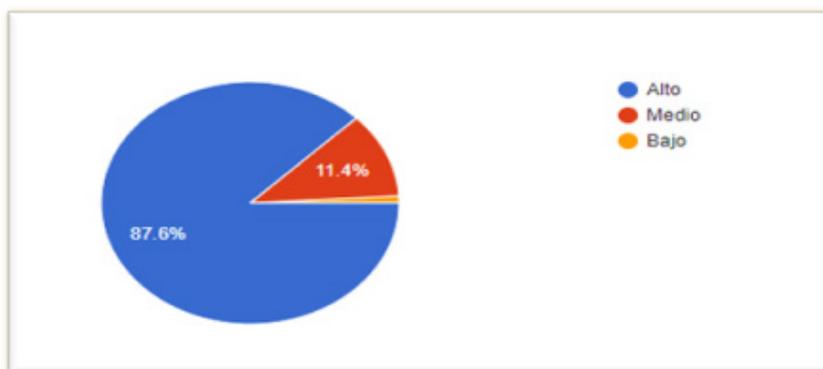
Según la información recolectada el 100% de los encuestados son domiciliados en Ibagué y el 36% de los encuestados se ubican en la comuna número 6, sin embargo que otros porcentajes importantes muestran que están ubicados en comunas aledañas a esta como el caso de la comuna número 4 con el 10.5% y la comuna número 8 con el 12.4%, el resto se distribuyen en porcentajes menores, es de aclarar que en este punto se tuvo especial cuidado que todos los encuestados fueran interesados de la comunidad académica de los colegios y escuelas de la comuna focalizada.

- a. ¿Ha escuchado alguna vez de capacitación en finanzas básicas para niñas y niños?
- b. El 70.5% de los encuestados respondió no haber escuchado laguna vez el tema de educación financiera para niñas y niños, el 29.5% respondió que había visto alguna vez el tema
- c. ¿Cree que es importante capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas en Ibagué?
- d. El 98.1% de las personas encuestadas, creen que es importante realizar capacitación en finanzas de la población infantil, el otro 1.9% considera que no es relevante.
- e. ¿Puede influir positivamente en la formación de las personas en su vida profesional y personal, la educación financiera desde niños?
- f. El 99% de las personas encuestadas considera que la educación financiera en población infantil puede impactar de forma positiva en su vida profesional y personal.
- g. ¿Qué impacto social se puede generar en una comunidad, que se empiecen a capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas?

Al preguntar el nivel del impacto desde el punto de vista social, de la educación financiera en la población infantil, el 87.6% de los encuestados considera que podría tener un impacto positivo alto, el 11.4% considera un impacto medio y el 1% considera un impacto bajo en el desarrollo social, como se muestra en Figura 2.

Figura 2

Impacto de la educación financiera en niños



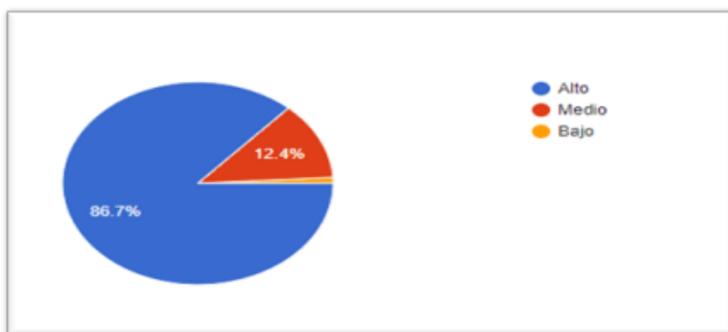
Nota: Elaboración propia

- a. ¿Qué impacto positivo social puede generar para UNIMINUTO, empezar a capacitar a las niñas y niños en finanzas básicas en la ciudad de Ibagué?

El 86.7% de los encuestados respondió que UNIMINUTO podría generar un alto impacto social positivo al desarrollar el proyecto de educación financiera infantil, el 12,4% considera que el impacto generado podría ser de nivel medio y el 1% considera que se generaría un bajo impacto como se aprecia en la Figura 3.

Figura 3

Impacto de la educación financiera en niños implementado por UNIMINUTO



Nota: Elaboración propia

- a. ¿Cree que las personas adultas que se les dificulta manejar sus finanzas personales podrían haber mejorado su calidad de vida y la de su familia si hubiesen recibido unas bases de finanzas desde niños?

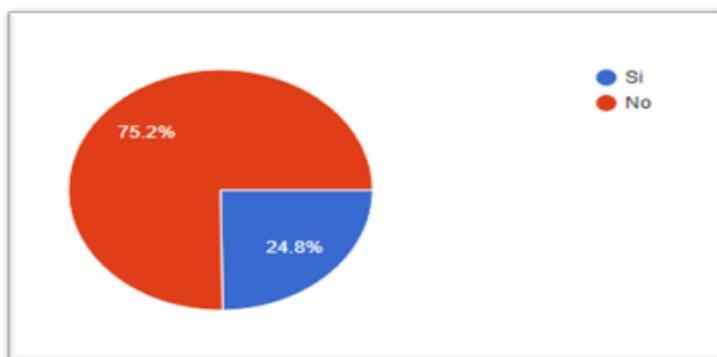
El 99% de los encuestados considera que a las personas adultas se les dificulta el manejo de las finanzas personales y que el haber recibido educación financiera pudo haber mejorado la calidad de vida.

- a. ¿Es usted funcionario de UNIMINUTO?

El 24.8% de los encuestados son funcionarios de UNIMINUTO, el 75.2% de los encuestados no corresponden a funcionarios de UNIMINUTO, sin embargo, son personas referenciadas como grupo de interés del proyecto como se muestra en la Figura 4.

Figura 4

Porcentaje de funcionarios de UNIMINUTO



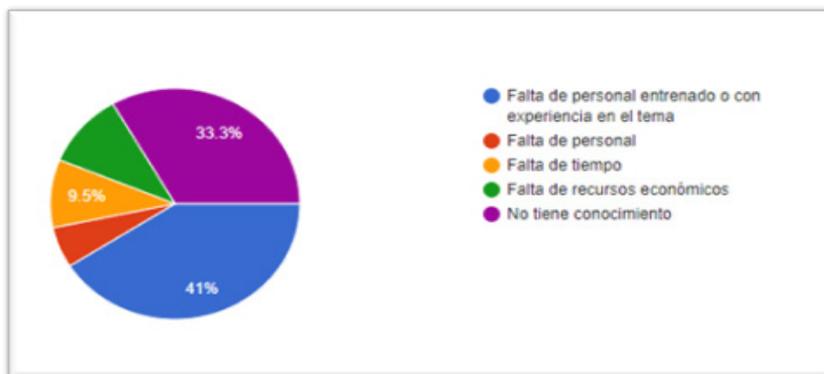
Nota: Elaboración propia

- a. ¿Por qué considera usted que no se ha desarrollado un proyecto de educación financiera para niñas y niños en UNIMINUTO?

El 43% de los encuestados considera que el proyecto de educación financiera infantil no se ha desarrollado en UNIMINUTO por falta de personal entrenado o con experiencia en el tema, el 33 % de las personas no saben por qué aún no se implemente el proyecto, el 10.5% considera que es por falta de recursos económicos, el 9.5% considera que es por falta de tiempo y el 5.7% considera que la razón de no implementar el proyecto es la falta de personal. Al hacer el análisis de únicamente los funcionarios de UNIMINUTO que corresponden a 16 personas, el 53.8% considera que la razón de no haber iniciado el proyecto es la falta de personal entrenado o con experiencia y el 15.3% indica que la razón es falta de tiempo, el 23% de los funcionarios de UNIMINUTO encuestados, no tiene conocimiento del motivo de no haber iniciado el proyecto de educación financiera infantil como se aprecia Figura 5.

Figura 5

Razones por las que no se implementan proyectos de educación financiera en la UNIMINUTO



Nota: Elaboración propia

Principales resultados del focus group

A continuación, se describen los resultados obtenidos a partir del desarrollo del grupo focal con docentes de UNIMINUTO en cada uno de los criterios preguntados:

a. ¿Qué importancia tiene la educación financiera para niños?

Dentro de los docentes participantes del grupo focal coincidieron que la educación financiera es de relevante importancia en el desarrollo del pensamiento crítico para el estudiante, y que podría tener un gran valor el hecho de poderlo iniciar en etapas tempranas, dado que la mayoría de los participantes del grupo focal, coincidieron en que no tuvieron formación financiera sino hasta la época universitaria, por tanto podría ser un factor de desarrollo de pensamiento crítico ante las decisiones de la vida, puesto que muchas tienen relación directa con el manejo financiero. En este sentido convergen varias opiniones en indicar que esta debe ser una iniciativa que debe ampliarse no solo en Ibagué, sino en todo el departamento del Tolima. Puesto que consideran que debería ser una habilidad básica para poder participar de manera activa y exitosa en la sociedad contemporánea.

Otro punto que destacan como de importancia, es poder fomentar el

desarrollo económico, la disciplina del ahorro y la inversión desde etapas tempranas con lo cual, contribuye a ideas de emprendimiento, impactando de manera positiva en el desarrollo social y económico de los grupos familiares y por consiguiente el de las comunidades a las cuales pertenecen.

- a. ¿Qué beneficios podrían tener el desarrollo de un programa de educación financiera para niños?

Dentro de los docentes participantes del grupo coincidieron con varios temas que podrían ser beneficios de contar con plan para implementación y la posterior materialización del proyecto de educación financiera, dentro de los cuales, se encuentran, crea habilidades básicas para la toma de decisiones en un mundo cambiante pero que se mueve en la economía capitalista que impacta muchos aspectos, realizar una planificación concreta basado en presupuestos sencillos permitirá configurar un futuro con cumplimiento de metas reales, facilita el desarrollo económico de familias y grupos sociales.

Dentro de las intervenciones llama la atención el acuerdo de los docentes participantes, en que el desarrollo de conocimientos y habilidades en la infancia permite el cumplimiento de metas, políticas económicas y sociales por parte del estado. Participación de instituciones públicas y privadas, de diferentes sectores, no solamente el sector educativo sino varios, dado que estas habilidades permitirán aportar de manera integral en muchas aristas de la sociedad.

- a. ¿Qué problemas encontramos en los currículos sobre educación financiera básica?

Los docentes participantes coinciden que estas habilidades específicas se tratan de manera general en cursos como matemáticas y contabilidad, pero no desarrolla habilidades expresas, específicas aplicables a la vida cotidiana, convergen que actualmente el estado ha venido implementando políticas para incluir este tipo de formación en los currículos, pero hace falta una ampliación en muchos municipios y territorios, dada la importancia y el impacto positivo que podría tener al ser desarrollado de forma regular y eficiente. Es necesario incluir esta formación financiera en el modelo educativo escolar y secundaria.

- a. ¿Cuáles podrían ser los problemas para desarrollar un proyecto de educación financiera para niños en Ibagué?

En las intervenciones de los Docentes participantes se pudo identificar que existen diferentes barreras actualmente en este sentido, tales como: La falta de presupuestos asignados para el desarrollo del tema, los currículos no incluyen esta iniciativa de formación, también coinciden que la falta de personal entrenado en finanzas en los colegios podrían significar una barrera importante, adicionalmente convergen en que existe una clara falta de políticas claras a nivel institucional y del estado para el desarrollo de estas iniciativas específicas en el tema de finanzas, pero también se presenta como una oportunidad de innovación social en las diferentes líneas de los planes de desarrollo de cada institución a nivel de Ibagué, modelo que podría ser replicable a lo largo del departamento del Tolima.

- a. ¿Qué problemas encontramos actualmente en UNIMINUTO para desarrollar proyectos de forma general?

Cada una de las intervenciones convergen en que existe más que una problemática, una gran fortaleza para el desarrollo de diferentes iniciativas en materias de proyectos sociales, académicos y económicos, dado que existen profesores con formación y experiencia que podrían liderar estos procesos, sin embargo establecen unas barreras que se tendrían que superar como el hecho que los docentes son suspendidos cada periodo intersemestral impidiendo la continuidad de los procesos, se requiere dar continuidad a la carrera docente o por lo menos dar viabilidad a la ejecución de proyectos de mediano y largo plazo, por otra parte ampliar la formación en materia de proyectos a los demás docentes de la universidad, para así ampliar la bases de posibilidades de emprendimiento de iniciativas en cada programa académico, cumpliendo con la rigurosidad técnica. Por otra parte, consideran que el plan de desarrollo de la universidad en cada una de sus líneas posibilita las iniciativas de proyectos de diferente índole, pero se requiere más personal entrenado en proyectos y en PMI.

- a. ¿Qué problemas encontramos específicamente para desarrollar el proyecto de enseñanza en finanzas básicas en UNIMINUTO?

Unido a los planteamientos anteriores los docentes del grupo focal, fue

recurrente encontrar que de las dificultades más importantes se destaca la falta de personal entrenado y con experiencia en la planeación de proyectos, adicionalmente en el tema de finanzas básicas, porque si bien es cierto que dentro de la línea social y de extensión de UNIMINUTO se podría desarrollar el proyecto y como se planteó a lo largo del desarrollo del grupo focal, es total relevancia la implementación, no existe una iniciativa clara y metodológicamente diseñada actualmente.

Convergen opiniones en materia de la falta de disponibilidad de tiempo para el desarrollo de proyectos, dado que el volumen de trabajo en la labor docente impide el desarrollo de esta iniciativa. También se destaca el hecho que los recursos económicos para proyectos están centralizados y son escasos, pero que con una adecuada planeación y estricta metodología podrían gestionarse en el nivel regional y nacional.

- a. ¿Qué consecuencias podríamos tener al no desarrollar este proyecto de enseñanza de finanzas básicas para niños en UNIMINUTO?

El grupo de docentes participantes coinciden en que se podría una gran oportunidad de impactar de manera positiva la comuna focalizada, que en este sentido podría ser la comuna 6 y por consiguiente todo el municipio de Ibagué, significa una gran oportunidad para la universidad en muchos aspectos, dado que existen amplia gama de posibilidades que podrán darse a la luz del desarrollo exitoso del proyecto, como son ampliar el nicho de mercado para jalonar posibles estudiantes para que ingresen en los diferentes programas *académicos* ofertados, se podría perder la posibilidad de jalonar recursos económicos de organismos gubernamentales para ampliar la ejecución de proyectos a toda la ciudad y el departamento. Por otra parte, fue común encontrar que los docentes manifestaban que de no desarrollar el proyecto se perdería una oportunidad en innovación social y mejoramiento de la imagen corporativa y lo más importante, se podría retrasar el mejoramiento de la calidad de vida de muchas familias y comunidades académicas que podrían beneficiarse del desarrollo de esta iniciativa.

Resultados de la revisión bibliográfica

A partir de la revisión bibliográfica se pudo encontrar sendos trabajos relacionados con la educación financiera en niños, a través del cual se conoció el método, las guías pedagógicas, los temas, los recursos utilizados, entre otros

factores importantes para la formación a los niños; muchos de estos trabajos tienen una autoría a nivel gubernamental y otras a nivel de organizaciones sin fines de lucro. Ninguna de estas propuestas estuvo enfocada dentro de la metodología PMI. (Ver Tabla 9.)

Tabla 9

Principales investigaciones relacionadas en la educación financiera en niños

Año	Libro	Descripción
2013	Mi dinero y yo	Este trabajo fue realizado por el Instituto de Ahorro y Pensiones, un grupo de seguros en España. Este trabajo nació con el objetivo de mejorar la cultura financiera de los ciudadanos, poniendo herramientas y conocimientos para mejorar la toma de decisiones financieras.
2016	Barreto García & Lasso Silva (2016): Construyendo mi economía y finanzas para un mundo mejor"	Como parte de su maestría estos autores se enfocaron en la educación secundaria y desarrollaron este trabajo en Instituciones de Educación Distrital en la ciudad de Bogotá. Este trabajo se desarrolló con la metodología de investigación acción, en la cual se desarrollaron actividades entre ellas: juegos, talleres lúdicos y las salidas pedagógicas como actividades de formación en educación económica y financiera dirigida

Año	Libro	Descripción
2016	Guía de actividades para educación financiera	La Comisión Episcopal de Educación (CEE, 2016) enfoca este trabajo hacia la familia, pero pone en especial énfasis en los niños y niñas. Se trata de formar cultura de ahorro, de buen manejo de dinero, y para eso los niños son la mejor etapa para poder desarrollar habilidades. La metodología es desarrollada a partir de talleres y se desarrolla una técnica participativa.
2019	Guía de educación financiera escolar	Orozco Molina & Cano Salazar (2019) ofrecen un manual de formación de la educación financiera. Ellos proponen lo lúdico y lo participativo para poder lograr una mejor concientización en este aspecto. Se trata temas del ahorro, de la inversión, de la distribución y del gasto del dinero, todas en formas de talleres.
2019	Manual del Alumno Educación Financiera.	El Gobierno argentino como parte de su situación económica desarrolla también un proceso formativo para poder lograr una mayor concientización de los estudiantes respecto al tema del ahorro y el gasto. Es importante este trabajo, porque el gobierno argentino comprende que el proceso se desarrolla desde las bases educativas y por eso su propuesta está focalizada en la gran masa estudiantil que necesita procesos formativos significativos para lograr este objetivo.

Nota: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

La educación financiera para niños busca inspirar a nuestras mujeres y hombres del mañana a ser ciudadanos social y económicamente habilitados y empoderados, dotándoles de los saberes, aptitudes y habilidades necesarias para convertirse en agentes de cambio y transformación social, aportándoles conocimientos básicos en finanzas que les permitan mejorar su calidad de vida y la de su familia en un futuro. El ideal de la educación financiera para niños es proporcionarles una experiencia de aprendizaje significativo que abarque los conocimientos y aptitudes que se obtienen tanto dentro como fuera del aula y que puedan empezar a aplicar desde muy temprana edad en sus propios hogares.

Una implementación exitosa de un programa de educación financiera puede fortalecer las habilidades de los niños al incrementar su comprensión de sus obligaciones y derechos financieros, mejorar su conocimiento en asuntos de dinero y fomentar su espíritu emprendedor. Esto les prepara para aprovechar la inclusión financiera oficial y las oportunidades económicas, lo que en última instancia aumenta sus perspectivas de obtener medios sostenibles para su subsistencia y superar la pobreza (Fragozo Manjarrez, 2021).

Los niños serán en poco tiempo jóvenes usuarios de servicios financieros; un rol que pueden asumir con mayor responsabilidad y confianza a través de la adquisición de conocimientos financieros. Los consumidores financieros deben hacer frente a un exigente entorno financiero que, desde temprana edad, les demanda decisiones importantes. Cometer errores en esta etapa de la vida tales como créditos estudiantiles con condiciones poco favorables o tarjetas de crédito usadas más para los "antojos" que para las urgencias, obstaculizan la capacidad de los jóvenes para emprender proyectos o ahorrar, aplazando así la prosperidad financiera.

El enseñar a los niños sobre emprendimiento y educación financiera desde edad temprana, los ayuda a fortalecer su espíritu de investigación, a tener una actitud proactiva en su entorno y a desarrollar capacidades y valores prácticos que aumentan su autoestima y el respeto hacia los demás, además de mejorar en un futuro la correcta administración de sus finanzas y la de su entorno; mejorando así su calidad de vida y contribuyendo al crecimiento económico de la región.

En el análisis aplicado los resultados del diagnóstico, se logró comprender el contexto de la problemática y su estado actual dentro de UNIMINUTO, específicamente en el área de proyección social de la sede Ibagué, que es la encargada de realizar este tipo de proyectos sociales en UNIMINUTO. Dependencia donde se busca que el proyecto sea desarrollado con el fin de mejorar procesos de planificación y así materializar esta iniciativa que podría traer grandes beneficios para la universidad y la comunidad focalizada.

Respecto al proceso de planificación con la guía PMI para proyectos, se logró identificar que hace falta contar con personal capacitado y entrenado para realizar el plan de implementación del proyecto y con ello definir una herramienta concreta para la gestión de recursos y la ejecución de estos, ya sean físicos, humanos y financieros.

También se logró identificar que UNIMINUTO presenta dificultades por falta de tiempo de sus docentes y funcionarios, que se traduce en falta de personal disponible debido a que no hay una continuidad de los docentes en los periodos intersemestrales y que el tiempo dedicado a la docencia y cátedra ocupa la mayoría de las funciones.

Como resultado de la encuesta y el focus group, se pudo constatar que la percepción frente al proyecto es bastante positiva y podría generar un alto impacto social, evidenciado una gran oportunidad para UNIMINUTO sede Ibagué en materia social y comercial, siendo un modelo que podría ser replicable en otros puntos de la ciudad y del territorio nacional.

Portanto, se evidencia que es necesario contar con un equipo de profesionales entrenados y con el tiempo disponible para el desarrollo de la planeación, ejecución y evaluación del proyecto de educación financiera infantil. Trabajando bajo las líneas de desarrollo de proyección social de UNIMINUTO.

Los recursos económicos pueden ser una dificultad, que la adecuada gestión regional y nacional, presentado un propuesta coherente y bien sustentada podría ser aprobada para su ejecución.

Se conoció que la universidad dentro de sus líneas de acción en proyección

social busca implementar proyectos de esta naturaleza y adicionalmente abrir espacios de práctica profesional de varias carreras, lo cual significa otra razón para la viabilidad de la aprobación y apoyo de esta iniciativa. En este contexto se podrían beneficiar inicialmente estudiantes de finanzas y administración de empresas.

Se pudo constatar respecto a la revisión bibliográfica, que la metodología del Project Management Institute (PMI) es versátil y adaptable a las realidades sociales. Mayormente este conjunto de buenas prácticas está orientada a la ingeniería lo cual la ha hecho que sea muy recurrente en su uso, no obstante, para procesos de otra índole, como la salud, educación, medio ambiente.

Asimismo, la bibliografía muestra que se puede manejar el PMI con gran versatilidad de acuerdo con los grupos de conocimientos de los que adolece o necesita un proyecto. Es importante destacar que el PMI no es una doctrina, antes bien busca el fortalecimiento de la gestión de proyectos, por lo cual será de mucha utilidad para el presente trabajo con una orientación social.

En cuanto a la bibliografía de Educación financiera se concluye que la tendencia en este aspecto es a involucrar a la familia y a las necesidades locales. La familia porque es un resonador de los aprendizajes en el niño, la sostenibilidad de lo que es la educación financiera necesita de la familia para que el niño se apropie de los conocimientos; por otro lado, lo que se enseñe se debe focalizar en las necesidades locales. El caso del gobierno de Argentina es claro, que ante una situación nacional de deterioro económico es necesario prevenir y educar a la población acerca de cómo usar el dinero aún en escenarios donde no hay mucha bonanza.

Con lo anteriormente expuesto se demuestra que la realización de un plan para la implementación de un proyecto de educación financiera para niñas y niños podrían traer importantes beneficios a UNIMINUTO sede Ibagué y específicamente al área de proyección social y la facultad de finanzas de la Universidad.

REFERENCIAS

- Alcaldía de Ibagué (2012). Plan de desarrollo socioeconómico y territorial Comuna 6 2012 - 2015. <http://cimpp.ibague.gov.co/wp-content/uploads/2019/02/PLAN-DE-DESARROLLO-COMUNA-6-.pdf>
- Ander-Egg, E. y Aguilar-Idañez, M. J. (2012). *Cómo elaborar un proyecto: guía para diseñar proyectos sociales y culturales*. Editorial Lumen/ Hvmánitas. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Como-elaborar-un-proyecto-2005-Ed.18-Ander-Egg-Ezequiel-y-Aguilar-Id%C3%A1%C3%B1ez-MJ.pdf.pdf>
- Baca-Tavira, N. & Herrera-Tapia, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. *Convergencia*, 23(72), 69-87. https://www.researchgate.net/publication/321843126_Proyectos_sociales_Notas_sobre_su_diseno_y_gestion_en_territorios_rurales
- Barreto García, S. L. & Lasso Silva, E. R. (2016). *Educación económica y financiera para los niños del grado transición de la Institución Educativa Distrital Aca-cia II: Una propuesta pedagógica* [tesis de maestría, Universidad de la Gran Colombia]. https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/3911/Educaci%C3%B3n_%20econ%C3%B3mica_ni%C3%B1os_instituci%C3%B3n_educativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centro de información municipal para la planeación participativa CIMPP (2016). Anuario Estadístico Municipal Ibagué 2016 – 2017. <https://www.ibague.gov.co/portal/admin/archivos/publicaciones/2018/19792-DOC-20180220.pdf>
- Comisión Episcopal de Educación CEE (2016). Guía de actividades para educación financiera. Centros de Educación Técnica, Tecnológica y Productiva. <https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guianenegocios.pdf>
- Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO. (2017). Reseña histórica de UNIMINUTO. <https://www.uniminuto.edu/historia-uniminuto#:~:text=En%20la%20Corporaci%C3%B3n%20Universitaria%20Minuto,nuestro%20fundador%20desde%20mucho%20antes.>
- DANE (2020). Mercado laboral. www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/

- El Presidente de la República de Colombia. Decreto 990. 9 de julio de 2020 (Colombia). <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/A-traves-del-Decreto-990-Gobierno-establece-medidas-para-municipios-segun-su-nivel-de-afectacion-por-covid-19-200710.aspx>
- Fernández Quesada, I., & De La Fuente García, D. (2005). Aplicación de la técnica del focus group en la detección del focus group en la detección de áreas de investigación dentro del nuevo campo de la logística inversa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 11(3). <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120410007.pdf>
- Fernández-Parra, K., Garrido-Saroz, A., Ramírez-Martínez, Y. & Perdomo-Bello, I. (2015) PMBOK® y PRINCE 2 similitudes y diferencias. *Revista Científica*, 23(3), 111-123. https://www.researchgate.net/publication/311974182_PMBOK_y_PRINCE_2_similitudes_y_diferencias
- Fragozo Manjarrez, O. A. (2021). Informe de sostenibilidad Sistema UNIMINUTO 2019-2020. https://portalweb-uniminuto.s3.us-east-1.amazonaws.com/activos_digitales/DocInstitucionales/InfSostenibilidad/Informe_sostenibilidad_Sedes-2019-2020.pdf
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. M. (2013). La educación financiera en América Latina y el Caribe: Situación actual y perspectivas. *Revista Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva* (12). https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf
- Hamui-Sutton, A. & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica*, 2(5), 55-60. <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Ivankovich-Guillén, C. I., & Araya-Quesada, Y. (2011). Focus groups: técnica de investigación cualitativa en investigación de mercados. *Revista de Ciencias Económicas*, 29(1). <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7057>
- Meneses, J. (2016) El cuestionario. Universitat Oberta de Catalunya. <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/>
- Mori Sánchez, M. D. P. (2008). Una propuesta metodológica para la intervención comunitaria. *Liberabit*, 14(14), 81-90. <https://www.redalyc.org/pdf/686/68601409.pdf>

- Orozco Molina, F. E., & Cano Salazar, N. M. (2019). *Guía de educación financiera escolar* [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14598/FabianEsteban_Orozco_NataliaMaria_Cano_2019Guia%20financiera%20escolar.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Project Management Institute. (2017). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía del PMBOK®)*. 6ta edición. https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/pmbok-standards/pmbok-guide-6th-errata.pdf?sc_lang=temp=es-ES
- Roussos, A. J. (2011). Preparación de una revisión bibliográfica para su publicación cuando un solo artículo nos habla de muchos trabajos. <https://repositorio.ub.edu.ar/handle/123456789/2769>
- SERNAC (2014). *Programa Escolar de Educación Financiera*. Edición General Servicio Nacional del Consumidor. <https://educarse.cl/wp-content/uploads/2017/11/Programa-Educacio%CC%81n-Financiera-SERNAC.pdf>
- Serrano Gallardo, P., Bojo Canales, C., & Gómez Sánchez, A. F. (2016). La revisión bibliográfica: primera etapa en la actividad científica. *Metas enfermería*, 23-27. https://www.researchgate.net/publication/302026965_La_revision_bibliografica_primera_etapa_en_la_actividad_cientifica
- Toro Díaz, J. (2008). Formulación y evaluación de proyectos. *Revista "Contribuciones a la economía"*. <https://www.eumed.net/ce/2008b/jtd.htm>
- Valdés, M. (1999). Modelos de evaluación de proyectos sociales. https://www.mapunet.org/documentos/mapuches/modelos_evaluacion.pdf
- Vilanova, J. (2012). Revisión bibliográfica del tema de estudio de un proyecto de investigación. *Radiología*, 54(2), 108-114. https://www.researchgate.net/publication/251493809_Revision_bibliografica_del_tema_de_estudio_de_un_proyecto_de_investigacion

The background features a blue gradient with a white diagonal line. On the right side, there are white line-art illustrations of scientific instruments: a magnifying glass, a DNA double helix, a rack of test tubes, and a microscope. On the left side, there is a solid blue magnifying glass.

**LAS FINANZAS Y EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
EN LAS EMPRESAS DE
TAMAÑO MICRO**



MARTHA ISABEL VELANDIA DEL RÍO

**Magister en Administración de Empresas
Especialista en Finanzas Corporativas
Especialista en economía internacional y Docencia Universitaria
Docente Universitario**

E-Mail: mvelandiade@uniminuto.edu.co

WhatsApp: 3174977480

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7920-7124>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001438363

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

MAGNOLIA RODRÍGUEZ BETANCURT

**Especialista en Pedagogía
Administración Financiera
Docente Universitario**

E-Mail: magnolia.rodriguez@uniminuto.edu.co

WhatsApp: 3115409899

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0108-8959>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001994788

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Velandia del Río, M. I. y Rodríguez Betancurt, M. (2024). Las finanzas y el desarrollo sostenible en las empresas de tamaño micro en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 61-112). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

El propósito del estudio es plantear estrategias financieras y administrativas, que involucren el desarrollo sostenible y el crecimiento económico en las empresas de tamaño micro en Colombia, de tal modo que les permita desarrollarse y crecer de manera legal y exitosa.

Según el decreto 975 de 2019, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, desde las actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Las finanzas constituyen la base en el desarrollo misional de las organizaciones empresariales que participan en los negocios. Los establecimientos de tamaño micro, hacen parte de la economía de empresa y como tales, deben formalizarse para participar legalmente en los mercados; para hacerlo posible deben afrontar los retos de administración, gestión y operación; por tanto, se hace necesario hacerlo para organizarse y legalizarse, planear y manejar efectivamente las finanzas, de tal modo que les permita desarrollarse y crecer de manera sostenida, sustentable y sostenible. Los micronegocios y las microempresas en un alto porcentaje operan en Colombia de modo informal y se crean desde ideas de negocios a nivel de microemprendimientos, sin formalizarse ante cámaras de comercio. Estas organizaciones desarrollan ideas empíricas en intermediación comercial, en servicios o producción en pequeña escala, a nivel familiar y de modo informal.

Las microempresas hacen parte de la ley MiPymes, respecto del tamaño, frente a tres características claves: el valor de los activos totales, el número de empleados y el valor de ventas brutas anuales. En tal sentido corren muchos riesgos, que les impide prosperar y crecer financiera y económicamente. El aporte desde esta producción se resume en dejar a consideración de los empresarios y demás lectores interesados, ideas y estrategias para su aplicación, desde la tecnología, la administración, la contabilidad y las finanzas, de tal modo que les permita apalancarse y tomar decisiones hacia la formalización y la participación en los negocios, con mayores ventajas, que les permitan obtener mayores beneficios y crecer para bien propio y de la sociedad en general.

La clasificación de las empresas en Colombia no incluye los micronegocios y no existe en la historia memorias de legalidad, sobre el desarrollo de estos emprendimientos que en su mayoría operan de manera no formal, por cuanto no

se registran en cámara de comercio, como instancia que les puede brindar diversos apoyos para la operación legal de sus ideas de negocios y escalar posiciones para ser microempresas inicialmente y hacer parte de los parques empresariales de las poblaciones y regiones del país. El (Departamento Nacional Administrativo de Estadística [DANE], 2023) inició en 2019, el proceso de indagación y aporte a las fuentes de información, para saber el impacto estadístico desde lo organizacional y económico.

Al tercer trimestre (DANE, 2022), se definieron en Emicron 5.3 millones de micronegocios en el país, de los cuales el 4.8 millones operaban por cuenta propia y el 0.5 de millones restante eran empleadores. Cifra representativa frente al gran total nacional, cuyo comportamiento fue: de 22,00 millones, 9.3 trabajaron por cuenta propia, 0.6 eran patrones o empleadores y el resto de ocupados fueron 12.0 millones. Estas cifras contienen trabajadores de las MiPymes, las grandes empresas y el sector público.

Las actividades económicas dominantes en los negocios de tamaño micro, van desde el cultivo de mandarinas, hasta las peluquerías. El DANE, según resultados de la Gran encuesta a las Microempresas (Centro de Estudios Económicos [ANIF], 2018), se pudo definir 12 categorías en dichos sectores.

Desde el programa administración financiera de UNIMINUTO se ha venido interviniendo en este subsector del ecosistema empresarial de tamaño micro (micronegocios y microempresas) para saber de los impactos internos y externos en los negocios y mercados que tributan beneficios económicos, sociales, culturales y ecológicos, desde las poblaciones, ciudades y regiones de la nación. Todo ello con valor agregado, respecto de darles apoyo, en concordancia con las exigencias propias y de ley, respecto de la legalización de las actividades económicas que emprenden. Es una realidad que los emprendimientos de personas que toman esta opción para sobrevivir o complementar sus ingresos en búsqueda del bienestar personal, familiar o grupal, se hacen desde la informalidad, por tanto, constituyen núcleos poblacionales de Economía No Observada ENO, que afecta el desarrollo, el crecimiento y el bienestar de la sociedad colombiana.

Palabras clave: Negocios de tamaño micro, micronegocios, microempresas, economía de empresa, finanzas empresariales, desarrollo sostenible.

Finance and Sustainable Development in Micro-Sized Enterprises

ABSTRACT

The purpose of the study is to propose financial and administrative strategies that involve sustainable development and economic growth in micro-sized companies in Colombia, in such a way that they allow them to develop and grow legally and successfully.

According to Decree 975 of 2019, a company is understood to be any unit of economic exploitation, carried out by a natural or legal person, from agricultural, industrial, commercial or service activities, in rural or urban areas. Finance forms the basis for the missional development of business organizations involved in business. Micro-sized establishments are part of the business economy and as such, must be formalized in order to legally participate in the markets; To make this possible, they must face the challenges of administration, management and operation; Therefore, it is necessary to do so in order to organize and legalize themselves, to plan and effectively manage finances, in such a way that they allow them to develop and grow in a sustained, sustainable and sustainable manner. A high percentage of microbusinesses and microenterprises operate in Colombia informally and are created from business ideas at the level of micro-enterprises, without being formalized before chambers of commerce. These organizations develop empirical ideas in commercial intermediation, in services or small-scale production, at the household level and informally.

Micro-enterprises are part of the MSME law, with respect to size, compared to three key characteristics: the value of total assets, the number of employees and the value of annual gross sales. In this sense, they run many risks, which prevents them from prospering and growing financially and economically. The contribution of this production is summarized in leaving for the consideration of entrepreneurs and other interested readers, ideas and strategies for their application, from technology, administration, accounting and finance, in such a way that it allows them to leverage and make decisions towards formalization and participation in business, with greater advantages. that allow them to obtain greater benefits and grow for their own good and that of society in general.

The classification of companies in Colombia does not include micro-businesses and there are no reports of legality in history on the development of these enterprises, which mostly operate in a non-formal manner, since they are not registered with the chamber of commerce, as an instance that can provide them with various support for the legal operation of their business ideas and climb positions to be microenterprises initially and be part of the business parks of the country's populations and regions. In DANE, (DATA, 2023) 2019, the process of inquiry and contribution to information sources began to know the statistical impact from an organizational and economic point of view.

As of the third quarter, 5.3 million microbusinesses in the country were DANE (DATA, 2022) defined in Emicron, of which 4.8 million were self-employed and the remaining 0.5 million were employers. This is a representative figure compared to the great national total, whose behavior was: of 22.00 million, 9.3 were self-employed, 0.6 were employers and the rest were 12.0 million. These figures include workers from MSMEs, large companies and the public sector

The dominant economic activities in micro-sized businesses range from the cultivation of tangerines to hairdressers. According to the results of the Great Survey of Microenterprises, DANE (ANIF, 2018) was able to define 12 categories in these sectors.

UNIMINUTO's financial management program has been intervening in this subsector of the micro-sized business ecosystem (micro and micro-enterprises) to learn about the internal and external impacts on businesses and markets that provide economic, social, cultural and ecological benefits, from the populations, cities and regions of the nation. All of this with added value, with respect to supporting them, in accordance with their own requirements and the law, with respect to the legalization of the economic activities they undertake. It is a reality that the ventures of people who take this option to survive or supplement their income in search of personal, family or group well-being, are made from informality, therefore, they constitute population centers of the *Not Observed Economy ENO*, which affects the development, growth and well-being of Colombian society.

Keywords: Micro-sized businesses, micro-businesses, micro-enterprises, business economics, business finance, sustainable development.

INTRODUCCIÓN

Vale la pena tomar como base el marco teórico sobre el tamaño de las empresas y el por qué, de dichas teorías, para ello se recurre al planteamiento hecho por (Nieto et al., 2015) y que se cita para entrar en contexto, sobre ¿por qué se toman como base los microestablecimientos, los micronegocios y las microempresas?, desde el enfoque tecnológico, financiero, administrativo y organizacional en el ambiente de los negocios.

En la teoría económica el tamaño de la empresa se asocia con el volumen de producción, así a mayor nivel de producto mayor tamaño. Lo que determina el tamaño de las empresas implica, por ende, señalar que, determina un mayor nivel de producción. Existen tres enfoques en la teoría económica que explican el tamaño de las empresas. El primer enfoque señala que el tamaño está determinado por la eficiencia técnica (enfoque tecnológico). En el segundo enfoque el tamaño de la empresa está determinado por la eficiencia de los costos de transacción (enfoque organizacional). El tercer enfoque indica que el tamaño de la empresa depende del marco regulatorio (ambiente de los negocios) y del acceso a recursos financieros. (Nieto et al., 2015).

Las Finanzas y el Desarrollo Sostenible para negocios de tamaño micro, se constituye en un ecosistema tecnológico, económico, administrativo, financiero y ambiental, frente a la realidad de la economía colombiana. Estos negocios están representados por personas naturales y jurídicas que desde sus ideas de negocios y emprendimientos se han enfrentado a los retos de conseguir ingresos que les permitan sobrevivir con sus familias y participar en los mercados, desde sus roles de: productores, intermediarios o prestadores de servicios; y que algunos de ellos lo hacen desde la informalidad.

Los negocios de tamaño micro se conocen desde dos categorías: los micronegocios y las microempresas, considerados también como microestablecimientos, los primeros con menor capacidad financiera y los segundos muy cercanos a éstos, pero algunos operan de manera formal, a través del registro en cámaras de comercio y por supuesto, dentro del marco legal del estado colombiano. La forma como a la fecha están reconocidos, tiene gran incidencia dentro de la economía del país.

Tanto unos, como otros negocios, no cuentan con procesos y procedimientos que les permitan ejercer su actividad económica con óptimos recursos y capacidades para obtener ganancias sostenidas, hacia una rentabilidad constante, para sobrevivir frente a la competencia organizada y permanecer en los mercados con sus bienes y servicios, que sean productivos y por tanto competitivos en los escenarios donde participen. Para ello es necesario que los micronegocios y las microempresas trasciendan administrativa y organizacionalmente, con mayor conocimiento del campo de la tecnología, la administración y las finanzas y el desarrollo sostenible para formalizarse a nivel de microempresas, que a la vez les permitirá un fácil acceso a mercados, las instituciones financieras y, a programas apoyados por los gobiernos de turno, frente a la ley MiPymes y otras estrategias de orden de lo público o del sector oficial.

No es un misterio deducir que a este tipo de negocios les falta dominar conocimientos y saberes para aplicar mejores estrategias, que den lugar a saber cómo afrontar el reto de permanecer, crecer, desarrollarse y expandirse desde el plano local, al regional y nacional, para que de ese modo puedan trascender fronteras en los mercados globales.

El aporte desde las finanzas en los negocios de tamaño micro va, desde una visión más amplia de la economía de empresa, las finanzas en la empresa, la contabilidad en las organizaciones y un modelo de gestión financiera integrado con el componente administrativo, que les permitirá seguir un paso a paso desde la organización, la administración, la gestión y las actividades de operación administrativa, financiera y medioambiental, para saber cómo estructurarse, como presupuestar, como definir costos y gastos, para obtener ganancias en los periodos del ejercicio empresarial y que se tengan capacidades sobre cómo mantener ganancias acumuladas, que les permita planear estratégicamente nuevas tácticas hacia el éxito sostenido y por tanto obtener bienestar y riqueza, para crecer de manera sostenida y con acciones concretas sobre el desarrollo sostenible, en bien propio, familiar y de la sociedad en general.

Objetivo del capítulo: Plantear estrategias financieras y administrativas, que involucren el desarrollo sostenible y el crecimiento económico en las empresas de tamaño micro en Colombia y que les permita desarrollarse y crecer de manera legal y exitosa.

MARCO REFERENCIAL

Visión Integrada del Marco Teórico

Se toman como referentes los componentes teóricos asociados con las ideas integradas: las finanzas y el desarrollo sostenible; la idea de emprendimientos que se transforman en micronegocios y su relación con la productividad y la competitividad que hagan posible el crecimiento organizacional potenciado con la inclusión de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible para potenciar el desarrollo empresarial con las mejores prácticas posibles.

Enfoque Teórico

Da lugar a considerar las finanzas y el desarrollo sostenible (Velásquez Acosta, 2022), pero se puede complementar con otras perspectivas teóricas asociadas a los referentes del proyecto.

Los micronegocios como resultado de las ideas de negocios y de su ejecución a través del emprendimientos podrán ser microempresas legalmente formalizadas, que según el planteamiento de (Luipiáñez Carrillo et al., 2017) que concentraron su atención en la potenciación del crecimiento económico desde la innovación, que motivan la puesta en marcha de iniciativas de micronegocios, como causa fundamental hacia la realidad microempresarial y que según Schumpeter (1934). Audretsch y Keilbach (2004) dijeron en su tiempo: "aprovechando las oportunidades emprendedoras, se puede mejorar la competitividad a través del incremento del número de empresas, que diversifican la estructura empresarial".

Igualmente se acepta que "La creación de empresas constituye un factor clave para lograr una mejora en la productividad", según lo planteo (Audretsch, 2009) en el artículo -capital intelectual, de cuadernos de economía-. Así mismo, desde el mismo artículo (García et al., 2010) los citados autores concluyeron que "la creación de empresas a través de los emprendimientos, representa el motor de las economías en los países desarrollados".

Desde el marco teórico los autores citados Luipiáñez et al. (2017), en su tercer párrafo expresan que:

A pesar de no existir una definición consensuada, diversos autores coinciden

en señalar que “los Impulsores del Crecimiento IC y el Capital Intelectual se refiere al conjunto de recursos intangibles y capacidades relacionadas con el conocimiento, que permiten a la organización alcanzar una ventaja competitiva sostenible.” Entre ellos: (Delgado-Verde et al., 2011).

La integración al método sugiere incluir tres variables claves, respecto de la función empresarial: 1) los principios, 2) los criterios y 3) las leyes; que según los planteamientos de Castromán y Porto (2000, pp 68-69), son pertinentes. Los unos y los otros, se integran en su orden: (principios) equilibrio interno o de estructura organizativa de la empresa, innovación de la actividad empresarial y crecimiento de la unidad económica.

Contexto de los Negocios de Tamaño Micro

La categorización según el tamaño de las empresas en Colombia y en naciones vecinas generalmente se ha llevado a cabo utilizando tres indicadores: la cantidad de trabajadores, el valor de los activos y los ingresos generados (Nieto et al., 2015). Los negocios de tamaño micro, son conocidos en el país como: microestablecimientos, micronegocios y microempresas, entidades que dan muestra de insuficientes cantidades en diversos componentes: capital, flujos de dinero, escasos conocimientos sobre procesos administrativos y organizacionales, pocos conocimientos sobre administración financiera o las finanzas; casi nulas oportunidades de financiamiento y por tanto casi nula inversión, desde las pocas ganancias ocasionales, si las ha habido; que dado que, al no saber de costos y gastos, se puede deducir que los precios no son equilibrados o competitivos en los mercados donde participan.

Esta realidad de las estructuras de microestablecimientos y micronegocios, no formalizados, no fue considerada en la clasificación colombiana de Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes). Por su parte las microempresas hacen parte de la estructura, pero regularmente desde las NIIF la hicieron entender desde el grupo 2 como parte de las pequeñas empresas, cuando las incluyen en la categoría Pymes, (algo erróneo, por supuesto, ya que son condiciones diferentes dentro de la estructura formal del tamaño, sus productos y procesos productivos o de servicios). Se deduce, por tanto, que hay mucho por hacer por estas tres categorías de tamaño micro, desde lo administrativo, organizacional, ambiental y financiero.

Son estas las categorías que centran la atención del estudio y por lo tanto se constituye en un aporte estratégico e innovador. Los Micronegocios y las Microempresas, que pueden hacer parte de los microestablecimientos, fueron estudiados por el DANE a través de una encuesta a comienzos del 2000, cuyos resultados se publicaron en el año 2001.

Organización en los Negocios de Tamaño Micro

Existen dos caminos en el sentido de organización: El camino inicial desde la informalidad, que se hace en la realidad, cuando deciden afrontar una idea de negocio y su puesta en marcha en los hogares, las calles o sitios que les llame la atención en función de su propio criterio y un estimado pequeño de producción y ventas posibles. Por tanto, el proceso organizacional es empírico y por supuesto, no cuentan con técnicas o tecnologías apropiadas para el logro efectivo de sus objetos sociales en función de la actividad económica a la que corresponda el giro de los negocios.

El segundo camino corresponde a la formalidad del negocio, en concordancia con las normativas existentes sobre el desarrollo de actividades económicas, como personas naturales o jurídicas y que exigen un registro en cámaras de comercio, para acogerse a la legalidad y todo lo que ello significa para desarrollarse, crecer y mantenerse en los mercados, para obtener ganancias y por tanto, obtener bienestar propio, de las familias y de la sociedad en general.

De manera puntual, el propósito del aporte financiero se enfoca en revisar los componentes: información contable, información financiera y aseguramiento de la información, tal como lo expresan las Normas Internacionales de Información Financiera o NIIF, a nivel global y en equilibrio con la normativa colombiana respecto del grupo 3, que centra la atención en las microempresas, donde debe iniciar el camino corporativo de los micronegocios.

Administración en los Negocios de Tamaño Micro

Qué Son Los Micronegocios

Concepción Propia. Son aquellas unidades productivas informales, donde

la gente sustenta su diario vivir y que en pocos casos se constituyen en negocios rentables y líquidos¹, debido a que sus costos son entendidos como mínimos, en relación con los que asume una empresa formal, pero de lo mismo líquidos que pueden ser y la facilidad para su instalación y sustentabilidad en el tiempo, este tipo de empresarios no manejan en forma eficiente los recursos, no saben realmente cuánto les cuesta sacar su producto al mercado, no fijan el precio justo y por tanto, no controlan la ganancia o la pérdida; por consiguiente no tienen un horizonte favorable a corto, mediano y largo plazo; por tanto, no tienen soportes, ni idea de lo que pueda pasar con su unidad productiva o de servicios y la responsabilidad legal asociada a dichos procesos.

Concepto Estructurado por el DANE. Un micronegocio es una unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción.

Características de los Micronegocios

Según el DANE sobre la base de la unificación de criterios los micronegocios se caracterizan como sigue:

- a. Los dueños(as) de micronegocios son propietarios(as) o poseedores(as) de los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica.
- b. Los dueños(as) de micronegocios prestan servicios técnicos o profesionales siempre y cuando no sean subordinados(as).
- c. Los dueños(as) de micronegocios son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos.
- d. Los dueños de micronegocios buscan su clientela.
- e. Los micronegocios pueden ser operados por una sola persona.

Cifras de Micronegocios en Colombia

En la primera encuesta nacional de microestablecimientos de comercio, servicios e industria realizada en el último trimestre de 2001 (DANE, 2023), reporta que, en el año 2000 en Colombia, los micronegocios con no más de 10 trabajadores

¹ Que cuenten con el efectivo exigido para responder por las obligaciones con los clientes internos y externos.

eran 558.000, generaban 556.775 empleos y registraban ventas de 8 billones de pesos. A partir de 2019 se crea la Encuesta Emicron para hacer seguimiento del impacto económico en el país.

Variables Económicas de los Micronegocios. Están constituidas por sectores de: agricultura, industria manufacturera, comercio, construcción, transporte y servicios. Al desagregar las actividades se constituyen en un marco más amplio de actividades que acopian los giros individuales de los negocios.

Información Complementaria de los Micronegocios. Desde las encuestas aplicadas por el DANE se acopia información sobre emprendimiento, informalidad, emplazamiento, características del personal ocupado, inclusión financiera, capital social y uso de las TIC en estas unidades económicas.

Año Base de la Información Argumentada por el DANE. A partir del año 2020, se recolecta información sobre la percepción de las personas propietarias de los micronegocios, con el fin de medir el impacto de la emergencia sanitaria sobre el desarrollo de su actividad económica. El Instrumento principal de recolección de la información, es la encuesta de micronegocios (Emicron).

Aspectos claves de la Encuesta. Cada uno de estos se citan a continuación:

- a. Cantidad de micronegocios
- b. Personal ocupado en los micronegocios
- c. Ingresos nominales de los micronegocios
- d. Expectativas adaptativas

En el tercer trimestre de 2022, la cantidad de micronegocios aumentó 10,7% en comparación con el mismo periodo del año 2021. Asimismo, el personal ocupado por estas unidades económicas aumentó en 10,8%. Respecto a los ingresos de los micronegocios crecieron 28,1% en este mismo intervalo de tiempo. Estas cifras ratifican la importancia de este tipo de negocios. Micronegocios (dane.gov.co)

Qué son las Microempresas

Según la clasificación de las empresas, desde la ley 590 de 2000², se sintetiza así: Microempresa: personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores

² Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

a 501 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes, a 2023 son equivalentes a \$580 millones (500 x \$1.160.000). El Decreto 957 de 2019 [con fuerza de ley]. Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2 de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. 5 de junio de 2019, define macrosectores asociados al tamaño de empresa y asigna a las microempresas los siguientes macrosectores: manufactura, servicios y comercio, así mismo limita las ganancias en el periodo hasta \$811 millones.

Según (Datacrédito, 2022), la microempresa se entiende como: Un único negocio que puede ser administrado por un único profesional, pese a que su nivel de facturación sea menor, comparado a otros tipos de empresas, conviene puntualizar que este tipo de empresas tienen una gran influencia en la economía social, al ser un medio de vida para muchos profesionales. Además, se trata de un negocio que puede tener potencial, es decir, una evolución de menos a más. Por lo general, la microempresa es de propiedad individual, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos. Los asuntos relacionados con la administración, producción y ventas son elementales y el propietario puede atenderlos personalmente. El número de personas en una microempresa, se encuentra entre 1 y 10 profesionales.

Características De Las Microempresas

Según la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas³, las características principales de éstas son: "trabajan con un grado bajo de organización, con poca o ninguna división entre trabajo y capital, como factores de producción y a baja escala. Las relaciones laborales, cuando existen, están basadas en su mayoría en empleos ocasionales, en relaciones de parentesco o personales y sociales, en vez de acuerdos contractuales con garantías formales".

Incidencia Económica de las Microempresas. Según (Portafolio.co, 2009), se plantean las incidencias económicas a nivel macro y micro, centrando su atención en la informalidad y el empleo.

Nivel Microeconómico. A nivel microeconómico son importantes, porque cubren, aparte de todos los mercados y sectores, nichos que no pueden cubrir las grandes empresas y que tampoco les interesa, como, por ejemplo, zonas

marginadas en las ciudades o regiones excluidas de los países.

Nivel Macroeconómico. A nivel macroeconómico son importantísimas, porque promueven el 50,16 % del total del empleo generado por las empresas censadas, mientras que las grandes empresas gestan el 19,47 %.

Cifras de las Microempresas en Colombia

Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, desde la encuesta nacional de microestablecimientos (versión 1), de comercio, servicios e industria, realizada en el último trimestre de 2001, concluyen que en el año 2000 existían en el país 967.315 microestablecimientos (micronegocios y microempresas), de los cuales el 58% eran de comercio, el 30% de servicios y el 12.5% reportaban la industria. (DANE).

Durante ese periodo, los microestablecimientos generaron 1.094.755 empleos, lo que sería equivalente a 1.1 de empleos por establecimiento. En relación con los empleos por establecimiento, el 1.8 por ciento corresponde al sector comercio, el 2.8% a la industria y 2.5% a los servicios. El estudio también mostró que en el 2000 existían alrededor de 7.600 establecimientos industriales con más de 10 trabajadores y los micronegocios con no más de 10 trabajadores eran 558.000, los cuales generaban 556.775 empleos y registraban ventas de 8 billones de pesos. Desde el ámbito del estudio se pudo estimar 120.785 microempresas.

Tabla 1

Micro establecimientos y empleo

Sector	Establecimientos	Trabajadores
Comercio	557.759	630.267
Servicios	288.771	381.328
Industria	120.785	156.653
Total	967.315	1.168.248

Nota. El DANE expresa la elación existente entre la relación de los establecimientos y el aporte o contribución en la generación de empleo.

Según el Censo del 2005, Según citación hecha por Portafolio.co (2009)⁴, en Colombia las microempresas representaban el 96 % del total de empresas censadas,

mientras que las grandes compañías sólo el 0,13 % del total de compañías del país. Por sectores, el 54,66 % estaban en comercio, el 31,6 % en servicios, el 12,22 % en la industria y el 1,52 % en otros sectores. Del total de microempresas el 49,7 % eran unipersonales, el 45,4 % tenían entre dos y cinco empleados y el 4,9 % tenían entre seis y diez trabajadores.

Cifras Según la Gran Encuesta a las Microempresas Año 2018

De acuerdo con Cifras & Conceptos, en la primera evaluación de la GEM en 2018, se examinaron cuatro módulos fundamentales relacionados con la situación presente, perspectivas futuras, ahorro y financiamiento, y acciones para la mejora. Además, se llevaron a cabo análisis de las características estructurales de las microempresas a través de un módulo de caracterización empresarial Clavijo (2018).

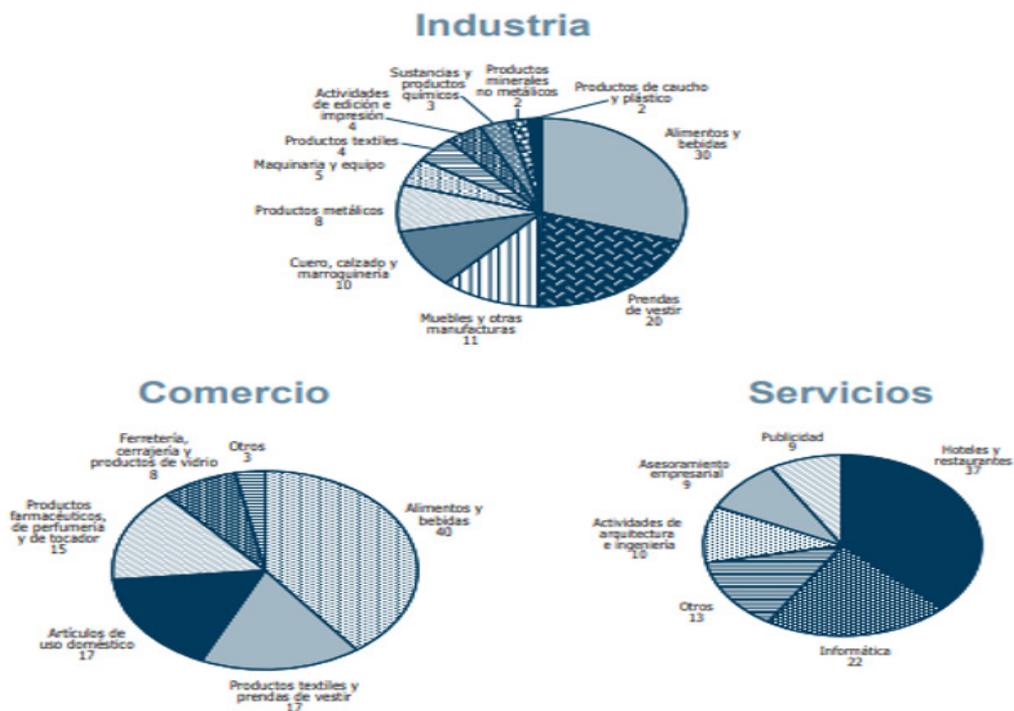
En el primer análisis de la GEM, se llevaron a cabo entrevistas con 1.454 propietarios de microempresas en los sectores amplios de industria, comercio y servicios. A nivel geográfico, la encuesta se efectuó en las ciudades principales de Colombia, con una participación significativa de Bogotá (que incluye municipios cercanos), Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cúcuta y Manizales (Cerro Davia et al., 2020).

En esta evaluación inicial, los resultados principales reflejaron un sector de microempresas caracterizado por: i) niveles de formalidad que oscilan entre el 70% y 80%, según la muestra seleccionada; ii) acceso al crédito por debajo del 20% del total (comparado con el 45% informado por las Pymes), aunque cerca del 90% de este crédito se obtenía a través del sector financiero formal; iii) una capacidad de ahorro que representa aproximadamente el 30% del total, con cerca de la mitad de este ahorro mantenido fuera del sistema financiero; y iv) una capacidad de exportación limitada, con solo un 3% de las microempresas involucradas en la exportación de sus productos o servicios (Cerro Davia et al., 2020).

En la figura 1, se puede apreciar el comportamiento por sectores de la economía.

Figura 1

Distribución sectorial, según el DANE, GEM. Cifras & Conceptos. 2018.



Nc

Cádas según CIO Rev. 4.0 A.C. Graf Encuesta a las Microempresas 2014-2016.pdf

Entidades Microempresariales y las Finanzas

Formalidad Contable y Financiera

Las finanzas son transversales en la vida de las personas y las organizaciones, por tanto, implican un interés general. A partir de la internacionalización de la información, las NIIF han impuesto un proceso ordenado y estructurado, en relación con el tamaño de las entidades que están o no obligadas a informar sobre los procesos contables y financieros. Existen entonces tres grandes categorías que son clasificadas en un orden numérico, como sigue: grandes empresas, corresponden al grupo 1; pequeñas y medianas empresas se ajustan al grupo 2 y las microempresas, en Colombia NIF corresponde al grupo 3. Son tres los componentes que se unifican según los criterios de las NIIF:

1. Información contable
2. Información financiera
3. Aseguramiento de la información

Desde cada grupo las entidades organizadas legalmente, deben cumplir con dichos parámetros, los cuales son aceptados por las naciones, a través de la generación de su propia normativa. Para el caso de las entidades de tamaño micro, se hace alusión al grupo 3, como microempresas que acoge a los micronegocios. En ese sentido se cumplirá con las exigencias del orden internacional y las normas legales del país.

Aunado a lo anterior, este capítulo aporta orientaciones para integrar: la administración y organización, la gestión y la operación de las finanzas, a través del manejo de la administración financiera, las finanzas y el desarrollo sostenible de forma integrada la función financiera; para seguir un diseño metodológico se diseña y aplica el método Adyfin, para hacerlo más comprensivo, más práctico y útil para el micronegocio o la entidad microempresarial.

Contabilidad y Finanzas en las Entidades del Grupo 3 de las NIF

NIF general y NIF colombiana. Grupo 03 Microempresas. Las siguientes son las políticas:

1. Política contable, (sobre la base de la definición del artículo 1° del decreto 2706 de 2012, decreto 3019 de 2013 y demás normativas asociadas a dichos procesos).
- b. Política de costos y gastos sobre la base del proceso productivo, la intermediación o la prestación de servicios. (Los inventarios y el informe de resultados del ejercicio contable del año correspondiente.)
- c. Política financiera (Cómo manejar la función financiera, la administración financiera y las finanzas en la microempresa).
- d. Política tributaria. (Cumplir con las exigencias legales de las tasas impositivas, según el artículo 499 del estatuto tributario, desde las exigencias nacionales, como locales donde opere la entidad microempresarial).

Son tres, las estrategias de base para afrontar las obligaciones legales, contables y financieras en las entidades de tamaño micro ya descritas: Formalidades legales, Función financiera, administración financiera y finanzas, desde la ejecución del modelo financiero AdyFin.

Formalidades Legales

La unidad empresarial debe constituirse legalmente, al realizar el registro en la cámara de comercio de su localidad o jurisdicción a que corresponda, según las regiones de cada territorio departamental, a través del RUES. Acogerse a las obligaciones contables que correspondan al grupo 3 de las NIF. Cumplir con las obligaciones tributarias a las que hubiere lugar, en función con el tamaño del negocio, las ganancias o los dividendos, al cierre de cada período o ejercicio contable (el año que corresponda). Tener en cuenta otras obligaciones legales relacionadas con el desarrollo de su negocio, desde la actividad económica a que corresponda, según registro Dian (CIU Rev. 4.0 A.C) en cámara de comercio y que se genera en la vida corporativa de la entidad microempresarial.

Función Financiera y Administración Financiera

Estos dos componentes hacen relación a la incidencia de las finanzas, respecto de la administración financiera y las finanzas propiamente dichas, La primera variable responde a la administración del dinero; la segunda a las actividades propias de la administración financiera, pero que en las empresas consideradas se integran en: planeación, presupuesto, tesorería y dividendos o ganancias, que para el caso de las Micros se ajustan a resultados de ganancias o pérdidas; y la tercera, se centra en la administración, gestión y operación, que en resumen corresponde a la Planeación Financiera Estratégica PFE y la praxis⁵ al interior de las empresas.

Para la toma de decisiones dichos referentes se integran desde: 1), el manejo de los recursos financieros, 2), el financiamiento de las operaciones y 3), la inversión de los recursos disponibles, de reservas o de ganancias acumuladas. Esta estrategia se acompaña, con acciones concretas desde las disciplinas: planeación

⁵ Se entiende praxis según el modelo de UNIMINUTO, como la forma de llevar la teoría a la práctica empresarial con énfasis social, desde el enfoque praxeológico: Ver (diagnosticar (problema), Juzgar (Problema /justificación), Actuar (diseño de estrategias), Devolución creativa (integración: Adm. Fra., finanzas y modelo AdyFin).

financiera, presupuestos, flujos de efectivo, costos, gastos y precios, proyecciones financieras; previsión de riesgos, entre otros apoyos.

Elaboración de la Planeación Estratégica Financiera

La planeación financiera como “un proceso, donde se establecen bases para planear las actividades financieras, con el fin de mitigar el riesgo en el tiempo y darle un uso adecuado a los recursos y capacidades de la organización”. Toda empresa debe realizar sus respectivos presupuestos en cada área funcional y determinar presupuestos y proyecciones desde los estados financieros, según la normativa NIIF⁶ lo mismo que sus recursos y capacidades; en función de los objetivos trazados. Es importante agregar a la planeación financiera lo relacionado con el flujo de caja, desde el estado de flujo de efectivo, con el fin de conocer el comportamiento de las actividades financieras, según las entradas de dinero y la forma como se hará uso de dicho recurso.

Otra estrategia de manejo desde la planeación financiera, es la expresada por Ramírez (2002), que se sustenta en un “proceso de identificación de recursos, como base para establecer inversiones, capital de trabajo; realizar proyecciones de costo, gastos e ingresos”; con el propósito de determinar las necesidades de financiamiento y establecer las políticas de reparto de ganancias o dividendos; con lo anterior, quien se encargue de realizar la planeación, debe estar a cargo de personas expertas en el manejo de las finanzas corporativas, conocer muy bien la empresa, analizar los factores externos e internos, tal como se anotó anteriormente; ya que los resultados y toma de decisiones se basan en dichos componentes.

Ramírez (2002), sustenta que, al unir la planeación estratégica con los presupuestos a corto, mediano y largo plazo, todas las decisiones financieras se reflejarán en los estados financieros y los flujos de fondos; este último componente permitirá valorar la empresa, de acuerdo con sus resultados.

El proceso para realizar la planeación financiera de una organización, se puede apreciar en la figura 2, con su correspondiente diagrama:

Figura 2

6 Estados financieros, según NIIF: Estado Integral de Resultados y Estado de Situación Financiera

Diagrama del proceso para la elaboración de la planeación financiera



Nota. Elaboración propia, sobre el planteamiento de la situación a observar y la correspondiente respuesta frente a los objetivos del proyecto.

Ejecución y Control de la Planeación Financiera

Una vez diseñada la planeación financiera, se procede a su respectiva ejecución, haciendo control de las metas propuestas y el cumplimiento de las estrategias planteadas para lograrlas, es decir, es necesario comparar lo planeado con lo ejecutado, para analizar las posibles desviaciones a tiempo, e implementar planes de acción que permitan cumplir con el objetivo propuesto; por medio del control los directivos de la empresa miden y rectifican las operaciones de ésta, por consiguiente, para lograr las alertas tempranas se deben seguir procesos específicos para optimizarlos.

Control de la Planeación Financiera

El control positivo se realiza para hacer seguimiento y establecer acciones de ajustes o correcciones sobre la marcha. Esta etapa se caracteriza por:

1. El monitoreo hacia la mejora continua
2. Resultados obtenidos

3. Plan de acción o de mejoramiento contingencial

La figura 3, ilustra el proceso de control y seguimiento

Figura 3

Proceso para el control de la Planeación Financiera



y mejoramiento continuo de los procesos.

Evaluación de los Resultados de la Planeación Estratégica Financiera

Para evaluar los resultados es necesario definir indicadores de medición, que permitan comparar lo presupuestado, con lo ejecutado; para ello se parte de una línea base, lo que existe antes de la planeación y que será el marco de referencia, para hacer seguimiento a los resultados; de igual forma se debe establecer metas al final de cada costo e ingreso operativo; todos los indicadores deben tener aspectos específicos para evaluar, ya sean cualitativos o cuantitativos. Los indicadores de evaluación deben ser claros, sencillos y en menor cantidad, donde se pueda analizar el cambio o representatividad de este, para ello se recurre al planteamiento de Tapia 2011, que se puede apreciar en el esquema 1.

Para Tapia (2011), los indicadores deben tener las siguientes condiciones:

- Asegurar los resultados y establecer metas estratégicas.
- Definir las evidencias que se quieren analizar, las variaciones que se pueden anticipar y establecer qué hacer a dichas variaciones que se presenten.
- Efectuar controles múltiples y realizar retroalimentación.

- d. Seleccionar indicadores basados en la organización.
- e. Hacer que los recursos de la empresa sean rentables, de acuerdo con el monto de la inversión.
- f. Supervisar los procesos de aprendizaje.
- g. Indagar las causas de lo sucedido, o que está pasando; en los planes llevados a cabo.

Esquema 1

Condiciones de los indicadores de evaluación

Recursos Tecnológicos

La tecnología constituye una estrategia, que hoy en día es muy importante para la organización, porque a través de ella se mejoran los procesos y permite alcanzar un alto desempeño productivo; para Morin (1995), las tecnologías actuales son transversales, porque afectan varias actividades, las cuales no son aisladas y se dispersan en la organización, con el fin de mejorar sus alternativas de utilización y sus rendimientos. Para Porter (1980), la estrategia tecnológica en una unidad productiva, que se entiende como el enfoque para el desarrollo y uso de la tecnología; lo importante es que cuando la empresa diseñe el plan tecnológico, en él, vayan incluidas las acciones y actividades que contribuyan a maximizar el uso de todos esos activos, en función del cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización.

Para definir la estrategia tecnológica, la empresa debe realizar los siguientes pasos:

Realizar el Diagnóstico Interno: es necesario inventariar y evaluar las líneas de tecnología, blanda y dura con que cuenta la empresa para el desarrollo de su objeto social; con este tipo de diagnóstico se analiza que tanto contribuye la tecnología al cumplimiento de la misión y la visión y con ella es que se suma, para que la empresa sea productiva, por tanto, podrá ser competitiva para que se sostenga en el tiempo.

Ejecutar el Diagnóstico Externo: identificar la tecnología que presenta el

mercado y la que tiene la competencia, la cual es la base para que la empresa pueda medir su posicionamiento tecnológico y la influencia en el medio ambiente.

Con base en los anteriores planteamientos, la empresa podrá diseñar la estrategia tecnológica, basada en competencias distintivas y de acuerdo con la capacidad financiera que tenga, siempre teniendo en cuenta: el sector y la industria, el entorno, la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental, para lograr posición en el sector productivo. En función de la estrategia tecnológica se propone según Tapia (2011):

- a. Mantener las instalaciones y equipos en perfectas condiciones.
- b. Estandarizar los procesos de cada producto, de acuerdo con la tecnología.
- c. Crear una cultura de trabajo en equipo, donde predomine la creatividad, hacia el desarrollo de ideas, para mejorar el desempeño competitivo de la organización.
- d. Realizar capacitación permanente al talento humano, de acuerdo con los avances tecnológicos que se presenten en el sector a que pertenece la empresa.
- e. Evaluar constantemente la tecnología de la empresa, de acuerdo con el ciclo de vida del producto, con referencia de la competencia, con el fin de identificar oportunidades, opciones estratégicas y de operación.

Para establecer un plan tecnológico adecuado, se debe tener en cuenta:

1. Las tecnologías emergentes
2. Las tecnologías maduras
3. Adquisición de nuevas tecnologías y licencias
4. Protección de las tecnologías
5. Identificación de habilidades para el uso de las tecnologías
6. Prever necesidades de capacitación y reclutamiento de personal

Impactos Del Desarrollo Sostenible En Las Entidades De Tamaño Micro

Se hizo revisión de la literatura existente sobre ecología, medio ambiente y en particular sobre los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), en comparación con entidades responsables de la sensibilización global, entre ellas Unesco, Naciones Unidas y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL frente a la

estrategia de cumplir con la agenda 2030 y en particular con la realización del Foro de los Países de América Latina y el Caribe sobre el Desarrollo Sostenible - Sexta Reunión 2023. Ello permitió tener una visión más amplia sobre la responsabilidad que nos atañe, por comprometernos en realizar acciones y cumplir retos que contribuyan a generar cultura positiva hacia la conservación del planeta frente a los dramáticos cambios que nos afectan a todos.

Origen de la Sostenibilidad

Un Poco de Historia. Según (lat.es, s.f.) la primera vez que se manifestó la necesidad de poner en marcha prácticas en favor de un desarrollo más equitativo y controlado fue en la Conferencia sobre el Medio Humano de Estocolmo, en el año 1972. La idea o concepto de desarrollo sostenible fue planteada por primera vez de forma similar a como hoy la conocemos por la Unión Internacional sobre la Conservación de la Naturaleza (UICN) en 1980.

Así mismo se tomó como guía una campaña sencilla planteada desde la iniciativa “cuidemos el planeta desde la ecología y el medio ambiente”, que de forma práctica define el desarrollo sostenible como: la capacidad de una sociedad para cubrir las necesidades básicas de las personas, sin perjudicar el ecosistema ni ocasionar daños en el medio ambiente. De este modo, su principal objetivo es perpetuar al ser humano como especie, satisfaciendo sus necesidades presentes y futuras, mediante el uso responsable de los recursos naturales. (cuidemoselplaneta.org, s.f.).

Para alcanzar el denominado desarrollo sostenible se tienen que cumplir una serie de requisitos que permitan alcanzar un estado de equilibrio entre economía, sociedad, cultura y medio ambiente.

También, de la misma forma plantea problemas que impiden la sostenibilidad (social, económica, ambiental, cultural y del entorno, según los expertos del GEM sobre emprendimiento con énfasis en la sostenibilidad colombiana. Reporte Global Entrepreneurship Monitor (Universidad ICESI, 2023), donde además se expone desde Fundación Saldarriaga Concha & GEM Colombia (2023) como afrontar el desarrollo sostenible y como alcanzarlo con ideas de fácil cumplimiento que se apliquen desde: la casa, el barrio, la comuna; la vereda, el centro poblado, el

corregimiento; el pueblo, la ciudad y las organizaciones publico privadas, entre ellas las unidades productivas de tamaño micro.

Actividad Empresarial Sostenible en Colombia

Respecto del énfasis del estudio en negocios o empresas de tamaño micro, se hace necesario revisar la información soporte respecto de la edad de las empresas, dado que los micro negocios y las microempresas son de baja edad. En una visión amplia se conoce la siguiente escala:

1. Startup: Empresas con edad entre 0 y 2 años: Regularmente micronegocios y microempresas
2. Joven: Empresas con edad entre 3 y 5 años: pequeñas y medianas empresas
3. Madura: Empresas con edad entre 5 y 10 años: medianas y grandes empresas, algunas pequeñas empresas
4. Consolidada: Empresas con una edad superior a 10 años: medianas y grandes empresas

A nivel de la experiencia de GEM en Colombia según investigaciones hechas desde la universidad Icesi (Martínez Moreno et al., 2023), se ha generado otra escala denominada Actividad empresarial en Colombia desde la tubería empresarial y clasificada en etapas como:

Etapas 1: Aceptación sociocultural hacia la creación de Empresas, **Etapas 2:** Empresarios potenciales, **Etapas 3:** Empresarios intencionales, **Etapas 4 y 5:** Empresarios nacientes y nuevos (TEA), **Etapas 6:** Empresarios establecidos (EBO).

Según el estudio, de las etapas planteadas han elegido dos categorías: TEO y EBO

A los empresarios se les ha preguntado sobre la percepción respecto de: toma de decisiones con sentido social, acciones para maximizar el impacto social, toma de decisiones con sentido ambiental, acciones para minimizar el impacto ambiental y la percepción sobre cómo se prioriza el impacto social y ambiental. Sobre lo cual se ha concluido:

Respecto a las decisiones que toman los empresarios TEA y EBO en

Colombia, del 2021 al 2022 se observó una tendencia decreciente en el hecho de tomar decisiones con sentido social y ambiental.

A pesar de esta caída, cerca del 60% de ellos afirma que tienen en cuenta el impacto social y ambiental en sus decisiones y que, además, ejecutan acciones para maximizar el impacto social y minimizar el ambiental. Más del 60% de los empresarios considera que prioriza en las operaciones del negocio el impacto social y ambiental, manteniéndose estable dicho porcentaje en el 2021 y el 2022 para todos los empresarios TEA y EBO en Colombia. En el 2022 fueron más los empresarios que afirman implementar acciones para minimizar el impacto ambiental en comparación con el social.

La investigación deja claro que:

Cuando se indaga en los empresarios el nivel de conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la identificación de metas asociadas con cada objetivo, se nota una aparente incoherencia en donde los empresarios afirman identificarse con las metas, pero afirman no conocer los ODS. Un dato interesante tanto para TEA como para EBO es que la identificación de metas de los ODS bajó drásticamente del 2021 al 2022 así: en TEA casi 50 puntos porcentuales (pp) y en EBO casi 30 puntos porcentuales. En cambio, el conocimiento de los ODS se ha mantenido estable con porcentajes que oscilan del 12% al 20%.

En cuanto a la dimensión ambiental, existe un consenso moderado entre los expertos de que la mayoría de las nuevas empresas y las que están en crecimiento adoptan prácticas amigables con el medio ambiente al producir productos o prestar servicios. Estas empresas dan prioridad a las prácticas que mejoran la eficiencia energética en sus operaciones y ven los desafíos ambientales como una oportunidad potencial.

El que respecta a la dimensión cultural y del entorno, hay un fuerte acuerdo entre los expertos en que las prácticas de sostenibilidad son altamente valoradas en la cultura nacional. Además, se destacan ejemplos notables de actividades empresariales relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el sector empresarial. Los expertos también concuerdan en que el gobierno

nacional respalda a las empresas comprometidas con la sostenibilidad mediante subvenciones, beneficios fiscales y reducciones de impuestos, y que el gobierno nacional ha establecido regulaciones específicas que respaldan a las nuevas empresas centradas en la sostenibilidad (Martínez et al., 2023).

Visión Asociada con las Entidades Empresariales

Las entidades empresariales de tamaño Micro, desde su modelo organizacional, las políticas financieras y su compromiso frente al desarrollo sostenible, se hace ejecutable desde la visión asociada con los componentes: efecto sociocultural, economía y medioambiente, constituyendo un elemento diferenciador que permite que los líderes empresariales adopten una actitud responsable para desarrollar sus ideas de negocios donde tengan en cuenta no sólo el fin economicista, sino también el impacto social y cultural frente al equilibrio con el medio ambiente, al considerar el desarrollo sostenible como un elemento que hace parte sustantiva del trabajo continuo a nivel organizacional, con tareas específicas y que involucran partidas presupuestales propias para invertir y de ese modo poder contribuir de manera comprometida con todos los componente comprometidos, desde la generación de cultura y las acciones concretas frente a los objetivos de desarrollo sostenible desde la praxis empresarial.

Se trata a la vez de tomar conciencia corporativa en términos concretos hacia las mejores prácticas para que los impactos ambientales negativos sean cada vez menores y se pueda contribuir de manera sistematizada hacia: la realización de evaluaciones de desempeño ambiental proponiendo políticas económicas que integren las consideraciones ambientales, favoreciendo sociedades más informadas y participativas respecto de la temática ambiental, tal como fue expresado por las Naciones Unidas en (CEPAL, 2023a).

En el marco del desarrollo sostenible y el cumplimiento de las metas y dado que las metas a 2015 y 2020, no se habían cumplido, después de su iniciación hace más de 40 años, se fijan nuevas metas y estrategias a cierre del año 2030 con dicha agenda, tal como se expresó en el foro de Naciones Unidas y (CEPAL, 2023b) respecto de "la incorporación sistemática, completa, coherente y transversal de las cuestiones ambientales en las estrategias de desarrollo, en las políticas y en la mensuración del progreso de nuestras sociedades y economías. Lo cual a la vez

involucra a la sociedad civil" y en particular a las empresas que han sido creadas para contribuir el desarrollo económico, social y ambiental de América Latina y el Caribe y entre ellas las entidades de tamaño micro, desde Colombia.

Al cierre de la sexta reunión del foro (Cepal, 2023c), se pudo concluir que:

Sólo el 24,6% de las metas se alcanzaron o se alcanzarían con la tendencia actual; en casi la mitad de las metas (48,4%) la tendencia es correcta, pero no suficiente para alcanzarlas; y en 27,0% de las metas la tendencia es de retroceso. Se evaluó la implementación y cumplimiento de cinco Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS en la región: ODS 6 (Agua limpia y saneamiento), ODS 7 (Energía asequible y no contaminante), ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y ODS 17 (Alianzas para lograr los Objetivos), y se conocieron experiencias, buenas prácticas y desafíos que han debido enfrentar los países en esta tarea. Se cierra la tercera junta final con hacer frente a esos desafíos específicos, entre ellos: la protección de la biodiversidad, la elaboración de estrategias de reducción del riesgo de desastres, el aumento de la disponibilidad de datos oportunos, de calidad y desagregados, la participación de los jóvenes y el incremento de los recursos financieros, la creación de capacidad y la transferencia de tecnología a los países en desarrollo.

Acciones Concretas Para Realizar desde las Entidades de Tamaño Micro

Como valor agregado las empresas de tamaño micro deben: - Tomar conciencia ambiental – Generar Hábitos para cuidar el medio ambiente y de paso hacer desarrollo sostenible.

Controlar el uso de los recursos naturales, la generación y consumo de energías, buenas prácticas en cultura desde la regla de las tres "R" Reutilizar, Reducir y del Reciclar, lo mismo que liderar procesos de economía circular y todo ello a partir de las políticas globales sobre cambio climático, la sostenibilidad, los objetivos de desarrollo sostenible y desde ellos en particular: comprometerse a generar cultura desde la sensibilización y aplicación de metas concretas que permitan a cada unidad empresarial comprometerse directamente desde el objeto social, al que corresponda en virtud de la actividad económica que fue registrada

en la DIAN respecto de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU Vers. 4.0 A. C adoptada para Colombia.

También las empresas de tamaño micro se pueden comprometer en: Reducir el consumo y el coste de los recursos (agua, energía, etc.); Disminuir la cantidad de residuos producidos y facilitar su reutilización. Reducir las emisiones a la atmósfera, los ruidos y los vertidos de aguas. Mejorar la competitividad de la empresa. Según las recomendaciones hechas por (Lineaverdehuelva.com, s.f).

METODOLOGÍA

Soporte Metodológico del Documento

Los ejes temáticos propuestos se estructuran metodológicamente desde la experiencia de la autora, en proyectos de investigación y el acercamiento a las entidades de los citados tipos de negocios y cada uno de ellos corresponde a una línea y Sub línea de investigación del programa administración financiera en UNIMINUTO, de la Rectoría de Ibagué y Magdalena Medio, tal como se cita a continuación:

Línea de Investigación Institucional: Educación, Transformación Social e Innovación

Sub línea de Investigación del Programa y Grupo: Economía, contabilidad y finanzas

Área de conocimiento: Ciencias económicas y administrativas

Proyectos de referencia: Aplicación de la gestión y las finanzas en los negocios y el comercio exterior, desde la microempresa- Modelo de Gestión Estratégica... Código: 135838 y el artículo académico: -Modelo Estratégico Financiero, para microempresas-.

Metodología Detallada

Se estructura de modo integrado en fases y etapas respecto de los componentes organizacionales de las empresas y procedimientos desde el modelo AdyFin propuesto: los tipos de empresas, el modelo de gestión financiera y los componentes corporativos de compromiso frente al desarrollo sostenible

(empresa, ecosistema y medioambiente).

La metodología se complementa con la estructuración del modelo *AdyFin*. Cuyos componentes se implantan en cuatro (4) fases y 12 etapas: **Inducción** (Sensibilización, Acuerdos); **Instrumentación** (Manuales, Ajustes, Preiniciación); **Ejecución** (Planeación, Análisis, Aplicación FODA matemática, Aplicación modelo *AdyFin*); y **Valorización de resultados** (Control, Evaluación, reinformación)

Modelo Estratégico de la Gestión Financiera *AdyFin*

Implica considerar la incidencia interna y externa en el desarrollo del negocio y que se ajusta y aplica, según las características propias de los micronegocios o las microempresas que puedan ser intervenidas en el proceso de transferencia tecnológica. *AdyFin* está estructurado en fases y etapas, con sus correspondientes ejes de atención y ejecución de actividades de operación previamente definidas.

Experiencia Corporativa en Transferencia Tecnológica

Aplicar el Modelo de Gestión Estratégica Financiera (*AdyFin*), en micronegocios y microempresas que se postulan, previa convocatoria interna de los autores, para la intervención y participación de los actores comprometidos con la metodología diseñada.

El modelo ***AdyFin*** se articula con el proyecto de investigación ejecutado desde administración financiera: -Aplicación de la gestión y las finanzas en los negocios y el comercio exterior, desde la microempresa- y el artículo académico: -Modelo Estratégico Financiero, para microempresas-. (Ver anexo A. Diseño Metodológico del Modelo *AdyFin*.)

RESULTADOS

Principales Resultados

Saber de la situación actual de los negocios de tamaño micro en Colombia, contexto de los micronegocios y las microempresas desde la economía de empresa, intervención en este tipo de negocios para aplicar estrategias de mejoramiento y entre ellas coordinar la estructuración de un modelo financiero integrado que les

potencie las capacidades de administración, gestión y actividades de operación, en conciencia con el desarrollo sostenible.

De modo integral con los proponentes (institucionalidad) y beneficiarios (sociedad, y personas de la empresa). Desde las funciones: docencia (docentes, estudiantes), investigación (investigadores e investigados) y extensión (comunidades sociales empresariales, talento humano de micronegocios y microempresas). En particular: según Garret-Jones (2000): beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales; como bienestar de la población: desarrollo humano y social, sustentabilidad, calidad, en apropiabilidad social Kreimer y Thomas (2002). Impactos desde los conceptos de bienestar.

Se obtuvo además como aporte significativo dos resultados: el primero con la integración de las finanzas y el desarrollo sostenible y el segundo con la aplicación del Modelo Estratégico Financiero Integrado AdyFin, con los dos componentes de gran impacto, inicialmente en las entidades empresariales de tamaño micro y en adelante sobre la base de la experiencia y los aprendizajes, en las entidades de las MiPymes en Colombia y la oferta al nivel global.

DISCUSIONES

La línea temática de discusión se integra en relación directa con la administración, gestión y operación de las empresas de tamaño micro y el enfoque principal sobre las finanzas y el desarrollo sostenible. Se asocia al proceso una amplia mirada hacia los componentes que se relacionan como: capacidad de empresarial para impulsar el crecimiento económico desde las regiones en el país. La relación del proceso con los emprendimientos y los tipos de organizaciones asociados con establecimientos, emprendimientos, micronegocios y microempresas que operan de manera informal y de formalidad legal ante las cámaras de comercio de los distintos territorios del país. Todos los componentes también tienen que ver con la economía de empresa, finanzas empresariales, conocimiento, la creatividad y la innovación, entre otras posibilidades.

El estudio permitió abordar las líneas de discusión que se citan a continuación:

1. Existe un amplio consenso en aceptar una relación directa entre la capacidad de creación de empresas de un país y su crecimiento económico.

2. Los emprendimientos se constituyen en negocios informales o en empresas de tamaño micro en gran porcentaje, cuya formalización depende de la capacidad financiera o de los mitos por el alto costo de hacerlo y el riesgo inminente para permanecer en los mercados.
3. El tipo de organizaciones de tamaño micro, para potenciar su crecimiento económico no se apoya en el conocimiento, particularmente desde las técnicas y tecnologías vigentes que permiten fortalecer los procesos organizacionales, de sostenibilidad y de desarrollo sostenible. Estos últimos componentes generalmente no son tenidos en cuenta en los procesos de planeación, gestión y operación.
4. Las organizaciones empresariales de tamaño micro, según cifras de Confecámaras 2022, son las que más incidieron en la formalización en registro y renovación en cámaras de comercio, Entre enero y diciembre de 2022 se crearon 310.731 unidades productivas, de las cuales 309.488 fueron microempresas;
5. Respecto del tamaño y sector agregado (%) de la empresa en función del valor de sus activos, se evidencia que éste está dominado por las microempresas (99,6 % en 2022, Confecámaras), del cual se derivan los respectivos sectores de la economía así: Agricultura 98,8%, Comercio 99,9%, Construcción 98,8%, Extracción 97,7%, Industria 99,9%, Resto 99,6% y Servicios 99,4%.
6. De igual forma contribuyeron a la generación de empleo, según Confecámaras el 48,9% de las empresas para el periodo comprendido entre enero a diciembre de 2022 crearon al menos un empleo. Los tres sectores con mayor participación en la creación de empleos fueron: comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos (33,3%), alojamiento y servicios de comida (15,7%), e industrias manufactureras (11,3%).
7. La administración y las finanzas constituyen el soporte de apoyo desde las ciencias económicas, economía de empresa, las finanzas empresariales. En particular estas organizaciones no dominan los costos y gastos para operar y financiar efectivamente las operaciones organizacionales.
8. Los procesos organizacionales desde las actividades económicas agropecuarias, industriales, comerciales y de servicios afrontan acciones de explotación, extracción, producción y distribución, que obligan a considerar los valores de productividad, competitividad, sostenibilidad y desarrollo sostenible de manera integrada, lo cual no se hace como debiera ser.
9. La creatividad y la innovación son soportes continuos que sirven de apoyo

al crecimiento y desarrollo de las unidades empresariales de tamaño micro en Colombia, desde sus regiones, que para el caso de la investigación afrontada hace referencia al área regional de la zona andina colombiana (Antioquia; Boyacá; Caldas; Cundinamarca; Bogotá D.C.; Huila; Norte de Santander; Quindío, Risaralda; Santander y Tolima)

Desde la perspectiva de discusión del proyecto se puede concluir que: se hace necesario definir estrategias de intervención corporativa al parque empresarial colombiano para transferir conocimiento y motivar mejores prácticas empresariales respecto de las disciplinas empresariales, financieras y ciencias afines, haciendo especial énfasis en la integración de estrategias de sostenibilidad y desarrollo sostenible.

Las instituciones de educación superior deben llevar a la praxis mejores prácticas generadas desde el conocimiento internacional, como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) vigente desde 2006 en Colombia desde los procesos investigativos empresariales y en particular sobre la experiencia vivida con la universidad Icesi y otras IES comprometidas en alianza estratégica con ésta.

CONCLUSIONES

- Se conoció la situación actual de estos negocios en Colombia, que inciden en el desarrollo social, ambiental y económico.
- Estas entidades operan con un grado bajo en organización, conciencia por el impacto ambiental, con poca división entre trabajo y capital, factores de producción, con sus impactos y a baja escala, no aplican modelos de administración y finanzas, desconocen estrategias de impactos positivos al medio ambiente y los efectos a nivel local y global.
- Dichas organizaciones no poseen modelos propios que les permita elegir estrategias apropiadas en los componentes sociales, ambientales y económicos y por tanto poder controlar: planes, presupuestos, costos, gastos, precios, ganancias e impactos desde el desarrollo sostenible.
- La propuesta planteada deja a los empresarios unas estrategias de posible ejecución y la estructuración del Modelo Integrado de Gestión Estratégica Financiera y Desarrollo Sostenible, que permiten saber cuánto cuesta hallar un equilibrio entre la capacidad de cubrir las necesidades básicas de las personas,

sin perjudicar el ecosistema, ni ocasionar daños en el medio ambiente, donde el principal objetivo es perpetuar al ser humano como especie, satisfaciendo sus necesidades presentes y futuras, mediante el uso responsable de los recursos naturales (cuidemoselplaneta.org, s.f.).

REFERENCIAS

- Alvarado Herrera, A. B. (2011). Perspectivas Teóricas. *Scielo*, 24. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n118/v27n118a07.pdf>
- Andersen, O. (1993). *researchgate.net*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/5222611_On_the_Internationalization_Process_of_Firms_A_Critical_Analysis
- Business School. (25 de Noviembre de 2018). *OBS Business School*. Obtenido de Tendencias e Innovación: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/direccion-general/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>
- Centro de Estudios Económicos ANIF. (27 de abril de 2018). Gran Encuesta a las Miroempresas. <https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Gran-Encuesta-a-las-Microempresas-27042018.pdf>
- CEPAL. (20 de abril de 2023). *Cumbre parlamentaria de cambio climático*. . Obtenido de Naciones Unidas. Agenda 2030. : <https://www.cepal.org/es/subtemas/medio-ambiente>
- CEPAL. (20 de abril de 2023). *Naciones Unidas. Agenda 2030*. Obtenido de Cepal.org/es: <https://www.cepal.org/es/subtemas/desarrollo-sostenible>
- Cepal. (28 de abril de 2023). *Objetivos de desarrollo sostenible. Sexta reunión del Foro*. Obtenido de Foroalc2030.cepal.org: <https://foroalc2030.cepal.org/2023/es>
- Cuidemos el planeta. Ecología y medio ambiente. (20 de abril de 2023). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de Cuidemoselplaneta: <https://cuidemoselplaneta.org/desarrollo-sostenible/>
- Cuidemos el planeta.org. (21 de diciembre de 2017). *Cuidemos el planeta. Ecología y Medio Ambiente*. Obtenido de ¿Qué es el Desarrollo Sostenible?: <https://cuidemoselplaneta.org/desarrollo-sostenible/>
- DANE. (28 de Abril de 2023). Encuesta Micronegocios (Emicrón) - Históricos. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios/micronegocios-historicos>
- DANE. (30 de noviembre de 2022). Encuesta de micronegocios - Tercer trimestre

2022. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/Presentacion_III_2022.pdf
- DANE. (5 de julio de 2023). *microdatos.dane.gov.co*. Obtenido de Antecedentes de la operación estadística: <https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/796>
- Datacrédito. (26 de abril de 2022). *datacreditoempresas.com.co*. Obtenido de Empresas, ¿cuáles son las micro, pequeñas y grandes empresas?: <https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/cuales-son-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas/>
- Díaz Fernández, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría. *Redalyc*, 14.
- Essays, UK. (5 de Diciembre de 2016). *ukessays.com*. Obtenido de <https://www.ukessays.com/essays/economics/product-life-cycle-theory-by-vernon-economics-essay.php?vref=1>
- Fong Reynoso, C., Flores Valenzuela, K. E., & Cardoza Campos, L. M. (7 de Mayo de 2017). *scielo.org*. Obtenido de Recursos humanos y financieros en el área de producción: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052017000200411
- Fong Reynoso, C., Flores Valenzuela, K. E., & Cardoza Campos, L. M. (2017). La teoría de recursos y capacidades:. *Nova Scientia, en Redalyc*, 20.
- Hamel, G., & Prahalad, C. . (2005). Propósito de la estrategia. *La organización de alto desempeño. Icesi*, 14.
- Hymer, S. H. (1960). . En S. H. Hymer, *The international operations of national firms, a study of direct foreign investment* (pág. 198). Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- lat.es. (25 de abril de 2023). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible*. Obtenido de lat.es: <https://iat.es/tecnologias/sostenibilidad-desarrollo-sostenible/>
- Johanson, J., & Wiedersheim-Pa, F. (1975). THE INTERNATIONALIZATION OF THE FIRM. En S. H. Researc, *THE INTERNATIONALIZATION OF THE FIRM* (pág. 306:322). Suecia: Journal of Business Research.
- Lineaverdehuelva. (28 de abril de 2023). *Buenas prácticas ambientales. El agua*. . Obtenido de lineaverdehuelva.: <http://www.lineaverdehuelva.com/lv/guias-buenas-practicas-ambientales/buenas-practicas-sobre-agua/propiedades-del-agua.asp>
- Lip Licham, C. (2005). La planificación estratégica como aprendizaje. *Scielo*, 12.
- Lombana, J., & Rozas Gutiérrez, S. (2009). Marco analítico de la competitividad

Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y Gestión*.

- Luipiáñez Carrillo, L., López Cózar-Navarro, C., & Priede Bergamine, T. (2017). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. *Elsevier. Cuadernos de economía. Vol. 40 Issue 114.*, 233-2035.
- Lupiáñez Carrillo, L., López-Cózar Navarro, C., & Priede Bergamini, T. (27 de Octubre de 2016). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. *ELSEVIER.Cuadernos de economía*. Recuperado el 14 de Abril de 2023, de <https://www.elsevier.es/en-revista-cuadernos-economia-329-articulo-el-capital-intelectual-el-capital-S0210026616300449?referer=buscador#bib0310>
- Martínez Moreno, A. J., Pereira Osorio, F. F., López Schmutzler, M. J., Gómez Santiago, L. V., & Parra Orozco, L. J. (2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023. En camino hacia la reactivación*. Cali: Universidad Icesi.
- Minciencias. (17 de abril de 2023). *scienti.minciencias.gov.co*. Obtenido de CvLAC. CurriCv. : https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001438363
- Morrisey, G., & Bass, J. (2006). Fundamentos para la planeación estratégica. En G. L. Morrisey, & J. Bass, *Planeando con Morrisey. Pensamiento Estratégico* (pág. 1:10). México: Prentice Hall Hispanopamericana, S.A.
- ORCID. (17 de abril de 2023). *Orcid.org*. Obtenido de Conecando investigación e investigadores: <https://orcid.org/0000-0001-7920-7124>
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. . Oxford: Oxford University Press.
- Portafolio. (30 de septiembre de 2009). *Microempresas, informalidad y empleo*. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/microempresas-informalidad-190942>
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. : . New York: Free Press.
- Pymes Globales. (2006). En C. Gelmetti, *Pymes Globales* (pág. 271). Ugerman Editor.
- Universidad ICESI. (30 de abril de 2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación*. https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/cdee/informes/Reporte_GEM_Colombia_2022-2023.pdf
- Velásquez Acosta, A. (2022). *¿Cuál es la relación de los componentes asg con el*

desempeño financiero de las empresas en el entorno colombiano?: <https://repositorio.uniandes.edu.co/flexpaper/handle/1992/64869/La%20Relacion%20de%20los%20Componentes%20ESG%20con%20el%20Desempeño%20Financiero%20de%20las%20Empresas%20en%20el%20Entorno%20Colombiano.pdf?sequence=2&isAllowed=y#page=5>

Vernon Smith, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Life Cycle. *Quarterly Journal of economics*, 17.

Zárate, L. (s.i de s,i de 2013). Modelo de Redes y procesos de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. San José, Costa Rica, Costa Rica. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rnegno/rgn-v1n2-2013/RGN-V1N2-2013-4.pdf>

Audretsch y Keilbach, 2004. Entrepreneurship and regional growth: An evolutionary interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14 (2004), pp. 605-616

Castromán, J. L. y Porto, N. (2000): "Principios y leyes de administración empresarial: una propuesta de metodología", en Parra, M. (ed.): Inteligencia empresarial. La gestión del conocimiento en la empresa. Papers Proceedings, XIV Congreso Nacional – X Congreso Hispano-Francés de AEDEM, Jaén, pp. 55-65

Cerro Davila, V. H., Torres Pontón, I. M., & Nova Gaviria, V. D. P. (2020). *Gestión para la implementación del SG-SST en empresas de menos de 5 trabajadores en el municipio de Puerto Boyacá Del 2015 Al 2020* [Tesis de Doctorado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10318/2/UVDTE.RLA_CerroVictor-TorresIvonne-NovaViviana_2020.pdf

Clavijo, S. (25 de abril de 2018). Resultados de la Gran Encuesta a las Microempresas 2018. *Larepublica.co*. <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/resultados-de-la-gran-encuesta-a-las-microempresas-2018-2718177>

Cuidemoselplaneat.org. (s.f.). ¿Qué es el desarrollo sostenible?. <https://cuidemoselplaneta.org/desarrollo-sostenible/>

Decreto 957 de 2019 [con fuerza de ley]. Se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015 (Colombia)

Delgado-Verde, M., Martín-de-Castro, G., Navas-López, J. E., & Cruz-González, J. (2011). Capital social, capital relacional e innovación tecnológica. Una aplicación al sector manufacturero español de alta y media-alta tecnología. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(4), 207-221.

Garrett-Jones, S. (2000). International trends in evaluating university research out-

- comes: what lessons for Australia?. *Research Evaluation*, 9(2), 115-124.
- lat.es. (s.f.). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible*. <https://iat.es/tecnologias/sostenibilidad-desarrollo-sostenible/>
- Kreimer, P., & Thomas, H. (2002). The social appropriability of scientific and technological knowledge as a theoretico-methodological problem. *Section*, 1.
- Lineaverdehuelva.com. (s.f.). *Buenas prácticas sobre el agua*. <http://www.lineaverdehuelva.com/lv/guias-buenas-practicas-ambientales/buenas-practicas-sobre-agua/propiedades-del-agua.asp>
- Luipiáñez Carrillo, L., López Cózar-Navarro, C., & Priede Bergamine, T. (2017). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. *Elsevier. Cuadernos de economía. Vol. 40 Issue 114.*, 233-2035.
- Martínez Moreno, A. J., Pereira Osorio, F. F., López Schmutzler, M. J., Gómez Santiago, L. V., & Parra Orozco, L. J. (2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023. En camino hacia la reactivación*. Cali: Universidad Icesi.
- Martínez Romero, A. C., Moreno Barragán, J. A., Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F. F., López Lambraño, M., Schmutzler, J., ... & Orozco Triana, J. A. (2023) *Actividad empresarial en Colombia 2022-2023: En camino hacia la reactivación*.
- Morin, E. (1995). *El pensamiento complejo*. Gedisa. Madrid.
- Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez, A. F., & Villarreal, S. (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta. *Archivos de economía*, 434, 1-48.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. : . New York: Free Press.
- Ramírez, A. (2002). La construcción sostenible. *Física y sociedad*, 13, 30-33.
- Schumpeter, 1934. *Entrepreneurship as innovation*. Oxford University Press, (1934),
- Velásquez Acosta, A. (febrero de 2022). *repositorio.uniandes.edu.co*. Obtenido de ¿Cuál es la relación de los componentes asg con el desempeño financiero de las empresas en el entorno colombiano?. <https://repositorio.uniandes.edu.co/flexpaper/handle/1992/64869/La%20Relacion%20de%20los%20Componentes%20ESG%20con%20el%20Desempeno%20Financiero%20de%20las%20Empresas%20en%20el%20Entorno%20Colombiano.pdf?sequence=2&isAllowed=y#page=5>

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la institucionalidad y las personas que las representa, involucradas en los procesos de formación desde la investigación y la generación de conocimiento a favor de las comunidades sociales y productivas de la ciudad, las regiones del país y asociatividad internacional. Entre ellas: Corporación de educación superior Minuto de Dios UNIMINUTO, Universidad Cooperativa de Colombia UCC sedes Ibagué - Espinal, en convenio con el Centro de Investigaciones e Innovación en los Negocios CIIN de Colombia, el Centro de Investigaciones y Desarrollo Ecuador, y el Centro de Estudios Transdisciplinarios de Bolivia.

ANEXOS

Anexo A. Diseño Metodológico del Modelo AdyFin

Anexo B. Indicadores Asociados Al Modelo De Gestión Adyfin

Anexo C. Marco de Referencia de Apoyo para Tener en Cuenta en el Desarrollo del Proceso

Anexo A. Diseño Metodológico del Modelo AdyFin

Los componentes del modelo se implantan en cuatro fases (4) (inducción, instrumentación, ejecución y valorización de resultados) serán ejes de ejecución en las entidades empresariales seleccionadas, a través de dichas fases y las correspondientes etapas, como se plantean a continuación:

Fase I. Inducción

Etapas 1. Sensibilización a empresarios (presentación del modelo, su importancia y la pertinencia del modelo para negocios de tamaño micro)

Etapas 2. Acuerdos sobre aprobación y autorización de la intervención, en transferencia tecnológica, el manejo de la información y los protocolos asociados al proceso de ejecución del modelo propuesto

Fase II. Instrumentación

Etapas 1. Presentación de manuales, de administración, gestión y operación.

Etapas 2. Realización de ajustes de procedimiento y ejecución, de ser el caso.

Etapas 3. Pre iniciación: se realiza a través de un diagnóstico general de la entidad.

Fase III. Ejecución del Modelo Adyfin.

Etapas 1. Planeación Estratégica Financiera. Planteamiento del diseño de planeación ideado.

Etapas 2. Análisis de resultados del diagnóstico integrado, para complementar el desarrollo del diseño propuesto.

Etapas 3. Aplicación de la matriz FODA Matemática. Para argumentar el diseño, al tomar como base los hallazgos generales y financieros del diagnóstico general, se realiza el diseño definitivo, que se complementa con una elaboración estratégica, técnica y dinámica, frente a la realidad y conveniencia de las submatrices analizadas (factores externos, factores internos).

Etapas 4. Aplicación del modelo Adyfin, sobre la base de las características de la empresa seleccionada y los hallazgos organizacionales complementarios del tipo de empresa, con fundamento en la fase III y sus etapas.

Fase IV. Valorización de Resultados.

Etapa 1. Control de implementación, seguimiento ordenado (a) previo, b) sobre la marcha y c) los resultados de los componentes y en particular sobre los procesos, procedimientos, acciones, la estrategia y los resultados obtenidos.

Etapa 2. Evaluación: análisis de resultados obtenidos, sobre la base de los controles y los hallazgos, se procede al diseño de estrategias de mejoramiento e implementación de los ajustes propuestos.

Etapa 3. Reinformación. Cierre del proceso e información de resultados, conclusiones y recomendaciones finales.

El modelo tiene como centro de atención las estrategias de administración y gestión financiera, como se pueden apreciar en la figura 4.

Figura 4

Modelo Estratégico de la Gestión Financiera Adyfn



Nota. El diagnóstico da lugar a integrar los componentes: Administración, finanzas y desarrollo sostenible.

Soporte Sobre la Ejecución de Fases y Etapas del Modelo Adyfin

El modelo sigue un proceso, unos procedimientos y unas acciones estructuradas desde las cuatro fases y las etapas correspondientes ya expresadas. La importancia estriba en sensibilizar y aplicar un modelo de fácil estructuración, seguimiento y ejecución que aporta conocimientos, saberes, estrategias y herramientas que apuntan a saber más sobre administración y finanzas que se aplican a los negocios de tamaño micro, con la inclusión de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible.

Para analizar los recursos financieros, se hace necesario tener conocimiento sobre: administración, gestión y operación, que se integran con las finanzas y que se estructuran a partir del modelo, que centra su atención en un diagnóstico interno y externo, como base para determinar la planeación estratégica financiera, como epicentro del modelo que permitirá, además, que los empresarios puedan tomar decisiones más cercanas a sus realidades y por tanto más convenientes y acertadas.

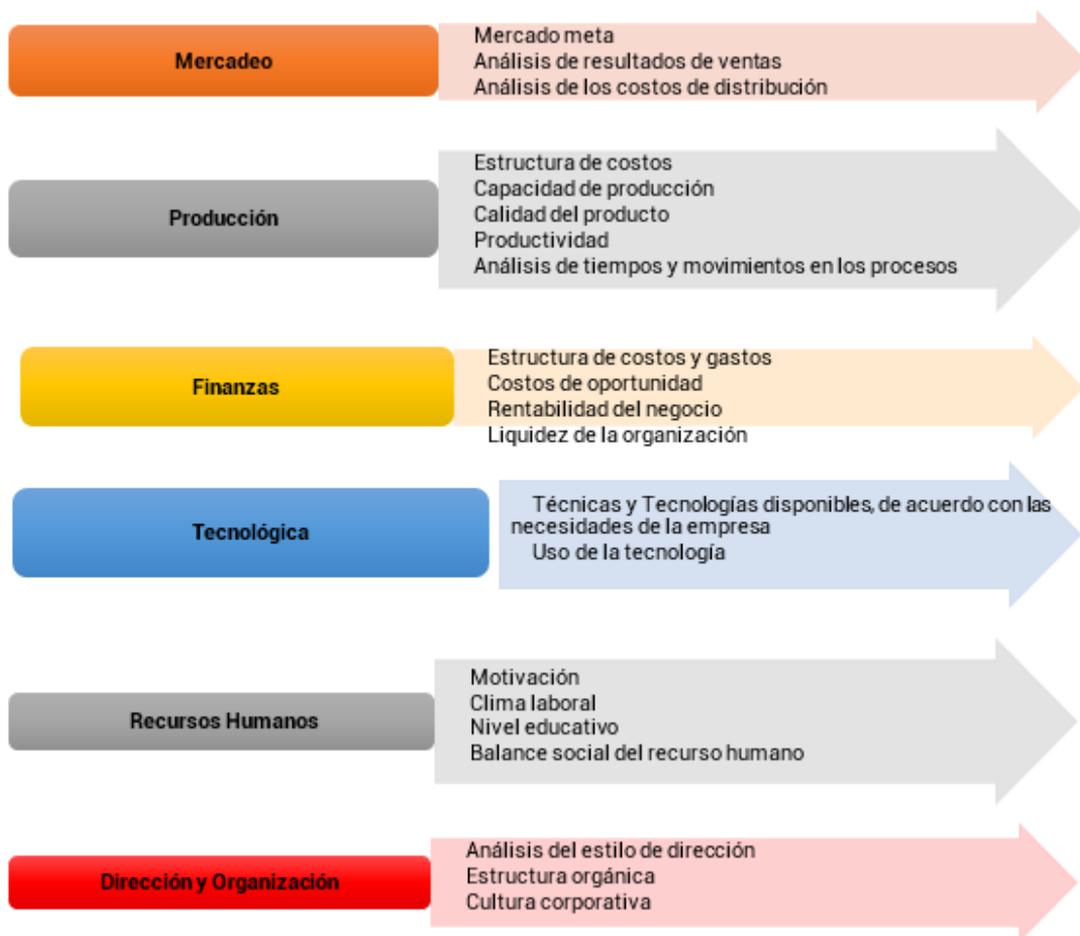
Un diagnóstico Interno, es importante para analizar dentro de la empresa la estructura administrativa y organizacional, lo cual es clave para hallar la problemática y como estrategia, según la propuesta de (Guerras Martín & Navas López, 2015) se puede aplicar el siguiente proceso:

Identificar la organización: Definir su actividad económica, su objeto social, tamaño, historia, mercado que atiende, naturaleza jurídica, procedencia del capital, entre otros elementos corporativos.

Definir y analizar las fuerzas controlables, desde las fortalezas y debilidades, para ello: es necesario analizar cada área funcional de la empresa: mercadeo, producción, finanzas, tecnología, recursos humanos y la dirección administrativa; en la figura 5, se muestra cada área con sus respectivas variables a analizar.

Figura 5

Áreas funcionales de la organización, con sus variables a analizar



Nota. desde la fuente Guerras Martín y elaboración propia, se aprovecha para hacer transversal la administración de la organización con las finanzas y el desarrollo sostenible.

Cadena de Valor: la dirección debe establecer las fuentes de ventajas competitivas, en otras palabras, definir cuál es área o aspecto que le genera valor; para ello se debe tener en cuenta las actividades primarias y las actividades de apoyo.

Actividades Primarias: son parte del proceso productivo. Dentro de estas actividades se encuentra la distribución para el almacenamiento y entrega de

productos, Marketing y ventas, para penetrar en el mercado y monitorear el servicio postventa.

Actividades de Apoyo: no forman parte del proceso productivo, sólo definen el apoyo a las actividades primarias; dentro de ellas están: el aprovisionamiento desde la compra de materias primas, maquinaria y equipo; más servicios, entre otros; el desarrollo tecnológico, el cual debe estar enfocado a mejorar procesos de producción y de gestión, a través de la automatización; de igual forma en los apoyos se encuentra la administración del recurso humano, en relación con: contratos, motivación, adiestramiento, formación, rendimiento, etc., y por último interviene la infraestructura de la empresa, la cual se fundamenta bajo la administración, a través de la planificación, la información, el control, evaluación, la reinformación, la organización, la contabilidad y las finanzas, entre otros aspectos.

Análisis de los Recursos y Capacidades: para el respectivo análisis de los recursos de la empresa, es necesario inventariar todo lo relacionado con maquinaria y equipo, realizar una valoración contable de ellos, establecer su capacidad para responder al mercado; es decir, poder saber si es suficiente con esos activos fijos o es necesario repotenciarlos, darles de baja, reponer o adquirir nuevos elementos. También, respecto de los recursos y capacidades que tenga la empresa, se debe identificar el efectivo disponible con que cuenta, para tener un punto de partida para la planeación financiera, con el capital de trabajo; Además de tener en cuenta los recursos físicos, se debe realizar un análisis concienzudo, en relación con la capacidad que tiene el talento humano para dar respuesta al mercado, ya que de esto depende el diseño de estrategias, para mitigar cualquier falencia que se pueda presentar el desarrollo de la actividad empresarial.

Diagnóstico Externo

Comprende el estudio de todo lo que es ajeno a la empresa, son factores que la afectan y no puede controlar; para desarrollar el análisis se puede hacer desde el punto de vista general y específico, con apoyo de las submatrices de Oportunidades y Amenazas, la matriz PESTEL, el diamante de Porter y la Matriz Vrio.

Entorno General

En este contexto se identifican los factores externos que pueden afectar la actuación de la empresa, como: el componente político, el comportamiento macro y microeconómico, las manifestaciones socio culturales, la tecnología contemporánea versus la automatizada y los efectos legales que afectan o le afectarán; en otras palabras, se aplica la Matriz PESTEL, propuesta por (Gerry, Scholes, & Whittington, 2006) en dirección de empresa. En el esquema 1, se muestran las variables a estudiar en cada factor, con apoyo de la matriz PESTEL.

Esquema 2

Factores en Contexto de la Matriz PESTEL

Factor político: estabilidad del gobierno, política fiscal, reglamentos sobre comercio exterior y políticas de bienestar.

Factor económico: ciclos económicos, tendencias del PNB, tipos de interés, oferta monetaria, inflación, desempeño, renta disponible PIB. TRM, entre otros.

Factor socio-cultural: demografía, distribución de la renta, movilidad social, cambios del estilo de vida, actitudes hacia el trabajo y el ocio, consumismo, nivel de educación.

Factor tecnológico: gasto público en investigación, atención del gobierno y la industria al esfuerzo tecnológico, nuevos descubrimientos y desarrollos, rapidez de la transferencia tecnológica y tasa de obediencia.

Factor legal: Licencias, permisos, seguridad laboral, propiedad intelectual, legislación sobre la competencia, legislación laboral, salud y seguridad y calidad de los productos.

Factor Ecológico: leyes de protección medioambiental, residuos y consumo de energía, planes de mitigación y contingencia. Desarrollo sostenible y sustentable.

Entorno Específico de Operación

Corresponde a los factores externos que afectan la estrategia planteada por la organización, de acuerdo con la actividad desarrollada; el énfasis está en analizar la competencia, con productos iguales o sustitutos, teniendo en cuenta factores, según lo planteado por (Hill & Jones, 2005), como: los clientes, la función del producto para satisfacer a los clientes y la tecnología aplicada.

Desarrollo de las Fases Estructuradas, en Ejecución del Modelo Adyfin

Caso de Referencia: sea un caso hipotético para ilustrar el ejemplo, Industria Manufactura, sector textil, confecciones, marroquinería y cuero.

Ejecución de la Estrategia, Desde el Modelo Diseñado: para la ejecución del modelo, es necesario seguir una ruta que indique la posibilidad de obtener los resultados esperados, en ese sentido se tomó como referencia el planteamiento de (Thompson, Strickland, & Gamble, 2007) citado en (Olivares Valentín, 2011) p. 11/14, que se expresa a continuación:

Formar una organización con las competencias, capacidades y fortalezas de recursos, para ejecutar con éxito las estrategias. Asignar los recursos a quienes dirigen la ejecución adecuada de una estrategia. Instituir normas y procedimientos que faciliten la ejecución de la estrategia. Adoptar mejores prácticas y buscar la mejora continua. Instalar sistemas operativos y de información, que permitan llevar a cabo las funciones estratégicas de manera competente. Vincular recompensas e incentivos directamente con el logro de objetivos estratégicos. Inculcar una cultura corporativa que promueva una adecuada ejecución de la estrategia. Ejercer un liderazgo firme para impulsar la ejecución.

Además, dada la naturaleza de los estudios de caso, los autores citados agregan: "estos resultan sumamente aptos para analizar problemáticas vinculadas con el ámbito empresarial en su estado real, además de permitir comprender la naturaleza y complejidad de los procesos que tienen lugar".

Para el caso de aplicación del modelo, se propone también seguir los criterios planteados por Viñas y Suarez en (Brito Viñas, 2000; Suárez Hernández, 2003). "El estudio de caso busca una generalización analítica (no estadística) mediante la

utilización de la inferencia lógica hacia otros casos que presenten condiciones teóricas similares (Castro Monge, 2010). Asimismo, (Yin, 1981), concluye: "como estrategia de investigación, permite el análisis, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes"

La aplicación del modelo en los micronegocios (tercerización) y las microempresas de la industria manufacturera, dedicadas en este caso a la gestión, desde el sector textil confecciones, marroquinería, calzado y cuero, permitirá dar valor a los recursos y capacidades, de tal modo que se puedan identificar individualmente, para que hagan parte de un todo integral, que, en la misma dinámica de los negocios internos, pueda ser altamente efectiva en los mercados tanto nacionales como internacionales.

A partir de la integración de recursos y capacidades, y la aplicación de la matriz FODA matemática, se posibilitará un análisis holístico de la empresa, mediante la relación de los recursos planteados y los factores clave, así como la caracterización de su entorno económico, social, cultural y medioambiental, a través de los factores influyentes. Ello, permitirá finalmente, la determinación de un estado de situación empresarial de base, que sirve como sustento para el diseño de otras estrategias de desarrollo de los micronegocios o las microempresas elegidas, desde el modelo Adyfin, para seguir el proceso de internacionalización, si así se lo proponen.

Anexo B. Indicadores Asociados Al Modelo De Gestión Adyfin

Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión cumplen su función respecto del giro del negocio, e decir a lo que se dedican desde su objeto social y los desempeños de las áreas funcionales, y el talento humano, éstos se relacionan entre: el objeto social, la misión, la visión o la mega visión, de ser el caso. Los indicadores de gestión tienen dos campos de aplicación: la medición cualitativa, cuando se tiene la información y se procede a compararla con los comportamientos internos, frente a los entornos externos, especialmente de la competencia; la segunda es de índole cuantitativo, que se soporta con el apoyo de la matemática y la estadística, a través de comparación de resultados numéricos.

Las orientaciones que se pueden tomar giran respecto de los problemas a afrontar, la eficiencia y la eficacia, para la toma de decisiones. A nivel de las empresas se acostumbra a seguir comportamientos, que según la posición de Zendesk, en (da Silva, 2022), se pueden medir a través de métricas con fórmulas propias o a través de encuestas de satisfacción, generalmente basadas en la escala Likert. Desde el servicio al cliente (interno y externo), Marketing (procesos de comercialización, producción o servicios) y ventas. Cada uno de ellos tiene sus propias líneas de diseño y aplicación.

Respecto de la línea de servicio al cliente, expresadas por los mismos autores, se conocen indicadores como: CSAT, CES, NPS, CC, FRT, FCR. Desde la experiencia de satisfacción de los bienes o servicios, incluidas la confianza, la calidad y la garantía real, entre otras opciones posibles. El primer indicador es conocido como: *Customer Satisfaction Score CSAT*⁷ En donde $CSAT = (\# \text{ de clientes satisfechos} / \# \text{ total de personas que respondieron la encuesta}) \times 100$.

El siguiente indicador es *Customer Effort Score CES*, o puntuación de esfuerzo del cliente, que responde a - qué tan difícil o qué tan fácil fue para un cliente obtener lo que necesitaba de la empresa-. En donde $CES = \text{Total de incidentes} \div \text{Total de respuestas}$.

El tercer indicador es *Net Promoter Score NPS*⁸, es un indicador que mide la probabilidad que los clientes recomienden la marca a amigos, familiares y conocidos. En donde, $NPS = (\text{Promotores} - \text{Detractores}) \div \text{Total de encuestados}$. La información compartida también desarrolla los indicadores que se nominaron y no se describieron.

Indicadores Financieros

Desde los Indicadores financieros se busca saber los resultados del negocio y los rendimientos, donde se puedan controlar: costos y gastos, flujo de caja, ganancias; también se puede considerar la aplicación de otros indicadores integrados desde la economía de empresa y las finanzas como: valor económico añadido o agregado; capital productivo; retorno en equidad; ciclo de conversión de efectivo; promedio de errores en pago a vendedores, según (da Silva, Indicadores financieros, 2022) entre otros posibles. Respecto de la relación con el modelo propuesto se definen los siguientes:

⁷ Puntuación de satisfacción del cliente

⁸ Permite identificar clientes promotores, neutrales y detractores

1. Indicadores de liquidez
2. Indicadores de actividad
3. Indicadores de endeudamiento
4. Indicadores de rentabilidad
5. Costo promedio ponderado de capital
6. Indicadores de generación de valor

Aplicación Integrada de Gestión Financiera

Se plantea como valor agregado, a través de una aplicación en formato de Excel, como complemento al modelo de análisis financiero, fue diseñado por el director del programa de finanzas del CEIPA⁹, Sergio Iván Zapata Sierra, quien lo dispone en forma abierta para uso académico. El autor expresa: " se pretende, realizar todas las operaciones y cálculos de elaboración de los estados financieros, análisis horizontal y vertical, indicadores financieros, gráficos y tablero comando o de control".

El objetivo es expresado por el autor como de enfoque académico, aunque puede ser utilizado para análisis de información real en cualquier empresa, siempre y cuando se ajusten algunos datos complementarios a los estados financieros, para un correcto análisis y posterior toma de decisiones. Esta aplicación de hoja de cálculo, diseñada como modelo de apoyo se ejecutará en las empresas donde se acepten los términos de la transferencia tecnológica de proyección social del programa Adfu, de la Corporación de Educación Superior Minuto de Dios UNIMINUTO.

Anexo C. Marco de Referencia de Apoyo para Tener en Cuenta en el Desarrollo del Proceso

Vigilancia tecnológica: es importante hacer vigilancia tecnológica y tener información actualizada en procesos desde:

- a. **Marketing y comercialización:** para realizar estudios de mercado, interactuar con los clientes, aplicar la herramienta benchmarking, que permita vigilar la competencia, en relación con productos y servicios, informes financieros de ventas, activos, pasivos, indicadores financieros, valor agregado por parte de los empleados y del bien o servicio, entre otros aspectos asociados.

- b. **Compras:** para negociar con diferentes proveedores, de acuerdo con: precios, descuentos, plazos y valores agregados.
- c. **Talento humano:** que permita analizar las capacidades, habilidades y comportamiento en general de éstos en el desarrollo de su labor.
- d. **Finanzas:** que permita tener aliados estratégicos desde: el sector financiero interno y compañías especializadas en finanzas internacionales, para realizar análisis de los mercados: monetario, de capitales y bursátil.
- e. **Producción:** sobre estandarización de procesos y mantenimiento de equipos y seguimiento al talento humano de esa área.



**COMUNICACIÓN, MERCADEO Y
EDUCACIÓN EN PROCESOS
AGROECOLÓGICOS Y DE
ECONOMÍA SOLIDARIA A TRAVÉS
DE FACEBOOK**

**CASO FERIA AGROECOLÓGICA,
UNIMINUTO COLOMBIA**



ADRIANA MARÍA CHAPARRO-AFRICANO

**Doctora en Agroecología
Magíster en Agroecología
Médico Veterinario**

Docente Universitario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

E-Mail: achaparro@uniminuto.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9124-3005>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000520888

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

WILLIAM PULIDO-TALERO

**Doctor en Educación
Magíster en educación
Ingeniería Industrial**

Docente Universitario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

E-Mail: wpulido@uniminuto.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4813-8087?lang=es>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001340648

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Chaparro-Africano, A. M. y Pulido-Talero, W. (2024). Comunicación, mercadeo y educación en procesos agroecológicos y de economía solidaria a través de Facebook - caso feria agroecológica, UNIMINUTO Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 113-147). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

La situación ambiental, alimentaria y nutricional en Colombia es deficiente, y coincide con una pobre promoción de la agroecología en el país. Este documento presenta los resultados de una investigación denominada "Articulando educación, mercadeo y agroecología, para la promoción del consumo sostenible", cuyo objetivo fue evaluar una campaña educativa y de mercadeo en la @FeriaAgroecologicaUn, que es un mercado agroecológico que promueve la economía solidaria, la soberanía alimentaria, la alimentación saludable y el consumo sostenible, para lo cual se diseñaron y divulgaron 23 materiales entre infografías, videos, y Facebook live en el segundo semestre de 2020.

De los tres materiales analizados, el Facebook live tuvo un mejor desempeño, seguido por las infografías y finalmente por los videos animados, lo que deriva de la mayor participación lograda en el Facebook live. De los conceptos comunicados, los de mejor desempeño fueron biodiversidad, agroecología, paisaje y salud. La fanpage de mejor desempeño fue la de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región. La comunicación, educación y mercadeo en agroecología deben complementarse y requieren guardar sanos equilibrios entre conceptos positivos, negativos, emocionales, racionales, de motivación individual y colectiva, y promover la participación, para su escalamiento. El mercadeo y Facebook son de gran utilidad en agroecología y economía solidaria, siempre que se evite caer en lo que se pretende superar: problemas éticos, alienación de las personas, materialismo y consumismo.

Palabras clave: Comunicación en agroecología, mercadeo en agroecología, educación en agroecología, economía solidaria y agroecología, Facebook y agroecología, consumo sostenible.

Communication, Marketing and Education in Agroecological Processes and Solidarity Economy, Through Facebook

Case Study: Feria Agroecológica Uniminuto, Colombia

ABSTRACT

The environmental, food and nutritional situation in Colombia is deficient, and coincides with poor promotion of agroecology. This document presents the results of an investigation called "Articulating education, marketing and agroecology, for the promotion of sustainable consumption", whose objective was to evaluate a sustainable educational and marketing campaign in the @FeriaAgroecologicaUn, which is an agroecological market that promotes solidarity economy, food sovereignty, healthy eating and sustainable consumption, for which 23 materials including infographics, videos and Facebook live were designed and disseminated in the second half of 2020.

Of the three materials analyzed, Facebook live had the best performance, followed by infographics and finally by animated videos, which derives from the greater participation achieved in Facebook live. Of the communicated concepts, the ones with the best performance were biodiversity, agroecology, landscape and health. The fan page with the best performance was that of the Agroecological Market Network of the Bogotá Region. Communication, education and marketing in agroecology must complement each other and require keeping a healthy balance between positive, negative, emotional, rational concepts, individual and collective motivation, and promoting participation, for its escalation. Marketing and Facebook are very useful in agroecology and solidarity economy, as long as it avoids falling into what it is intended to overcome: ethical problems, alienation of people, materialism and consumerism.

Keywords: Communication in agroecology, marketing in agroecology, education in agroecology, solidarity economy and agroecology, Facebook and agroecology, sustainable consumption.

INTRODUCCIÓN

La huella ecológica mundial en el año 2016 fue de 1,7 planetas tierras evidenciando un consumo humano insostenible, que en realidad se evidenció desde 1970, cuando la huella ecológica mundial supero la biocapacidad planetaria (Footprintnetwork, 2020). De hecho, mientras la biocapacidad, o capacidad de los ecosistemas de renovarse, aumentó cerca del 27% en los últimos 50 años, la huella ecológica, que mide el consumo humano, aumentó casi 190% en el mismo periodo de tiempo, lo que determina un déficit de biocapacidad (WWF, 2018). Es evidente que el consumo humano, debido al crecimiento poblacional y al consumo individual, es desproporcionado frente a la capacidad de soporte del planeta tierra, la insostenibilidad ambiental de nuestra economía y de nuestra sociedad, son indiscutibles.

A nivel Colombia, para el año 2017, el país tenía 3,6 hag por persona en biocapacidad y 1,9 hag por persona en huella ecológica, lo que determinaba una reserva de biocapacidad de 1,7 hag por persona, y aunque aparentemente es positivo, en 1961 la biocapacidad por persona era de 10,6 hag, lo que pone en evidencia que la población ha incrementado mucho, pasando de 16.982.314 personas en 1961 a 48.653.416 en 2016, pero también el consumo de esa población (Footprintnetwork, 2019).

Aunque la huella ecológica aún no es un índice del total del consumo y generación de desechos por parte de los humanos, es posiblemente el índice más completo disponible a la fecha; cuatro de sus seis indicadores se relacionan a la dieta: consumo de productos derivados de la pesca y del cultivo de peces en océanos y agua dulce; consumo de productos derivados de animales como carne, lácteos, etc.; consumo de alimentos, aceites, piensos de origen agrícola; y, huella de carbono relacionada a la quema de combustibles fósiles para el transporte (Blanchard, 2020). De hecho, se estima que la dieta sea la aportante del 44 al 57% de las emisiones de efecto invernadero en el mundo (GRAIN, 2014; Bisquert et al., 2018).

La agroecología busca ayudar a superar esta insostenibilidad, interviniendo los agroecosistemas desde la gestión de los bienes comunes naturales, la producción, la distribución y el consumo, no solo por la responsabilidad del manejo

de los agroecosistemas en la insostenibilidad planetaria, sino por las consecuencias negativas de esta en los agroecosistemas.

A pesar de las bondades de la agroecología, en Colombia no hay estadísticas de su cobertura, mientras para el año 2019 solo se reportaban en producción y recolección silvestre orgánica un total de 52.724 ha, menos del 0,1% del área nacional, en manos de, apenas, 3.496 productores. Lo más lamentable es que esta producción se exporta (Forschungsinstitut, 2020), expulsando de los mercados locales los alimentos más inocuos y nutritivos (Raigón, 2008). Respecto a producción agroecológica no hay registros detallados, aunque se reportan seis Sistemas Participativos de Garantía - SPG operacionales en el año 2018, con 335 ha certificadas (Forschungsinstitut, 2020). Esta baja cobertura de las agriculturas sostenibles deriva de que no hay políticas públicas enfocadas en promover la agroecología y el consumo local de sus productos, ya que las prioridades han sido otras, pero, además, porque el entorno productivo y de mercado para los agricultores campesinos, familiares y comunitarios, es adverso.

Complementariamente, la situación alimentaria y nutricional de los colombianos registra altas proporciones de sobrepeso (51%) y desnutrición (incluso 11,2% en la Guajira), por un deficiente consumo de frutas, verduras y proteínas, principalmente en niñas, niños y mujeres, con alarmantes deficiencias en vitamina A, Zn, Ca, Fe y proteína (Uribe et al., 2014), que determinan deficiencias en su salud, aprendizaje e inclusión económica. Es urgente revertir esta situación, y la solución está al alcance de todos, pues mientras los agroecosistemas agroecológicos ayudan a capturar las emisiones de carbono y generan empleo (Altieri & Nichols, 2017), entre otros beneficios sociales, ambientales y económicos (De Shutter, s.f.), también aportan alimentos saludables de manera eficiente.

En este contexto, la educación ambiental debe orientar y promover esta transición hacia la sostenibilidad (Stern, 2007; Bisquert et al., 2018), pero a la educación ambiental debe sumarse la educación solidaria, realizadas desde diversos sectores y actores, y con urgencia, ya que es bien sabido que los cambios culturales son de mediano y largo plazo, pues como estima Stern (2007), las acciones actuales solo tendrán un impacto en el clima de los siguientes 40 o 50 años. Los consumidores también pueden hacer un aporte determinante a esta transición hacia la sostenibilidad, exigiendo que los alimentos se obtengan a partir

de prácticas sostenibles, y apropiando diversas prácticas de consumo sostenible, lo que solo ocurrirá si los consumidores hacen parte de procesos de educación, y por qué no, mercadeo, apropiados.

Por lo tanto, comprender que conceptos y medios son más efectivos en la educación y el mercadeo para promover el consumo de productos agroecológicos, propósito de esta investigación, es particularmente necesario, especialmente en un momento histórico en que la humanidad ha acordado trabajar colectivamente por alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en donde la producción y el consumo responsables, son determinantes.

Como plantea Martín-Serrano (2007), la comunicación implica a dos o más agentes que interactúan entre sí mediante señales que tienen significados e intencionalidad, por lo que se puede decir que la educación es comunicación, pues también determina interacción entre agentes, con señales significativas e intencionalidad, y esta última es generar cambios en el ser, el saber y el hacer. Respecto al mercadeo, todos sus elementos son comunicación, no solo la promoción propiamente dicha, sino el producto, el precio, el proceso de venta, distribución, y el servicio, los cuales también comunican diversos aspectos que resultan positivos, negativos o indiferentes para el cliente. La comunicación propia del mercadeo incluye los conceptos a comunicar, los medios de comunicación y los segmentos de consumidores a quienes debe llegar la información, esta comunicación también resulta ser educativa, pues promueve, y a veces logra, cambios en el saber y en el actuar de las personas, por lo que es difícil establecer límites estrictos entre comunicación, mercadeo y educación y se pretende, mejor, establecer interacciones y sinergias entre estas disciplinas.

Complementariamente, más que discutir si el acervo de conocimiento propio del mercadeo se deben emplear en la agroecología, lo que se desea es no caer en impactos negativos ya reportados para el mercadeo convencional, como los riesgos excesivos (Beck, 1992), la hiperrealidad o incapacidad de distinguir realidad de fantasía, los problemas psicológicos (Baudrillard, 1998), la promoción de una sociedad consumista y materialista, el uso de recursos de manera insostenible y poco ética (Alexander et al., 2011), así como la desinformación (Rodríguez, 2014).

Precisamente, el marketing social pretende superar el enfoque excesivo

en el cliente y mejorarlo con un enfoque colectivo y de largo plazo (Lamb et al., 2013), mientras el ecomarketing pretende algo similar, aunque con un enfoque de sostenibilidad ambiental. Respecto a los conceptos transmitidos, el ecomarketing ha logrado influir en el consumo local gracias a su enfoque emocional - preracional (Castañeda, 2017), mientras la agroecología, por su parte, se centra más en mensajes racionales y morales (Molero-Cortés et al., 2019). Respecto a los medios empleados, la publicidad en mercados orgánicos suele incluir volantes, carteles, pendones y similares que ofrecen información, pero no persuaden al comprador (Castañeda, 2017), mientras la agroecología suele emplear como uno de los medios más comunes, la comunicación directa productor – cliente en los mercados tipo feria, que incluye información durante el proceso de venta y degustaciones, concentrándose en el mercadeo uno por uno (Peppers & Rogers, 2000), lo cual resulta ser efectivo al generar mayor credibilidad. Otros medios empleados incluyen grupos de enfoque, adquisición de bases de datos y ecoetiquetado / sellos de certificación. Todas estas estrategias usualmente son de bajo costo (Castañeda, 2017).

Según Molero-Cortés et al. (2019), siete de cada diez proyectos agroecológicos aplican una estrategia digital, siendo los medios más empleados las redes sociales: Facebook en siete de diez casos, Instagram en cinco de diez casos y Twitter en dos de diez casos; también sitios web o blogs en siete de diez casos, y WhatsApp o Telegram en cuatro de diez casos. La popularidad de Facebook se debe a su bajo costo, gran cobertura y versatilidad. Algunos indicadores de gestión incluyen 2.500 a 1.000 seguidores en Facebook, 500 en Instagram y hasta 1.600 en Twitter. A través de estos medios se comunica información comercial y productiva.

Facebook es una red social virtual, que puede ser definida como una plataforma de comunidades virtuales que opera a través de internet y cuyo fin es la comunicación. Facebook surgió en 2005 y a enero del año 2021 tenía unos 2.740 millones de usuarios en el mundo, seguida por YouTube con 2.291 millones y WhatsApp con 2.000 millones (Statista, 2021). En Colombia se reportan 60,83 millones de conexiones móviles, 34,73 millones de usuarios de internet, 34 millones de usuarios activos de medios sociales, y 36 millones de usuarios de Facebook, seguidos por 29,9 millones de usuarios de YouTube (Datareportal.com, 2021).

A pesar de esta gran penetración de internet, de las redes sociales en

general y de Facebook en particular, los retos en torno al mercadeo y educación en agroecología apoyados en redes sociales son complejos, por un lado, se busca que estas acciones sean de bajo costo, baja inversión en tiempo y bajo consumo de recursos, y, por otro lado, es complejo resaltar ante tanta información divulgada, sobre todo sin faltar a la honestidad y al objetivo de sostenibilidad que supera lo meramente comercial y es propio de la agroecología. A continuación, se presentarán los materiales y métodos de esta investigación, sus resultados, la discusión y conclusiones.

METODOLOGÍA

La investigación de la cual se origina este documento, planteo articular la educación, el mercadeo y la agroecología en la promoción del consumo sostenible. El objetivo general fue "Desarrollar participativamente una campaña educativa y de mercadeo en torno al consumo sostenible de productos agroecológicos, que permita mejorar la comprensión y comunicación de los beneficios del consumo sostenible, desde las dimensiones económica, sanitaria, ambiental, cultural y política, que impacten positivamente los indicadores de sostenibilidad de la Feria Agroecológica UNIMINUTO (FAU) y que permitan generar una apropiada articulación entre el mercadeo y la educación para la sostenibilidad". Los objetivos específicos incluyeron: "Diseñar participativamente una campaña educativa y de mercadeo para fortalecer el consumo de productos agroecológicos en los consumidores actuales de la FAU, y para vincular consumidores nuevos", "Implementar campañas educativas y de mercadeo innovadoras en la FAU" y "Evaluar la reacción a la campaña, sus aciertos y aprendizajes, así como sus impactos". Este documento se concentra en presentar los resultados del tercer objetivo específico que se implementaron en el marco de la pandemia generada por el COVID 19.

En este documento se emplearán los términos materiales, conceptos y medios. Los materiales de educación y mercadeo divulgados son de tres tipos: infografías, videos animados y Facebook live. Los conceptos corresponden a la temáticas de los mensajes divulgados por cada uno de los materiales y medios analizados. Los medios de educación y mercadeo se refieren a las dos fanpages analizadas.

A finales del año 2019 se desarrolló un taller con productores, consumidores

y promotores de la FAU, con el fin de establecer un plan de mercadeo y educación. Una de las actividades acordadas incluyó el desarrollo de cápsulas informativas en hábitos de consumo sostenible y alimentación saludable, para lo cual se realizaron 22 materiales entre infografías (once) y videos (once), que se divulgaron a lo largo del segundo semestre de 2020 (infografías entre 19 de agosto y 28 de octubre; videos entre 19 de octubre y 14 de noviembre) a través de las fanpages “Feria Agroecológica Un” y “Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región”. Otra actividad que hizo parte del plan de mercadeo y educación fue un capacitación en “Consumo sostenible: reflexión y práctica desde la huella ecológica alimentaria”, realizado desde la fanpage “Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región”, el 23 de octubre de 2020, como Facebook live.

Como se presenta en la figura 1, las infografías se estructuraron como una serie, asignando números consecutivos del 0 al 11 e incluyendo casi siempre los mismos personajes: un campesino y una mujer, queriendo representar la relación entre campo y ciudad. La primera infografía tuvo como título: ¿Qué es el consumo sostenible?, mientras las demás compartieron un mismo título: ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos?, y para diferenciarlas, se agregó un subtítulo, como se presenta en la tabla 2. Todas las infografías tuvieron un lema único “el consumidor tiene el poder para el cambio”, el nombre del proyecto de investigación, los logos y datos de contacto de los mercados agroecológicos participantes.

Figura 1

Infografías 2 y 9. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos?

2 ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos?

Por salud...

Un alimento agroecológico es producido apoyándose en sabiduría ancestral de 10.000 años de indígenas y campesinos, así como en nuevas tecnologías que apropian las enseñanzas de la ecología (protección del suelo, el agua, el aire, la biodiversidad y la salud de las personas), beneficiando al ambiente, a las personas y a la economía.

La agroecología no emplea fertilizantes sintéticos derivados del petróleo o de fuentes no renovables que afectan el contenido de nutrientes en los alimentos, contaminan el suelo y el agua subterránea, y están relacionados con problemas de salud.

No emplea biocidas que intoxican al suelo, plantas, animales y personas.

No emplea Organismos Genéticamente Modificados OGM (transgénicos) que promueven un mayor uso de fertilizantes sintéticos y biocidas, y están relacionados con problemas de salud.

No emplea aditivos artificiales para otorgar colores, sabores, olores o texturas falsas en los alimentos procesados, que además son nocivos para la salud.

Los alimentos agroecológicos tienen más nutrientes y menos agua, por tanto tienen un mejor sabor y olor. Tienen más proteína, menos grasa y de mejor calidad. La zanahoria tiene 45% más fósforo y 65% más potasio, la mora tiene 42% más antioxidantes, la cebolla tiene 35% más selenio. Estos alimentos promueven salud y la vida y están indicados en terapias contra toda enfermedad.

¡El consumidor tiene el poder para el cambio!



Proyecto "Articulando educación, mercadeo y agroecología, para la promoción del consumo sostenible" UNIMINUTO y UTP. 2019-2020. Chaparro, Adriana; García, Aída.

Contactos

-  @FeriaAgroecologicaUniminuto
-  gestionambiental@utp.edu.co
-  mercadosolidariosminutodados
-  @ReddeMercadosAgroecologicosdeBogotáRegión



Nota. Elaboración propia.

¿Por qué

consumir alimentos agroecológicos?

Porque el paisaje rural es felicidad

El paisaje es la parte visible del ambiente, o la percepción del medio externo, natural y/o creado por las personas a través de los sentidos.

El paisaje es una unidad de territorio más o menos bien definida, pero que varía en función de quien lo mira y del lugar de observación, pero sobre todo de las representaciones que comparte con los miembros de la cultura a la que pertenece, por esto, a algunos les gustará el paisaje rural y a otros no.

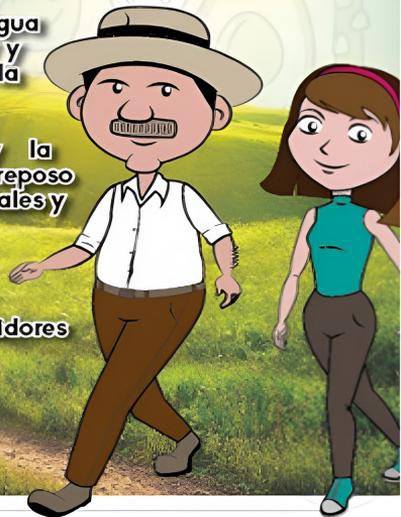
El paisaje es también la obra de arte más antigua y colectiva. La naturaleza puso un bastidor y el humano ha pintado sobre él, pero a su vez, la naturaleza ha vuelto a pintar esta obra.

El paisaje promueve la creatividad y la contemplación, genera emoción, reflexión, reposo y es evidencia de los cambios sociales, culturales y económicos.

Proteger el espacio rural y permitir que evolucione sin eliminarlo, es la tarea de todos, agricultores, habitantes rurales, consumidores urbanos.



¡El consumidor tiene el poder para el cambio!



Proyecto "Articulando educación, mercadeo y agroecología, para la promoción del consumo sostenible" UNIMINUTO y UTP, 2019-2020. Chaparro, Adriana; García, Aida.

Contactos



@FeriaAgroecologicaUniminuto



gestionambiental@utp.edu.co



mercadosolidariosminutododios



@ReddeMercadosAgroecologicosdeBogotáRegión



Nota. Elaboración propia.

Los videos fueron animados, se basaron en las infografías, tuvieron su misma línea gráfica, una duración entre 1 minuto y 15 segundos, y se

realizaron con www.videoscribe.co/, también se numeraron conformando una serie (1 a 11), e incluyeron el mismo lema, logos y datos de contacto de las infografías. Inicialmente los videos iban a realizarse con actores en escenarios reales, pero las dificultades para contratar su realización y luego los confinamientos derivados de la pandemia, no lo hicieron posible.

Finalmente, el Facebook live fue organizado por la FAU, pero transmitido vía streaming desde <https://zoom.us/> por la fanpage de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región, contó con una expositora y una moderadora y tuvo una duración de 1 hora, 18 minutos y 41 segundos entre la exposición del tema (aproximadamente 50 minutos) y la interacción con los espectadores (aproximadamente 29 minutos), restando cinco minutos, aproximadamente, de espera previa al inicio. El Facebook live se puede ver en <https://www.facebook.com/698028263718144/videos/664706390916675>.

El medio de comunicación evaluado en esta investigación fue Facebook, ya que, debido a la pandemia generada por el virus Covid-19 se realizó un confinamiento en Bogotá desde el 20 de marzo de 2020 y luego a nivel Colombia, hasta el 1 de septiembre de 2020, y este confinamiento incluyó la prohibición de eventos que reunieran más de 50 personas, razón por la cual, la FAU no pudo realizarse presencialmente entre abril y septiembre del año 2021.

En estas circunstancias tampoco fue posible diseñar las infografías y videos con un mayor enfoque de mercadeo que de comunicación y educación, así como evaluar su impacto según el marco de indicadores de sostenibilidad para mercados agroecológicos desarrollado en una investigación previa (Chaparro-Africano, 2019), según se tenía previsto, mediante indicadores como ventas, consumidores, etc., por lo que el impacto de los materiales divulgados se evaluó a partir de indicadores de Facebook como: personas alcanzadas, reproducciones, me gusta, interacciones, comentarios, y veces compartido.

Para Facebook, alcance se refiere al número total de personas que vieron una publicación desplegada frente a ellos, no significa que la hayan leído. Interacción se refiere a la relevancia de las publicaciones para el público, lo que determina su rendimiento, e incluyen: me gusta, comentarios y veces compartido. Las reproducciones son exclusivas para los videos, y el número máximo de

espectadores en vivo es exclusivo para Facebook live.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Retrasos en la contratación de quienes realizaron las infografías y videos, y el confinamiento nacional derivado de la pandemia, impidieron que se realizaran los materiales de divulgación como estaba previsto y que se obtuvieran resultados de educación y ventas, de manera que los resultados presentados corresponden a indicadores de comunicación, por lo que persiste la tarea de evaluar el impacto de futuras campañas en indicadores de educación y ventas.

Los resultados de las once infografías, once videos y un Facebook live fueron analizados comparativamente, con el fin de identificar qué tipo de material, fanpage (medio) y concepto (temática) lograron un mejor desempeño, apoyándose en estadística descriptiva y análisis cualitativo, así:

1. Materiales de divulgación: infografías, videos y Facebook live.
2. Conceptos divulgados: temáticas de las infografías, videos y Facebook live.
3. Medio de divulgación: fanpages Feria Agroecológica UNIMINUTO @FeriaAgroecologicaUn y Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región @RedMercadosAgroecologicosBogota.

Comparativo Entre Materiales de Divulgación

Los materiales divulgados a través de las fanpage de FAU y RMABR, así como sus indicadores, hasta el 26 de noviembre de 2020, se presentan en la tabla 1.

Tabla 1

Materiales divulgados a través de las fanpage de @FeriaAgroecologicaUn y @RedMercadosAgroecologicosBogotaen 2020-II.

Material divulgado	Fecha realización o publicación	Indicadores
Capacitación en consumo sostenible – Facebook live a través de la fanpage de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región	Viernes 23 octubre de 6 a 8 pm	Número máximo de espectadores en vivo: 22 Personas alcanzadas: 3.192 Reproducciones: 1.200 Interacciones: 138 Me gusta: 60 Comentarios: 28 Veces compartido: 78 Personas alcanzadas: 3.270 (Promedio 149 por infografía)
Infografías en consumo sostenible publicadas a través de las fanpages de la de la @FeriaAgroecologicaUn y de la @RedMercadosAgroecologicosBogota	Miércoles 19 agosto a miércoles 19 octubre de 2020, siempre a las 8 pm, once infografías, una cada semana	Interacciones: 150 (Promedio 7 por infografía) Me gusta: 48 (Promedio 2 por infografía) Veces compartido: 19 (Promedio 1 por infografía)

Material divulgado	Fecha realización o publicación	Indicadores
Videos en consumo sostenible publicados a través de las fanpages de la de la @FeriaAgroecologicaUn y de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región	Sábado 19 septiembre a sábado 19 noviembre de 2020, siempre a las 8 pm, once videos, uno cada semana, salvo los últimos tres que se publicaron el último viernes a las 8, 8:30 y 9 pm	Personas alcanzadas: 3.197 (Promedio 145 por video) Reproducciones: 561 (Promedio 26 por video) Interacciones: 101 (Promedio 5 por video) Me gusta: 29 (promedio 1 por video) Veces compartido: 21 (Promedio 1 por video)

Nota. Elaboración propia

El Facebook live contó con más personas alcanzadas que cada infografía (21,4 veces más) y que cada video (22 veces más). La suma de todas las infografías tuvo 2,4% más personas alcanzadas que el Facebook live. La suma de todos los videos tuvo un 1,6% más alcance que el Facebook live. La suma de todas las infografías tuvo un 2,3% más personas alcanzadas que los videos.

Respecto a las reproducciones, el Facebook live contó con 2,13 veces más reproducciones que todos los videos, aunque el número máximo de espectadores en vivo fue bajo (22). Este indicador no aplica para las infografías. Las interacciones fueron un 8,7% superiores para la suma de todas infografías Vs el Facebook live y un 36,6% superiores para el Facebook live Vs la suma de todos los videos. Las infografías tuvieron 49% más interacciones que los videos.

En cuanto a "me gusta", el Facebook live tuvo 25% más frente a todas las infografías y dos veces más frente a todos los videos. Todas las infografías tuvieron 66% más "me gusta" frente a todos los videos. Finalmente, el Facebook live fue 4,1 veces más compartido que todas las infografías y 3,71 veces más que todos los videos, mientras que todos los videos fueron 10% más compartidos que todas la infografías. Solo hubo 28 comentarios en el Facebook live, no hubo comentarios en las infografías ni en los videos.

Comparativamente, el Facebook live tuvo más rendimiento que cada video animado, y que cada infografía, en todos los indicadores. El Facebook live tuvo más rendimiento que la suma de todos los videos y/o la suma de todas las infografías en indicadores como reproducciones (no aplica en infografías), interacciones (frente a videos, no frente a infografías), me gusta, veces compartido y comentarios. El Facebook live tuvo un menor rendimiento frente a la suma de todas las infografías y todos los videos en el indicador de personas alcanzadas, pero las diferencias son mínimas (2,4% y 1,6% respectivamente).

Se esperaba que los videos animados tuvieran un mejor rendimiento que las infografías, pero pasó lo contrario: 2% más personas alcanzadas, 49% más interacciones, 66% más me gusta, a excepción del indicador "veces compartido", que tuvo 10% más rendimiento en videos frente a infografías. Estos resultados pueden deberse a que los últimos tres videos animados, por limitantes de tiempo, tuvieron que ser compartidos el mismo día con media hora de diferencia, dando menos tiempo a las personas para verlos e interactuar con ellos. Pero, adicionalmente, porque las infografías se divulgaron primero y los videos tenían información muy similar a las infografías.

El desempeño de los diferentes materiales de divulgación deriva de sus características. Mientras las infografías combinan elementos textuales y gráficos para presentar la información, logrando que su comunicación sea simple pero atractiva, los videos pueden ser más versátiles, ya que además del texto y las imágenes, pueden matizar el proceso comunicativo gracias al movimiento y el audio. A su vez, el Facebook live es mucho más versátil que el video animado y las infografías, especialmente porque permite profundizar más los temas y motiva la participación en tiempo real. De acuerdo con esto, el Facebook live fue el material con mejor desempeño; pero en desacuerdo, las infografías superaron a los videos en casi todos los indicadores, posiblemente por tratarse estos últimos de videos animados, que no permiten que quien los ve se sienta identificado con sus protagonistas o escenarios.

La preferencia por uno u otro material de divulgación se explica principalmente por sus componentes emocionales y de interacción, mientras el Facebook live permite ver personas reales con quienes se puede interactuar de manera sincrónica en un ambiente de grupo, cuyos integrantes tienen intereses en común, los videos

animados y las infografías usualmente se reproducen o leen de manera individual, los personajes son dibujos y no personas reales, y la interacción es asincrónica, aun a pesar de que la información sea igualmente confiable e interesante.

Precisamente, aunque Facebook live fue lanzado en 2015 para que las celebridades pudieran transmitir contenido en vivo, actualmente está al alcance de cualquier usuario de Facebook dadas sus ventajas, que incluyen, además de las ya nombradas, la inmersión o sensación de estar allí, inmediatez, interacción y sociabilidad (Haimson & Tang, 2017). Incluso, la transmisión en vivo genera más conexión por parte de los espectadores que los video juegos, las compras en línea o las transmisiones en internet de programas de televisión o radio.

Según Haimson y Tang (2017), el mejor desempeño de un Facebook live se asocia a que este permita una mayor y mejor participación. La inmersión se logra si el evento transmite la emoción a través de imagen y audio y si se logra intimidad (contacto con experiencias personales) y múltiples perspectivas (participación diversa, varios enfoques, etc.). La inmediatez se logra al transmitir la experiencia en tiempo real, lo que incluye la imprevisibilidad, y el acceso a contenido privilegiado, sin edición, o a la participación no masiva, a veces exclusiva. La interacción, que es una de las características más atractivas, puede ocurrir a través de comentarios, que incluyen preguntas, observaciones y propuestas, pero también solicitudes, y a través de otras formas más ligeras como el "me gusta"; estas interacciones ocurren entre el transmisor y el espectador, pero también entre espectadores, y su efecto es mejor cuando hay respuesta. También importa quien transmite, si es un amigo, un conocido o no, esto determina la cantidad y el tipo de interacciones. Respecto a la sociabilidad, las transmisiones en vivo permiten compartir con quienes tienen intereses similares, siendo en muchos casos, personas conocidas, lo que determina interés, conexión, e intimidad, aunque también deriva en una comunicación endogámica.

En el caso de las infografías, su buen desempeño puede deberse a que, como explica Ayala (2014), aunque el lenguaje se refiere a la capacidad humana para comunicarse mediante signos vocales, la escritura permitió preservar esos mensajes y la posicionó como un medio de gran importancia, y a pesar de que, en el siglo XX, con los medios de comunicación masiva, las imágenes adquirieron un gran protagonismo, la palabra escrita ha adquirido un nuevo protagonismo en el

ambiente informático.

Respecto a los videos, si son animados pueden ser más versátiles y efectivos para público joven, pero para público de mayor edad y para temáticas económicas, son mejores los videos con personas reales porque aportan formalidad y credibilidad, especialmente si son testimonios (Ikusee, 2018). Precisamente, el público de las fanpages de la @FeriaAgroecologicaUn y de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región, son mayoritariamente de 25 a 44 años (69% y 73%, respectivamente), lo que seguramente no hizo tan atractivos estos videos, al estar Facebook orientado a un público mayor (Molero-Cortés et al., 2019).

Hay que discutir también la facilidad de producir el material de divulgación, factor que determina en gran medida que material se publica en Facebook. Las infografías y los videos animados requieren software y conocimiento para usarlo, aunque cada vez estos software están más fácilmente al alcance de los internautas, sea en versiones gratuitas o pagas. En el caso particular de los videos animados, resultan muy prácticos, pues no requieren complejas y costosas filmaciones y ediciones, frente a los videos con actores en escenarios reales. En cualquier caso, sea infografía, video animado o Facebook live, se debe preparar el contenido incluyendo textos, imágenes y audio, aunque en las infografías y videos este suele ser menos espontáneo, y si en el Facebook live participan varios expositores, este trabajo previo se distribuye. Este elemento es importante, porque los productores y mercados agroecológicos no cuentan con muchos recursos para contratar profesionales en comunicación, educación o mercadeo, por lo que necesitan autonomía para la producción y divulgación de materiales, y la autonomía se logra si hay facilidad en el acceso y uso de los recursos, y si estos son de bajo costo.

Un resultado particular es que hay comentarios en el Facebook live, pero no en los videos o infografías, lo que determina una interacción más comprometida en el primer caso, de mayor esfuerzo, que el simple me gusta o compartir el material que solo requieren uno o dos clic, esto puede deberse también a una mayor expectativa de que los comentarios sean respondidos en el Facebook live por ser un proceso de comunicación sincrónico.

De otro lado, aunque en teoría, las interacciones incluyen me gusta, comentarios y veces compartido, la suma de estos últimos tres indicadores no

corresponde siempre al indicador de interacciones, lo que podría deberse a una deficiencia del sistema de estadísticas de Facebook.

Comparativo entre conceptos

Los materiales divulgados con sus respectivos conceptos e indicadores se presentan en la tabla 2:

Tabla 2

Tipo	Concepto	Personas Alcanzadas, Interacciones, Me gusta, Veces compartido
Facebook live	Consumo sostenible: reflexión y práctica desde la huella ecológica alimentaria: problemática relacionada al consumo sostenible, huella ecológica y biocapacidad, orientaciones para el consumo sostenible de productos agroecológicos	RMABR: 3.192, 138, 60, 78 Reproducciones 1.200 Número máximo de espectadores en vivo 22
Infografías	0. ¿Qué es el consumo sostenible?	Comentarios: 28 FAU: 154, 13, 7, 0 RMABR: 162, 5, 2, 1
	1. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por salud	FAU: 144, 11, 5, 0 RMABR: 150, 7, 4, 1
	2. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por salud	FAU: 323, 20, 9, 4 RMABR: 143, 9, 2, 1
	3. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por la protección del suelo, el agua y el aire	FAU: 103, 2, 2, 0 RMABR: 98, 3, 2, 0
	4. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por la protección de la biodiversidad	FAU: 125, 5, 3, 0 RMABR: 77, 2, 0, 0
	5. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para mitigar, adaptarnos y revertir el cambio climático	FAU: 131, 5, 2, 1 RMABR: 87, 2, 0, 0
	6. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para priorizar la economía solidaria	FAU: 205, 15, 3, 2 RMABR: 197, 7, 1, 3
	7. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para apoyar el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible	FAU: 84, 1, 0, 0 RMABR: 76, 2, 0, 0
	8. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para recuperar lo que perdimos en cerca de 70 años de agricultura y alimentación no sostenible	FAU: 82, 1, 0, 0 RMABR: 130, 5, 1, 2
	9. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Porque el paisaje rural es felicidad	FAU: 155, 6, 1, 1 RMABR: 474, 25, 2, 3
	10. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por ética	FAU: 93, 2, 2, 0 RMABR: 77, 2, 0, 0

Tipo	Concepto	Personas Alcanzadas, Interacciones, Me gusta, Veces compartido
Videos	1. ¿Qué es el consumo sostenible?	FAU: 160, 6, 3, 0 Reproducciones: 29 RMABR: 93, 1, 0, 0 Reproducciones: 11
	2. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por salud	FAU: 166, 7, 3, 1 Reproducciones: 30 RMABR: 101, 0, 0, 0 Reproducciones: 14
	3. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por salud	FAU: 131, 3, 0, 0 Reproducciones: 17 RMABR: 83, 2, 0, 0 Reproducciones: 10
	4. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por la protección del suelo, el agua y el aire	FAU: 197, 9, 1, 2 Reproducciones: 33 RMABR: 122, 3, 1, 0 Reproducciones: 19
	5. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por la protección de la biodiversidad	FAU: 105, 2, 1, 2 Reproducciones: 12 RMABR: 368, 13, 1, 5 Reproducciones: 57
	6. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para mitigar, adaptarnos y revertir el cambio climático	FAU: 158, 4, 0, 2 Reproducciones: 27 RMABR: 97, 2, 1, 2 Reproducciones: 21
	7. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para priorizar la economía solidaria	FAU: 100, 0, 0, 0 Reproducciones: 14 RMABR: 186, 5, 1, 1 Reproducciones: 29
	8. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para apoyar el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible	FAU: 143, 4, 1, 2 Reproducciones: 35 RMABR: 117, 8, 3, 0 Reproducciones: 35
	9. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Para recuperar lo que perdimos en cerca de 70 años de agricultura y alimentación no sostenible	FAU: 203, 8, 6, 2 Reproducciones: 46 RMABR: 285, 13, 3, 4 Reproducciones: 42
	10. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Porque el paisaje rural es felicidad	FAU: 75, 0, 0, 0 Reproducciones: 20 RMABR: 162, 9, 4, 1 Reproducciones: 29
	11. ¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por ética	FAU: 88, 1, 0, 0 Reproducciones: 23 RMABR: 57, 1, 0, 0 Reproducciones: 8

Nota. Elaboración propia.

Respecto a los videos animados, el que mejores indicadores tuvo fue "¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por la protección de la biodiversidad" con 57 reproducciones, 368 personas alcanzadas, 13 interacciones, 1 me gusta y 5 veces compartido. Otro video animado con el mismo número de interacciones fue "Para recuperar lo que perdimos en cerca de 70 años de agricultura y alimentación no sostenible", que contiene la definición de agroecología propuesta por la RMABR, que fue a su vez el video con más "me gusta" (6), lo que seguramente se debe a ese gran interés que suscitan las definiciones, ya que permiten identificarse como parte de algo.

Respecto a las infografías, la de mejor rendimiento fue la 9 "¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Porque el paisaje rural es felicidad" con 474 personas alcanzadas y 25 interacciones (más 2 me gusta y 3 veces compartida), mientras la infografía 2 "¿Por qué consumir alimentos agroecológicos? Por salud" tuvo la mayor cantidad de "me gusta" (9) y de veces compartido (4). Las infografías 9 y 2 se pueden ver en la figura 1.

Los conceptos con mejores indicadores en esta campaña difirieron de los resultados de la encuesta realizada a compradores de la FAU en 2019, en esta misma investigación, que incluían como motivaciones del consumo de productos agroecológicos, en respectivo orden: la producción local (23%), las características organolépticas (20%), la salud (20%), el aporte a un sistema social y a un comercio más justo (18%), y la protección ambiental (14%) (Chaparro-Africano & Garzón-Méndez, 2021). La diferencia se debe, posiblemente, a que beneficios ambientales del consumo de productos agroecológicos como la protección de la biodiversidad y del paisaje, eran poco conocidos, lo que pudo motivar a los seguidores de las fanpages a consultar y compartir especialmente esas infografías y videos.

En todo caso, los conceptos tratados en los materiales divulgados corresponden a los usualmente incluidos en otros procesos de comunicación agroecológica (Molero-Cortés et al., 2019): difusión de la agroecología, información sobre actividades o campañas, denuncia, prácticas productivas, diferencia respecto a la producción convencional, importancia de mantener una ruralidad vibrante, de participar de espacios solidarios, locales y directos de compra y consumo, uso de materiales biodegradables, reutilizables o reciclables, comercio justo, y solidaridad.

Los conceptos divulgados buscaron ser diversos para presentar la integralidad de la agroecología, por lo que la aseveración de Hemmerling et al., (2015), de que la promoción de alimentos ecológicos no suele resaltar sus beneficios para la salud, el medio ambiente, el equilibrio territorial, etc. no se cumple en este caso.

Algunos autores resaltan que, en agroecología, lo que falta es comunicar conceptos positivos, lo cual se relaciona a un aumento de la probabilidad de compra y a un mayor disfrute de los alimentos (Méndez Sastoque & Bonilla Orrego, 2012). De hecho, las noticias negativas parecen no influir en el cambio de hábitos de consumo en el 62% de las personas (Hernández., 2014). En la misma línea, Molero-Cortés et al. (2019), manifiestan que es mejor comunicar conceptos emocionales y no racionales o morales. Por lo que, es una desventaja divulgar un concepto racional o moral que usualmente se considera negativo, en un material menos participativo como una infografía o video animado; mientras es una ventaja divulgar un concepto emocional o positivo en un material muy participativo como un Facebook live. Esto explica los resultados obtenidos, pues en las infografías, los videos y el Facebook live se combinaron mayormente conceptos negativos y positivos (seis infografías y seis videos sobre introducción al consumo sostenible, beneficios de los alimentos agroecológicos en salud, protección de suelo, agua, aire y biodiversidad, cambio climático, economía solidaria y el Facebook live), aunque tres infografías y videos solo tenían conceptos positivos (objetivos de desarrollo sostenible, definición de agroecología, paisaje), y dos infografías y videos tenían solo conceptos negativos (desventajas del consumo de alimentos convencionales, ética). Precisamente, las infografías y videos con mejor desempeño tuvieron conceptos positivos (dos) o una mezcla de positivos y negativos (dos).

De otro lado, los indicadores presentados en la tabla 2 son muy bajos en comparación con los reportados en otros estudios, que suman no unidades o miles, sino cien miles o millones de personas alcanzadas, comentarios, me gusta, etc., aunque en temáticas muy disímiles y emocionales como la transmisión en vivo del World Pride o la Champions League (Herrero & García, 2019), lo que se debe a que la gente es más proclive a ver contenido de entretenimiento y no contenido educativo, lo que tiene sentido en un contexto global donde lo que más se divulga son malas noticias, especialmente si se tiene en cuenta que los materiales fueron divulgados durante la crisis social y económica derivada de la pandemia.

Comparativo entre medios de divulgación

Mientras el Facebook live se divulgó solo en una fanpage, los videos e infografías se divulgaron en dos fanpages: @FeriaAgroecologicaUn y Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región, y se evaluó cual de la dos tuvo mejor desempeño, los resultados se presentan en la tabla 3.

Tabla 3

Indicadores de desempeño de las fanpages de @FeriaAgroecologicaUn y @Red-MercadosAgroecologicosBogota en 2020-II.

Material	Indicadores totales (y promedio) Feria Agroecológica Un	Indicadores totales (y promedio) Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región
Infografías	Personas alcanzadas: 1.599 (145) Interacciones: 81 (7) Me gusta: 34 (3) Veces compartido: 8 (1)	Personas alcanzadas: 1.671 (152) Interacciones: 69 (6) Me gusta: 14 (1) Veces compartido: 11 (1)
Videos	Personas alcanzadas: 1.526 (139) Reproducciones: 286 (26) Interacciones: 44 (4) Me gusta: 15 (1) Veces compartido: 10 (1)	Personas alcanzadas: 1.671 (152) Reproducciones: 275 (25) Interacciones: 57 (5) Me gusta: 14 (1) Veces compartido: 11 (1)

Nota. Elaboración propia

Según la tabla 3, el mejor rendimiento de las infografías en personas alcanzadas ocurrió en la fanpage de la RMABR; los me gusta fueron superiores en la fanpage de la FAU; las interacciones fueron levemente superiores en la fanpage de la FAU y las veces compartido en la fanpage de la RMABR. En total, dos indicadores tuvieron mejor desempeño en una fanpage y los otros dos indicadores en la otra.

El mejor rendimiento de los videos animados en personas alcanzadas ocurrió en la fanpage de la RMABR; las reproducciones y me gusta fueron levemente superiores en la fanpage de la FAU; las interacciones y veces compartido fueron levemente superiores en la fanpage de la RMABR. En total, dos indicadores tuvieron

mejor desempeño en una fanpage (FAU) y tres indicadores en la otra (RMABR).

Estos resultados se explican, parcialmente, en que la fanpage de la RMABR tenía un mejor desempeño que la de la FAU previo a la divulgación de estos materiales, pues luego de creada el 19 de mayo de 2017, tenía 1.578 me gusta y 1.644 seguidores al 18 de agosto de 2020, mientras la fanpage de FAU, luego de creada el 18 de septiembre de 2013, cuatro años antes, tenía apenas 1.527 me gusta y 1.561 seguidores al 18 de agosto de 2020. En total, la fanpage de la FAU tenía 3% menos me gusta que la fanpage de la RMABR y 5% menos seguidores.

De otro lado, al 26 noviembre de 2020, en la fanpage de FAU, el número de seguidores aumentó en 7% y el de me gusta en 3,4%, gracias a la divulgación de los materiales analizados en este documento, y de otras publicaciones realizadas, mientras la fanpage de la RMABR, aumentó un 9,7% en seguidores y un 4,6% en me gusta, persistiendo el mejor desempeño de la fanpage de la RMABR frente a la fanpage de la FAU.

El mejor desempeño de la fanpage de la RMABR radica en el tipo de materiales que se publican, especialmente videos e historias de productores agroecológicos, siendo más emocionales que los publicados en la FAU, pero también en quienes hacen las publicaciones, pues es un colectivo más grande que el de la FAU, generando esto un mayor número de seguidores y me gusta.

Otro aspecto para tener en cuenta es la caracterización demográfica de los fans, seguidores, personas alcanzadas y personas que interactúan en las fanpage. En el caso de la fanpage de la FAU los fans incluyen: 57% mujeres, 41% hombres, 69% con edades de 25 a 44 años, estando la gran mayoría en Bogotá; las estadísticas de los seguidores no estaban disponibles; las personas alcanzadas incluyen: 44% mujeres, 54% hombres, 64% con edades entre 25 y 44 años, estando la mayor proporción en Bogotá, y en segundo lugar, en México; mientras las personas que interactúan incluyen: 46% mujeres, 53% hombres, 64% con edades entre 25 y 44 años, estando la gran mayoría en Bogotá.

En el caso de la fanpage de la RMABR los fans incluyen: 66% mujeres, 31% hombres, 73% con edades de 25 a 44 años, estando la gran mayoría en Bogotá; los seguidores incluyen: 65% mujeres, 32% hombres, 74% con edades de 25 a 44 años,

estando la gran mayoría en Bogotá; las personas alcanzadas incluyen: 64% mujeres, 31% hombres, 66% con edades entre 25 y 44 años, estando la mayor proporción en Bogotá; las estadísticas de personas que interactúan no están disponibles.

Estos datos evidencian que la interacción se remite a la cercanía geográfica, como también registran Haimson y Tang (2017), ya que la presencia de México, en el caso de la fanpage de la FAU, se explica por la estancia de un profesor mexicano en la FAU hace unos años y su interés en ella. Particularmente, en el caso de la fanpage de la FAU, las personas alcanzadas y los que interactúan son especialmente hombres, frente a los fans que son mayoritariamente mujeres, a diferencia de la fanpage de la RMABR, donde todas las categorías son mayoritariamente mujeres, este último caso coincide con otras investigaciones en donde las mujeres son más sensibles a estos temas (Molero-Cortés et al., 2019) (Chaparro-Africano & Garzón-Méndez, 2021). De la misma manera, el rango etario entre 25 y 44 años es el más común, y la población en general es mayor en la fanpage de la RMABR que en la de la FAU, lo que coincide con las edades de los usuarios de Facebook (Molero-Cortés et al., 2019).

ANÁLISIS GLOBAL

La educación y el mercadeo y son fundamentales en el escalamiento de la agroecología, por lo que más que quedarse en los errores que cada ciencia ha tenido en la promoción de sociedades sostenibles, se propone aprender lo positivo que cada una aporta a este propósito.

Facebook, al igual que internet, es un hipermedio, donde se reúnen diferentes medios: auditivo, visual, escrito, que permite interactuar de manera sincrónica (Facebook live) y asincrónica (videos, infografías, Facebook live) a quienes se comunican, a lo que se suma que muchas de sus funciones no generan un costo monetario, es de fácil uso, y amplía cobertura. Este medio, como otras redes sociales, ha permitido democratizar, de cierto modo, la comunicación por medios masivos, sacando de la invisibilidad a muchas experiencias agroecológicas.

Ahora, para incidir positivamente en cambios en el ser, el saber y el saber hacer de las personas hacia la sostenibilidad, objetivo de la educación y del mercadeo vistos desde el prisma de la agroecología, se propone cumplir estos objetivos:

1. Que las personas conozcan las experiencias agroecológicas, quienes las desarrollan, sus orígenes, sus intencionalidades, sus beneficios, sus limitantes, para superar el distanciamiento de las personas de la realidad natural y social que los rodea.
2. Que las personas comiencen a apoyar estas experiencias agroecológicas mediante la compra, pero también mediante la promoción, el trueque, el voluntariado, etc. Precisamente, se propone no demonizar el concepto de consumidor, pues el consumo es inherente a la vida, aunque su enfoque debe ser orientado por las economías solidaria y ecológica, que no buscan encasillar a las personas como simples consumidores, y al consumo como un acto político para la transición.
3. Que las personas sigan apoyando estas experiencias agroecológicas para que alcancen su sostenibilidad y posteriormente su escalamiento. Esto solo se logrará si la realidad de la experiencia es coherente con lo que se comunica y si logra cumplir su función socioeconómica y ambiental.

Para alcanzar estos objetivos se sugiere emplear mecanismos alternativos y diversificados de promoción: persona a persona, redes sociales, etc. Materiales diversos: infografías, videos animados y no animados, fotografías, Facebook live, etc., especialmente los que promuevan una mayor participación. Conceptos variados: racionales, morales, emocionales, positivos que no dejen de contar lo negativo. Medios: diferentes fanpage y grupos, plataformas alternativas a Facebook. Estos mecanismos alternativos y diversificados de promoción deben combinarse con mecanismos alternativos y diversificados de intercambio: en granja, ferias, a domicilio, etc.; pago: trueque, moneda social, moneda legal, etc. Siempre guardando la armonía y el enfoque de sostenibilidad, para enfrentar retos y superar contradicciones: generar ingresos dignos para los productores a partir de ventas, mientras no se promueva el consumismo; tener una amplia cobertura en la promoción sin saturar al público y sin usar cantidades excesivas de recursos o prácticas alienantes; etc.

Algunos retos latentes incluyen:

1. Comunicar que es la agroecología, sin enfrentarla a la agricultura ecológica;
2. Superar la endogamia de la comunicación;
3. Despejar confusiones en torno a lo natural y agroecológico;

4. Promover motivaciones colectivas (ambiente, solidaridad, soberanía) que sumen a las individuales (salud);
5. Promover el adecuado uso de las etiquetas por parte de los productores y consumidores;
6. Incluir más conceptos positivos en los mensajes, incluyendo la estrategia sándwich: concepto positivo seguido de concepto negativo y finalmente, otro concepto positivo, para no ocultar la realidad;
7. Capacitar a los productores para contar historias;
8. Mantener relaciones próximas entre la producción y el consumo;
9. Desarrollar plataformas de comunicación más cercanas a la economía solidaria (Facebook no es una de ellas, pero ahora es la que está disponible);
10. No descuidar el producto y los procesos de venta, pago, distribución y servicio, pues comunicar los beneficios de la agroecología mientras se ofrecen productos de mal aspecto, y de difícil asequibilidad, desestimula el tránsito de la intención a la acción sostenible.

De otro lado, aunque hay diferencias, también hay más complementariedades entre comunicación, mercadeo y educación. La comunicación hace parte del mercadeo y la educación, pero no genera cambios necesariamente, mientras el mercadeo está enfocado, especialmente, en promover ventas, lo que ha determinado cambios en el consumo, la producción, la distribución, etc.; de otro lado, la educación promueve cambios integrales en el ser, el saber y el hacer, siendo por tanto el proceso más complejo de los tres analizados. Por esta razón es difícil establecer un límite estricto entre comunicación, mercadeo y educación, y lo mejor es concentrarse en promover cambios integrales, orientados a la sostenibilidad, apoyándose en estas tres disciplinas y tendiendo puentes entre ellas.

Finalmente, aunque la comunicación aún es un reto en la agroecología, persiste también el reto de pasar del discurso a la acción, no solo desde la producción, también desde la distribución y el consumo, como ya han planteado ampliamente Brand (2002), Smith & Haugtvedt (1995), Waissman (2001), y Domingues et al. (2011). Lamentablemente, respecto al consumo de productos agroecológicos, este pierde importancia frente al consumo que determina reconocimiento, inclusión y distinción social, salvo las excepciones de algunos alimentos considerados "gourmet" (Molero-Cortés et al., 2019). Aunque, en todo caso, hay que reconocer que el comportamiento ambientalmente positivo deriva no solo de las intenciones

individuales, sino de elementos como los planteados por Brand (2002):

- Estructura y cultura de una sociedad: grado de industrialización, riqueza, tradiciones, integración social, orden político, problemas, prioridades, etc., que influye en las formas de vida de sus habitantes.
- Discurso: construido socialmente desde los medios de comunicación.
- Resonancia del discurso en cada individuo: resultado de la interacción de las formas de vida de los habitantes y el discurso divulgado por los medios.
- Normas: que impulsan o limitan el actuar de los habitantes.
- Alternativas disponibles: oferta, precios, información, educación, logística de abastecimiento.

Estos elementos, dadas sus potenciales asociaciones y ponderaciones, determinan mentalidades ecológicas muy heterogéneas, que pueden ser a favor o incluso en contra de la sostenibilidad. Estos elementos pueden y deben ser transformados desde la comunicación, el mercadeo y la educación, para generar un contexto favorable al escalamiento de la agroecología. Esta labor requiere continuidad del actuar y el aprender.

CONCLUSIONES

De los tres materiales analizados, el Facebook live tuvo un mejor desempeño, seguido por las infografías y finalmente por los videos animados, lo que deriva de la mayor participación lograda por el Facebook live en aspectos como interacción, inmediatez, sociabilidad, e inmersión. De los conceptos comunicados, los de mejor desempeño fueron biodiversidad y definición de agroecología, en los videos, y paisaje y salud, en las infografías, teniendo mejor desempeño los conceptos positivos frente a los negativos, aun cuando todos son conceptos racionales. Respecto a las fanpage, la de mejor desempeño fue la de la RMABR frente a la de la FAU, debido que tenía un mejor desempeño previo, por ser administrada por un colectivo más grande y por publicar más conceptos emocionales.

Cuando se reconoce que el mercadeo tiene sus orígenes en la industrialización y el capitalismo, y que sus impactos en la sostenibilidad han sido nocivos, se suele marginalizar, pero la verdad es que aporta aprendizajes útiles para la agroecología y la economía solidaria. De la misma manera, aunque Facebook ha sido tan

cuestionado, sigue siendo útil en procesos de comunicación, educación y mercadeo en agroecología. Eso sí, el mercadeo y las herramientas empleadas en él deben ser enfocados hacia la sostenibilidad, evitando caer en más de lo que se pretende superar: problemas éticos, alienación de las personas, materialismo, consumismo, etc.

La comunicación, educación y mercadeo en agroecología deben complementarse y requieren guardar sanos equilibrios, no pueden apalancarse solo en conceptos positivos porque estaríamos marginando a las personas de la realidad, pero tampoco pueden quedarse solo en conceptos negativos porque crearían una paradoja: comunicar desesperanza cuando la agroecología es solución a la crisis socioambiental. La agroecología debe apoyarse en una mezcla inteligente de conceptos positivos, negativos, emocionales, racionales, de motivación individual y colectiva, pero también de participación, para su escalamiento.

REFERENCIAS

- Altieri, M., & Nichols, C. (2017). Estrategias agroecológicas para enfrentar el cambio climático. *Leisa Revista de agroecología* 33(2), 5-11.
- Ayala, T. (2014). La Palabra escrita en la era de la comunicación digital. *Literatura y Lingüística*, (30), 284-301. <http://dx.doi.org/10.4067/S0716-58112014000200015>, 301-322
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London: Sage Publications.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London: Sage Publications Ltd.
- Bisquert, K., Costa, S., & Meira, P. (2018). Dieta y cambio climático. *Cuadernos de Pesquisa: Pensamento Educacional, Curitiba, Vol 13 Número Especial*, 220-237.
- Blanchard, J. (2020). Living Planet Report 2020: Bending the Curve of Biodiversity Loss.
- Brand, K.-W. (2002). Conciencia y comportamiento medioambientales. En M. Redclift, & G. Woodgate, *Sociología del medio ambiente. Una perspectiva internacional* (págs. 205-222). Madrid: McGraw-Hill.
- Castañeda, T. (2017). *La influencia del ecomarketing desde la perspectiva de consumo en mercados orgánicos de México*. Tesina. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Seminario de Titulación en Mercadotecnia. .
- Chaparro-Africano, A. M. (2019). Toward generating sustainability indicators for agroecological markets. *Agroecology and sustainable food systems*, 43(1), 40-66. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21683565.2019.1566192>
- Chaparro-Africano, A. M., & Garzón-Méndez, J. D. (2021). Consumer profile and factors determining the purchase of agroecological products. A case study: UNIMINUTO Agroecological Fair and Minuto de Dios Solidarity Market, Colombia. *Agronomía Colombiana*, 39(2), 265-281. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-99652021000200265&script=sci_arttext
- Alexander, J., Crompton, T., & Shrubsole, G. (2011). Think of me as evil? Opening the ethical debates in advertising. *Public Interest Research Centre*, 1-63. https://www.publicadcampaign.com/blog_files/ThinkOfMeAsEvilPIRCWWFOct2011.pdf

- Datareportal.com. (02 de febrero de 2021). *Digital 2021: Colombia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-colombia>
- De Shutter, O. (s.f.). *¿Acaso algunas inversiones contribuyen mejor que otras a la realización plena del derecho a la alimentación?*. <http://www.srfood.org/es/agroecologia>
- Domingues, R. A., Da Silva, M. A., Cinquini, M., & Nunes, L. N. (2011). A influência do marketing verde nos hábitos de consumo dos jovens universitários dos cursos de administração: estudo em Instituições de Ensino Superior (IES). *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 126-146. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525007.pdf>
- Footprintnetwork. (2019). Global footprintnetwork. <http://data.footprintnetwork.org/#/?>
- Footprintnetwork. (3 de 11 de 2020). *Analyze by Land Types*. https://data.footprintnetwork.org/?_ga=2.54454251.2108289421.1606141544-2104108926.1597274098#/analyzeTrends?type=earth&cn=5001
- Forschungsinstitut für biologischen Landbau [FiBL] and The International Federation of Organic Agriculture Movements [IFOAM] Organics International. (2020). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2020*. Switzerland: FiBL and IFOAM Organics International.
- GRAIN. (5 de diciembre de 2014). *La soberanía alimentaria: 5 pasos para enfriar el planeta y alimentar a su gente*. <https://www.grain.org/es/article/5100-la-soberania-alimentaria-5-pasos-para-enfriar-el-planeta-y-alimentar-a-su-gente>
- Haimson, O., & Tang, J. (2017). What makes live events engaging on Facebook Live, Periscope, and Snapchat. In *Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 48-60). <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3025453.3025642>
- Hernández, G. (11 de noviembre de 2014). *¿Influyen los medios de comunicación en el consumo de alimentos?*. <https://www.efesalud.com/influyen-los-medios-de-comunicacion-en-el-consumo-de-alimentos/>
- Herrero de la Fuente, M., y García Domínguez, A. (2019). Facebook y la televisión social: el uso del streaming en Antena 3 y laSexta. [Facebook live and social television: the use of the streaming in Antena 3 and laSexta]. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 146, 43-70

- Ikusee.tv. (4 de octubre de 2018). *Vídeos animados versus vídeos con personas*. <https://ikusee.tv/2018/10/04/videos-animados-versus-videos-con-personas/>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. D. (2013). *Marketing*. Cengage Learning.
- Martín-Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill.
- Méndez Sastoque, M. J., & Bonilla Orrego, F. M. (2012). Narrativas éticas, simbólicas y políticas Asociadas al consumo de alimentos Agroecológicos. Un estudio de caso. *Luna Azul*, (35), 177-200.
- Molero-Cortés, J., Begiristain, M., & López-García, D. (2019). Estrategias de comunicación para facilitar saltos de escala en agroecología [Documento de síntesis]. *Fundación Entretantos, Universidad del País Vasco*.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2000). *Uno x Uno. El marketing del siglo XXI*. Primera edición. Buenos Aires: B Argentina.
- Raigón, D. (2008). Alimentos ecológicos, calidad y salud. *Junta de Andalucía: Consejería de Agricultura y Pesca, Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE), Sevilla*.
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74.
- Smith, S., & Haugtvedt, C. P. (1995). Chapter 8. Implications of Understanding Basic Attitude Change Processes and Attitude Structure for Enhancing Pro-Environmental Behaviors. En M. Polonsky, & A. Mintu-Wimsatt, *Environmental marketing: strategies, practice, theory and research* (págs. 165-177). New-York: Routledge.
- Statista. (ND de 01 de 2021). *Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users*. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Stern, N. (2007). Stern review: La economía del cambio climático. Resumen de las conclusiones. *Comentario Internacional. Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales*, (8), 209-214.
- Uribe, L., Fonseca, Z., López, H., & Ayala, D. (2014). Situación alimentaria y nutricional en Colombia bajo el enfoque de determinantes sociales. *Boletín* (001).

Waissman, V. (2001). *Como o marketing verde interfere na imagem da marca da indústria de celulose: o estudo de caso da aracruz celulose* [dissertation mestre, Fundação getúlio vargas escola brasileira de administração pública]. <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3473/Vera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

WWF. (2018). Informe Planeta Vivo 2018. Apuntando más alto. Gland: WWF.

AGRADECIMIENTOS

A todos los productores, promotores y consumidores de Feria Agroecológica UNIMINUTO por participar en esta investigación y en este mercado agroecológico. A UNIMINUTO por financiar este proyecto.



**TURISMO IDIOMÁTICO Y SU
IMPORTANCIA EN LA
CREACIÓN DE
EMPRENDIMIENTOS
CULTURALES EN MÉXICO**



JULIO CÉSAR MONTIEL FLORES

**Doctor en Ciencias Sociales y Humanidades
Profesor Investigador Tiempo Completo**

E-Mail: jc.montiel@ugto.mx

Whatsapp: +526643862489

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6891-1431>

JUAN PEDRO VALENZUELA VALENZUELA

**Pasante de la Maestría en Estudios Empresariales
Licenciado en Mercadotecnia**

E-Mail: pedro.valenzuela1408@gmail.com

WhatsApp: +526648046992

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0744-0127>

MARIA DE LOURDES TIBURCIO SÁNCHEZ

**Doctora en Gestión Tecnológica e Innovación
Maestría en Ingeniería Industrial**

E-Mail: mtiburcio@ugto.mx

WhatsApp: +524612307376

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3370-5448>

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Montiel Flores, J. C., Valenzuela Valenzuela, J. P. y Tiburcio Sánchez, M. de L. (2024). Turismo idiomático y su importancia en la creación de emprendimientos culturales en México en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 148-167). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito exponer apreciaciones sobre la importancia del turismo idiomático como producto cultural de trascendencia para la creación de emprendimientos culturales en México a partir de una revisión documental sobre el turismo idiomático, el turismo cultural y el emprendimiento. Entre los resultados más relevantes destaca que las industrias culturales y creativas son un escenario de relevancia para los negocios y el emprendimiento; en ellas existen oportunidades de desarrollo para emprendimientos relacionados con el turismo idiomático, pues los extranjeros que pretenden dominar el idioma español en México pueden adentrarse a experiencias culturales donde el consumo está de por medio.

Palabras clave: Turismo cultural, turismo de idiomas, emprendimiento

Language Tourism and its Importance in the Creation of Cultural Enterprises in México

ABSTRACT

The purpose of this study is to present insights on the importance of language tourism as a cultural product of transcendence for the creation of cultural enterprises in Mexico based on a documentary review on language tourism, cultural tourism and entrepreneurship. Among the most relevant results, it stands out that the cultural and creative industries are a relevant scenario for business and entrepreneurship; in them there are development opportunities for ventures related to language tourism, since foreigners who intend to master the Spanish language in Mexico can enter cultural experiences where consumption is involved.

Keywords: Cultural tourism, idiomatic tourism, entrepreneurship

INTRODUCCIÓN

Revisión de la Literatura

Al turismo cultural se le ha definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como aquel tipo de turismo en que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, asumir experiencias y consumir las atracciones y productos tangibles e intangibles de un destino turístico (Organización Mundial del Turismo, 2019) pero además agrega que entre esas atracciones incluyen elementos distintivos de tipo espiritual, material, intelectual y afectivos de los grupos sociales que pueden ser el arte, la arquitectura, la historia, el patrimonio cultural, culinario, literatura, música, estilos de vida, industrias creativas, valores, creencias, tradiciones, etcétera.

Al turismo de idiomas o idiomático se le considera parte del turismo cultural al referirse al conjunto de actividades que los visitantes realizan con el fin de llevar a cabo una inmersión lingüística en un idioma extranjero durante sus estancias en lugares distintos al que provienen; sin embargo, para la OMT forma parte también del turismo educativo al representar actividades relacionadas con los estudios académicos; por tanto, la estancia está orientada a potenciar habilidades.

Aunque la principal actividad del turismo idiomático es el dominio de un idioma, la oportunidad de estudiarlo en otro sitio distinto al regular constituye una experiencia en el acercamiento a la cultura del país que se visita, por lo que representa una oportunidad de consumo importante de las expresiones culturales; por lo anterior, la relevancia de atender estos nichos en la economía puede posibilitar los emprendimientos culturales en cualquier país.

Hoy día las industrias culturales y creativas se sitúan como parte de la economía creativa y contribuyen desde la cultura, las artes, el comercio y la tecnología importantes aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB) de los países (UNESCO, 2023a); según cifras que publicó la UNESCO en el año 2021 se afirma que las industrias culturales y creativas generan 2.25 billones de dólares americanos y se emplean en el sector cultural a 30 millones de personas en el mundo (UNESCO, 2023a).

En México, el sector cultural aportó a la economía nacional 736 mil 725 millones de pesos lo que representó un 3.0% en el PIB del país en el 2021 (INEGI, 2022). La estructura del sector cultural según la Cuenta Satélite (INEGI, 2022) incluye rubros como: Medios audiovisuales; artesanías; producción cultural de los hogares; diseño de servicios creativos; formación y difusión cultural en instituciones educativas; artes escénicas y espectáculos; libros, impresiones y prensa; patrimonio material y natural; música y conciertos; y artes visuales y plásticas.

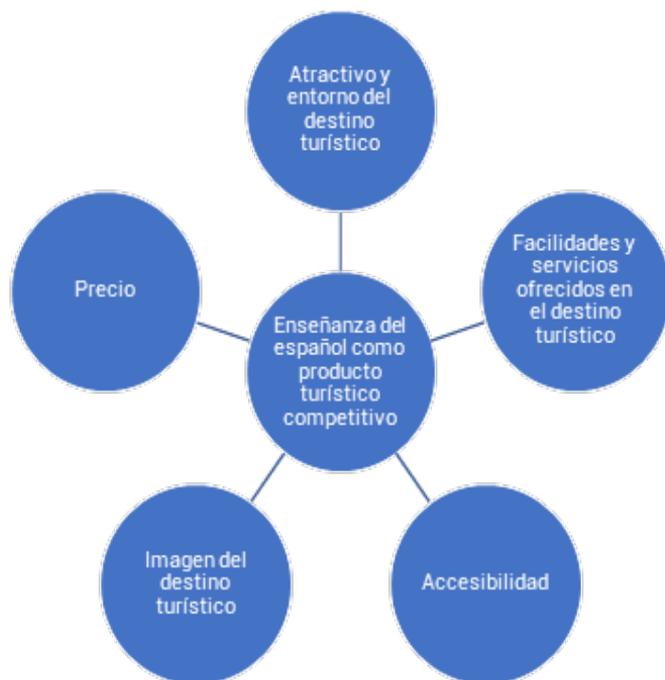
La enseñanza del español como producto turístico

Como producto turístico cultural se entiende al conjunto de bienes y servicios que están vinculados con la localidad a través de su patrimonio artístico y cultural, que están orientados al disfrute y uso de personas o grupos determinados que realizan turismo (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile, 2015). No obstante, no todos los productos culturales cuentan con los recursos, infraestructura y servicios necesarios para la recepción de turistas.

Autores como Aranda & Molina (2007) afirman que la enseñanza del español es un producto turístico como tal, debido a que puede asumirse como una suma de cualidades tangibles, intangibles y psicológicas; así como ser usado para satisfacer una necesidad específica. Sin embargo, consideran que como producto turístico competitivo la enseñanza del español deberá reunir cinco dimensiones como lo son: Atractivo y entorno del destino turístico; facilidades y servicios ofrecidos en el destino turístico; accesibilidad del destino turístico; imagen del destino turístico y, precio para este consumidor en específico.

Figura 1

Dimensiones de la enseñanza del español para extranjeros como producto turístico competitivo



Nota. Elaboración propia con base en Aranda & Molina (2007)

Como puede apreciarse en la tabla 1, el español ocupa el cuarto lugar de las lenguas más habladas en el mundo, hablada en 34 países y es el idioma oficial de 21, representando así a 456 millones de personas hablantes del español lo que representa el 5.8 por ciento de la población mundial. Datos similares se muestran comparativamente con el inglés en tanto al total mundial de hablantes; sin embargo, el inglés es el tercer idioma más importante en el mundo, este se habla en más países (59) y es el idioma oficial en 41 de ellos.

Tabla 1

Distribución geográfica de las lenguas en el mundo

L e n g u a materna	Hablado	Idioma oficial	Porcentaje mundial	Total mundial
Chino	25 países	5 países	17,2 %	1.363 M

L e n g u a materna	Hablado	Idioma oficial	Porcentaje mundial	Total mundial
Hindi	8 países	India	7,4 %	585 M
Inglés	59 países	41 países	5,8 %	456 M
Español	34 países	21 países	5,8 %	456 M
Árabe	33 países	22 países	4,7 %	371 M
Bengalí	2 países	Bangladesh	3,5 %	281 M
Portugués	18 países	10 países	2,9 %	228 M
Ruso	22 países	3 países	2,0 %	157 M
Punjabi	3 países	-	1,9 %	152 M
Japonés	4 países	Japón	1,6 %	126 M

Nota. Elaboración propia con datos de Datosmundial.com (Datosmundial.com, 2023)

METODOLOGÍA

Este estudio se sitúa dentro del marco de la investigación cualitativa. En concreto, se trata de un análisis documental en el cual se llevaron a cabo procesos de revisión, selección y análisis de documentos disponibles en fuentes secundarias electrónicas, con un enfoque principalmente informativo. Esta metodología permitió exponer información sustancial sobre el tema, proveniente de diversas fuentes, sin ser necesariamente validadas.

Para llevar a cabo tal análisis, se procedió a la recolección de información, la cual se fue organizada dentro de tres categorías principales: "Producto turístico cultural", "Turismo idiomático" y "Emprendimientos culturales". Posteriormente, se realizó una lectura profunda y minuciosa de los documentos, acompañada de un análisis del mismo tipo, durante el cual se resaltaron los datos de mayor pertinencia y relevancia. A través de este proceso, se pudo generar una interpretación profunda de los hallazgos.

Las conclusiones emergieron como resultado del análisis y la interpretación detallada de los datos recopilados, tales conclusiones aportan una perspectiva esclarecedora en relación con el tema. Es importante destacar que este enfoque metodológico permitió explorar y comprender los aspectos más significativos del turismo idiomático y el emprendimiento desde una óptica cualitativa, brindando un valioso contexto para futuras investigaciones y debates.

RESULTADOS

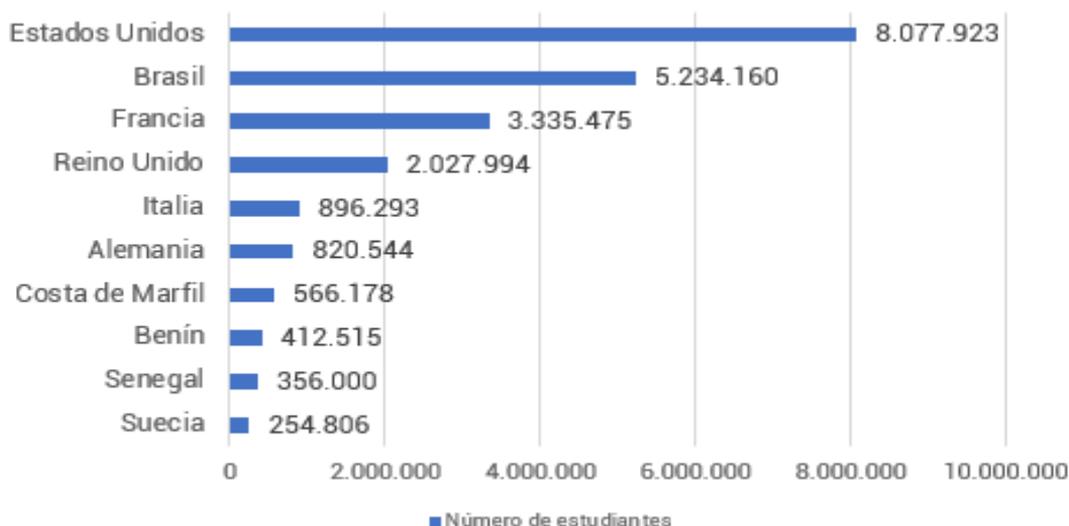
El turismo idiomático en el mundo y en México

El turismo idiomático es una forma del turismo cultural y educativo que para Piédrola Ortiz et al. (2016) comprende una de las actividades de interés por sus repercusiones económicas pues el turismo aprovecha la estancia para realizar visitas a los atractivos culturales del país receptor, de su patrimonio, así como consumir productos y servicios.

En la figura 2 se muestran los países que registran más estudiantes del idioma español en el mundo durante el año de 2022; como puede apreciarse Estados Unidos es el primer país que se identifica como mercado potencial en el consumo de los servicios del idioma español con poco más de 8 millones de personas; en segundo lugar, se encuentra Brasil con más de 5 millones y el tercer lugar lo ocupa Francia con más de 3 millones.

Figura 2

Ranking de países con más estudiantes de español en el mundo en 2022



Nota. Elaboración propia con datos de Statista (Statista, 2023)

En referencia exclusiva a los visitantes extranjeros de países cuya lengua madre no es el español, puede apreciarse en la tabla 2, que la entrada de visitantes

estadounidenses es la más representativa en tanto a su número; sin embargo, Canadá se encuentra en segundo lugar; de ahí, le siguen Reino Unido, Francia y Alemania con una participación mucho menor que los anteriormente enunciados. De acuerdo con la variación porcentual del mismo período, pero con respecto al año 2022 se puede apreciar que la participación de visitantes estadounidenses decreció en un 1.7 por ciento, mientras la de Canadá se incrementó en un 73 por ciento. La participación de Reino Unido decreció en un -9.9 por ciento, mientras que la de Francia incrementó en un 15.2 por ciento.

Tabla 2

Llegada de visitantes extranjeros Vía Aérea por país de residencia (Período ene – abr 2023)

País	Entradas	Participación (%)	Var (%)
Estados Unidos	4,209,091	56.9%	-1.7%
Canadá	1,186,714	16.0%	73.0%
Colombia	237,812	3.2%	-6.6%
Reino Unido	143,914	1.9%	-9.9%
Francia	133,902	1.8%	15.2%
Argentina	122,925	1.7%	16.7%
Perú	107,217	1.5%	41.1%
España	105,269	1.4%	7.8%
Alemania	101,329	1.4%	17.3%
Chile	78,647	1.1%	27.8%
Costa Rica	74,465	1.0%	42.1%
Brasil	69,230	0.9%	-23.0%
Italia	50,553	0.7%	63.3%
Guatemala	48,083	0.7%	67.4%
China	45,343	0.6%	157.4%
India	44,062	0.6%	53.2%
Cuba	33,743	0.5%	-4.4%
Países Bajos (Holanda)	33,431	0.5%	-9.1%
País	Entradas	Participación (%)	Var (%)
Polonia	28,417	0.4%	-7.2%

Corea, Rep. (Sur)	28,123	0.4%	85.2%
Rusia	25,421	0.3%	-33.1%
Japón	24,738	0.3%	93.0%
El Salvador	23,398	0.3%	26.7%
Ecuador	22,524	0.3%	47.1%
Australia	21,591	0.3%	117.7%
Otros y no especificados	394,004	5.3%	-1.3%
Total	7,393,946	100.0%	9.0%

Nota. Elaboración propia con datos de Secretaría de Turismo.

El mercado del español (Instituto Cervantes, 2022) se entiende como el conjunto de actividades relativas a la enseñanza del idioma, a las mercantiles como servicios lingüísticos, enseñanza a extranjeros, ediciones para la enseñanza, así como desarrollo de tecnologías de soporte; con datos de la Organización Mundial de Comercio, el Instituto Cervantes indica que las industrias culturales de este idioma significarán el 3% del PIB en las diversas economías de los países de habla hispana. Lo anterior indica que el mercado del español se encuentra en expansión en tanto que el número de personas que aprenderán este idioma crecerá en los siguientes años de manera importante. No se tienen registros precisos del origen del turismo idiomático en México, pero la iniciativa referida en Morelos indica que tiene sus inicios desde el año 1921 con los trabajos de José Vasconcelos y se desarrolló poco después de la Segunda Guerra Mundial.

Llama la atención el caso del estado de Morelos donde surgió una iniciativa de modificación a la Ley General de Turismo; en esta propuesta se realiza un análisis de la condición que guarda el turismo idiomático en el país y principalmente en el estado mencionado en que se indica que a partir del año 2007 el turismo idiomático ha disminuido debido a la crisis económica mundial, la baja en la economía de los Estados Unidos, la contingencia sanitaria de la fiebre H1N1, así como toda la información pública estadounidense y proveniente de otros países que advierte visitar a México debido a las circunstancias de inseguridad en algunas regiones. En dicha iniciativa, se menciona que el comportamiento de la matrícula de las escuelas de español en México marca una tendencia a la baja a causa de la escasa actividad promocional.

Entre los destinos mexicanos que mayormente se ofrecen como alternativa experiencial en el turismo idiomático destacan: Ciudad de México, Oaxaca, Guadalajara, Puerto Escondido, Guanajuato, Mérida, Playa del Carmen, Cuernavaca, Puerto Vallarta (Zaremba, 2023). Particularmente existen diversos sitios que informan sobre diferentes cursos de español en México ofertados por múltiples organizaciones; la oferta de estos en agosto de 2023 se muestra a continuación en la tabla 3.

Tabla 3

Oferta de cursos de español en México por categoría

Categoría de cursos	Descripción	Número de cursos
Cursos generales de español	Cursos de español convencional para adultos en un rango de estilos como cursos generales; cursos intensivos; combinación de cursos; español y cultura; y cursos de largo plazo.	122
Cursos privados de español	Conjunto de cursos de español que pueden ser tomados de manera individual o con compañero que cuente con el mismo nivel de español.	67
Cursos para preparación de exámenes de español	Cursos dirigidos a estudiantes de español que buscan certificarse.	26
Cursos de español con actividades adicionales	Cursos de español acompañados con actividades como surf, baile, cocina y buceo.	25

Categoría de cursos	Descripción	Número de cursos
Cursos de español de negocios	Cursos de español diseñados a medida dirigidos a profesionales de las áreas de negocios en campos como medicina, negocios y leyes.	14
Cursos de español para jóvenes	Cursos de español dirigidos a adolescentes, generalmente son impartidos en temporada de vacaciones para conocer nuevas personas y practicar este idioma	10
Programas de español para estudiar y trabajar	Cursos dirigidos a estudiantes que deseen avanzar en su formación en combinación con la realización de un programa de voluntariado o prácticas laborales.	3
Cursos de especialidad en español	Programas de formación docente en combinación con viajes escolares	2

Nota. Elaboración propia con información de languagecourse.net

Desde luego en la tabla anterior no se muestra la oferta total en México, pero orienta sobre las categorías en que se clasifica el aprendizaje del español en combinación con actividades culturales que se concentra en la experiencia turística de este tipo.

Algunas de las principales organizaciones encargadas a la enseñanza del español a extranjeros se mencionan: El Centro de Enseñanza para Extranjeros (CEPE) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), centro fundado en 1921 y que registra hasta julio de 2023 la formación de 24,673 alumnos en los últimos 10 años de 170 nacionalidades (Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM], 2023); en la ciudad de Xalapa, Veracruz se encontró la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana, esta escuela se fundó en el año de 1957 (Universidad Veracruzana, 2023). Otra instancia que imparte cursos de español para extranjeros con énfasis en cultura es la Universidad Autónoma Benito Juárez a través de su Facultad de Idiomas, esta facultad se fundó en el año

de 1974 (Universidad Autónoma Benito Juárez, 2023).

Por otro lado, se encuentra también la Universidad de Querétaro a través de la Facultad de lenguas y letras fundada en el año de 1967 que ofrece experiencias idiomáticas y culturales a través de excursiones a sitios históricos (Universidad Autónoma de Querétaro, 2022); la Universidad de Guanajuato mediante el Departamento de Lenguas se lleva a cabo la oferta de cursos de español para extranjeros acompañados de actividades relacionadas con la literatura, historia y el baile (Universidad de Guanajuato, 2023).

El Centro Institucional de Lenguas de la Universidad Autónoma de Yucatán ofrece también un taller de español para sobrevivir en Yucatán bajo el contexto gastronómico y tradiciones urbanas, de espacios históricos y de arte (Vega, 2023); la Universidad Autónoma de Guadalajara otorga la oportunidad de estudiar español para estudiantes internacionales con un programa de español y cultura (Universidad Autónoma de Guadalajara, 2022).

Por su parte, la Universidad Autónoma de Nayarit contribuye a la enseñanza del español para extranjeros con programas acompañados de talleres de cine, arte y cultura mexicana, desarrollo experiencias de viajes culturales, empresariales y de ocio meramente turísticos dentro del estado de Nayarit (Universidad Autónoma de Nayarit, 2012).

El contexto del emprendimiento en México post COVID

El reporte global de emprendimiento del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022/2023 es un informe que muestra los resultados del análisis del contexto del emprendimiento en países participantes; para el caso de México, el GEM menciona algunas de las características que guarda el país en tanto al contexto idóneo para el desarrollo del emprendimiento haciendo hincapié en las características del emprendimiento individual, sus actividades, actitudes, motivaciones y ambiciones.

De 2000 personas encuestadas mayores de edad el 56.4% menciona que México ofrece buenas oportunidades para comenzar un negocio y 46.3% tiene la percepción de que es fácil comenzarlo; el 67.1% considera que personalmente tienen las habilidades y conocimiento para iniciar un negocio; pero el 45.5% tiene miedo de fracaso del emprendimiento.

La principal motivación que mencionan tener los emprendedores mexicanos que se encuentran en una etapa temprana de emprendimiento consiste en ganar para vivir porque los trabajos están escasos en un 86.9% mientras que un 68.2% de estas instancias comentan que su motivación más significativa es hacer una diferencia en el mundo; no obstante, llama la atención que México conserva el tercer lugar de 49 países participantes donde continuar con la tradición familiar es relevante para el emprendimiento; esto con un 53.1 de las instancias encuestadas.

Emprendimientos culturales en México

Retomando los datos de 2021 de la Cuenta Satélite de Cultura que publica el INEGI, se reporta en la figura 3 la variación del PIB en el sector cultural en México con respecto a las funciones que clasifica, pero en comparación con el año anterior. Se puede observar que el rubro que más ha variado con respecto al año 2020 es el de Música y conciertos con un 28.4% mientras que el de artes escénicas y espectáculos lo ha hecho en un 22.5 por ciento; llama la atención que el tercer lugar lo ocupan las artesanías con una variación positiva del 18 por ciento. Pese a ello, la mayoría de los rubros clasificados manejan variaciones positivas a excepción de las artes visuales y plásticas que varió negativamente en un 4.2 por ciento.

Figura 3

Variación del PIB del sector de la cultura por clasificación funcional, 2021 (Variación porcentual anual)



Nota. Elaboración propia con información de INEGI

El INEGI (2022) afirma que la cultura contribuye al PIB de México en un 3 por ciento dato que como se dijo constata el Instituto Cervantes y que es comparable con lo que aportaron en el 2022 los servicios educativos a nivel nacional aproximadamente; sin duda, la cultura ha demostrado ser un escenario importante de consumo comercial de bienes y servicios que favorece a la creación de empleo y al desarrollo económico; al menos en el 2021, el INEGI (2022) reportó que en el sector de la cultura generó 1 273 158 empleos.

Particularmente, en el 2021 un estudio sobre emprendimientos culturales realizado por Pantoja (2021) que captó información sobre 50 emprendedores culturales; los datos publicados revelan que la motivación principal en un 42% es para difundir el arte y la cultura; estos emprendimientos tienen un tiempo de funcionamiento de más de tres años en un 47% y el destino de los productos y servicios de la empresa cultural están dirigidos al sector formativo o educativo en un 30% y generalmente estas empresas no supera los diez empleados en un 88 por ciento de estas.

Lo anterior indica que los emprendimientos culturales pueden aprovecharse de manera significativa en el sector formativo o educativo y que es necesario promover de forma relevante las oportunidades entre lo que puede demandar el turismo idiomático y satisfacer las necesidades derivadas a partir de productos y servicios culturales que otorguen experiencias singulares a los turistas que vienen a México a estudiar su idioma en su contexto cultural.

Como se ha dicho, la falta de promoción del turismo idiomático en México es un factor que ha afectado negativamente el desarrollo de esta actividad; no obstante, existen iniciativas que han permitido aumentar la participación de emprendimientos culturales que pueden engancharse a un impulso relevante del turismo idiomático y su conexión con el emprendimiento cultural en este país; tal es el caso de la propuesta por el British Council (2022) al realizar un programa denominado Creative Bootcamp en la Ciudad de México en el año 2022 que fue enfocado en el emprendimiento cultural y creativo contribuyendo a que jóvenes desarrollen proyectos de emprendimiento otorgándoles a sus ganadores la oportunidad de acceder a un capital semilla.

Otro de los programas que apoya el desarrollo de emprendimientos culturales con acceso a capital semilla y desarrollo e incubación de negocios es la propuesta por la UNESCO llamada Cultural Nests (UNESCO, 2023b) para el desarrollo de emprendimientos culturales indígenas, el programa ofrece una plataforma virtual de comercio electrónico que permita promover las expresiones artísticas indígenas. Además, desarrolla campañas promocionales para sensibilizar las expresiones culturales y la inclusión.

Otra iniciativa es la llamada Nidos Culturales (Centro de Investigación en Comunicación Comunitaria [CICC A.C., 2021), un programa del Centro de Investigación en Comunicación Comunitaria para fortalecer emprendimientos culturales indígenas con el respaldo del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) de la UNESCO, también otorga capital semilla y tiene cobertura en tres estados Guerrero, Oaxaca y Estado de México.

En la Ciudad de México, actualmente en el 2023 la Secretaría de Cultura del Gobierno de México y el Instituto Nacional de la Economía Social realizan la apertura de un Laboratorio de Co creación Sociocultural (Secretaría de Cultura del Gobierno de México, 2023) con el fin de convocar a cualquier grupo o persona para desarrollar emprendimientos colectivos en actividades culturales bajo el contexto prioritario de la economía social; un proyecto similar lo lleva a cabo la Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco con su Laboratorio Móvil para emprendimientos culturales en colectivo (Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco, 2023).

CONCLUSIONES

En esta investigación se han examinado detalladamente las dinámicas y oportunidades del turismo idiomático, tanto a nivel global como en el contexto específico de México. A partir de los datos recopilados y analizados, se han identificado aspectos relevantes que muestran el potencial y los desafíos de este tipo de turismo, así como su intersección con el emprendimiento y los emprendimientos culturales.

Los hallazgos de la literatura muestran que el turismo idiomático se encuentra dentro del turismo cultural y educativo, ahora bien, este tipo de turismo

se concentra en la explotación de oportunidades económicas al permitir que los turistas se sumerjan en la cultura y el idioma de su destino, aprovechando su estancia para adentrarse en el patrimonio cultural y consumir productos y servicios de la localidad. Las cifras relevantes encontradas muestran que Estados Unidos, Brasil y Francia resaltan como los principales mercados potenciales para este tipo de turismo, lo que subraya la creciente importancia y demanda de esta experiencia educativa y cultural.

Sin embargo, la investigación también plantea ciertas cuestiones que merecen atención, por ejemplo, el turismo idiomático parece estar en aumento, los datos reflejan fluctuaciones en la participación de diferentes países en este mercado. Estos cambios pueden ser influenciados por factores económicos, de seguridad y salud, lo que destaca la necesidad de un análisis más profundo de las tendencias y los impulsores del turismo en los destinos.

En relación con el emprendimiento en México, los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) revelan una actitud positiva hacia el emprendimiento, con una percepción general de que México ofrece buenas oportunidades para iniciar negocios. Aunque existe un nivel significativo de confianza en las habilidades y conocimientos necesarios para emprender, el miedo al fracaso sigue siendo un obstáculo importante. Esto plantea la cuestión de cómo se pueden abordar estos temores y fomentar un entorno más seguro para los emprendedores.

La motivación detrás del emprendimiento en México también es diversa, comúnmente la necesidad de generar ingresos se destaca como la principal motivación, pero también resalta la aspiración de hacer una diferencia en el mundo, por lo que la persistencia de la tradición familiar como factor relevante para el emprendimiento abre una puerta para investigaciones adicionales sobre cómo las prácticas culturales y las dinámicas sociales influyen en la creación de empresas.

Esta investigación abre líneas futuras como la exploración de las razones detrás de las fluctuaciones en la participación en el turismo idiomático, así como desarrollar estrategias para mitigar el temor al fracaso en el emprendimiento. Además, es necesario profundizar en cómo los emprendimientos culturales pueden ser potenciados y cómo se pueden establecer políticas y programas que fomenten un entorno propicio para la innovación y la creatividad en este ámbito.

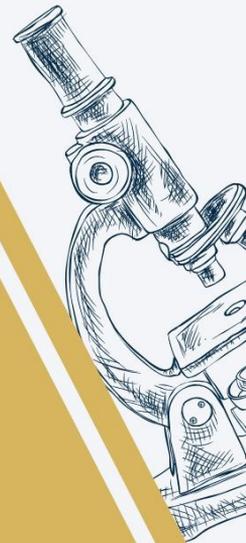
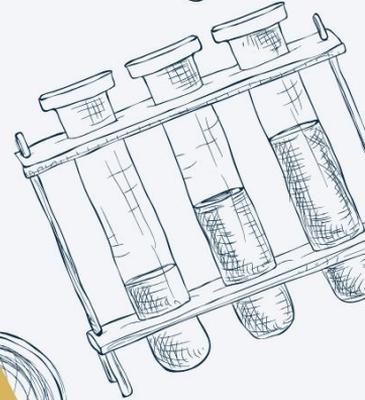
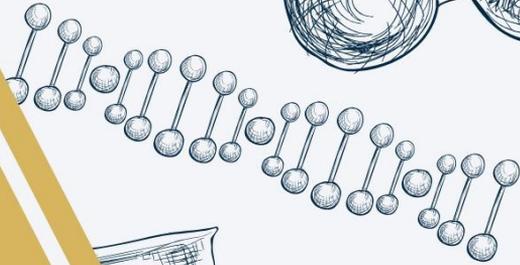
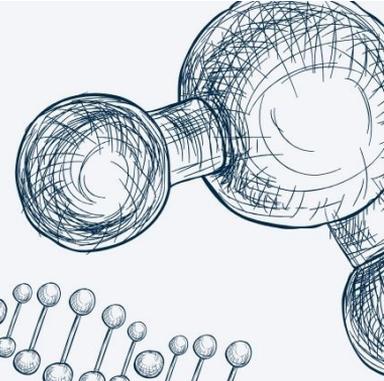
Estos resultados proporcionan un punto de partida sólido para investigaciones futuras que puedan contribuir a una comprensión más completa y enriquecedora de la relación entre el turismo idiomático, el emprendimiento y la cultura en México y más allá.

REFERENCIAS

- Aranda G, E., & Molina C, A. (2007). La enseñanza del español como recurso turístico en Castilla-La Mancha. *Boletín económico de ICE*, (2923). <http://bit.ly/3tOUOa5>
- British Council. (2022). *Creative Bootcamp*. <https://www.britishcouncil.org.mx/creative-bootcamp>
- Centro de Investigación en Comunicación Comunitaria CICC A.C. (6 de octubre de 2021). *Inician los Nidos Culturales, una iniciativa para fortalecer emprendimientos culturales indígenas*. <https://ciccac.org/2021/10/06/inician-los-nidos-culturales-una-iniciativa-para-fortalecer-emprendimientos-culturales-indigenas/>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile. (2015). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Datosmundial.com. (2023). *Distribución geográfica de las lenguas en el mundo*. <https://www.datosmundial.com/idiomas/index.php>
- INEGI. (17 de noviembre de 2022). *Cuenta satélite de la cultura de México, 2021*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/CSC/CSC2021.pdf>
- Instituto Cervantes. (2022). *El español en el mundo: Anuario del Instituto Cervantes 2022*. Instituto Cervantes. https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_22/el_espanol_en_el_mundo_anuario_instituto_cervantes_2022.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *UNWTO tourism definitions*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Pantoja Ruiz, E. S. (2021). Emprendimientos Culturales como detonadores sociales y económicos. *Revista Electrónica del Desarrollo Humano para la Innovación Social*, 8(16). <https://www.cdhis.org.mx/index.php/CAGI/article/download/161/265/>

- Piédrola Ortiz, I., Artacho Ruíz, C., & Villaseca Molina, E. J. (2016). El benchmarking aplicado al turismo idiomático: una herramienta para lograr estrategias innovadoras de gestión. Caso de York (Inglaterra) y Córdoba (España). *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 267-289.
- Secretaría de Cultura del Gobierno de México. (2023). *Creación de emprendimientos culturales colectivos*. México es cultura, La cartelera nacional. <https://www.mexicoescultura.com/actividad/275070/creacion-de-emprendimientos-culturales-colectivos.html>
- Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco. (2023). *Laboratorio Móvil para emprendimientos culturales en colectivo*. <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10791>
- Statista. (2023). *Ranking de países con más estudiantes de español en el mundo en 2022* [dataset]. <https://es.statista.com/estadisticas/611669/estudiantes-de-espanol-por-pais-en-el-mundo/>
- UNESCO. (2023a). *Año internacional de la economía creativa para el desarrollo sostenible*. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>
- UNESCO. (2023b). *Cultural Nests, apoyo a emprendimientos culturales indígenas*. <https://www.unesco.org/creativity/es/articles/cultural-nests-apoyo-emprendimientos-culturales-indigenas>
- Universidad Autónoma Benito Juárez. (2023). *Español para extranjeros*. <http://www.idiomas.uabjo.mx/espanol-para-extranjeros>
- Universidad Autónoma de Guadalajara. (2022). *Manual del estudiante internacional*. https://www.uma.es/media/files/Manual_del_estudiante_internacional_v2_0.pdf
- Universidad Autónoma de Nayarit. (2012). *Habla español vive México*. https://www.uan.edu.mx/d/a/sr/internacionales/Espanol_para_extranjeros.pdf
- Universidad Autónoma de Querétaro. (2 de marzo de 2022). *Continúan los cursos de Español para extranjeros en la FLL*. <https://noticias.uaq.mx/index.php/vida/3651-continuan-los-cursos-de-espanol-para-extranjeros-en-la-fll>
- Universidad de Guanajuato. (2023). *Departamento de Lenguas*. <http://www.dcsn.ugto.mx/espanol/>
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2023). *Ntro de Enseñanza para Extranjeros*. <https://cepe.unam.mx/quienes-somos>
- Universidad Veracruzana. (2023). *Escuela para estudiantes extranjeros*. <https://www.uv.mx/eee/>

- Vega, J. (2023). *Uady ofrece clases de español a residentes extranjeros en Mérida*. La verdad noticias. <http://www.dcsch.ugto.mx/espanol/>
- Zaremba, J. (1 de junio de 2023). *Where's the best place to learn spanish in Mexico*. Goabroad. <https://www.goabroad.com/articles/language-study-abroad/best-place-to-learn-spanish-in-mexico>



ESTRATEGIAS PARA LA MEDICIÓN DEL BIENESTAR LABORAL, PROFESIONAL Y PERSONAL EN EGRESADOS:

**Un estudio de caso de una
Universidad Colombiana**



RICHARD NIXON TORRES MORENO

**Magister en Neuropsicología y Educación
Psicólogo**

E-Mail: richard.torres@fundes.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6618-5128>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001508978

**Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero
Montoya "FUNDES"**

SANDRA SAIZ UCROS

**Magister en Liderazgo y Dirección de Centros Educativos
Especialista en Educación
Psicóloga**

E-Mail: sandra.saiz@fundes.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5356-9442>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001509341

**Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero
Montoya "FUNDES"**

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Torres Moreno, R. N, y Saiz Ucros, S. (2024). Estrategias para la medición del bienestar laboral, profesional y personal en egresados: un estudio de caso de una universidad colombiana en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 168-206). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

El presente capítulo de investigación tiene como objetivo mostrar la estrategia llevada a cabo en una universidad colombiana la cual permitió medir la percepción del bienestar laboral, profesional y personal en los egresados del programa de psicología, misma que sirvió para la toma de decisiones entre las cuales se destacan, el diseño de programas de acompañamiento, fortalecimiento de las acciones de apoyo a la empleabilidad, estructuración y fortalecimiento de la educación continua, captación de egresados interesados para fortalecer la investigación, ampliación de los espacios de participación universitaria, entre otros. Metodológicamente la investigación tuvo un alcance descriptivo de tipo cuantitativo, aplicando como estrategia para la recolección de información a través del instrumento "La Encuesta de Seguimiento a Egresados del Programa de Psicología", en donde las categorías de análisis fueron las siguientes: 1. Datos Personales, 2. Desarrollo Profesional, 3. Desarrollo Laboral, 4. Satisfacción Laboral, 5. Satisfacción Institucional, 6. Intereses Institucionales, aplicado a una muestra de 174 egresados del Programa de Psicología de la Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero Montoya (FUNDES) del municipio de Espinal - Tolima.

Entre los resultados más relevantes se obtuvo un instrumento que permitió fortalecer el proceso del programa de seguimiento a egresados, teniendo en cuenta que a nivel universitario posibilita el análisis continuo del impacto de los programas ofrecidos por la institución, a su vez se observaron aspectos como el desarrollo laboral, personal y profesional, generando un contacto constante con los egresados y promoviendo procesos de educación continua. Por otra parte, se logró evidenciar que la información recogida a través de la encuesta mostró una organización práctica para el establecimiento de metas institucionales, puesto que se identifica claramente la posición a nivel profesional de los egresados, así como las barreras para la educación posgradual, también se logra verificar a nivel laboral como ha sido la experiencia y las características laborales que se encuentran inmersas en las ofertas regionales, al mismo tiempo que la satisfacción y percepción sobre la calidad de ese empleo, también se logra evidenciar aspectos de intereses institucionales y satisfacción a nivel general con la institución, por lo cual se siguen las recomendaciones del Manual de Instrumentos diseñado por la Red GRADUA2 & Asociación Columbus (2006), siendo referencia dentro del Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación de Colombia contextualizadas a la realidad de la región.

Para finalizar, el aporte significativo de este proyecto de investigación radicó en la elaboración de una metodología práctica y efectiva para la recolección de información de los egresados, en la cual se logró fortalecer los procesos institucionales a nivel universitario con el fin de contribuir a la sostenibilidad de la pertinencia de los programas académicos en una región específica, conociendo la realidad del entorno y las demandas que se encuentran en él, incluso contribuyendo a la planeación y ejecución de acciones eficaces y oportunas.

Palabras clave: Seguimiento a Egresados, Bienestar Laboral Desarrollo Profesional, Satisfacción Personal, Educación Superior.

Strategies For Measuring Work, Professional and Personal Well-Being in Graduates: A Case Study of a Colombian University

ABSTRACT

The objective of this research chapter is to show the strategy carried out in a Colombian university which allowed measuring the perception of work, professional and personal well-being in graduates of the psychology program, which served to make decisions among which The design of support programs, strengthening of actions to support employability, structuring and strengthening of continuing education, recruitment of interested graduates to strengthen research, expansion of spaces for university participation, among others, stand out. Methodologically, the research had a quantitative descriptive scope, applying as a strategy for collecting information through the instrument "The Follow-up Survey for Graduates of the Psychology Program", where the categories of analysis were the following: 1. Personal Data , 2. Professional Development, 3. Job Development, 4. Job Satisfaction, 5. Institutional Satisfaction, 6. Institutional Interests, applied to a sample of 174 graduates of the Psychology Program of the Monseñor Abraham Escudero Montoya Foundation for Higher Studies (FUNDES) from the municipality of Espinal - Tolima.

Among the most relevant results, an instrument was obtained that allowed strengthening the process of the graduate monitoring program, taking into account that at the university level it enables the continuous analysis of the impact of the programs offered by the institution, in turn aspects such as the work, personal

and professional development, generating constant contact with graduates and promoting continuing education processes. On the other hand, it was possible to show that the information collected through the survey showed a practical organization for the establishment of institutional goals, since the professional position of the graduates is clearly identified, as well as the barriers to postgraduate education. It is also possible to verify at the labor level how the experience and job characteristics that are immersed in the regional offers have been, at the same time as the satisfaction and perception of the quality of that job, it is also possible to demonstrate aspects of institutional interests and satisfaction. at a general level with the institution, for which the recommendations of the Instrument Manual designed by the GRADUA2 Network and the Columbus Association in 2006 are followed, being a reference within the Labor Observatory for Education of the Ministry of Education of Colombia contextualized to reality region of.

Finally, the significant contribution of this research project lay in the development of a practical and effective methodology for collecting information from graduates, in which it was possible to strengthen institutional processes at the university level in order to contribute to sustainability. of the relevance of academic programs in a specific region, knowing the reality of the environment and the demands found in it, even contributing to the planning and execution of effective and timely actions.

Keywords: Graduate Monitoring, Workplace Wellbeing, Professional Development, Personal Satisfaction, Higher Education.

INTRODUCCIÓN

En las Instituciones de Educación Superior (IES), toma gran relevancia el seguimiento a egresados, comprendiéndolo como una práctica fundamental, en la que se permite evaluar la efectividad de cada uno de los programas planteados, pues así se puede verificar con la inserción laboral el impacto que se tiene como institución en el entorno cercano y lejano (González et al., 2019). Por eso, en este capítulo se abordará una estrategia diseñada para fortalecer este proceso, en donde se resalte la importancia de medir el bienestar laboral, profesional y personal de los egresados, tomando como referencia una experiencia en el contexto de una universidad colombiana, por otra parte, se destacarán los desafíos y oportunidades que como IES se enfrenta respecto a la implementación de estrategias de seguimiento a egresados efectivas.

Por lo anterior se resalta que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y La Cultura (UNESCO, 2022) en el Informe de la Comisión Internacional sobre los futuros de la educación, se han enfocado en resaltar la gran importancia que actualmente tiene el pensar en una educación equitativa y con transformaciones emergentes, porque hay un cambio constante en las dinámicas de comunicación y relación social, que a nivel profesional generan retos continuos para continuar inmerso laboralmente, ahí viene la necesidad de que en las IES se logre analizar y revisar estos cambios a través de las experiencias de los egresados. En este informe también se menciona que la educación superior atraviesa por un momento de renovación, en el cual las pedagogías colaborativas y solidarias, adquieren una fuerza mayor en los programas académicos, sumando a esto la posibilidad de ofrecer una educación en diferentes tiempos y espacios, haciendo un uso inteligente y adecuado de todos los recursos educativos, garantizando así una verdadera inclusión y sostenibilidad (UNESCO, 2022).

Por otra parte se expresa en este informe el papel importante de los docentes, denominando su rol como transformador, ligado al desarrollo de unos planes de estudio eficaces para los entornos en los que se promueven estos programas académicos, puesto que así se podrá incentivar que los profesionales que egresen de los programas académicos, no solo se interesen por laborar específicamente, si no que se genere un interés genuino por la investigación y la innovación, por tal motivo para este capítulo el objetivo general se enmarca en diseñar una estrategia de seguimiento a egresados del programa de psicología en una institución de educación superior en Colombia, con la cual se permita medir la percepción del bienestar laboral, profesional y personal de ellos, y así generar un apoyo en la toma de decisiones, que aporten a la transformación del programa y la universidad.

En Colombia es de resaltar que según los datos estadísticos en el Sistema Nacional de Información para la Educación Superior (SNIES) se registran para el año 2020, la suma de 449.923 egresados de diferentes niveles educativos, entre Técnico Profesional hasta Doctorado, y de esta cantidad de egresados, 225.515 correspondieron a un nivel universitario, respecto al año 2021 se registraron 524.983 egresados, de los cuales 260.366 corresponden a un nivel universitario, y en año 2022 se registraron 535.963 egresados, de los cuales 266.774 fueron universitarios, con estos datos se logra evidenciar como año tras año, aumenta la cantidad de profesionales que egresan de diferentes programas académicos,

sin embargo esto no garantiza que así mismo las oportunidades laborales o el desarrollo posgradual aumente de la misma forma (SNIES, 2020).

La IES en la cual se diseñó la estrategia mencionada se encuentra ubicada en el Departamento del Tolima, por lo cual haciendo alusión a los datos que aporta el MEN a través de su plataforma SNIES, se muestra que en el 2020 se obtuvieron 11.545 egresados en el departamento, de los cuales 4.836 fueron universitarios, ya en el año 2021 se evidencian 11.108 egresados, de los que 4.995 poseen un nivel educativo universitario, y en el 2022 se observa un total de 11.771 egresados, siendo 5.320 de un nivel universitario, al contrario del nivel nacional en su totalidad se evidencia un probable equilibrio en la cantidad de estudiantes que culminan un programa académico, quizás juegan factores como la movilidad estudiantil hacia otros departamentos, y el acceso a la educación superior para los sectores más vulnerables, sin embargo sigue siendo una información de impacto, el encontrar como cada año egresan un gran número de profesionales a desarrollarse en este mundo laboral cambiante y en movimiento.

En el reporte realizado por el MEN en el departamento del Tolima a través del Observatorio Laboral para la Educación (OLE, 2021) se evidencia también un porcentaje de vinculación laboral, el cual se toma sobre la vinculación de los egresados del año anterior, por lo tanto el reporte más actualizado es del 2021 que corresponde a la vinculación laboral de los egresados del 2020, en donde se logra observar que de los 4.836 universitarios egresados tan solo 63,38% obtuvo una inserción laboral en ese primer año de egreso, y los ingresos bases de cotización promedio para esta población se encontraron entre 1 Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) y 1,5 SMMLV, lo cual cada vez amplía más la necesidad de generar procesos de articulación entre universidades y sector productivo, con el objetivo que se pueda no solo graduar profesionales, sino también generar posibilidades de empleo y emprendimiento (SNIES, 2022).

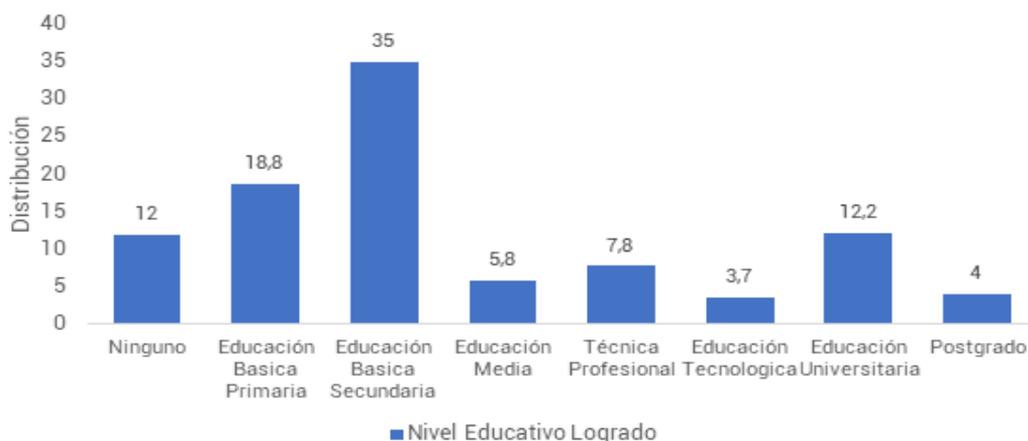
La información mostrada anteriormente coloca a las IES en una posición de análisis constante de sus programas académicos, y del impacto social en el entorno cercano y lejano, además de las nuevas posibilidades de empleo y mercado laboral, pues es necesario tener en cuenta que en la sociedad emergente existen formas diversas de generar un desarrollo profesional y laboral sin necesidad de estar vinculado directamente con una empresa, por lo cual quizás sea importante

comenzar a hablar a mayor profundidad de estas nuevas posibilidades y de cómo desde las diferentes áreas profesionales se puede incursionar.

De acuerdo a lo anterior el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021) a través de la encuesta denominada “Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)”, provee información relacionada con el mercado laboral, ingresos y pobreza monetaria, así como también algunas características sociodemográficas de la población que reside en Colombia, es clave que en esta encuesta se identifica la población ocupada, desocupada y la que se encuentra fuera de la fuerza laboral, entendiendo la primera como aquellas personas que se encuentran laborando desde diferentes modalidades de contrato, y también las personas que son independientes o tienen su negocio propio, como aquellos que ejercen una labor sin un salió específico, las personas desocupadas según la encuesta son aquellos que se encuentran en búsqueda de empleo u oportunidades, y los que se encuentran fuera de la fuerza de trabajo, son los que no tienen un empleo o emprendimiento, y además no se encuentran buscando empleo, en la siguiente figura se podrá observar un dato relevante sobre el Boletín Técnico brindado en el año 2022 sobre los datos recolectados en el 2021.

Figura 1

Distribución de la fuerza de trabajo según nivel educativo total nacional 2021



Nota. El gráfico representa la distribución de la fuerza de trabajo según el nivel educativo desde la categoría sin estudio hasta el posgrado. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022).

En la Figura 1 se logra evidenciar los porcentajes de personas que se encuentran dentro de la fuerza de trabajo, lo que significa se encuentran ocupados o desocupados, y su distribución según el nivel educativo, encontrando que el mayor porcentaje se encuentra con un nivel de educación básica secundaria, sin haber culminado su bachiller con un 35%, las personas con un nivel universitario representan un 12,2% de la población evaluada, y los que se encuentran con nivel Técnico Profesional y Tecnología son un 11,5% aproximadamente, por lo tanto la fuerza de trabajo evidenciada a nivel nacional según los niveles educativos, se encuentra dispersa y con una representatividad mayor de las personas que tienen niveles educativos básicos.

En este informe se presenta información sobre el porcentaje de personas ocupadas o desocupadas según el nivel de estudio, encontrando que en el caso de los que reportan un nivel universitario un 12,4% se encuentran ocupados y el 10,8% desocupados, siendo una diferencia mínima, además según la tasa de desempleo que el DANE proporciona en este Informe Técnico, muestra que en el caso de las personas con un nivel educativo universitario el 24,4% se encuentran desempleados, siendo el 11,2% hombres y 13,2% mujeres.

En consideración a lo anteriormente expuesto, el seguimiento a egresados es una acción que como IES generara el acercamiento a la realidad laboral, y al fortalecimiento de las practicas al interior del proceso pedagógico y formativo, por lo cual el poder abordarlo estratégicamente, y que este ejercicio contribuya a la toma de decisiones frente a las diferentes metas y propósitos institucionales, generara procesos cada vez más cercanos a la realidad circundante, esto teniendo en cuenta diferentes elementos, como los son el entorno laboral al que se han visto expuestos los egresados, su satisfacción ante esas experiencias laborales, al igual que las oportunidades que han tenido para la educación continua y posgradual, el acercamiento a procesos investigativos, y sobre todo la satisfacción en general respecto a esos elementos brindados hacia el perfil de egreso, que le brindan unas herramientas para afrontar estas vicisitudes encontradas en el mundo laboral.

MARCO REFERENCIAL

El seguimiento a egresados resulta un tema de interés y pertinencia en la Educación Superior, teniendo en cuenta que, a través de procesos sistematizados, periódicos y con una estructura estable, es posible generar conexiones y contactos

adecuados entre la oferta y demanda que se proporciona entre el mundo laboral y el académico (Mori et al., 2018). Se resalta que el sector productivo y las IES deben tener una relación constante a través de la pertinencia del perfil de egreso con las demandas del entorno, por lo cual, al realizar la revisión bibliográfica, se encuentra diferentes maneras en las que este seguimiento se hace operativo en el desarrollo de los programas académicos (Robles et al., 2023).

Un primer ejemplo para resaltar es de Mori et al. (2018) desarrollado en Perú, en donde realizan un estudio en este año, diseñando un sistema de seguimiento de egresados, con una estrategia para la implementación del mismo, en el que en primer lugar dan una revisión del seguimiento a egresados realizados en el Instituto Politécnico de México y en la Universidad Pontificia Javeriana de Colombia, encontrando que las variables claves de estudio en el caso de México son la Información social general, el acceso al mercado laboral, calidad de la formación académica y la valoración de competencias, en la experiencia colombiana, se encuentran como variables, la información socioeconómica, el mercado laboral y la satisfacción de la experiencia de los egresados.

Por lo anterior en este estudio resaltan que tiene información de impacto para las consultorías públicas de calidad educativa, por otra parte con las descripciones de los sistemas de seguimiento a egresados revisados, diseñan un diagnóstico con catorce (14) Instituciones de Educación Superior, con el objetivo de brindar información sobre la situación de los egresados de las IES, que aportan insumos en la mejora de la oferta, se resalta que este estudio como población tuvo en cuenta tres actores, quienes fueron los egresados, empleadores y las IES, teniendo así dos tipos de recolección de la información una cuantitativa y otra cualitativa, a nivel cuantitativo a los egresados se aplicó un cuestionario estructurado, y a las IES representadas por directores de programa o docentes se aplicó un cuestionario estructurado y una ficha de análisis documental, respecto a lo cualitativo, con los egresados se implementó una guía de focus group, tanto a los empleadores como a las IES se implementó una entrevista, las dimensiones propuestas para este análisis fueron, Datos generales, base de datos, satisfacción de egresados respecto a la formación recibida, vinculo, inserción laboral y trayectoria laboral (Mori et al., 2018).

En conclusión con este estudio se logró identificar tres niveles de análisis en cuanto a las respuestas de los egresados a través de este proceso de seguimiento, los cuales se pueden identificar de la siguiente manera, el primer nivel se refiere al reconocimiento y valoración de toda la experiencia en su conjunto hacia situaciones significativas y de éxito, el segundo nivel, enmarca un señalamiento indirecto y discreto sobre situaciones y elementos que limitan un poco el desarrollo profesional, y el tercer nivel correspondiente a un discernimiento crítico y reflexivo de la experiencia, en que se logra puntualizar obstáculos de manera significativa (Mori et al., 2018).

Por otra parte a nivel internacional se encuentran diferentes estudios (Oestmann et al., 2021; García et al., 2019) que resaltan la importancia de diseñar estrategias para este seguimiento de egresados, puntualizando aspectos con la información de contacto nutriendo así el vínculo y las bases de datos institucionales, las oportunidades y experiencias en el estudio posgradual, así como el desempeño laboral y su percepción frente al mismo, lo cual a las IES genera información valiosa para el planteamiento de acciones de mejora.

En Colombia se podría resaltar el estudio realizado por Solano (2020), el cual se titula "Pertinencia de la educación superior con el Mercado Laboral en Colombia desde la Dimensión del egresado, el empleador y la universidad", en el cual se planteó como objetivo principal analizar la pertinencia de la educación superior con el mercado laboral formal desde las dimensiones del mercado laboral, egresados, empleador y las IES, esta investigación planteo una metodología con enfoque cuantitativo, dirigida a través de un modelo econométrico, para la recolección de la información se tuvieron en cuenta diferentes instrumentos, entre ellos la información brindada en el portal digital por el OLE, en cuanto a la información referida a la oferta universitaria de egresados, la demanda laboral universitaria y los salarios de los egresados universitarios en Colombia, esto comprendiendo el periodo de 2007-2016, otro instrumento fueron los resultados de las encuestas del mismo portal, y por ultimo información brindada por el Ministerio de Educación Nacional y el DANE, se resalta que en este estudio se acogió una población 1.748.192 graduados universitarios en educación superior en los periodos de 2001-2016 en Colombia.

Teniendo en cuenta lo anterior en este estudio se concluye encontrando cuatro perspectivas de interés, en la primera se resalta la perspectiva de los egresados

universitarios, la perspectiva de los empleadores, perspectiva del mercado laboral y la perspectiva de la educación superior, encontrando que un común denominador es la calidad en las competencias para desempeñar las funciones en los cargos laborales, siendo esto un apremiante por parte de los egresados con sus carreras, y un reto para las IES, donde se debe continuar fortaleciendo y adecuando sus currículos a las realidades regionales (Solano, 2020).

MARCO LEGAL

Legislación Colombiana Sobre El Seguimiento A Egresados

En Colombia existen diferentes leyes que de forma general brindan directrices y manifiestan la importancia del proceso de seguimiento a egresados, esto enmarcado en los procesos reglamentarios de las IES, como también los necesarios para la acreditación de calidad, es primera instancia se resalta la Ley 30 de 1992, por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior del 28 de diciembre de 1992, en esta ley se encuentra una estructura con Fundamentos de la Educación Superior, la Conformación del Consejo Nacional de Educación Superior (CESU) y el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES), el cual actualmente se denomina como Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación, la tercera parte de esta ley está enfocada en el régimen especial de las universidades del Estado y de las otras IES estatales u oficiales, en cuarto lugar se establecen una serie de parámetros para las IES de Carácter Privado y de Economía Solidaria, en el cual se encuentra enmarcada la institución participante de esta investigación, en quinto lugar se expresan una serie de elementos respecto al régimen estudiantil, y el último título se enfoca en otras disposiciones.

Teniendo en cuenta lo anterior se resalta que desde la Ley 30 de 1992, se viene hablando de la obligación de las IES por proporcionar una educación de calidad, en constante retroalimentación, en la cual se garantice la participación de todos los integrantes de la comunidad educativa, incluyendo egresados, además de la actualización constante en los programas académicos de acuerdo con las realidades de la profesión.

Luego surge la Ley 1188 de 2008, por la cual se regula el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones, del 25 de abril de 2008. D.O. No. 46971, aquí se resalta que los programas que no estén acreditados en

calidad, para poder ser ofertados deben tener el registro calificado, entendiéndose como el instrumento del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior mediante el cual el Estado verifica una serie de condiciones de calidad que la IES debe cumplir, estas condiciones de manera general son divididas en dos, unas de los programas que en total son nueve, y unas institucionales que son seis, se resalta que en las condiciones institucionales, la cuarta hace referencia a la existencia de un programa de egresados, en el cual se realice un seguimiento continuo a largo plazo, garantizando que los profesionales egresados continúen en contacto y su participación sea activa en la Universidad.

Continuando con lo anterior en el Decreto 1295 [Ministerio de Gobierno de la República de Colombia]. Por el cual se determina la organización y administración del Sistema General de Riesgos Profesionales, dada el 22 de junio de 1994 se puede observar de forma operativa este registro calificado, en el cual cada una de las condiciones se desglosa en una serie de elementos que deben ser cumplidos por las IES, teniendo en cuenta que el interés de este estudio, se encuentra relacionado con el seguimiento a egresados, se resalta que en el Artículo 6 numeral 6.4, se hace referencia a que el Programa de Egresados que sea diseñado por la IES, debe tener un seguimiento a corto y largo plazo, donde se evidencie su desempeño y el impacto social del programa, también hace énfasis en el intercambio de experiencias académicas e investigativas, inclusive menciona la oportunidad del uso de información recogida a través del MEN con el OLE que es una plataforma que puede brindar información específica de la IES y unos reportes generales a nivel nacional y regional (OLE, 2021).

Por último se resalta que el Decreto 1075 [El Presidente de la República de Colombia]. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación dada el 26 de mayo de 2015 dispone una serie de elementos operativos para la educación en Colombia, en sus diferentes niveles, por lo tanto incluye la educación superior, sin embargo en el 2019 surge el Decreto 1330 [Ministerio de Educación Nacional], Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación. 25 de julio de 2019, con el fin de establecer medidas específicas para la organización y funcionamiento del proceso para la Solicitud, renovación y modificación del registro calificado.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el Decreto 1330 de 2019, se establecen en las condiciones institucionales, respecto al diseño del programa de seguimiento a egresados, mencionando su importancia pues los egresados son quienes evidencian la apropiación de la misión institucional, todo esto a través del desarrollo profesional y personal, por lo cual es una obligación de las IES desarrollar políticas, planes y programas que promuevan el seguimiento a la actividad profesional de egresados, y estas acciones deben además de existir, ser divulgadas e implementadas, contando con las respectivas evidencias.

Derechos Y Privacidad De Los Egresados

La privacidad de la información y la confidencialidad de los datos personales, es un derecho constitucional, que es importante tenerlo incluido en las estrategias que implican la creación de bases de datos, o la recopilación de información, en donde se garantice que su uso y tratamiento será adecuado, por lo tanto el pensar en una estrategia de seguimiento a egresados, que implique un instrumento de recolección de información, es necesario revisar todas las formas y factores que influyan en esa seguridad del tratamiento de los datos.

Por lo anterior se resaltan las Leyes 1266, por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones, dada el 31 de diciembre de 2008 y ley 1581, Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales, dada el 17 de octubre de 2012, los cuales deben ser manejados por cada una de las instituciones, organizaciones o personas naturales que dentro de su ejercicio recopilen bases de datos, o hagan uso de información de otras personas, se resaltan disposiciones especiales en temas de información financiera, y se definen las diferencias entre dato personal, dato público, dato semiprivado y dato privado. Según estas normatividad, las IES actuarían en calidad de Fuente de la información, pues serían las encargadas de la recolección de los datos de los titulares, en este caso los egresados, por lo cual en la universidad se cuenta con la Resolución 165 (Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero Montoya [FUNDES], 2014) que se refiere a la disposición del uso del correo electrónico institucional, el acceso a internet y la protección de datos.

Finalizando este apartado, es importante tener en cuenta que el tratamiento de esta información es algo que debe ser manejado con responsabilidad, y siempre con el consentimiento de los titulares de la información.

MARCO TEÓRICO

En el desarrollo del documento se ha logrado visualizar la importancia del diseño de estrategias que propendan un seguimiento efectivo de los egresados, en los cuales se logre evaluar sus percepciones frente a las experiencias académicas y laborales, pues esto da una información importante a la hora de analizar las mejoras pertinentes en la educación superior relacionadas con el sector externo y productivo, es necesario iniciar reconociendo que las IES son un entorno de profesionalización, en las cuales la calidad debe ir orientada al desarrollo de competencias para que el egresado pueda desenvolverse e incluirse de una manera adecuada en el mundo laboral, sin embargo es aquí donde es necesario evaluar todos los aspectos que influyen en que estas experiencias sean satisfactorias o no, por ejemplo la falta de ofertas laborales en un contexto regional específico, la elevada demanda de profesionales de una misma área, los parámetros de las vacantes que pueden estar por encima de la preparación ofrecida de los egresados, y así una cantidad mayor de factores externos que pueden generar que el egresado tenga o no dificultades para su inserción laboral (Wilches, 2020).

Por otra parte es importante resaltar que a nivel global, y especialmente en Iberoamérica, se generan diálogos sobre la productividad y la competitividad, teniendo en cuenta la relación de la educación superior en esto, identificando retos que el COVID-19 dejó en el mercado laboral, así como la apertura de las brechas de habilidades demandadas por las empresas, las dificultades comerciales y productivas, que han generado nuevas necesidades y sobre todo habilidades de alto impacto en las empresas, colocando así a las IES en una situación de adaptación a los nuevos entornos laborales, por eso es importante generar espacios de estudio continuo, donde se logre evidenciar el aporte que la universidad brinda a todo este proceso de adaptación social y económico (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura [OEI], 2021).

Resaltando lo anteriormente mencionado la OEI (2021), resalta que en la Educación Superior se debe generar una alienación de habilidades transversales, para así obtener una mejor inserción laboral, entre estas habilidades transversales

enmarca metodologías que pueden llevar a desarrollar perfiles mas cercanos a lo buscado por las empresas actualmente, estas metodologías son el aprendizaje colaborativo, el aprendizaje basado en proyectos o en retos, el aprendizaje basado en competencias y el aula invertida, además resalta cinco modelos de enseñanza en la educación superior para hacer frente a estos retos citando a The Economist Intelligence Unit (2020), en el que menciona que estos modelos son, las universidades en línea, garantizando así una mayor accesibilidad y flexibilidad a la educación superior, por otro lado resaltan el modelo clúster, como una forma de integrar la universidad con servicios e instalaciones de múltiples instituciones, las instituciones experimentales, que se enfocan en desarrollar el aprendizaje practico fuera del aula, la Escuela de Artes liberales, proporcionando un mayor nivel de intelectualidad sobre lo técnico o vocacional, y el modelo de asociación, ampliando la asociatividad con el sector externo.

Por otra parte, al enfocarnos específicamente en el seguimiento de egresados, en Colombia el OLE, que es el laboratorio encargado de analizar y evaluar todos estos aspectos a nivel nacional, resalta unas recomendaciones a través de la Red GRADUA2 y la Asociación Columbus (2006), para realizar un seguimiento efectivo de los egresados, aquí se resalta que los estudios enfocados en seguimiento a egresados tienen como propósito la incorporación de mejoras continuas en las IES, a través de la recopilación y análisis de la información sobre el desempeño profesional y personal de los egresados, una de las mejores formas de tener programas académicos orientados a la realidad regional están relacionados con el estudio constante de las experiencias profesionales de los egresados, debido a que así se logra evidenciar el nivel de impacto y las oportunidades para estos profesionales (Red GRADUAD2 y Asociación Columbus, 2006).

En este manual se estipula que al momento de hacer estudios de seguimiento a egresados, esta información aportaría a diferentes procesos dentro de las IES, en las cuales se destacan la acreditación/evaluación, el desarrollo curricular, información para los grupos de interés como los estudiantes, familias o empleadores, afiliación universitaria e instrumento para política social, dando un margen amplio de objetivos y de acciones a desarrollar a través de estos estudios (Red GRADUAD2 y Asociación Columbus, 2006).

También es importante mencionar que en estos estudios deben haber unos temas principales a abordar, en los cuales en primer lugar el perfil del egresado tiene gran relevancia, este perfil incluye información sobre datos sociodemográficos, antecedentes educativos, otros estudios realizados, fuente de financiamiento de los estudios universitarios y la movilidad durante la formación, en este primer tema, se pueden abordar características puntuales de los egresados y así determinar acciones enfocadas a una educación continua contextualizada (Red GRADUAD2 y Asociación Columbus, 2006).

Por otra parte se encuentra el tema referente a la situación de los egresados en el mercado laboral, aquí es importante resaltar las diferentes características relacionadas con la experiencia laboral, se pueden destacar aspecto como el primer empleo, indagando sobre el tiempo transcurrido para la obtención del primer empleo, el medio para la obtención de este, algunas características, como salario, puesto desempeñado, sector económico, tipo de organización, tipo de actividad referente a si es dependiente o independiente, entre otros; también es importante indagar sobre la trayectoria profesional en general, la situación laboral actual y la coherencia entre la formación y el tipo de empleo (Red GRADUAD2 y Asociación Columbus, 2006).

Otro de los temas que se mencionan es la relación con la institución de egreso, en la cual se pueden indagar aspectos como la satisfacción con la formación recibida y la satisfacción con las condiciones de estudio, en este último aspecto es importante tener en cuenta que para las IES tener un vínculo cercano con sus egresados potencializa su articulación con el sector externo, pues a través de ellos se pueden lograr articulaciones, convenios y demás acciones que fortalezcan la académica (Red GRADUAD2 y Asociación Columbus, 2006).

Con lo anterior mencionado se logra evidenciar como a nivel global es necesario comenzar a generar actualizaciones en las IES, en las cuales se logra impactar las realidades actuales de las regiones y del territorio, así como hacer procesos estructurados y continuos de seguimiento, en este caso a los egresados, que son un componente fundamental para el fortalecimiento de la calidad de la IES.

MATERIALES Y MÉTODOS

Diseño de investigación

El diseño de investigación planteado se enmarca con un enfoque cuantitativo, teniendo en cuenta que la recolección de la información para el análisis, se realizó de forma numérica, en donde cada uno de los ítems poseía una codificación para su respectivo análisis estadístico, además el alcance de la investigación es descriptivo, porque a través del instrumento planteado y ejecutado se logra identificar las características de la población objeto y se pretende con esta información determinar el perfil de los egresados de acuerdo a una serie de características evaluadas (Hernández & Mendoza, 2018).

Por otra parte el diseño de investigación se orienta como No Experimental, teniendo en cuenta que las variables de estudio no tienen un control específico, y se evalúan tal cual como se presentan en la población, es importante resaltar que el objetivo de esta investigación era poder diseñar una estrategia e seguimiento a egresados que aporte insumos a la toma de decisiones institucionales, por lo tanto se evidencia un corte transversal o transeccional, reconociendo que su ejecución fue en un momento dado, enmarcado en el año 2022 (Hernández & Mendoza, 2018).

Población y Muestra

La población evaluada corresponde a los egresados del programa de psicología de la Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero Montoya "FUNDES" una universidad ubicada en Colombia en el departamento del Tolima, la cual posee un enfoque humanista-cristiano y su propósito es aportar a nivel profesional a la sociedad a través de sus programas académicos, la cantidad de egresados al año 2022 fueron 535, el diseño muestral escogido fue no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta que el criterio de inclusión para participar era ser egresado del programa de psicología de FUNDES, para el contacto con los egresados se hizo uso del directorio de egresados proporcionado por la administración de la universidad, logrando contacto con 174 egresados, siendo esta la muestra total.

Instrumentos y Técnicas

Para la recolección de la información se diseñó una encuesta denominada “Encuesta de Seguimiento a Egresados del Programa de Psicología”, la cual se estructuró siguiendo las recomendaciones del Manual de Instrumentos diseñado por la Red GRADUA2 y la Asociación Columbus (2006), los cuales son referencia dentro del Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación de Colombia, por lo tanto, se determinaron seis categorías: Datos Personales, Desarrollo Profesional, Desarrollo Laboral, Satisfacción Laboral, Satisfacción Institucional, Intereses Institucionales, en la Tabla 1 se puede observar la distribución de Ítems de acuerdo a las categorías del instrumento.

Tabla 1

Numero de Ítems por Categoría de análisis Encuesta de Seguimiento a Egresados del Programa de psicología

Categoría	No. Ítems
Datos personales	13
Desarrollo profesional	11
Desarrollo laboral	17
Satisfacción laboral	4
Satisfacción institucional	6
Intereses institucionales	14
Total	65

Nota. Elaboración Propia

Como se evidencia en la Tabla 1, los ítems se distribuyeron en cada una de las categorías teniendo en cuenta que cada categoría tenía un objetivo de análisis específico que se describe a continuación.

Para los Datos Personales, se procuró lograr identificar y actualizar el contacto personal y ubicación del egresado, en donde se garantizó una actualización de la información del domicilio, contacto telefónico y electrónico, esta es una información básica para mantener una comunicación actualizada con los egresados.

La segunda categoría se denominó Desarrollo Profesional, en esta categoría se comprende las áreas de cualificación profesional a nivel de investigación y estudio posgradual, además que lleva a identificar las barreras que se han vivido para el adecuado desarrollo profesional según la percepción del egresado, al igual que se evidencia los intereses para la educación continua.

Continuando en el Desarrollo Laboral, aquí se identifican los aspectos específicos del entorno laboral que ha percibido el egresado, teniendo en cuenta si se encuentra laborando en el área profesional de egreso, los rangos salariales, las ubicaciones de los empleos, permitiendo hacer un panorama estratégico del impacto universitario y del tipo de empresas que contratan en su mayoría a los egresados del programa.

El aspecto de Satisfacción Laboral, aquí se profundizó la percepción del egresado frente a su desarrollo y desempeño laboral, identificando barreras y oportunidades en este camino de cualificación profesional, permitiendo así que desde el entorno universitario se diseñen estrategias para que los futuros egresados y los que actualmente ya ejercen puedan obtener un acompañamiento en la inserción laboral.

En la categoría de Satisfacción Institucional se pretende identificar los aspectos relacionados con la institución, su percepción frente a la importancia del perfil de egreso, y como este contribuye a su cualificación profesional, conservando los aspectos misionales de la universidad.

Por último la categoría de Intereses Institucionales, resalta puesto que para las universidades es importante desarrollar procesos de educación continua que estén contextualizados con su entorno y las necesidades de los profesionales que se encuentran alrededor de ella, por lo cual este aspecto brinda una línea base para conocer y entender lo que los egresados consideran importante realizar en la universidad, permitiendo así el diseño y la planeación de actividades, programas académicos, educación continua, entre otros.

Procedimiento

Para el desarrollo de la presente investigación se distribuyó el proceso en cinco fases, las cuales iniciaron desde la definición de objetivos y alcance, hasta

la implementación de la estrategia diseñada para el seguimiento de egresados, a continuación, se especificará los elementos claves, en cada fase de la investigación.

Fase 1: Definición de Objetivos y Alcance

En esta fase, se establecieron de manera inicial los objetivos del proyecto, con los cuales se generó la ruta para el proceso investigativo, resaltando que en este momento de la investigación fue clave definir el alcance del instrumento y de la estrategia planteada en los objetivos, teniendo en cuenta que aspectos se abordarían respecto al seguimiento de egresados.

Fase 2: Revisión de la Literatura

En segundo momento, después de tener claros los objetivos y el alcance que se pretende manejar en la investigación, se procedió a la revisión de literatura enfocada en la documentación científica que aportara información sobre el seguimiento de egresados, un aspecto clave en la búsqueda de información, fue el enfoque en estudios donde se hayan diseñado instrumentos o estrategias para el seguimiento de egresados, al igual que el estado actual del seguimiento de egresados como una acción clave en la educación superior en Colombia, y los reportes brindados por diferentes entidades a nivel nacional sobre la inserción laboral de los profesionales recién egresados, y demás información que brindara aportes significativos para la identificación de la problemática y el cumplimiento de los objetivos planteados.

Fase 3: Diseño Metodológico y Planteamiento del Instrumento

Para el tercer momento se procuró analizar y diseñar la metodología más efectiva para el desarrollo de la investigación, teniendo en cuenta todos los elementos necesarios, incluyendo el planteamiento del instrumento, para el cual se definieron las categorías de análisis, se redactaron los ítems y la codificación para su respectivo análisis estadístico, el cual lograra brindar la información necesaria para la toma de decisiones respecto al seguimiento de egresados, se resalta que la validez y confiabilidad del instrumento se manejaron a través de la validación por Juicio de Expertos.

Fase 4: Aplicación y Análisis de Resultados

Luego de avanzar en la investigación, en conjunto con la Dirección de Programa y la Oficina de Registro y Control, se generó el directorio de egresados, encontrando algunas limitaciones frente a la información de los egresados más antiguos, sin embargo se recopiló toda la información de contacto como teléfonos, correos electrónicos, se generó una campaña mediática a través de redes sociales y difusiones por medio de aplicaciones de mensajería instantánea, por lo cual se logró abarcar un número significativo de los egresados, la aplicación se realizó virtual por medio de la adaptación del instrumento diseñado a un Formulario de Google a través de la aplicación gratuita Google Forms, el cual permitió una fácil distribución de los ítems y así mismo una comprensión y diligenciamiento práctico por parte de los egresados, por otra parte luego de obtener la información de los diferentes egresados participantes, se procedió a organizar la tabulación, codificar cada uno de los ítems, haciendo uso del Software Microsoft Office Excel 365, para que luego esta plantilla se importara en el Software Statistical Package for the Social Sciences "IBM SPSS v25", para la realización de los respectivos análisis estadísticos.

Fase 5: Discusión y Toma de Decisiones

Por último los datos recolectados y analizados estadísticamente, se revisaron detenidamente, con el fin de encontrar los datos de mayor relevancia y así poder identificar los elementos importantes para generar estrategias como IES, se resalta que a partir de esta información se facilitó la toma de decisiones en diferentes aspectos, como curriculares, planeación de educación continua, fortalecimiento del componente de empleabilidad, acercamiento y seguimiento a egresados y demás elementos que institucionalmente fortalecen no solo el proceso de seguimiento a egresados, si no la planeación institucional, así como la autoevaluación enfocada al mejoramiento continuo.

RESULTADOS

En esta capítulo se procederá a la muestra de los resultados obtenidos por medio del instrumento aplicado, teniendo en cuenta que para la recolección de la información y el análisis de datos se utilizaron tres herramientas tecnológicas, en primer lugar la recolección fue por medio de Google Forms, en el cual se adecuó para que estuvieran las preguntas planteadas del instrumento, luego la Tabulación

de las respuestas fue por medio de Microsoft Office Excel 365, puesto que el Formulario virtual genera una plantilla en formato ".xlsx" la cual es compatible con este software, teniendo en cuenta que del formulario se recopilan las respuestas como texto, en la plantilla se realizó la debida codificación y se cambiaron los textos por valores numéricos, puesto que los Ítems planteados eran variables nominales, las preguntas abiertas, igualmente se codificaron teniendo en cuenta que estas fueron más enfocadas al tema de los tipos de programas o áreas que los egresados consideraban importantes para la universidad.

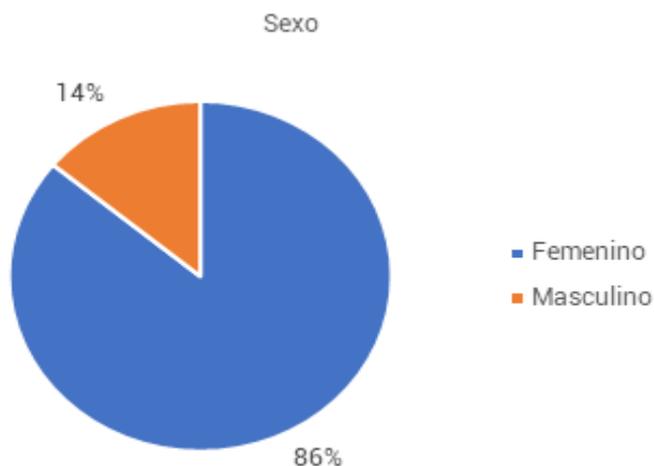
Luego de finalizar la plantilla de tabulación, esta se importó en el Software *Statistical Package for the Social Sciences "IBM SPSS v25"*, puesto que aquí, se realizarían los diferentes análisis descriptivos por medio de la distribución de frecuencias, para tener un orden en la presentación de estos, se mostrará la información más relevante de cada una de las categorías de análisis.

Datos Personales

En primera instancia se resalta que la muestra obtenida fue de 174 egresados entre los años 2007 y 2021, por lo cual la mayor participación obtenida fue de los egresados de los años 2019 (32), 2020 (25) y 2021 (34), significando estos un 52% de la muestra, del resto de años, estuvieron con una participación entre un egresado a 19 egresados, las promociones con tan solo un egresado participante fueron los años 2009 y 2010. En cuanto a la distribución por sexo, se puede observar en la Figura 2.

Figura 2

Distribución de la Muestra por Sexo



Nota. Elaboración Propia

En la Figura 2 se puede evidenciar que la muestra obtenida de egresados en su mayoría se identificó con género Femenino contando un 86% de participación que equivale a 150 egresadas, el 14% se identificó con género masculino, lo cual equivale a 24 egresados, esto teniendo en cuenta que la mayor población del programa de psicología en la universidad suele ser femenino, a continuación, se podrá observar esta distribución por edad.

Tabla 2

Distribución de los Egresados por Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20 y 30 años	134	77%
Entre 31 y 40 años	28	16%
Entre 41 y 50 años	9	5%
Entre 51 y 60 años	3	2%
Total	174	100%

Nota. Elaboración Propia

La distribución por edad se agrupo en cuatro rangos, teniendo en cuenta la edad mínima reportada y la edad máxima reportada, obteniendo rangos de diez años cada uno, el mayor porcentaje con un 77%, fueron los egresados entre 20 y 30 años, seguido de los egresados entre 31 y 40 años con un 16%, luego se encontraron los egresados entre 41 y 50 años con un 5%, y con un 2% de participación los egresados entre 51 y 60 años, esto puede estar relacionado con que la mayoría de egresados que se lograron contactar se encuentran en los años recientes.

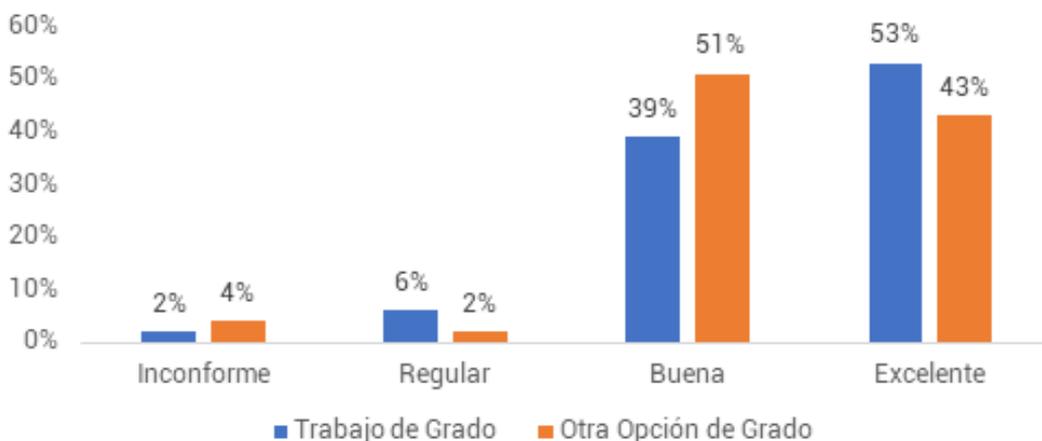
Por otra parte en esta categoría inicial se evidencian datos de ubicación, puesto que esto proporciona una visibilización para la educación continua, considerando estrategias presenciales o virtuales de acuerdo a la dispersión territorial, a nivel de país, se encuentra que 173 egresados se encuentran en Colombia siendo un 99% de la muestra, y 1 egresado se encuentra en otro país, específicamente Estados Unidos siendo un 1%, al discriminarlo por departamento, encontramos que el 72% (126) se encuentran en el Tolima, el 22% (38) se encuentran en Cundinamarca, el 2% (3) en Santander, el 1% (2) en Huila, y en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Risaralda, Caldas y el Estado de Colorado se encontraron por cada uno la participación de un egresado, siendo un 0,6%. Al revisar la distribución por municipio se encuentra de manera focalizada la manera de llegar a cada uno de los egresados, se resalta que la mayor cantidad de egresados se encuentran en el Espinal, Tolima con un 33%, el resto de los municipios resaltados se encuentran entre 0,6% y 12%.

Desarrollo Profesional

En esta categoría se indago sobre diferentes elementos importantes para la cualificación profesional, en primer lugar se resalta que el 69% (121) de los egresados encuestados, opto como opción de grado el desarrollo de un trabajo de investigación, luego se encontró un 26% (45) de egresados que su opción de grado fue la realización del Seminario de Profundización, y por ultimo un 5% (8) optaron por la opción más reciente denominada Plan Coterminal, la cual esta enlazada con la Especialización de la universidad, en cuanto a la satisfacción con las opciones de grado se puede observar la Figura 3.

Figura 3

Experiencia con las opciones de grado



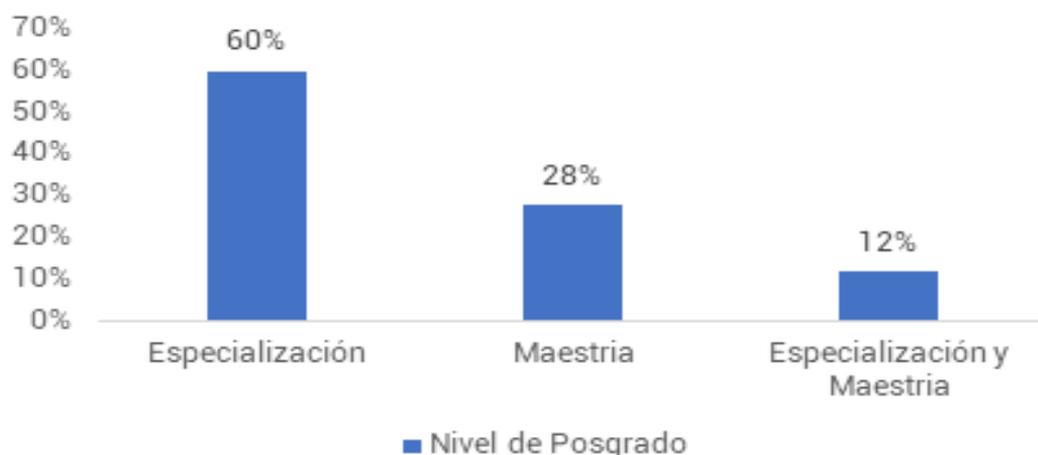
Nota. En los porcentajes obtenidos para la categoría de Trabajo de Grado son 121 egresados que escogieron esta opción, la categoría de Otra Opción de grado se manejó con una totalidad de 53 egresados, que escogieron una opción diferente.
Fuente: Elaboración Propia

En la Figura 3 se logra evidenciar que la experiencia obtenida por los egresados con las diferentes opciones de grado ha sido satisfactoria, en la cual han resaltado que ha sido excelente su experiencia realizando el trabajo de grado un 53% y un 43% otra opción de grado, en cuanto a una experiencia buena frente a la realización del proyecto de investigación un 39% resalto esta opción, y un 51% resalto esta opción en otra de las modalidades de grado, para las opciones de Regular e Inconforme en ambas categorías estuvieron por debajo del 6%.

Por otra parte, al indagar a los egresados si han logrado realizar estudios posgraduales, se encontró que el 71% (124) manifestaron que no han logrado avanzar en estudios posgraduales, y un 29% (50) manifestaron si haberlo podido realizar, esto deja claro la necesidad de apertura de las posibilidades cercanas para mejorar el perfil profesional a través del posgrados, en la Figura 4 se especifica que posgrados han realizado estos 50 egresados.

Figura 4

Niveles de Posgrado Realizados por los Egresados



Nota. Elaboración Propia

En los egresados que manifestaron que, si han logrado realizar estudios posgraduales, se resalta que el 60% ha realizado especialización, un 28% Maestría y un 12% ha realizado Especialización y Maestría. Por otra parte, los egresados resaltan una serie de programas para tener en cuenta en diferentes áreas de psicología, resaltando el área Clínica, Educativa, Jurídica/Forense, Social y Organizacional, enfocados en su mayoría a la generación de programas como especializaciones, siendo las propuestas de los egresados en cuanto a su interés de cualificación profesional.

Tabla 3

Razones que han limitado el acceso al Estudio Posgradual de los Egresados

Razones limitantes para el estudio posgradual	Frecuencia	Porcentaje
Factor Económico	65	52,4%
Situaciones Personales	35	28,2%
Desinterés por el estudio posgradual	5	4,0%

Razones limitantes para el estudio posgradual	Frecuencia	Porcentaje
Falta de Oportunidades cercanas de formación posgradual	18	14,5%
Carga Laboral	32	25,8%
Otras Razones	6	4,8%

Nota. Elaboración Propia

En la Tabla 3 se puede evidenciar las opiniones de los 124 egresados que no han logrado realizar un estudio posgradual, encontrando, que la mayor dificultad radica en el Factor Económico con un 52,4%, seguido de las situaciones personales con un 28,2%, y la carga laboral con un 25,8%, además un 14,5% opina que la mayor dificultad ha sido la falta de oportunidades cercanas, y por debajo de un 5% se encuentran las razones relacionadas con desinterés por el estudio posgradual y las razones sin definir.

Desarrollo Laboral

Indagar sobre la experiencia laboral, brinda información valiosa frente a la pertinencia del perfil de egreso en el entorno productivo cercano y lejano a la universidad, en donde se encontró que 39% de los egresados que equivale a 68 profesionales no se encuentran laborando en áreas relacionadas con la Psicología, pero el 61% que son 106 egresados, si se encuentran desarrollando funciones en el área que estudiaron. Además, se resalta que el campo de acción en el que mayor porcentaje de egresados ha tenido algún tipo de experiencia ha sido el Social/Comunitario con un 51%, seguido con un 29%, el campo educativo y el organizacional, con un 17% el campo clínico, un 11% ha manifestado no haber tenido experiencia en un campo específico de la Psicología, y por debajo del 2% han laborado en el campo Jurídico/Forense y Neuropsicología.

También al indagar sobre aspectos relacionados con la percepción del perfil de egreso el 91% de egresados manifestó que el haber estudiado en esta universidad le ha brindado las herramientas necesarias para desempeñarse laboralmente, al igual que el 79% considera que el perfil de egreso ha sido clave para la inserción laboral y tan solo un 22% ha desarrollado algún tipo de emprendimiento.

En cuanto a los 106 egresados que se encuentran laborando en el área, se resalta que un 46% labora con empresas privadas, un 45% con empresas públicas, el 8% labora con empresas de origen mixto, el 3% con Entidades Sin Ánimo de Lucro, y tan solo un 1% labora con Empresas solidarias, se destaca en cuanto a la estabilidad laboral que el 38% lleva en la empresa que actualmente trabaja entre cero a seis meses, por el contrario con un 20%, han durado en la empresa entre seis meses y un año, al igual que entre un año y tres años, un 12% de egresados ha durado más de cinco años en la empresa, y con tan solo un 10% han durado entre tres y cinco años.

Tabla 4

Promedio de los salarios devengados por los Egresados Laborando en el Área de la psicología

Promedio Salarial	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un SMMLV	1	1%
Entre 1 y 2 SMMLV	60	57%
Entre 2 y 3 SMMLV	29	27%
Entre 3 y 4 SMMLV	11	10%
Mas de 4 SMMLV	5	5%

Nota. Elaboración Propia

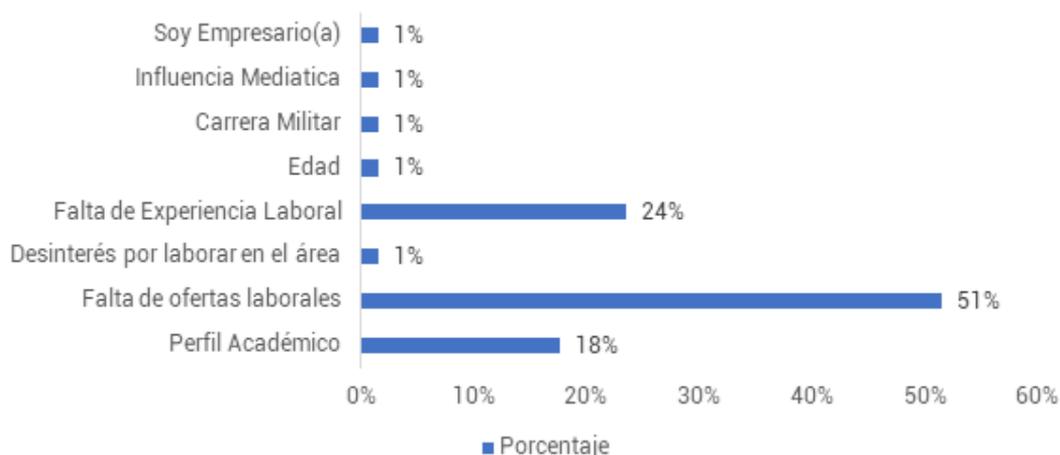
En la Tabla 4, se pueden apreciar los promedios salariales devengados por los 106 egresados que han manifestado estar laborando en el Área de la Psicología, en el que se resalta que la mayoría con un 57% se encuentran recibiendo entre 1 y 2 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV), un 27% se encuentra en un rango de los 2 y 3 SMMLV, un 10% devenga entre 3 y 4 SMMLV, además un 5% recibe más de 4 SMMLV y tan solo un 1% se encuentra recibiendo menos de 1 SMMLV.

En cuanto a los 68 egresados que actualmente no se encuentran laborando en el área, se observó que el 34% se encuentra laborando en áreas diferentes, el 21% está buscando trabajo, el 18% está sin empleo, y por debajo del 10% se encuentran en otras actividades, estudiando, encargados del hogar, y con emprendimientos, por otra parte el tiempo que llevan sin empleo en el Área de la Psicología, el mayor

porcentaje con un 40% se ha encuentra sin empleo entre seis meses a un año, con un 31% entre cero a seis meses, y por debajo del 25% manifestaron estar sin empleo entre uno y tres años, así como entre tres y cinco años, y tan solo un 1% manifestó estar sin empleado hace más de cinco años.

Figura 5

Dificultades en la Búsqueda de empleo de los Egresados



Nota. Elaboración Propia

Finalizando el apartado de desarrollo laboral se encuentra que en su mayoría con un 51% considera que la mayor dificultad son la falta de ofertas laborales, por otra parte, un 24% considera que la falta de experiencia laboral ha afectado su busque de empleo, al igual que el perfil académico con un 18%, sobre el 1% se encuentran razones más específicas, como emprendimiento propio, influencia mediática, carrera militar, edad y desinterés por laborar en el área.

Satisfacción Laboral

En el planteamiento de las categorías, se evidencio necesario agregar unas preguntas que pudieran dar información sobre cómo se sienten los egresados, con el desarrollo laboral obtenido, encontrando que a nivel general el 45% de los egresados califico excelente a su satisfacción en cuanto a lo laboral, por otra parte el 38% califico como buena su experiencia laboral, un 12% como regular y tan solo un 5% la califico deficiente, por otra parte el 56% de los egresados manifiestan estar satisfechos con los salarios devengados en sus empleos, así como el 88% considera que la experiencia laboral ha permitido avanzar en el desarrollo de su

proyecto de vida, observando una visión positiva hacia este aspecto, por último el 81% de los egresados considera que el haber recibido el título como Psicólogo(a) fue clave para conseguir empleo.

Satisfacción Institucional

El poder evidenciar el grado de satisfacción de los egresados con la IES, genera información pertinente para los planes de mejora institucional, por lo cual se resalta que el 98% de los egresados encuestados considera que los conocimientos adquiridos en el programa académico los han logrado desarrollar a nivel personal y profesional, igualmente un 97% considera que se sienten satisfechos con los conocimientos adquiridos, el 94% manifiesta que estos conocimientos le han dado sentido en el desarrollo profesional en su quehacer como psicólogos, el 94% manifiesta sentirse satisfecho a nivel general de la educación recibida en la universidad, inclusive con el mismo porcentaje, afirman estar dispuestos a recomendar la universidad a otras personas para cursar sus diferentes programas académicos.

Tabla 5

Razones por las que volvería a estudiar en la universidad el egresado

Razones de Volver a la Universidad	Recuento	Porcentaje
Calidad de la Formación	92	53%
Calidad de los Profesores	94	54%
Reconocimiento de la Institución	23	13%
Fundamentación para Crear Empresa	6	3%
Los Recursos de Apoyo al proceso de formación	46	26%
Posibilidad de encontrar empleo rápidamente	21	12%
Indiferente	1	1%

Razones de Volver a la Universidad	Recuento	Porcentaje
Ninguno	3	2%
Oportunidad de Crecer como Persona	1	1%

Nota. Elaboración Propia

En la Tabla 5 se puede observar las diferentes razones por las cuales los egresados consideran volverían a cursar algún programa académico en la universidad, con la mayoría de porcentaje, se destacan la Calidad de la Formación con un 53%, y el 54% destaca la Calidad del Profesorado, sin embargo por debajo del 3% consideran que estas razones van orientadas a la fundamentación para crear empresa, que son indiferentes, consideran no tener un razón específica y la oportunidad de crecer como persona.

Intereses Institucionales

Esta categoría va enfocada en las diferentes ofertas académicas y la interacción de la universidad con los egresados, en donde se encuentra que el interés de los egresados en su mayoría se encuentra en los estudios posgraduales como especializaciones y maestrías por encima del 50%, sin embargo, un 41% se interesa igualmente por el desarrollo de diplomados, por debajo del 30% se encuentran interesados en seminarios, cursos, doctorados, otro programa de pregrado. En esta categoría se indago sobre el interés por la investigación, evidenciando que tan solo un 5% ha estado en procesos de investigación y publicación científica, encontrando que los estudiantes que no han participado de estos procesos el 50% se encontraría interesado en vincularse en algún momento.

En cuanto a la comunicación institucional, respecto al recibir información en tiempo real, acceso a las redes sociales y a la página oficial de la universidad, se encuentra que por encima del 85% de los egresados, sin embargo, el 33% manifiesta haber participado en los encuentros de egresados.

Entre los campos de acción de más interés para la educación continua por parte de los egresados se encuentran el clínico con un 59%, el organizacional con un 56%, el social/comunitario con un 55%, el educativo con un 39% y el jurídico/forense con un 33%.

DISCUSIONES

El seguimiento a egresados como se ha logrado observar en el transcurso del capítulo, es un componente clave para la gestión de la calidad educativa en una IES, sin embargo es importante que este proceso se pueda articular y organizar de tal manera que proporcione una información actualizada y continua, generando así múltiples posibilidades de mejoramiento institucional, partiendo de la realidad vivida y experimentada por los mismos egresados, por eso a continuación observaremos un análisis de los aspectos claves de los resultados obtenidos con la implementación de la estrategia propuesta para el seguimiento de egresados del Programa de Psicología de FUNDES en Colombia.

Es importante resaltar inicialmente que, en cada una de las categorías planteadas en el instrumento de esta estrategia, se evidenciaron resultados significativos de manera positiva frente a aspectos relacionados con la satisfacción frente a algunos aspectos evaluados, pero también, se identificaron puntos claves para el diseño de acciones de mejora, garantizando así una visión más amplia de la realidad actual con el sector externo a través de las experiencias de los egresados.

Por lo anterior se resalta que en cuanto a la categoría de los datos personales, la mayoría de egresados contactados fueron los promocionados en años cercanos a la fecha de aplicación del instrumento, teniendo en cuenta que los datos de contacto suelen estar recientes y mayormente conectados con la institución, sin embargo hubo participación también de promociones anteriores, a través de los ítems de esta categoría se logró de manera efectiva generar uno de los componentes mencionados por la guía del OLE, referenciados a la gestión de una base de datos, en donde a través de los datos de ubicación actualizados, contacto telefónico, correo electrónico y demás información de contacto, se puede establecer un vínculo más cercano, constante y eficaz a la hora de invitar y promocionar las diferentes acciones de la IES. En esta categoría también se puede resaltar el impacto regional de los egresados, teniendo en cuenta que en su gran mayoría continúan cercanos a la región, pero también se logra visibilizar una movilidad positiva a nivel nacional e inclusive de forma internacional.

La segunda categoría denominada desarrollo profesional, ha logrado evidenciar una orientación académica hacia la investigación, pues la mayoría de egresados para su opción de grado escogieron la realización de trabajo de grado

(tesis), sin embargo las posibilidades de generar una continuidad académica en el estudio posgradual, se identifica con varios obstáculos, pues la mayoría exactamente con un 71% de egresados no han logrado realizar un estudio posgradual, generando para la IES una oportunidad de expandir su oferta académica, considerando el interés de poder cualificar sus perfiles profesionales, al momento de pensar en ofertar programas de posgrado, es importante tener en cuenta que en esta muestra de egresados las mayores dificultades van enmarcadas en el factor económico, situaciones personales, la carga laboral y la falta de oportunidades de estudio cercano, entonces considerando que la universidad regionalmente ya se encuentra posicionada, se evidencia una oportunidad para suplir estas necesidades, además se resalta que en el 29% de egresados que si ha realizado posgrado, la mayor inclinación ha sido por especializaciones, encontrando que a nivel de maestría y doctorado existe la necesidad para los egresados, además una opción es la creación de programas virtuales, encontrando como una alternativa practica y accesible para los egresados que se encuentran laborando o residiendo en lugares distantes a la sede presencial.

En cuanto al desarrollo laboral se ha evidenciado positivo, encontrando que un 61% actualmente se encuentra laborando en el área de la psicología, el programa del cual egreso, además se observa que los campos de acción han sido variados, resaltando en primer lugar el Social/Comunitario, seguido del Educativo y Organizacional, generando una información importante sobre la oferta laboral en el contexto regional, lo cual brinda a la IES como lo define el Manual del OLE, perspectivas para la actualización del currículo y los efectos de la calidad educativa, pues así se puede identificar las áreas de influencia en la región, en cuanto a la percepción sobre el perfil recibido tras el desarrollo del estudio académico, se considera con un porcentaje significativo de manera satisfactoria, lo cual es positivo para el índice de efectividad del programa, sin embargo una oportunidad de mejora que se logra evidenciar en lo laboral es el campo de emprendimiento, debido a que este se nota con bajos porcentajes dentro de las opciones laborales experimentadas por ellos.

A nivel del sector externo se logra visualizar un porcentaje similar entre empresas privadas y públicas, y con un porcentaje minoritario Entidades Sin Ánimo de Lucro y Empresas Solidarias, pero la estabilidad laboral se destaca con un porcentaje significativo, pues tan solo un 38% lleva menos de seis meses

laborando, el porcentaje restante lleva más de seis meses, incluso hay porcentajes que resaltan el tener más de cinco años de experiencia laboral en la misma empresa. Es importante señalar que un reto para la IES es fortalecer las alianzas intersectoriales, y así en conjunto con el sector productivo regional poder generar una mayor oferta laboral, teniendo en cuenta que esta es la mayor limitante evidenciada por los egresados que no han logrado ubicarse laboralmente en el área, además el poder generar estrategias para la adquisición de experiencia laboral, y la manera de fortalecer los perfiles académicos a través de la educación continua y la investigación son apuestas que en planes de mejoramiento podrían generar resultados significativos.

En las categorías de satisfacción laboral y satisfacción institucional, se podría evidenciar el vínculo positivo generado con los egresados, encontrando que las apreciaciones en su mayoría son positivas hacia el ejercicio experimentado a nivel académico y en esa inserción laboral, ubicando a la IES como un punto clave en esa transición y en el continuo desarrollo de ellos.

Finalizando el recorrido por la categoría de intereses institucionales, se observa un notorio interés por el estudio posgradual, por la participación en procesos de investigación, y por el mantener un contacto activo con la universidad, generando aquí oportunidades de expandir los procesos investigativos a través del centro de investigación, y también las diferentes ofertas que la IES pueda certificar y aprobar ante el MEN, generando un mayor impacto en la cualificación profesional de los egresados.

CONCLUSIONES

Con este capítulo se pueden concluir tres aspectos importantes, en primer lugar, que el diseño y adaptación de estrategias de seguimiento de egresados al contexto regional, genera grandes posibilidades de obtener resultados precisos sobre la realidad del impacto del programa académico en la región, brindando un gran apoyo a toda la gestión administrativa y curricular de la IES para el fortalecimiento de sus programas.

En segundo lugar se resalta que en FUNDES la percepción y satisfacción de los egresados es positiva frente al proceso educativo y a su impacto en el perfil profesional, que permite una inserción laboral adecuada, sin embargo hay una

necesidad de cualificación profesional a través de la educación posgradual, la cual puede ser estudiada y planteada desde la misma universidad teniendo en cuenta las realidades regionales y globales, brindando la posibilidad de que los egresados tengan un mejor acceso a la obtención de capacidades y competencias de un nivel mayor para competitividad laboral.

Por último es importante continuar con la gestión de estrategias de seguimiento a egresados, pues así se puede fortalecer el vínculo institucional, ampliar las alianzas intersectoriales generando quizás posibilidades de empleo a través del sector externo aliado, también brindar espacios académicos de educación continua adaptados a las necesidades y los campos manifestados por los egresados, y una actualización constante del currículo partiendo de las realidades regionales, apostándole a una mayor expansión universitaria a través de la posibilidad de la educación virtual, siendo una forma de romper barreras de acceso.

REFERENCIAS

- Congreso de la República de Colombia. (1992). Ley 30 de 1992 (Colombia). https://snies.mineducacion.gov.co/1778/articles-391237_Ley_30.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (2008). Ley 1188 de 2008 (Colombia). https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-159149_archivo_pdf.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (2008). Ley Estatutaria 1266 de 2008 (Colombia). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=34488
- Congreso de la República de Colombia. (2012). Ley Estatutaria 1581 de 2012 (Colombia). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=49981
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2022). *Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2021*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/especiales/educacion/Bol_edu_2021.pdf
- Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero Montoya FUNDES. (2014). Resolución 165 del 13 de febrero de 2014.

- García Ancira, C., Treviño Cubero, A., & Banda Muñoz, F. (2019). Caracterización del seguimiento de egresados universitarios. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 23-38. <https://www.redalyc.org/journal/5523/552364016015/html/>
- González Uribe, G. J., Díez Echavarría, L. F., Zapa Pérez, E. R., & Eusse Castro, E. D. (2019). Evaluación de impacto académico y social en egresados universitarios. *Revista complutense de educación*, 30(3), 695-712. <https://doi.org/10.5209/iced.57774>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta* (2nd ed.). McGraw-Hill Interamericana. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n,+Las+Rutas+Cuantitativa,+Cualitativa+y+Mixta&ots=TkSkZXVnH_&sig=i_3KAul-QW73H9ovsGTVj_3Qp7y0#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%2C%20Las%20Rutas%20Cuantitativa%2C%20Cualitativa%20y%20Mixta&f=false
- Mori Valenzuela, J., Sempé, L., Colquehuanca Achulli, R., Guerrero Ortiz, L., Andrade Pacora, P., Gargurevich Valdéz, J., & Silva Martínez, J. (2018). Diseño de un sistema de seguimiento de egresados y una estrategia para la implementación de dicho sistema. <https://core.ac.uk/download/pdf/227432929.pdf>
- Observatorio Laboral para la Educación (OLE). (2021). *Sistema de Indicadores*. <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/perfil-nacional>
- OEI. (2021). *Informe de Educación superior, productividad y competitividad en Iberoamérica*. Madrid, España. <https://oei.int/oficinas/secretaria-general/publicaciones/educacion-superior-productividad-y-competitividad-en-iberoamerica>
- Oestmann, G. E., Ríos, J. M., Baz, M. R., Salin, N. & Romero, M. C. (2021). Recorrido académico e inserción laboral de egresados de abogacía virtual de la UNCAUS. *Revista de investigación transdisciplinaria en educación, empresa y sociedad*, 7(1), 391–405. <https://editorialeidec.com/wp-content/uploads/2021/12/REVISTA-DE-INVESTIGACION-TRANSDICIPLINARIA-EN-EDUCACION-EMPRESA-Y-SOCIEDAD.pdf>
- Presidencia de la República de Colombia. (2010). Decreto 1295 de 2010 (Colombia). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=39363

- Presidencia de la República de Colombia. (2015). Decreto 1075 de 2015 [Decreto]. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=77913
- Presidencia de la República de Colombia. (2019). Decreto 1330 de 2019 [Decreto]. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=98270
- Red GRADUAD2 & Asociación Columbus. (2006). *Manual De Instrumentos Y Recomendaciones Sobre El Seguimiento De Egresados*. Programa Editorial del Tecnológico de Monterrey con la Colaboración de Grupo Noriega Editores, Monterrey, Nuevo Leon-Mexico. https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-136795_pdf.pdf
- Robles-González, J. R., Martínez-Flórez, G. D., & Morales-Rivera, M. A. (2023). Seguimiento a egresados para medir impacto en programas de ciencias de la salud. *Revista CS*, (39), 166 – 187. <https://doi.org/10.18046/recs.i39.5384>
- SNIES. (2020). *Información Poblacional, Estadísticas históricas de la Educación Superior en Colombia – Graduados*. <https://hecaa.mineduacion.gov.co/consultaspublicas/content/poblacional/index.jsf>
- SNIES. (2022). *Perfiles Departamentales de Educación Superior - Tolima*. <https://snies.mineduacion.gov.co/portal/Informes-e-indicadores/Perfiles-departamentales-de-Educacion-Superior/>
- Solano Benavides, E. (2020). *Pertinencia de la educación superior con el mercado laboral en Colombia desde la dimensión del egresado, el empleador y la Universidad* (1era ed.). Sello Editorial Universidad del Atlántico, Colombia. [https://repositorio.uniatlantico.edu.co/bitstream/handle/20.500.12834/1019/admin,+Pertinencia+de+la+educacion+superior+DIGITAL+\(1\).pdf?sequence=1](https://repositorio.uniatlantico.edu.co/bitstream/handle/20.500.12834/1019/admin,+Pertinencia+de+la+educacion+superior+DIGITAL+(1).pdf?sequence=1)
- UNESCO, (2022). *Reimaginar juntos nuestros futuros: un nuevo contrato social para la educación*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381560>
- Wilches Tinjacá, R. (2020). *La educación superior en Colombia: Retos y perspectivas en el siglo XXI*. Editorial Universidad Distrital Francisco José de Caldas. https://die.udistrital.edu.co/sites/default/files/doctorado_ud/publicaciones/la_educacion_superior_en_colombia_retos_y_perspectivas_en_el_siglo_xxi.pdf

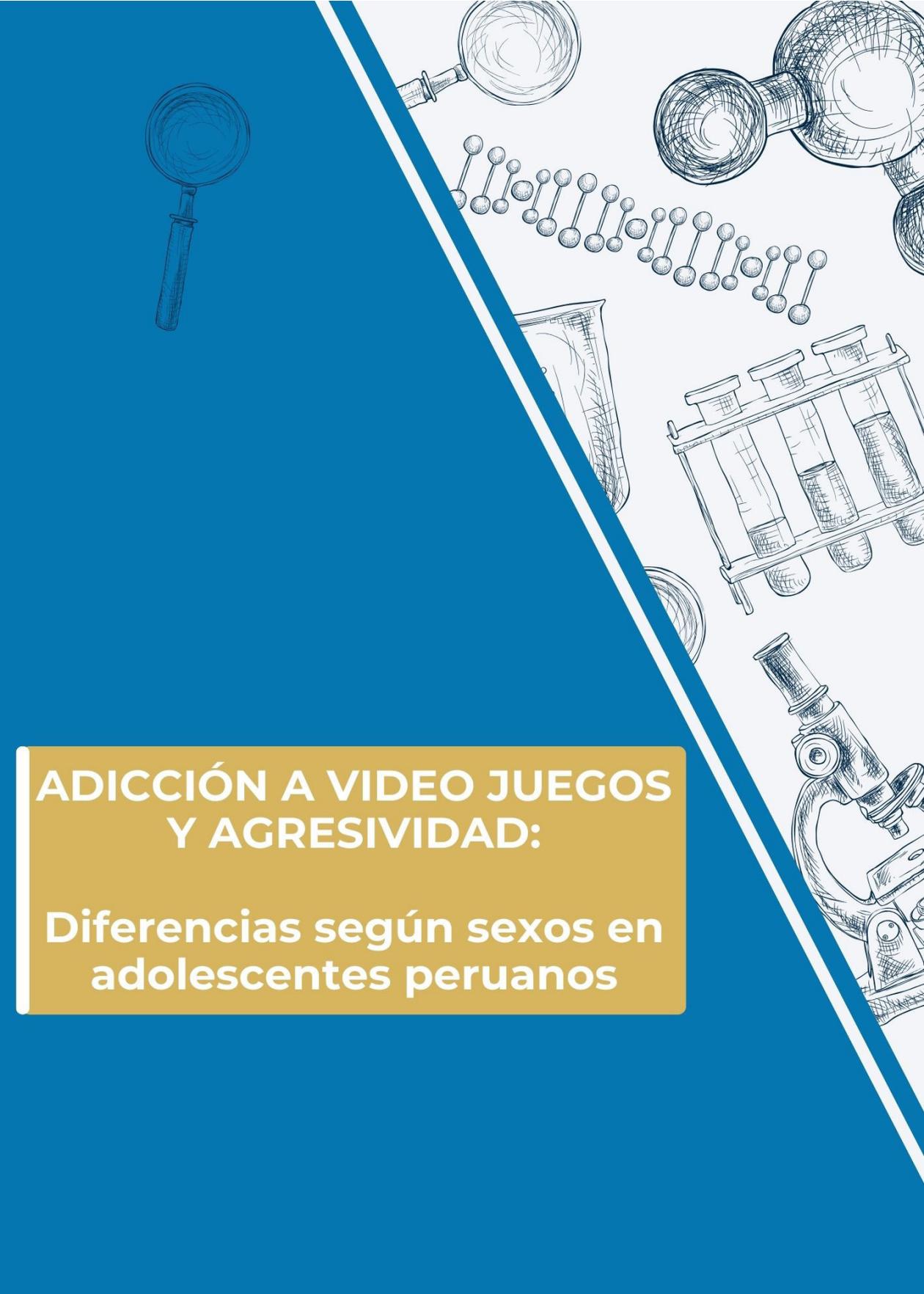
AGRADECIMIENTOS

Agradecemos sinceramente a todas las personas e instituciones que contribuyeron de manera significativa a la realización de esta investigación en el programa de Psicología de nuestra Universidad. Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo y la colaboración de diversos individuos y recursos, y deseamos expresar nuestra gratitud a cada uno de ellos.

En primer lugar, queremos agradecer a los egresados del programa de Psicología de FUNDES que participaron en este estudio. Su disposición para compartir sus experiencias y perspectivas fue fundamental para el éxito de la investigación. La generosidad con la que compartieron sus vivencias proporcionó una valiosa información que enriqueció significativamente este trabajo.

Agradecemos a los directivos institucionales por facilitar el acceso a los recursos necesarios para llevar a cabo este proyecto. La colaboración y el respaldo institucional fueron esenciales para garantizar el éxito y la validez de la investigación.

Finalmente total reconocimiento para el equipo de investigación y colegas que brindaron su tiempo y esfuerzo en el análisis de datos, la revisión de documentos y las discusiones constructivas que enriquecieron la calidad del estudio.



ADICCIÓN A VIDEO JUEGOS Y AGRESIVIDAD:

Diferencias según sexos en
adolescentes peruanos



CLARA LUZ TORRES RIOS

**Maestrante en violencia contra la mujer
Psicóloga**

E-Mail: trioscl@ucvvirtual.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7200-7736>

Universidad César Vallejo, Perú

LOURDES DEL PILAR QUEVEDO-SÁNCHEZ

Doctora en Educación

**Consultora en diversos programas del estado peruano (MINEDU,
MTPE y MIDIS)**

E-Mail: dquevedosa12@ucvvirtual.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5886-7043>

Universidad César Vallejo, Perú

IVETH MARIELLA FLORES-FLORES

Doctora en Psicología

**Coordinadora de la escuela de Psicología en la cede Chimbote –
UCV**

E-Mail: iflores@ucv.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1838-0390>

Universidad César Vallejo, Perú



MANUEL ANTONIO ALVA-OLIVOS

**Doctor en Psicología
Perito de parte en Psicología Forense**

E-Mail: alvaolivos@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7623-1401>

Universidad César Vallejo, Perú

GUTEMBER VILIGRAN PERALTA-EUGENIO

**Doctorando en Educación
Magíster en intervención psicológica
Docente investigador**

E-Mail: gutemberpe@gmail.com, gperaltae@ucvvirtual.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1177-6088>

Universidad César Vallejo, Perú

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Torres Rios, C. L., Quevedo-Sánchez, L del P., Flores-Flores, I. M., Alva-Olivos, M. A. y Peralta-Eugenio, G. V. (2024). Adicción a videos juegos y agresividad: diferencias según sexos en adolescentes peruanos en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 207-231). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la adicción a los videojuegos y la agresividad en una muestra de 386 escolares con una edad promedio de 14.07 años (DE=1.46). Participaron tanto varones (43.78%) como mujeres (56.22%). Las variables se midieron mediante el Test de Dependencia a los Videojuegos (TDV) y el Test de Agresión (AQ). Los resultados indican la presencia de una correlación positiva de efecto pequeño a medio entre las variables en la muestra total. Al analizar la correlación según el sexo, se encontró que la correlación es más elevada en varones. Al estimar las diferencias según el sexo, se determinó que los varones tienen una mayor tendencia a jugar videojuegos y, a su vez, muestran una mayor agresividad física. Por otro lado, las mujeres tienden a mostrar una mayor agresividad verbal, hostilidad e ira. Finalmente, las variables que explican en mayor medida la agresividad global y sus dimensiones son el sexo, la abstinencia y los problemas relacionados con los videojuegos.

Palabras clave: Adicción a los videojuegos, agresividad, sexo, adolescentes.

Addiction to Videogames and Aggressiveness: Differences According to the Sexes in Adolescents Peruvians

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the relationship between video game addiction and aggressiveness in a sample of 386 schoolchildren with an average age of 14.07 years (SD=1.46). Both men (43.78%) and women (56.22%) participated. The variables were measured using the Video Game Dependency Test (TDV) and the Aggression Test (AQ). The results indicate the presence of a positive correlation of small to medium effect between the variables in the total sample. When analyzing the correlation according to sex, it was found that the correlation is higher in males. By estimating the differences according to sex, it was determined that males have a greater tendency to play video games and, in turn, show greater physical aggressiveness. On the other hand, women tend to show greater verbal aggressiveness, hostility and anger. Finally, the variables that best explain global aggressiveness and its dimensions are sex, abstinence, and problems related to videogames.

Keywords: Addiction to videogames, aggressiveness, sex, adolescents

INTRODUCCIÓN

Los videojuegos (VD) forman parte en la cotidianidad de los adolescentes como un medio de entretenimiento (Allahverdipour et al., 2010; Gentile, 2009; Kim et al., 2022). El videojuego con contenido y uso apropiado puede mejorar las destrezas, habilidades comunicativas, cognitivas, etc. (Willoughby, 2008); sin embargo, la práctica desmesurada con contenido sexista, que exhiben agresión y fomentan la hostilidad, desensibilizan a la violencia y promueven la tolerancia sexual (Barlett et al., 2008; Brockmyer, 2022; Burgess et al., 2007; Kim et al., 2008; Stermer y Burkley, 2012); lo que puede llegar a entorpecer las actividades diarias y el alcance de metas a nivel personal, social, académica, etc. (Chóliz y Marco, 2011; Wilms et al., 2013), aumentando la agresividad e impulsividad (Aarseth et al., 2017; Anderson et al., 2010; Gentile et al., 2011).

En Perú, durante la pandemia, se observó un incremento en la estadística de adicción a los VD. En 2019, se constató que el 60% de las personas de edades comprendidas entre los 12 y los 17 años accedían a los VD (Calderón, 2021). Además, se registraron 1051 casos de sujetos con trastornos por adicción a los videojuegos, y los adolescentes fueron la comunidad más afectada, experimentando efectos adversos como la agresividad (Aleissa et al., 2022; Estrada et al., 2021; Ministerio de Salud [MINSAL], 2021). En esa misma línea, se estima que 75 de cada 100 escolares han sufrido agresiones físicas y/o psicológicas por parte de compañeros (Ministerio de Educación [MINEDU], 2017), lo que sitúa a Perú como uno de los países más violentos, ocupando el tercer lugar en Latinoamérica y el sexto a nivel mundial (MINSAL, 2021).

El adolescente puede ser fácilmente moldeable, respondiendo a estímulos óptico – acústicos y de gratificación que son ofrecidos en el VD, compensando vacíos socioemocionales (Buiza et al., 2017; Gentile et al., 2011), preocupando a los especialistas en salud mental, ya que son conscientes del cambio en la forma en cómo se divierte la nueva generación, ocasionando conductas agresivas, tirantez e irritabilidad, afectando la homeostasis del individuo (Buss & Perry, 1992; Calderón, 2019; Rodríguez & García, 2021; Medeiros et al., 2020; Block, 2008).

La propuesta conceptual sobre la Adicción a los Videojuegos (AVD) se basa en el DSM-IV (American Psychiatric Association [APA], 2005) donde se establecen los mismos indicadores que se utilizan para el trastorno de dependencia a sustancias,

con excepción del consumo de sustancias tóxicas por el empleo desmedido de VD. Tanto la CIE-11 y el DSM-5 han clasificado como nuevo al trastorno de juego, proponiendo criterios diagnósticos como: inquietud por el juego, abstinencia, falta de control y; por último, tolerancia y abuso (APA, 2013; Tao et al., 2010; Yen et al., 2008).

Diversas investigaciones asociaron el comportamiento agresivo con la dependencia a los videojuegos (Anderson & Bushman, 2001; Quwaider et al., 2019; Turel, 2020); además, investigaciones transversales reportan asociación positiva entre la desconexión moral y la conducta agresiva (Bussey et al., 2015; Gao et al., 2017; Rubio et al., 2016); y en un metaanálisis de 24 investigaciones corrobora dicha relación entre las variables (Prescott et al., 2018). Bajo esta perspectiva, el Modelo de Agresión General (GAM) menciona que las dimensiones personales (búsqueda de reconocimiento, sensaciones, etc.) y los rasgos de diferencias individuales (ira, desconexión moral y hostilidad) significan factores de riesgo que elevan las posibilidades de respuesta agresiva después de exposición prolongada a juegos violentos (Yao et al., 2019), mediada por creencias normativas sobre la agresión (Bushman & Anderson, 2002; Shao y Wang, 2019), enfatizando que la desconexión moral es un mediador potencial para restablecer cognitivamente a la agresión (Bandura et al., 1996); además, investigaciones longitudinales demuestran que los VD es un predictor de la agresividad en adolescentes (Barchia & Bussey, 2011; Paciello et al., 2008; Sticca & Perren, 2015) en sus diversos componentes (conductual, cognitivo y afectivo), disminuyendo de forma significativa la empatía y la conducta prosocial (Anderson & Bushman, 2001; Calvert et al., 2017; Prescott et al., 2018); inclusive si la exposición al juego fue breve (Zhang et al., 2021).

Existen diferencias según sexo, las mujeres prefieren los juegos educativos en tablets o celulares y los varones muestran inclinación por los juegos deportivos, de acción, estrategias y disparos en computadoras o consolas (Gómez-Gonzalvo et al., 2020). Aunque los hombres dedican más tiempo y dinero a los videojuegos, estos pueden llegar a afectar a ambos sexos, aumentando la agresividad (Ferguson et al., 2011). En relación a la edad, se demostró que el ser varón y tener entre 16 a 21 años incrementa la probabilidad de mostrar conductas agresivas frente a los VD (Aune Mentzoni et al., 2011); además, existen diferencias culturales en la práctica de VD, con un mayor impacto en el comportamiento agresivo en las sociedades occidentales (Anderson et al., 2010). Los países que promueven el respeto por los

derechos humanos y la empatía hacia las víctimas de violencia pueden ayudar a que los jugadores se distancien mentalmente del impacto negativo que los juegos violentos pueden tener, ya que se relaciona con sus principios, convicciones y, por ende, con su conducta hacia los demás (Prescott et al., 2018).

Algunas investigaciones sugieren que, en particular, a las mujeres se les atribuye personajes secundarios, pasivos o seductores en los VD, con atributos estéticos y físicos exagerados. Estos personajes se representan en la trama a través del sexismo, los estereotipos y los roles tradicionales (Dietz, 1998; Urbina et al., 2006), generando un "efecto doble"; estas representaciones estereotipadas de las mujeres captan el interés de los varones, mientras que las mujeres no logran identificarse con el juego (Robson & Tavinor, 2018), aunque diversos grupos feministas con el pasar de los años han ejercido presión para que esto cambie (Bourdieu, 2001; Lynch et al., 2016).

Hay evidencia de correlación entre la adicción a los videojuegos y agresividad en población adolescente (Anderson et al. 2010; Anderson & Bushman, 2001; Chóliz y Marco, 2011); además, se han observado diferencias en la identificación con los videojuegos entre hombres y mujeres (Bushman y Huesmann, 2006; Ferguson & Garza, 2011); sin embargo, parece faltar evidencia que respalde las diferencias de las variables tratadas en esta investigación según el sexo. Por lo expuesto, el estudio pretende analizar la relación entre adicción a los videojuegos y agresividad en la muestra total y según sexo, asimismo establecer las diferencias según sexo de las variables de estudio, y determinar los predictores de la agresividad.

MÉTODO

Diseño

El estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo con un diseño correlacional simple y de medición transversal (Ato et al., 2013).

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 386 mujeres (56.22%) y varones (43.78%), pertenecientes a una I.E. de Nuevo Chimbote – Perú, todos adolescentes de 12 a 17 años ($M=14.07$; $DE=1.46$), destacando los de 13 años (32.12%); se consideró estudiantes de primero a quinto grado, en mayoría de segundo (32.64%). La muestra

fue elegida a través de un muestreo no probabilístico (ver tabla 1).

Tabla 1

Características sociodemográficas de los participantes (n=386)

Variables	f	%
Sexo		
Mujer	217	56.22
Varón	169	43.78
Edad		
12 años	49	12.69
13 años	124	32.12
14 años	68	17.62
15 años	64	16.58
16 años	58	15.03
17 años	23	5.96
Grado de instrucción		
1er grado	73	18.91
2do grado	126	32.64
3er grado	69	17.88
4to grado	57	14.77
5to grado	61	15.80
Total	386	100.00

Nota. Elaboración propia

Instrumentos de recolección de información

Test de dependencia de videojuegos (TDV): fue desarrollado por Chóliz y Marco (2011), consta de 25 preguntas de medida ordinal con cinco opciones de respuesta, su enfoque para medir la conducta adictiva a los videojuegos está basado en los criterios del DSM-IV-TR (APA, 2000). La evidencia psicométrica sugiere en la confiabilidad un Alfa de .94 de una estructura factorial de factores de primer orden. El instrumento cuenta con buen ajuste en el escenario peruano (CFI>.95; RMSEA y SRMR<.08) y adecuados parámetros (λ >.05) en los diferentes

modelos estimados (Salas-Blas et al., 2017).

Test de Agresión (AQ): desarrollado por Buss & Perry (1992), traducido al español por Andreu et al. (2002) y adaptado en Perú por Matalinares et al. (2012), el instrumento está compuesto por 29 preguntas y cuatro dimensiones, su medida es ordinal (de nunca a siempre). En Perú se obtuvo un reporte de confiabilidad aceptable ($\alpha=.84$), y la estructura factorial de cuatro factores se mantuvo idéntica a la construcción y traducción al español, con una varianza explicada de 60.82% (Matalinares et al., 2012).

Procedimiento

Inicialmente, se estableció contacto con los administrativos de la institución para solicitar los permisos necesarios para aplicar los instrumentos de medición. Se coordinó con los tutores encargados de cada aula con el fin de obtener el permiso para realizar la evaluación. La medición se llevó a cabo mediante Google Forms y se compartió el enlace a través de redes sociales (WhatsApp y Facebook) bajo la supervisión del investigador y los tutores. Antes de presentar las preguntas del test, se mostró el consentimiento informado y se preguntó a los participantes si aceptaban o no formar parte del estudio.

Análisis de información

En la plantilla de Excel del Google forms que contenían las respuestas emitidas por los participantes. Como primer paso del análisis de datos se identificaron a los participantes que no dieron el consentimiento (15), luego se separó a 10 quienes no cumplieron con los rangos de edad establecido en los criterios de inclusión (12 a 17 años), asimismo, se excluyeron ocho sujetos posterior al análisis de valores atípicos (puntuaciones extremas) (Ventura-León et al., 2022). Previo al análisis correlacional se estimó las evidencias de validez y confiabilidad de las puntuaciones de la muestra de estudio, donde los ítems 15 y 24 del cuestionario de agresión por obtener índices de homogeneidad inferior a .30 (Elosua, 2011).

El reporte de los resultados en primera instancia consiste en las correlaciones según el estadístico producto momento de Pearson (r) entre las variables de estudio junto a los estadísticos descriptivos (media, desviación estándar, asimetría y curtosis), tanto en la muestra total y según sexo, para su análisis se considera el

tamaño de efecto (Cohen, 1988); también se reporta los estadísticos de contraste según muestras independientes (t de Student) y el tamaño de efecto d de Cohen. Finalmente, se propone modelos predictivos que explican la agresividad total y su dimensionalidad a partir de la adicción a los videojuegos y la variable sexo.

RESULTADOS

Al establecer las diferencias según sexo de las variables de estudio, se halló presencia de diferencias estadísticamente significativas ($p < .01$) de efecto pequeño ($d > .30$) en la variable general de adicción a los VD ($t = -4.294$, $d = -.440$) y en cada una de sus dimensiones ($d = -.327$ a $-.484$), con puntuaciones promedio superior en los varones; así también se hallaron diferencias estadísticamente significativas de efecto pequeño en las dimensiones hostilidad ($t = 3.049$, $d = .313$) e ira ($t = 2.621$, $d = .269$), pero con puntuaciones promedio más elevadas en las mujeres. No obstante, en la agresividad general y en las dimensiones agresividad física y agresividad verbal no hay diferencias estadísticamente significativas (ver tabla 2).

Tabla 2

Diferencias según sexo de la adicción a los videojuegos y agresividad (n=386)

	Sexo	N	M	DE	t	d
Adicción a los videojuegos	Mujer	217	18.82	18.54	-4.294**	-.440
	Hombre	169	26.67	16.82		
Abstinencia	Mujer	217	8.30	8.91	-3.189**	-.327
	Hombre	169	11.08	7.96		
Abuso y Tolerancia	Mujer	217	3.65	4.58	-3.661**	-.376
	Hombre	169	5.33	4.37		
Problemas asociados a los videojuegos	Mujer	217	2.33	2.92	-4.717**	-.484
	Hombre	169	3.76	3.01		
Dificultad de control	Mujer	217	4.55	4.14	-4.657**	-.478
	Hombre	169	6.49	3.97		
Agresividad	Mujer	217	36.50	20.58	1.511	.155
	Hombre	169	33.44	18.68		
Agresividad física	Mujer	217	7.47	6.89	-1.330	-.136
	Hombre	169	8.39	6.55		
Agresividad verbal	Mujer	217	5.74	4.26	1.155	.119
	Hombre	169	5.28	3.31		

	Sexo	N	M	DE	t	d
Hostilidad	Mujer	217	14.62	6.66	3.049**	.313
	Hombre	169	12.52	6.79		
Ira	Mujer	217	8.67	5.46	2.621**	.269
	Hombre	169	7.25	5.08		

Nota. $p < .05^*$; $p < .01^{**}$. Elaboración propia

En el análisis correlacional de las variables adicción a los VD y agresividad, la evidencia muestra que, en general, los constructos se correlacionan en sentido positivo de efecto medio ($r = .40^{**}$), de manera similar se muestra correlación positiva de efecto pequeño a medio entre la adicción a los VD con las dimensiones de la agresividad ($r = .28^{**}$ a $.38^{**}$), solo de efecto medio entre la agresividad con las dimensiones de adicción a los VD ($r = .32^{**}$ a $.40^{**}$); entre dimensiones de las variables la dirección de las correlaciones también es positiva, donde el mayor grado de correlación se da entre la abstinencia con las dimensiones de la agresividad ($r = .30^{**}$ a $.39^{**}$) y entre la agresividad física ($r = .29$ a $.39$) con las dimensiones de adicción a los VD ($r = .32^{**}$ a $.35^{**}$), en tanto, en las dimensiones donde el efecto de relación es más bajo es entre el abuso y tolerancia con las dimensiones de la agresividad ($r = .21^{**}$ a $.33^{**}$) y entre la hostilidad con las dimensiones de adicción a los VD ($r = .21^{**}$ a $.30^{**}$) (ver tabla 3).

En el análisis de correlación según la variable sexo, los hallazgos denotan que en la muestra de varones ($n = 169$) la correlación es de efecto medio a grande entre la adicción a los VD y agresividad, así como en la correlación entre dimensiones ($r = .35^{**}$ a $.54^{**}$) a excepción de la correlación entre tolerancia con agresividad física ($r = .29^{**}$) y hostilidad ($r = .29^{**}$) donde el efecto es pequeño; en la muestra de mujeres ($n = 217$) la correlación es positiva, en su mayoría de efecto medio ($r = .30^{**}$ a $.37^{**}$) y hay correlaciones considerables de efecto pequeño ($r = .21^{**}$ a $.28^{**}$) (ver tabla 4).

Tabla 3

Correlación entre adicción a los videojuegos y agresividad (n=386)

Variables	M	DE	g1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Adicción a los videojuegos	22.26	18.21	.91	-									
2. Abstinencia	9.52	8.61	.88	,96**	-								
3. Abuso y Tolerancia	4.38	4.56	1.01	,88**	,82**	-							
4. Problemas asociados a los videojuegos	2.96	3.04	1.23	,77**	,66**	,52**	-						
5. Dificultad de control	5.40	4.17	.80	,87**	,74**	,68**	,70**	-					
6. Agresividad	35.16	19.81	.43	,40**	,40**	,32**	,35**	,33**	-				
7. Agresividad física	7.87	6.75	.87	,36**	,35**	,33**	,33**	,32**	,87**	-			
8. Agresividad verbal	5.54	3.88	.51	,38**	,36**	,29**	,34**	,32**	,84**	,69**	-		
9. Hostilidad	13.70	6.79	-.11	,28**	,30**	,21**	,23**	,23**	,85**	,56**	,60**	-	
10. Ira	8.05	5.34	.44	,38**	,39**	,29**	,33**	,31**	,92**	,75**	,76**	,73**	-

Nota. $p < .05$ *; $p < .01$ ** . Elaboración propia

Tabla 4

Correlación entre adicción a los videojuegos y agresividad según sexo (n=386)

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Hombre									
1. Adicción a los videojuegos	-	,94**	,86**	,75**	,83**	,52**	,41**	,45**	,41**	,54**
2. Abstinencia	,97**	-	,76**	,63**	,66**	,49**	,37**	,40**	,40**	,53**
3. Abuso y Tolerancia	,89**	,84**	-	,48**	,64**	,37**	,29**	,35**	,29**	,36**
4. Problemas asociados a los videojuegos	,76**	,65**	,52**	-	,64**	,50**	,44**	,40**	,36**	,53**
5. Dificultad de control	,88**	,78**	,69**	,72**	-	,44**	,37**	,41**	,35**	,42**
6. Agresividad	,37**	,37**	,32**	,29**	,31**	-	,87**	,77**	,86**	,91**
7. Agresividad física	,34**	,34**	,34**	,23**	,27**	,89**	-	,60**	,59**	,74**
8. Agresividad verbal	,37**	,36**	,29**	,34**	,31**	,88**	,75**	-	,55**	,68**
9. Hostilidad	,27**	,28**	,21**	,21**	,22**	,85**	,58**	,64**	-	,71**
10. Ira	,35**	,35**	,30**	,27**	,30**	,93**	,78**	,81**	,74**	-
	Mujer									

Nota. $p < .05$ *; $p < .01$ ** . Elaboración propia

En el análisis de regresión lineal para determinar los predictores de la agresividad, se estableció que la agresividad general se explica en un 19.8%, por la abstinencia ($\beta=.304$), sexo ($\beta=-.169$) y problemas asociados a los VD ($\beta=.186$); la agresividad física presenta dos predictores que lo explican en un 14%, los cuales son abstinencia ($\beta=.246$) y problemas asociados a los VD ($\beta=.164$); la agresividad verbal es explicada en 16.9% por la abstinencia ($\beta=.246$), problemas asociados a los VD ($\beta=.212$) y sexo ($\beta=-.148$); la hostilidad se explica en un 13% por la abstinencia ($\beta=.331$) y el sexo ($\beta=-.207$); y la ira explicada en un 21.1% por la abstinencia ($\beta=.303$), sexo ($\beta=-.225$) y problemas asociados a los VD ($\beta=.188$) (ver tabla 5).

Tabla 5

Regresión lineal de los predictores de la agresividad (n=386)

Predictores	Resumen de modelo				Coeficiente de regresión	
	R	R2	$\Delta R2$	F	β	t
Agresividad						
Abstinencia					.304	5.007***
Sexo	.445	.198	.192	31.425***	-.169	-3.588***
Problemas asociados a los videojuegos					.186	3.018**
Agresividad física						
Abstinencia					.246	3.920***
Problemas asociados a los videojuegos	.374	.140	.135	31.164***	.164	2.612**
Agresividad verbal						
Abstinencia					.246	3.984***
Problemas asociados a los videojuegos	.411	.169	.163	25.953***	.212	3.388***
Sexo					-.148	-3.085**
Hostilidad						
Abstinencia					.331	6.849***
Sexo	.361	.130	.126	28.659***	-.207	-4.285***

Predictores	Resumen de modelo				Coeficiente de regresión	
	R	R ²	ΔR^2	F	β	t
						Ira
Abstinencia					.303	5.039***
Sexo	.459	.211	.205	34.038***	-.225	-4.819***
Problemas asociados a los videojuegos					.188	3.082**

Nota. $p < .05^*$; $p < .01^{**}$; $p < .01^{***}$

DISCUSIÓN

La adicción a los VD con contenidos violentos aumentan los niveles de agresividad en los adolescentes ($r > .20$, $p < .01$), lo que ha sido revalidado en una serie de trabajos previos (Anderson et al. 2010; Anderson & Bushman, 2001; Chóliz y Marco, 2011); aunque, de manera global, la muestra se ubicó dentro de los parámetros normales ($g1 < +/-2$), indicando que son adolescentes funcionales y no patológicos (Block, 2008), aunque es importante destacar que este problema está en aumento debido a que, en la actualidad los entornos escolares tienden a normalizar las conductas agresivas, sin analizarlas objetivamente (Pinazo et al., 2020; Cuenca y Mendoza, 2017) disminuyendo significativamente la empatía y las conductas prosociales en los adolescentes (Prescott et al., 2018).

Autores señalan mayor asociación perjudicial entre los VD y las conductas agresivas cuando existe una participación activa del jugador, a diferencia de la televisión donde se actúa solamente como espectador (Whitaker y Bushman, 2009; Király et al., 2017; Sandoval-Obando, 2019). Además, cuando el participante recibe incentivos por su conducta agresiva durante el juego, es probable que aprenda y adopte ese comportamiento, ya que observa a otros comportándose de esa manera y también recibe recompensas, lo que refuerza esa conducta en su mente (Bandura, 2001).

La correlación de magnitud más baja de la agresividad hostil en los jugadores de VD ($r = .20$ a $.30$) se explica en el impacto que tiene la identidad y proximidad en las conductas agresivas (Williams y Clippinger, 2002). Se infiere que la interacción con sus oponentes, sean conocidos o desconocidos, de su misma localidad o de

otra, se desarrolla mayormente a través de una plataforma virtual, evidenciando sus preferencias por vínculos online, debido a que la proximidad física puede generar desagrado o poca atracción (Estrada et al., 2021; Kardefelt et al., 2017; Lau et al., 2018).

La evidencia del estudio sugiere que el comportamiento adictivo al videojuego afecta en mayor medida a los varones ($r=.29$ a $.54$) en comparación a las mujeres ($r=.21$ a $.37$), investigaciones mencionan que el contenido de los VD puede moldear y modelar ciertas conductas, como la agresividad, ya que tiende a incrementar el enojo y la ira después de jugar, especialmente en varones adolescentes y jóvenes (Aune Mentzoni et al., 2011) quienes dedican más tiempo y dinero en los VD (Ferguson et al., 2011), esto se debe a la preferencia por juegos violentos; de disparos, acción, deportes y estrategias en computadoras o consolas, siendo la gran mayoría de tipo colectivo-online; mientras que, las mujeres optan por juegos solitarios en tablets o celulares que promueven el desarrollo de habilidades cognitivas (Chóliz y Marco, 2011; Gómez-Gonzalvo et al., 2020; Salas-Blas et al., 2017; Williams y Clippinger, 2002). En este sentido, la escasa promoción por el respeto hacia los derechos de las víctimas por violencia y la persistencia a su cultura machista en el Perú favorecen el vínculo de los varones con los VD violentos, lo que genera un mayor impacto negativo (Chóliz y Marco, 2011; Prescott et al., 2018; Salas-Blas et al., 2017).

Como parte de la evidencia, los varones muestran una mayor dependencia hacia los videojuegos ($p<.01$, $d>.30$), mientras que las mujeres exhiben niveles más altos de ira y hostilidad ($p<.01$, $d>.20$). Los varones dominan el ámbito de los VD y tienden a volverse dependientes, aumentando la frecuencia de juego y mostrando una falta de control en cuanto a la duración de las sesiones (Gómez-Gonzalvo et al., 2020), resultando en una disminución de la importancia de sus responsabilidades y metas personales, lo que afecta directamente su entorno social, académico y familiar. Esto sucede porque, en su mayoría, son los varones quienes carecen de supervisión y control cuando realizan sus actividades escolares, y la falta de responsabilidad se convierte en un factor de riesgo para desarrollar una adicción a los VD (Chóliz y Marco, 2011; Kardefelt et al., 2017; Ricoy & Ameneiros, 2015).

Las diferencias según sexo no determinan que los VD sean exclusivamente prácticas de varones; en el pasado, las mujeres solían ser consideradas jugadoras ocasionales (Gómez-Gonzalvo et al., 2020) y se les atribuían personajes pasivos,

secundarios y seductores de estética exagerada (Dietz, 1998), lo que resultaba en una falta de identificación en el juego (Robson & Tavinor, 2018). Sin embargo, en la actualidad, el número de mujeres que juegan videojuegos está en aumento y están adquiriendo cada vez más relevancia en la sociedad (Aarseth et al., 2017; Rodríguez & García, 2021). Esto se debe en parte a asociaciones feministas que han protestado para que se produzca un cambio en las tramas sexistas, estereotipadas y basadas en patrones tradicionales (Bourdieu, 2001; Lynch et al., 2016; Urbina et al., 2006).

Por otro lado, las mujeres muestran mayor uso de los componentes cognitivos y emocionales de la agresividad (hostilidad e ira) en sus relaciones sociales (Matalinares et al., 2012; Matalinares et al., 2013). Se muestran desconfiadas de las intenciones de los demás y tienden a interpretar los estímulos de su medio como agraviantes, lo que les genera una mayor sensación de desagrado hacia su entorno y desencadena sentimientos de ira y la sensación de haber sido lastimadas (Lozano et al., 2018). Esto puede ser atribuido a que están atravesando una etapa de cambios psicológicos en la cual aumentan las conductas hostiles y defensivas (Viejo & Ortega-Ruiz, 2021).

Al estimar los predictores del comportamiento agresivo, se determina que las variables que explican en mayor medida son el sexo, la abstinencia y los problemas asociados a los videojuegos, donde los varones presentan mayor riesgo de incrementar su respuesta agresiva; no obstante, es importante destacar que esto no siempre es igual en todos los casos, ya que la teoría neurológica indica que la agresividad es inherente a los seres humanos y su aparición depende de aspectos relevantes, como la existencia de sistemas biológicos, genéticos y sociales que ejercen una gran influencia en este comportamiento (Lopera, 2019).

Diversos son los autores que predicen un aumento en la respuesta agresiva luego de la exposición a los VD. En cuanto a los efectos a corto plazo, se observa que el sujeto experimenta activación y transferencia emocional a través de reacciones de ira (Berkowitz, 1993; Zillmann, 1979); por otro lado, los efectos a largo plazo se deben al aprendizaje de comportamientos agresivos mediante la observación (Whitaker y Bushman, 2009), desarrollado en ambientes hostiles que favorecieron la impronta, desensibilizando a los sujetos (Buckley & Anderson, 2006; Bushman y Huesmann, 2006).

El estudio es relevante ya que proporcionará a las autoridades educativas un panorama actual de esta problemática, lo que les permitirá tomar decisiones psicopedagógicas adecuadas. Además, será de gran ayuda en la creación de programas educativos enfocados en el bienestar y la salud mental para abordar este problema. Asimismo, esta investigación puede servir como referencia en investigaciones posteriores, dado que se utilizaron datos válidos que permiten obtener resultados estadísticamente confiables, dando apertura a nuevas oportunidades para explorar temas adicionales con la asociación a diferentes variables, despertando el interés científico.

Para concluir, se deben considerar algunas limitaciones importantes de este estudio. En primer lugar, la medición se realizó con cuestionarios de autoinforme, donde los participantes tuvieron la libertad de seleccionar respuestas socialmente aceptables. En segundo lugar, no se evaluó la adicción al juego violento, una variable relevante en relación con el comportamiento agresivo durante los juegos. Por último, la muestra utilizada en este estudio no fue seleccionada de forma aleatoria, lo que implica que los participantes no fueron escogidos al azar.

CONCLUSIONES

Existen diferencias estadísticamente significativas en la adicción a los videojuegos y sus dimensiones según el sexo ($p < .01$), con puntuaciones promedio más altas para los varones. Asimismo, se observan diferencias estadísticamente significativas en hostilidad e ira ($p < .01$), con puntuaciones más elevadas para las mujeres.

La adicción a los videojuegos se relaciona positivamente con la agresividad de manera general ($r = .40$) y en función de sus dimensiones ($r = .21$ a $.40$). Esto indica que los individuos con tendencias adictivas a los videojuegos suelen presentar comportamientos agresivos elevados.

Se determinó que, en el grupo muestral de hombres, las variables se correlacionan ligeramente más alto ($r = .29$ a $.52$) que en el grupo de mujeres ($r = .21$ a $.37$). Esto denota que el comportamiento adictivo a los videojuegos tiene una mayor repercusión en los varones.

La agresividad y cada una de sus dimensiones son explicadas en mayor medida por la abstinencia, seguido del sexo y de los problemas asociados a los videojuegos. Es decir, los predictores mencionados tienen una función importante en el desarrollo y grado de agresividad manifestada por los participantes.

REFERENCIAS

- Aarseth, E., Bean, A. M., Boonen, H., Colder Carras, M., Coulson, M., Das, D., ... & Van Rooij, A. J. (2017). Scholars' open debate paper on the World Health Organization ICD-11 Gaming Disorder proposal. *Journal of behavioral addictions*, 6(3), 267-270. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.088>
- Aleissa, M. A., Alenezi, S., Saleheen, H. N., Bin Talib, S. R., Khan, A. H., Altassan, S. A., & Alyahya, A. S. (2022). The association between video game type and aggressive behaviors in Saudi youth: a pilot study. *Behavioral Sciences*, 12(8), 289. <https://doi.org/10.3390/bs12080289>
- Allahverdipour, H., Bazargan, M., Farhadinasab, A., & Moeini, B. (2010). Correlates of video games playing among adolescents in an Islamic country. *BMC public health*, 10(1), 1-7. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-10-286>
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed., Text Revision). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- American Psychiatric Association. (2005). Diagnostic and statistical manual of mental disorders. *The American Journal of Psychiatry*, 152, 1228. <https://doi.org/10.1176/ajp.152.8.1228>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5 edition). VA: American Psychiatric Association.
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological science*, 12(5), 353-359. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00366>
- Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., ... & Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: a meta-analytic review. *Psychological bulletin*, 136(2), 151.

- Andreu Rodríguez, J. M., Peña Fernández, M. E., & Graña Gómez, J. L. (2002). Adaptación psicométrica de la versión española del Cuestionario de Agresión. *Psicothema*.
- Ato, M., López-García, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 29(3), 1038-1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Aune Mentzoni, R., Scott Brunborg, G., Molde, H., Myrseth, H., Mar Skouverøe, K. J., Hetland, J., & Pallesen, S. (2011). Problematic video game use: estimated prevalence and associations with mental and physical health. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 14(10), 591-596. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0260>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory; An Agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of personality and social psychology*, 71(2), 364-374. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.2.364>
- Barchia, K., & Bussey, K. (2011). Individual and collective social cognitive influences on peer aggression: Exploring the contribution of aggression efficacy, moral disengagement, and collective efficacy. *Aggressive behavior*, 37(2), 107-120. <https://doi.org/10.1002/ab.20375>
- Barlett, C. P., Harris, R. J., & Bruey, C. (2008). The effect of the amount of blood in a violent video game on aggression, hostility, and arousal. *Journal of experimental social psychology*, 44(3), 539-546.
- Berkowitz, L. (1993). Pain and aggression: Some findings and implications. *Motivation and Emotion*, 17(3), 277-293. <https://doi.org/10.1007/BF00992223>
- Block, J. J. (2008). Issues for DSM-V: Internet addiction. *American Journal of Psychiatry*, 165(3), 306-307. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2007.07101556>
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination* Stanford University Press Stanford.
- Brockmyer, J. F. (2022). Desensitization and violent video games: mechanisms and evidence. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 31(1), 121-132. <https://doi.org/10.1016/j.chc.2021.06.005>

- Buckley, K. E., & Anderson, C. A. (2006). A theoretical model of the effects and consequences of playing video games. In *Playing video games* (pp. 427-446). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203873700-28/chapter-24-theoretical-model-effects-consequences-playing-video-games-katharine-buckley-craig-anderson>
- Buiza-Aguado, C., García-Calero, A., Alonso-Cánovas, A., Ortiz-Soto, P., Guerrero-Díaz, M., González-Molinier, M., & Hernández-Medrano, I. (2017). Los videojuegos: una afición con implicaciones neuropsiquiátricas. *Psicología educativa, 23*(2), 129-136. <https://doi.org/10.1016/j.pse.2017.05.001>
- Burgess, M. C., Stermer, S. P., & Burgess, S. R. (2007). Sex, lies, and video games: The portrayal of male and female characters on video game covers. *Sex roles, 57*, 419-433. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9250-0>
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2002). Violent video games and hostile expectations: A test of the general aggression model. *Personality and social psychology bulletin, 28*(12), 1679-1686.
- Bushman, B. J., & Huesmann, L. R. (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of pediatrics & adolescent medicine, 160*(4), 348-352. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.348>
- Buss, A. H., & Perry, M. (1992). The aggression questionnaire. *Journal of personality and social psychology, 63*(3), 452. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.3.452>
- Bussey, K., Quinn, C., & Dobson, J. (2015). The moderating role of empathic concern and perspective taking on the relationship between moral disengagement and aggression. *Merrill-Palmer Quarterly, 61*(1), 10-29. <https://doi.org/10.13110/merrpalmquar1982.61.1.0010>
- Calderón, R. R. (2021). Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. *Boletín Informativo INEI, 2*(55), 15. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_tecnologias-de-informacion-oct-nov-dic2016.pdf
- Calvert, S. L., Appelbaum, M., Dodge, K. A., Graham, S., Nagayama Hall, G. C., Hamby, S., ... & Hedges, L. V. (2017). The American Psychological Association Task Force assessment of violent video games: Science in the service of public interest. *American Psychologist, 72*(2), 126. <https://doi.org/10.1037/a0040413>

- Chóliz, M., & Marco, C. (2011). Patrón de uso y dependencia de videojuegos en infancia y adolescencia. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 27(2), 418-426. <https://doi.org/10.6018/analesps>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Cuenca Sánchez, V., & Mendoza González, B. (2017). Comportamiento prosocial y agresivo en niños: tratamiento conductual dirigido a padres y profesores. *Acta de investigación psicológica*, 7(2), 2691-2703.
- Dietz, T. L. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex roles*, 38(5-6), 425-442. <https://doi.org/10.1023/A:1018709905920>
- Elosua Oriden, P. (2011). *Prácticas de psicometría. Manual de procedimiento*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatearen Argitalpen Zerbitzua.
- Estrada Araoz, E. G., Mamani Roque, M., Gallegos Ramos, N. A., & Mamani Uchasa-ra, H. J. (2021). Adicción a internet y agresividad en estudiantes peruanos de educación secundaria. *Apuntes universitarios*, 11(1), 140-157. <https://doi.org/10.17162/au.v11i1.560>
- Ferguson, C. J., & Garza, A. (2011). Call of (civic) duty: Action games and civic behavior in a large sample of youth. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 770-775. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.10.026>
- Ferguson, C. J., Coulson, M., & Barnett, J. (2011). A meta-analysis of pathological gaming prevalence and comorbidity with mental health, academic and social problems. *Journal of psychiatric research*, 45(12), 1573-1578.
- Gao, X., Weng, L., Zhou, Y., & Yu, H. (2017). The influence of empathy and morality of violent video game characters on gamers' aggression. *Frontiers in psychology*, 8, 1863. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01863>
- Gentile, D. (2009). Pathological video-game use among youth ages 8 to 18: A national study. *Psychological science*, 20(5), 594-602. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02340.x>
- Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., & Khoo, A. (2011). Pathological video game use among youths: A two-year longitudinal study. *Pediatrics*, 127(2), e319-e329. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21242221/>

- Gómez-Gonzalvo, F., Molina, P., & Devís-Devís, J. (2020). Which are the patterns of video game use in Spanish school adolescents? Gender as a key factor. *Entertainment Computing*, 34, 100366. <https://doi.org/10.1016/j.ent-com.2020.100366>
- Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., Van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., ... & Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours? *Addiction*, 112(10), 1709-1715. <https://doi.org/10.1111/add.13763>
- Kim, D., Nam, J. K., & Keum, C. (2022). Adolescent Internet gaming addiction and personality characteristics by game genre. *Plos one*, 17(2), e0263645. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263645>
- Kim, E. J., Namkoong, K., Ku, T., & Kim, S. J. (2008). The relationship between on-line game addiction and aggression, self-control and narcissistic personality traits. *European psychiatry*, 23(3), 212-218. <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2007.10.010>
- Király, O., Nagygyörgy, K., Griffiths, M. D. y Demetrovics, Z. (2014). Problematic On-line Gaming. *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence, and Treatment*, 4, 61 – 97. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00004-5>
- Lau, C., Stewart, S. L., Sarmiento, C., Saklofske, D. H., & Tremblay, P. F. (2018). Who is at risk for problematic video gaming? Risk factors in problematic video gaming in clinically referred Canadian children and adolescents. *Multimodal Technologies and Interaction*, 2(2), 19. <https://doi.org/10.3390/mti2020019>
- Lopera Echavarría, J. D. (2019). La pulsión en Freud ¿un concepto superado?. *CES Psicología*, 12(3), 133-149. <https://doi.org/10.21615/cesp.12.3.10>
- Lozano Ramírez, D. I., Pacheco Favela, M. A., Carmona García, L. S., & Burciaga Robles, J. H. (2018). Hostilidad, enojo y agresión: diferencias fisiológicas en una muestra de mujeres universitarias del norte de México. *Revista de psicología y ciencias del comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 9(1), 54-74. <https://doi.org/10.29365/rpcc.20180529-64>
- Lynch, T., Tompkins, J. E., Van Driel, I. I., & Fritz, N. (2016). Sexy, strong, and secondary: A content analysis of female characters in video games across 31 years. *Journal of Communication*, 66(4), 564-584. <https://doi.org/10.1111/jcom.12237>

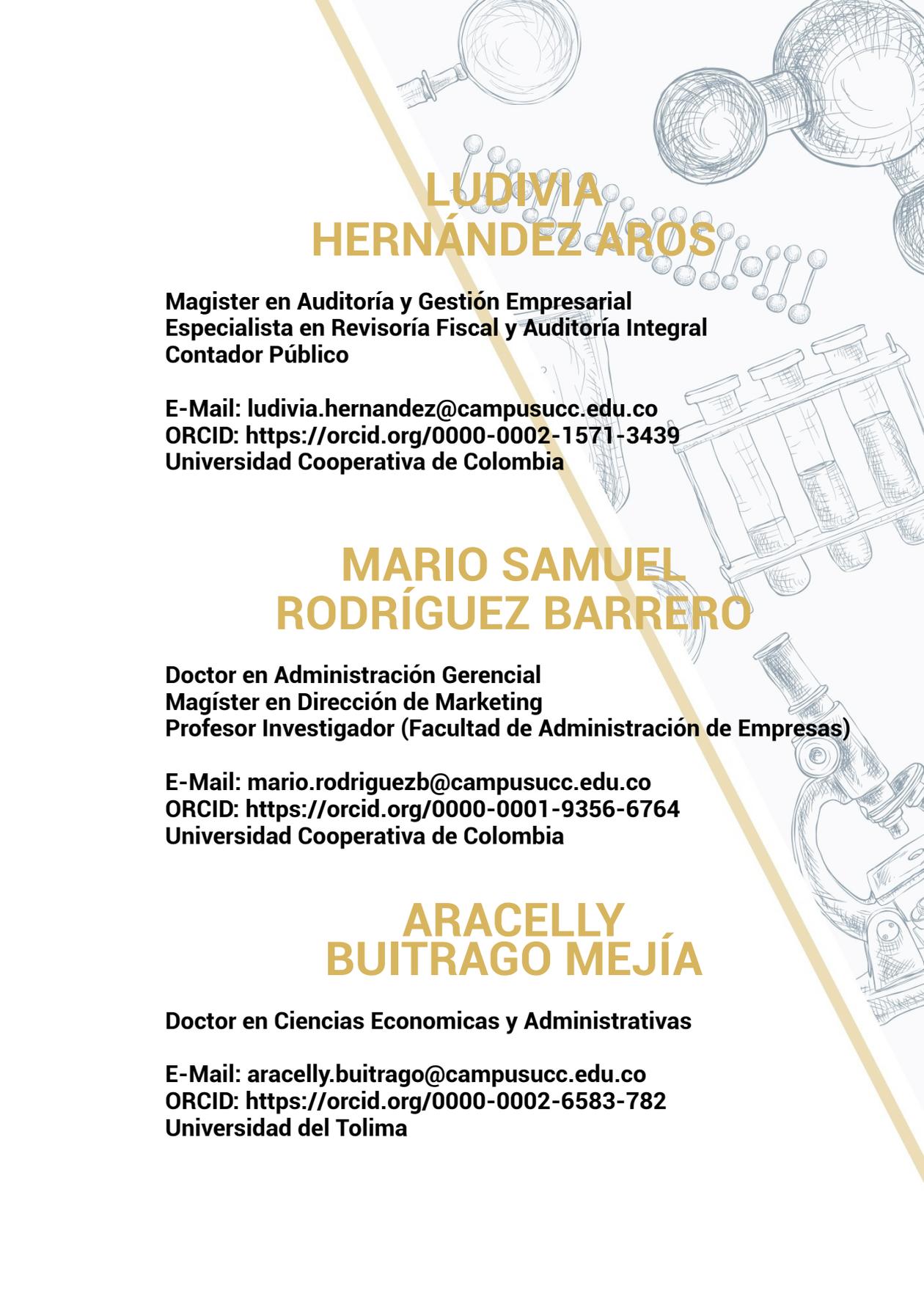
- Matalinares Calvet, M., Arenas I, C., Díaz A, G., & Dioses Ch, A. (2013). Adicción a la internet y agresividad en estudiantes de secundaria del Perú. *Revista de investigación en psicología*, 16(1), 75-93. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v16i1.3920>
- Matalinares Calvet, M., Yaringaño L, J., Uceda E, J., Fernández A, E., Huari T, Y., & Campos G, A. (2012). Estudio psicométrico de la versión española del cuestionario de agresión de Buss y Perry. *Revista de investigación en psicología*, 15(1), 147-161. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v15i1.3674>
- Medeiros, B. G. D., Pimentel, C. E., Sarmet, M. M., & Mariano, T. E. (2020). "Brutal Kill!" Violent video games as a predictor of aggression. *Psico-USF*, 25, 261-271. <https://doi.org/10.1590/1413-82712020250205>
- Ministerio de Educación. (1 de mayo 2017). *En el Perú, 75 de cada 100 escolares han sufrido de violencia física y psicológica*. <http://www.minedu.gob.pe/n/noticia.php?id=42630>
- Ministerio de Salud [MINSA]. (2021). *La pandemia COVID-19 ha incrementado la adicción a los videojuegos en niños y adolescentes*. Gob.pe. <https://bit.ly/41Cpffj>
- Paciello, M., Fida, R., Tramontano, C., Lupinetti, C., & Caprara, G. V. (2008). Stability and change of moral disengagement and its impact on aggression and violence in late adolescence. *Child development*, 79(5), 1288-1309. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2008.01189.x>
- Pinazo, D., García-Prieto, L. T., & García-Castellar, R. (2020). Implementación de un programa basado en mindfulness para la reducción de la agresividad en el aula. *Revista de Psicodidáctica*, 25(1), 30-35. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2019.08.004>
- Prescott, A. T., Sargent, J. D., & Hull, J. G. (2018). Metaanalysis of the relationship between violent video game play and physical aggression over time. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(40), 9882-9888. <https://doi.org/10.1073/pnas.1611617114>
- Quwaider, M., Alabed, A., & Duwairi, R. (2019). The impact of video games on the players behaviors: A survey. *Procedia Computer Science*, 151, 575-582. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.04.077>
- Ricoy, C., & Ameneiros, A. (2015). Preferencias, dedicación y problemáticas generadas por los videojuegos: Una perspectiva de género. *Revista Complutense de Educación*, 27(3), 1291-1308. https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2016.v27.n3.48445

- Robson, J., & Tavinor, G. (Eds.). (2018). *The aesthetics of videogames*. Routledge. New York. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TxdS-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=Patridge,+S.+\(2018\).+The+Aesthetics+of+Video+Games&ots=MtTOX20LDZ&sig=CYFK5oSWjGyXfM4d-1tAh7hVTCU0#v=onepage&q=Patridge%2C%20S.%20\(2018\).%20The%20Aesthetics%20of%20Video%20Games&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TxdS-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=Patridge,+S.+(2018).+The+Aesthetics+of+Video+Games&ots=MtTOX20LDZ&sig=CYFK5oSWjGyXfM4d-1tAh7hVTCU0#v=onepage&q=Patridge%2C%20S.%20(2018).%20The%20Aesthetics%20of%20Video%20Games&f=false)
- Rodríguez Rodríguez, M., & García Padilla, F. M. (2021). El uso de videojuegos en adolescentes. Un problema de Salud Pública. *Enfermería Global*, 20(2), 575-591. <https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.438641>
- Rubio-Garay, F., Carrasco, M. A., & Amor, P. J. (2016). Aggression, anger and hostility: evaluation of moral disengagement as a mediational process. *Scandinavian journal of psychology*, 57(2), 129-135. <https://doi.org/10.1111/sjop.12270>
- Salas-Blas, E., Merino-Soto, C., Chóliz, M., & Marco, C. (2017). Análisis psicométrico del test de dependencia de videojuegos (TDV) en población peruana. *Universitas Psychologica*, 16(4), 290-302. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-4.aptd>
- Sandoval-Obando, E. (2020). Caracterización del trastorno por videojuegos: ¿Una problemática emergente?. *Pensamiento Psicológico*, 18(1), 87-102. <https://doi.org/10.11144/javerianacali.ppsi18-1.ctvp>
- Shao, R., & Wang, Y. (2019). The relation of violent video games to adolescent aggression: An examination of moderated mediation effect. *Frontiers in psychology*, 10, 384. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00384>
- Stermer, S. P., & Burkley, M. (2012). Xbox or SeXbox? An examination of sexualized content in video games. *Social and Personality Psychology Compass*, 6(7), 525-535.
- Sticca, F., & Perren, S. (2015). The chicken and the egg: Longitudinal associations between moral deficiencies and bullying: A parallel process latent growth model. *Merrill-Palmer Quarterly*, 61(1), 85-100. <https://doi.org/10.13110/merrpalmquar1982.61.1.0085>
- Tao, R., Huang, X., Wang, J., Zhang, H., Zhang, Y., & Li, M. (2010). Proposed diagnostic criteria for internet addiction. *Addiction*, 105(3), 556-564. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2009.02828.x>
- Turel, O. (2020). Videogames and guns in adolescents: Tests of a bipartite theory. *Computers in Human Behavior*, 109, art. 106355. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106355>

- Urbina Ramírez, S., Riera Forteza, B., Ortego Hernando, J. L., & Gibert Martorell, S. (2006). El rol de la figura femenina en los videojuegos. *Edutec: Revista electrónica de tecnología educativa*. <https://doi.org/10.21556/edutec.2002.15.544>
- Ventura-León, J., Peña-Calero, B. N., & Burga-León, A. (2022). The effect of normality and outliers on bivariate correlation coefficients in psychology: A Monte Carlo simulation. *The Journal of General Psychology*, 150(4), 405-422. <https://doi.org/10.1080/00221309.2022.2094310>
- Viejo, C. & Ortega-Ruiz, R. (2021). Cambios y riesgos asociados a la adolescencia. *Psychology, Society & Education*, 7(2), 109–118. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/psye/article/view/527>
- Whitaker, J. L., & Bushman, B. J. (2009). A Review of the Effects of Violent Video Games on Children and Adolescents. *Washington and Lee Law Review*, 66(3), 1033-1051. <https://scholarlycommons.law.wlu.edu/wlulr/vol66/iss3/5>
- Williams, R. B, y Clippinger, C. A. (2002). Aggression, competition and computer games: Computer and human opponents. *Computers in Human Behavior*, 18(5), 495-506. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00009-2](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00009-2)
- Willoughby, T. (2008). A short-term longitudinal study of Internet and computer game use by adolescent boys and girls: Prevalence, frequency of use, and psychosocial predictors. *Developmental psychology*, 44(1), 195. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.44.1.195>
- Wilms, I., Peterson, A. y Vangkilde, S. (2013). Intensive video gaming improves encoding speed to visual short-term memory in young male adults. *Acta Psychologica*, 142, 108–118. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23261420/>
- Yao, M., Zhou, Y., Li, J. y Gao, X. (2019). Violent video games exposure and aggression: The role of moral disengagement, anger, hostility, and disinhibition. *Aggress. Behav*, 45, 662–670. <https://doi.org/10.1002/ab.21860>
- Yen, J. Y., Ko, C. H., Yen, C. F., Chen, S. H., Chung, W. L., & Chen, C. C. (2008). Psychiatric symptoms in adolescents with Internet addiction: Comparison with substance use. *Psychiatry and clinical neurosciences*, 62(1), 9-16. <https://doi.org/10.1111/j.1440-1819.2007.01770.x>
- Zhang, Q., Cao, Y. y Tian, J. (2021). Effects of violent video games on aggressive cognition and aggressive behavior. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw*, 24(1), 5–10. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0676>
- Zillmann, D. (1979). *Hostility and aggression*. Erlbaum



**MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD
EN EMPRESAS QUE COTIZAN EN
LA BOLSA DE VALORES DE
COLOMBIA**



LUDIVIA HERNÁNDEZ AROS

**Magister en Auditoría y Gestión Empresarial
Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría Integral
Contador Público**

**E-Mail: [ludivia.hernandez@campusucc.edu.co](mailto: ludivia.hernandez@campusucc.edu.co)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1571-3439>
Universidad Cooperativa de Colombia**

MARIO SAMUEL RODRÍGUEZ BARRERO

**Doctor en Administración Gerencial
Magíster en Dirección de Marketing
Profesor Investigador (Facultad de Administración de Empresas)**

**E-Mail: [mario.rodriguez@campusucc.edu.co](mailto: mario.rodriguez@campusucc.edu.co)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9356-6764>
Universidad Cooperativa de Colombia**

ARACELLY BUITRAGO MEJÍA

Doctor en Ciencias Economicas y Administrativas

**E-Mail: [aracelly.buitrago@campusucc.edu.co](mailto: aracelly.buitrago@campusucc.edu.co)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6583-782>
Universidad del Tolima**



JUAN MANUEL ESTRADA SÁNCHEZ

Magister en Administración

E-Mail: juanm.estrada@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5643-1569>

Universidad Cooperativa de Colombia

MARÍA FERNANDA CHILATRA URUEÑA

Contadora Pública

E-Mail: maria.chilatra@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2454-6246>

Universidad Cooperativa de Colombia

LUISA FERNANDA MORENO RAMOS

Contadora Pública

E-Mail: luisa.morenora@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6386-8258>

Universidad Cooperativa de Colombia

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Hernández Aros, L., Rodríguez Barrero, M. S., Buitrago Mejía, A., Estrada Sánchez, J. M., Chilatra Urueña, M. F. y Moreno Ramos, L. F. (2024). Memorias de sostenibilidad en empresas que cotizan en la bolsa de valores de Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 232-270). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

Hoy en día, el desarrollo sostenible ha ganado importancia trascendental a nivel global, lo que ha llevado a la realización y presentación de informes de sostenibilidad por parte de las organizaciones. Dado lo anterior, este estudio se centra en el análisis de las memorias de sostenibilidad de 12 empresas del sector financiero que cotizan en la Bolsa de Valores de Colombia, distinguidas con el reconocimiento Col-IR, identificando en cada una de ellas las oportunidades de mejora representativas presentes en los informes no financieros. La presente investigación se lleva a cabo mediante un enfoque cualitativo que se basa en la documentación y análisis de los informes presentados por las empresas seleccionadas, utilizando una muestra por conveniencia que considera la variable del sector con más entidades certificadas por el índice de sostenibilidad. Una observación que se destaca es el manejo del enfoque ambiental; naturalmente, aunque las entidades desean resaltar sus acciones a favor del desarrollo sostenible, tan solo el 30% de las empresas estudiadas comunican con suficiencia sus acciones ambientales; mencionan estrategias para cuidar el agua, para ahorrar energía o reciclar sus residuos, pero en realidad no tienen indicadores cuantitativos que permitan medir el avance en los objetivos sostenibles planteados.

Palabras clave: Bolsa de Valores de Colombia; Gestión sostenible; Global Reporting Initiative GRI; Memorias de sostenibilidad; Sector financiero.

Sustainability Reports in Companies Listed on the Colombian Stock Exchange

ABSTRACT

Nowadays, sustainable development has gained transcendental importance globally, which has led to the realization and presentation of sustainability reports by organizations. Given the above, this study focuses on the analysis of the sustainability reports of 12 companies in the financial sector listed on the Colombia Stock Exchange, distinguished with the Col-IR recognition, identifying in each of them the representative improvement opportunities present in the non-financial reports. The present research is carried out through a qualitative approach based on the documentation and analysis of the reports presented by the selected companies, using a convenience sample that considers the variable of the sector

with the most entities certified by the sustainability index. One observation that stands out is the handling of the environmental approach; naturally, although the entities wish to highlight their actions in favor of sustainable development, only 30% of the studied companies adequately communicate their environmental actions; they mention strategies to conserve water, save energy, or recycle their waste, but they do not actually have quantitative indicators that allow measuring progress in the sustainable objectives set.

Keywords: Colombia Stock Exchange; Sustainable management; Global Reporting Initiative GRI; Sustainability reports; Financial sector.

INTRODUCCIÓN

En la era actual de la globalización y la creciente conciencia sobre la responsabilidad empresarial, la sostenibilidad es ahora un eje primordial que influye en la operación y percepción de las empresas. El compromiso con la gestión ambiental, la equidad social y la gobernanza corporativa (ASG), ha generado un notable aumento en el interés, llevando las empresas a unen a diferentes movimientos globales y presentaciones de reportes corporativos con extensa información no financiera (Correa-García & Vásquez,-Arango, 2020). Las memorias de sostenibilidad, como parte integral de los informes, se han consolidado como una herramienta esencial que proporciona una visión completa de las prácticas empresariales sostenibles (Vásquez y García de la Torre, 2022). Conforme al Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development [WBCSD], 2019) la presentación de información verídica, comparable y de calidad permite que los inversores tomen decisiones direccionadas según los recursos disponibles. Así mismo, los reportes integrados (Smith, 2014; Correa-García et al., 2017), representan una solución a la creciente demanda de los grupos de interés por una información completa y confiable, pues según Acacio y Monsalve (2018), cuando la información es asimétrica, los grupos interesados en ella no gozan de la misma calidad de información, haciendo que la toma de decisiones se realice con conocimiento parcial de las condiciones reales de los negocios representando riesgos para estos grupos.

La importancia de los informes no financieros se ha incrementado, debido al interés de proporcionar información sobre las acciones y compromisos de las

empresas con el desarrollo sostenible, en estos se tiende a resaltar aspectos positivos, dejando de lado los menos favorables para no afectar la imagen de las empresas, pero esta falta de transparencia puede afectar las decisiones de los grupos interesados, de donde surge la necesidad de investigar las oportunidades de mejora en empresas que cotizan en la BVC, las cuales se enfrentan a un escrutinio cada vez más riguroso en relación con la presentación de las memorias de sostenibilidad, ya que se busca posicionar a Colombia como un mercado más atractivo para la inversión y promover la implementación de mecanismos eficientes y transparentes para la divulgación de información. En este contexto, el enfoque de este estudio está centrado en la identificación de oportunidades de mejora presentes en las empresas del sector financiero que cotizan en la BVC y han recibido el reconocimiento como emisores.

A medida que la sociedad y los inversionistas exigen precisión y transparencia en la rendición de cuentas, la presentación de informes de sostenibilidad se ha convertido en una herramienta esencial para demostrar el compromiso de las empresas con prácticas responsables y sostenibles. Al abordar esta brecha en la investigación, se hace necesario unificar la información de las diferentes oportunidades de mejora identificadas a la fecha en los informes no financieros para que las organizaciones estén en una posición más sólida para mejorar su aporte a la sostenibilidad, fortalecer su reputación y mantener la confianza de los inversionistas y la sociedad.

ELEMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES

Actualmente, la sociedad promueve prácticas sostenibles y responsabilidad social corporativa (RSC), instando a las empresas a asumir responsabilidad por los daños ambientales. Aunque la RSC ha cobrado relevancia, ha evolucionado desde conceptos simples hacia significados más elaborados e inclusivos. En sus inicios, se destacó la necesidad de cooperar y mejorar las condiciones laborales para aumentar la productividad, generando beneficios mutuos (Almazán, 2016). Hoy en día, la RSC se define como la forma en que las entidades consideran los impactos en su entorno y en sus stakeholders, que incluyen empleados, clientes, proveedores, comunidad y sociedad en general.

Así las cosas, Bowen (2013) menciona que la RSC es una moralidad esencial en el comportamiento de las organizaciones frente al entorno que las rodea, es

por ello que el empresario debe actuar en servicio de la sociedad y no solo por beneficios de carácter económico. Del mismo modo, Frederick (1960) afirma que la RSC implica tener en cuenta los recursos económicos y humanos de la sociedad, con el fin de usarlos para fines sociales y no solo económicos. En adición, Davis (1967) argumenta que la Responsabilidad social empresarial (RSE) se encuentra inmersa en las leyes, costumbres y acuerdos institucionales que regulan el uso responsable del poder, de manera tal que la empresa debe tener en cuenta que cada una de sus decisiones posee efectos sobre la sociedad y que el objetivo es generar beneficios sociales justos, a la vez que genera progreso económico en la empresa (Cardona et al., 2013).

Se puede afirmar que la RSE posee algunas características, como combinar la ética empresarial con el desarrollo económico de las empresas, adoptando el compromiso de considerar el impacto de su actividad económica en la sociedad y en el medio ambiente. Por consiguiente, las entidades deben involucrarse en el desarrollo sostenible, que es caracterizado por tener una administración eficiente y racional de los recursos naturales que permite aumentar el bienestar de la población actual dejando de exponer el de las generaciones futuras, permitiendo mantener la balanza estable entre los aspectos económico, ambientales y sociales (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2023).

Además de actuar con responsabilidad social, las organizaciones deben comunicar sus acciones para que los interesados conozcan sus prácticas responsables, evidenciando así su evolución y crecimiento. Por este motivo, diversas instituciones han establecido estándares y guías para que las empresas puedan elaborar y publicar sus informes de sostenibilidad. Estos informes, también conocidos como memorias de sostenibilidad o reportes de sostenibilidad, son el medio a través del cual las empresas presentan sus proyectos y resultados a inversores, empleados, la comunidad y otras partes interesadas. Además, facilitan la evaluación, comprensión e interpretación de los impactos económicos, sociales y ambientales de las actividades empresariales, lo que contribuye a mejorar su gestión sostenible y a generar un compromiso público (Deloitte, s.f.).

Dentro de los marcos representativos para la presentación de memorias de sostenibilidad se encuentra la Iniciativa de Global Reporting Initiative (GRI, 2121), según ISO Tools (2023) esta iniciativa constituye un lenguaje común estandarizado

que sirve de guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de una forma integral, puesto que cuenta con una estructura bien diferenciada, pensada para ser aplicada y adaptarse a las características de la organización que lo use y son los estándares más usados a nivel mundial porque orientan a las empresas en la información que debería ser incluida en sus informes de sostenibilidad. Los GRI son un sistema compuesto por estándares universales, sectoriales y temáticos. En cuanto a los estándares universales, como es mencionado por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI, 2022), estos permiten una aplicación a cualquier tipo de organización, puesto que ofrece un marco que aborda el perfil y la escala de la organización, proporcionando un contexto para comprender los impactos y determinar los temas más relevantes en relación con sus impactos y asuntos materiales.

En este contexto, se destaca la importancia de los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza ASG, definidos por el Pacto Mundial, para evaluar el desempeño e impacto de la empresa y comunicar los informes de sostenibilidad. En estos criterios se considera la necesidad de disminuir las afectaciones negativas de las empresas sobre el ecosistema, la integración de valores éticos en las operaciones y la implementación de estándares de calidad y derechos laborales que benefician a las partes interesadas, siendo ampliamente aceptados porque permiten comunicar información esencial en las tres áreas de análisis que abarca el enfoque ASG (Arvidsson & Dumay, 2022).

De otra parte, se Encuentra el Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC, 2013), entidad cuyo objetivo es constituir un marco de procesos reconocido mundialmente para que las organizaciones puedan informar la creación de valor, su propósito es generar un marco de procesos reconocido para respaldar las necesidades de información a largo plazo de los inversores y mostrar las implicaciones más amplias, reflejar las interrelaciones entre factores ambientales, sociales, de gobernanza y financieros en decisiones que afectan el desempeño, indicando claramente el enlace entre sostenibilidad y valor económico, estableciendo los lineamientos necesarios para considerar sistemáticamente estos factores en la generación de informes y la toma de decisiones ajustadas a métricas de desempeño.

Dentro de la normativa identificada, la ISO 26000 nació más como una guía

orientadora de las empresas que buscan publicar información de interés en los informes de sostenibilidad. Es una guía voluntaria que gira torno a los marcos ambiental, social y legal. A su vez, de acuerdo con Geolnova (2018) la guía contempla principios como: presentación de cuentas, transparencia, conductas éticas, velar por las inclinaciones de los stakeholders, acatar las normas para mantenerse dentro de la legalidad y respetar los derechos humanos. Es de resaltar que todos los estándares y guías usados por las empresas para desarrollar sus informes sostenibles son voluntarios al igual que la RSC, sin embargo, las personas y la sociedad en general cada día ven más las empresas que cumplen con las normas ambientales y sociales. En Colombia muchas empresas se preocupan por cumplir con sus informes de sostenibilidad año a año y se ha evidenciado que las entidades con mejores índices de resultados en la responsabilidad social son aquellas del sector financiero.

Las empresas financieras tienen más intención de cumplir objetivos comerciales, en la mayoría de los casos al publicar sus memorias sostenibles todos los años, ya que buscan mejorar su imagen corporativa en la sociedad y atraer la atención de inversionistas. Al ser cotizantes en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC), en la cual pueden obtener financiación. En Colombia, la BVC se ocupa de dirigir los sistemas de negociación y registro de los mercados de acciones, renta fija, derivados, divisas, OTC y servicios a emisores. A su vez, quien posee títulos recibe liquidez, transparencia en información, seguridad como inversionista, menores costos financieros, mayor rentabilidad, etc. (Bancolombia, 2018).

METODOLOGÍA

Para abordar los objetivos de la investigación sobre las oportunidades de mejora en la presentación de las memorias de sostenibilidad de las empresas del sector financiero que son cotizantes en la Bolsa de Valores de Colombia, se trabaja desde un enfoque cualitativo, dado que se utiliza la recolección y análisis de datos por medio de la observación y descripción de los fenómenos sin enfatizar en la medición (Ñaupas et al., 2018). El propósito del método es la recopilación y análisis de datos no numéricos para comprender posibles oportunidades de mejora en la presentación.

Como la investigación abarca las empresas que cotizan en la BVC, al analizar la información, se estableció que a la fecha de la presente investigación

se encontraban 180 empresas emisoras de valores, de las cuales el 17,22% de las entidades cotizantes han sido reconocidas como “emisoras - IR”. Para la selección de la muestra, se enfoca como población de estudio las 31 empresas que han sido distinguidas con este reconocimiento. El crédito se adjudica a las entidades del mercado colombiano que pertenecen a la categoría ASG capturando las iniciativas sociales, medioambientales o de gobierno corporativo con las que se fomentan la implementación de mejores prácticas en aquello que corresponde a la presentación de información y vínculo con el inversionista.

Si bien, la población en mención aborda 8 sectores empresariales, la muestra sobre la cual se investigan las oportunidades de mejora, corresponde a todas las empresas reconocidas como “empresas - IR” que además pertenecen al sector financiero. La muestra por conveniencia, que supone elegir a todos los elementos posibles de la población accesible (García Lozano, 2018), es tomada al considerar que es el sector con más empresas reconocidas por el índice mencionado anteriormente. Prueba de ello se evidencia en la Tabla. 1.

Tabla 1

Clasificación de empresas certificadas con Col IR

Sector	N° Empresas	%
Industria	5	16,13
Financiero	12	38,71
Servicios Públicos	5	16,13
Bienes de Consumo	1	3,23
Telecomunicaciones	2	6,45
Servicios de Consumo	2	6,45
Materiales Básicos	1	3,23
Petróleo y Gas	3	9,68
TOTAL	31	100

Nota. Información tomada de la página oficial de la BVC. Elaboración propia.

La información necesaria de las 12 empresas fue recolectada en las bases de datos del sitio web de cada entidad. Allí presentan las memorias de sostenibilidad y demás información no financiera de actualidad. Con el fin de tener consideraciones éticas al recopilar y utilizar los datos de las memorias de sostenibilidad toda información recopilada será utilizada únicamente con fines

académicos y se caracterizará la confidencialidad de los nombres de las empresas para evitar cualquier divulgación no autorizada.

En la siguiente tabla se presentan las empresas que serán estudiadas con la información general que otorga la página de la BVC.

Tabla 2

Empresas seleccionadas para el estudio

Empresa	Año de inscripción	Sector	Ciudad	Capitalización bursátil
Banco Davivienda S. A.	1985	Financiero	Bogotá D.C.	2,045,396,586,960.00
Banco De Bogotá	1981	Financiero	Bogotá D.C.	10,138,865,480,720.00
Bancolombia S.A.	1981	Financiero	Medellín	15,770,259,828,960.00
BBVA	1981	Financiero	Bogotá D.C.	3,268,363,331,685.00
Bolsa De Valores De Colombia	2007	Financiero	Bogotá D.C.	568,221,473,910.00
Corficolombiana	1983	Financiero	Bogotá D.C.	5,015,926,531,680.00
Financiera De Desarrollo Nacional	2020	Financiero	Bogotá D.C.	No aplica
Findeter	2009	Financiero	Bogotá D.C.	No aplica
Grupo Aval S.A.	1998	Financiero	Bogotá D.C.	7,615,617,109,730.00
Grupo Sura Sa	1981	Financiero	Medellín	16,475,240,780,600.00
Pei	2006	Financiero	Cali	1,811,972,400,000.00
Titularizadora Colombiana S.A.	2002	Financiero	Bogotá D.C.	No aplica

Nota. Elaboración propia.

Para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos, se plantean las siguientes fases que representan el proceso que se lleva a cabo a fin de presentar las oportunidades de mejora significativas.

Fase 1. Selección de la muestra representativa de empresas cotizantes en la BVC.

Fase 2. Se identifican las oportunidades de mejora que son aplicables en las memorias sostenibles.

Fase 3. Recopilación de los documentos de las memorias de sostenibilidad de las empresas seleccionadas

Fase 4. Comparación de los datos reportados en las memorias de sostenibilidad con los estándares y marcos de referencia relevantes, para evaluar la conformidad y consistencia en la presentación.

Fase 5. Categorización de las oportunidades de mejora identificadas en función de la comparabilidad de los datos reportados con estándares.

Fase 6. Análisis de los indicadores que reflejen los resultados de la información sostenible presentada.

Finalmente, se ha determinado como herramienta, una lista de comprobación con la cual se podrá clasificar la información adecuadamente para identificar uniformemente las características representativas de oportunidades de mejora.

Tabla 3

Instrumento para la identificación de características distintivas para oportunidades de mejora

Características representativas a verificar	¿Cumple?	
	Si	No
La entidad aplica algún estándar internacional.		
¿utiliza la declaración correcta (declaración de uso) en cualquier material publicado con contenidos basados en los estándares GRI?		
¿Utiliza el GRI 101: Fundamentos para seguir el proceso básico de elaboración de un informe de sostenibilidad?		
¿Utiliza el GRI 102: Información general para aportar información contextual sobre la organización?		
¿Utiliza el GRI 103: Enfoque de gestión para informar del enfoque de gestión y la Cobertura del tema para todos los temas materiales?		
Tiene en consideración los aspectos mínimos y más relevantes que requiere la aplicación de dicho estándar.		

La generación y presentación de la información está respaldada por profesionales del área.

Especifica cuáles son sus obligaciones a cumplir e indica el cómo lo hace.

¿Están incluyendo información relevante al GRI 200?

¿Están incluyendo información relevante al GRI 300?

¿Están incluyendo información relevante al GRI 400?

Nota. Elaboración propia.

RESULTADO DE AVANCES EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD

El tema de sostenibilidad se ha extendido velozmente por todo el mundo y ha tomado cada vez mayor relevancia. Ya existen diferentes investigaciones relacionadas con los principales problemas en temas de ética, transparencia, insuficiencia de información y/o conveniencia de esta. Ejemplo de ello es la investigación desarrollada por Haladu (2019) en el continente africano en donde la realidad económica y social representa un reto, puesto que a nivel normativo aún hay grandes vacíos, muchos países han estado impulsando normas que cuiden el medio ambiente y promueva los derechos humanos. Sin embargo, son temáticas nuevas en varios de los países de este continente, lo que supone que no se cubran todos los temas que plantean los principales estándares de sostenibilidad a nivel mundial. Entonces se identificó que en los informes publicados por las empresas en ese continente por lo general no tienen una buena relación entre empleadores y partes interesadas, originando escasa información de valor en sus informes de sostenibilidad relacionada a los stakeholders.

Del mismo modo, en Latinoamérica se ha identificado como los principales informes de sostenibilidad si bien han mejorado en cuanto a mayor cobertura por parte de las empresas, aún la información que se comparte con los interesados es debatible. De acuerdo con Acevedo y Piñeros (2019) Usualmente los informes de sostenibilidad excluyen la retroalimentación realizada por los interesados, así como tampoco incluyen la retroalimentación y su efecto en la elección de decisiones en la entidad. De forma que, según los autores las empresas reportan más por intereses económicos y de marketing que por informar la realidad de estas. Lo que esas empresas buscan por lo general es mejorar su imagen ante la comunidad en la que operan para poder seguir desarrollando su actividad comercial con mínimos problemas sociales.

A su vez, de acuerdo con Manetti (como se citó en Acevedo y Piñeros, 2019) se evidencia que uno de los aspectos más relevantes en la realización de informes de sostenibilidad, es la relación que las organizaciones tienen con los stakeholders. Pese a ello, encuentran que la participación de estos no se refleja en las preocupaciones de los informes. Por ende, los autores enfatizan que las empresas en Latinoamérica por lo general evitan mencionar sus externalidades negativas. De hecho, buscan más bien mejorar su imagen, por lo que si se mencionan sus externalidades negativas difícilmente lo lograrán, es así como los informes de sostenibilidad se usan desde un enfoque instrumental, buscando beneficios económicos.

Se identificó que, en los informes presentados, en su ítem de extensión es frecuente que se entregue una gran cantidad información, que corresponde a muchas áreas y que en particular no generan valor al documento, puesto que el contenido es disperso y lleva a la confusión del lector o los grupos de interés que lo consultan.

Por otro lado, se afirma que la mayoría de los indicadores que permiten incorporar información de valor en los informes de sostenibilidad no siempre son los adecuados. Tal es el caso de los indicadores con los cuales se pretende medir el gobierno corporativo, y que por lo general aportan una mínima información, lo que no es adecuado ya que el gobierno corporativo es la palanca que estimula el manejo sostenible dentro de la organización y al publicar información limitada, usualmente no se cumplen los criterios de los principales estándares de sostenibilidad (Pinillo et al., 2018). Por lo tanto, es importante que cuenten con información de valor y verídica, así como emplear indicadores que permitan medir dicha información a través del tiempo.

Según los lineamientos del GRI, el gobierno corporativo debe ser elegido con base a unos criterios como es el conocimiento de los involucrados, la independencia de relaciones interpersonales, la experiencia, etc. Sin embargo, de acuerdo con Mugwira & Nissim (2018) uno de los desafíos principales de las memorias de sostenibilidad es la calidad y veracidad de la información publicada en las memorias de sostenibilidad. Por lo que uno de las causas de los problemas se debe a la falta de apoyo y conocimiento de la dirección de las organizaciones. Esa es una de las causas principales de que la información no sea de la calidad

esperada. En muchos casos las empresas adoptan estándares para presentar sus informes de sostenibilidad de forma muy diversa, lo que hace que la manera de presentar la información sea variada en forma y contenido, complicando la comparación de la información comunicada (Mugwira & Nissim, 2018).

Por otra parte, en varios casos, los informes sostenibles no van en la misma línea del direccionamiento estratégico de las empresas, eso en parte se debe a que no hay aceptación completa por parte de los directivos en hacer la RSC una parte integral de la empresa. Adicionalmente, las estrategias de las organizaciones a veces no van en sintonía con lo que hace la empresa por el medio ambiente, la comunidad y sus interesados. Por lo que un problema derivado de esa situación es la incorrecta interpretación de quienes son los interesados y la dificultad para elegir sus asuntos materiales para trabajar en sus estrategias sostenibles (Fonseca, 2010).

Del mismo modo, se identifica como problema el mantener una interdependencia entre el GRI y otros estándares de forma tal que se genere información de valor para los interesados. Por lo general el informe GRI debe tener un mínimo de información obligatoria pero también plantea algunos casos de omisión, sin embargo, las empresas solo omiten información que no le dan importancia sin mencionar las causas reales de la omisión de esa información (Fonseca, 2010).

OPORTUNIDADES DE MEJORA EN LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Para caracterizar las oportunidades de mejora presentes en los informes de sostenibilidad fue necesario identificar las condiciones en las que se encuentra la información de las 12 empresas que cotizan en la BVC y que son del sector financiero. Por esta razón, se recolectaron los informes de sostenibilidad en los cuales se identifica que todas toman como herramienta para presentar sus informes de sostenibilidad el estándar GRI, es así como se hace una comparación entre los diferentes requisitos de obligatoriedad que establece el GRI y la presentación de sostenibilidad de cada una de las empresas seleccionadas. Para ello se emplea una serie de preguntas de carácter cualitativo (por medio de la escala de Likert en su mayoría) con el fin de destacar las oportunidades de mejora presentes en sus informes de sostenibilidad.

FUNDAMENTOS

En la primera pregunta planteada “¿utiliza la declaración correcta (declaración de uso) en cualquier material publicado con contenidos basados en los estándares GRI?” se identificó si las empresas detallan en sus informes que han sido elaborados de conformidad con la opción esencial de los Estándares GRI. Ello, efectivamente se evidencia en las 12 empresas. Se menciona que el Estándar GRI es el de mayor uso en el mundo y en las empresas más sólidas, por lo que no es sorpresa que en Colombia la mayoría de las empresas emplea este estándar para presentar sus informes de sostenibilidad.

La segunda pregunta: “¿Utiliza el GRI 101: Fundamentos para seguir el proceso básico de elaboración de un informe de sostenibilidad?” se destaca la importancia de seguir todos los fundamentos que plantea el Estándar GRI para presentar los informes, es necesario considerar: inclusión de grupos de interés, informar del contexto de la sostenibilidad, materialidad, exhaustividad, precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, fiabilidad y puntualidad.

Para lo anterior se resumen los resultados en la tabla 4. Para este ejercicio se consideraron valores numéricos, en caso de cumplir se ha asignado el puntaje (2), en caso de hacerlo parcialmente el puntaje será (1) y en caso de no cumplir (0).

Tabla 4

Resumen resultados -pregunta 1 y 2

Empresa	Pregunta 1	Pregunta 2	Total puntuación
Empresa 1	2	2	4
Empresa 2	2	2	4
Empresa 3	2	2	4
Empresa 4	2	1	3
Empresa 5	2	2	4
Empresa 6	2	2	4
Empresa 7	2	2	4
Empresa 8	2	1	3

Empresa	Pregunta 1	Pregunta 2	Total puntuación
Empresa 9	2	2	4
Empresa 10	2	1	3
Empresa 11	2	1	3
Empresa 12	2	2	4

Nota. Elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, todos los informes de las empresas muestran un estudio de materialidad con relación a los interesados de cada una de estas empresas financieras, de igual manera, muestran el contexto de su empresa y avances en sostenibilidad. Sin embargo, cabe resaltar que, frente a la exhaustividad y equilibrio, muchas empresas se quedan cortas y se conforman con mínimos esfuerzos extraídos de sus asuntos materiales e informado solo sus aspectos positivos.

Según lo mencionado por Trujillo (2022) los Estándares GRI pueden ser evaluados en cuanto a su exhaustividad de acuerdo con una serie de pruebas como las siguientes:

Los informes presentados por las empresas describen sus actividades de gestión en el contexto de las condiciones reales y ODS, de acuerdo con las disposiciones de instrumentos o estándares reconocidos a nivel local, nacional y mundial. Los resultados de la empresa se presentan de forma que reflejen su impacto negativo y positivo en el contexto geográfico relevante. La empresa detalla el vínculo entre su estrategia, avances, objetivos, oportunidades y limitaciones y los aspectos económicos, ambientales y sociales.

En ese sentido, en Colombia por lo general las empresas no dan a conocer cuáles son los impactos negativos de sus actividades económicas y se orientan más a lo que están haciendo bien. Las acciones evidenciadas reflejan información incompleta para que las personas no logren conocer de forma íntegra la posición y actuación de la empresa en temas de sostenibilidad. Ello mismo lo menciona Trujillo (2022) cuando en su estudio sobre empresas colombianas destaca que para las organizaciones agroindustriales mencionar los impactos o resultados negativos no es un tema de interés y es el factor de puntuación más baja evidenciado en sus informes de sostenibilidad.

A su vez el equilibrio entre los diferentes resultados y acciones en las tres dimensiones no es homogéneo y se evidencia que existe mayor énfasis en lo social, especialmente con acciones enfocadas en los trabajadores o mediante actuaciones con pequeños segmentos de la comunidad. De manera que no todas comunican de forma equilibrada los resultados económicos y ambientales como debería ser.

CONTENIDOS GENERALES

Por otro lado, el GRI 102 habla de la información contextual de la empresa. Al plantearse la interrogante acerca de si "¿Utiliza el GRI 102: Información general para aportar información contextual sobre la organización?" se determina medir por medio de una escala de Likert la calidad de la información en seis ítems: perfil de la organización (A), estrategia (B), ética e integridad (C), gobernanza(D), participación de los grupos de interés (E), y prácticas para la elaboración de informes (F). En la tabla 5, se califica de 1 a 5 cada ítem (siendo 5 la calificación más elevada y 1 la más baja).

En el perfil de la organización (A) se buscó que la empresa incluyera en su informe aspectos como: nombre de la organización; actividades, marcas, productos y servicios; ubicación de la sede; ubicación de las operaciones; propiedad y forma jurídica; mercados servidos; tamaño de la organización; información sobre empleados y otros trabajadores; cadena de suministro; iniciativas externas; afiliación a asociaciones. En este ítem el que mayor influencia tuvo a la hora de bajar la puntuación de las empresas fue el tema de asociatividad y conformación de sindicatos dentro de la organización; debido a que es un tema poco evidenciado en pocos informes y es bastante importante para los interesados, puesto que permite hacer negociaciones más ágiles si se cuenta con grupos representativos de los stakeholders.

Con relación a la estrategia (B), se evaluó; la declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones y los principales impactos, riesgos y oportunidades de la organización. En este ítem la mayoría de las organizaciones comunican adecuadamente esos criterios. Aunque dicha información en algunas empresas es bastante breve respecto a los riesgos y oportunidades presentes.

El otro ítem es el de ética e integridad (C) en el que se estudiaron: los valores, principios, estándares y normas de conducta; y los mecanismos de asesoramiento

y preocupaciones éticas. Es un componente para destacar debido a que, en gran medida, las empresas solo plantean los principios, valores y normas, pero no se preocupa por comunicar la forma de gestionar situaciones éticas en la organización cuando estas ocurran. Lo anterior es importante comunicarlo, puesto que muchos posibles inversionistas son extranjeros y pueden darles bastante relevancia a los dilemas éticos a la hora de invertir en empresas foráneas.

Se evidencia que, a nivel general la parte ética y de integridad es la que más oportunidades de mejora presenta ya que no es un factor tan importante en muchas empresas. Gaviria (2022) destaca lo anterior y menciona que; desde 2020 se han debido realizar investigaciones al menos a 78% de las empresas colombianas, con mayor énfasis en las empresas del sector bancario, por los constantes fraudes, conductas indebidas o corrupción. Entonces, aunque muchas empresas si tienen políticas y principios éticos fijados en el direccionamiento estratégico corporativo, su aplicación o ejecución no es plenamente concebido y comunicado desde sus informes de sostenibilidad.

A su vez, a la hora de evaluar la gobernanza (D) se consideraron los siguientes elementos: estructura de gobernanza; delegación de autoridad; responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales; consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales; composición del máximo órgano de gobierno y sus comités; presidente del máximo órgano de gobierno; nominación y selección del máximo órgano de gobierno; función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia; evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno; identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales; eficacia de los procesos de gestión del riesgo; revisión de temas económicos, ambientales y sociales; políticas de remuneración; independencia de poderes, etc. Este el segundo factor de mayor debilidad en las empresas estudiadas.

De esta manera, la gobernanza en muchas empresas no es un elemento de suficiente interés ya que en Colombia es muy común evidenciar empresas familiares en las cuales no se tiene claramente la división o independencia de gobierno corporativo. De acuerdo al Estándar GRI (2021), es necesario que el máximo órgano de gobierno corporativo sea un digno representante de los grupos de interés, que sea independiente de cualquier otro interés ajeno a su cargo, que

tenga la experiencia en temas económicos, sociales y ambientales y conocimiento de la situación de la empresa, etc. Todo ello debe cumplirse a cabalidad para que el gobierno corporativo sea exitoso en su rol organizacional. Sin embargo, las características estructurales del gobierno corporativo de muchas empresas en Colombia hacen que la elección y administración de este grupo, no sea el más transparente y eficiente.

Otro ítem evaluado es el de la participación de los grupos de interés (E), que valoran los asuntos materiales sobre los cuales se trabaja en las estrategias de sostenibilidad. Por esta razón, en este ítem se evaluó: la lista de grupos de interés; acuerdos de negociación colectiva; identificación y selección de grupos de interés; enfoque para la participación de los grupos de interés; y temas con preocupaciones clave mencionados. En general, todas las empresas conocen cuáles son sus grupos de interés y se reúne con ellos con el fin de escuchar sus preocupaciones y opiniones; aunque, se identifica que algunos grupos tienen mayor grado de dominio y poder en las decisiones que se adoptan.

Finalmente, el ítem de prácticas para la elaboración de informes (F) evaluó los siguientes elementos: entidades incluidas en los estados financieros consolidados; definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema; lista de los temas materiales; re expresión de la información; cambios en la elaboración de informes; periodo objeto del informe; fecha del último informe; ciclo de elaboración de informes; punto de contacto para preguntas sobre el informe; declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI; índice de contenidos GRI; y verificación externa. En este aspecto de análisis se logró identificar que la mayoría de las organizaciones si está adoptando y empleando las recomendaciones GRI y a nivel general se presenta una estructura conforme a los planteamientos GRI.

De acuerdo con la tabla 5, Empresa 2 y Empresa 1 son las empresas que mejor información presentan en sus informes de sostenibilidad ya que aportan datos suficientes para ubicarse contextualmente en la situación sostenible de la empresa.

Tabla 5*Resultado aplicación GRI 102*

Empresa	A	B	C	D	E	F	Promedio
Empresa 1	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	4,8
Empresa 2	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	4,8
Empresa 3	4,0	5,0	3,0	4,0	5,0	5,0	4,3
Empresa 4	4,0	4,0	3,0	4,0	4,0	5,0	4,0
Empresa 5	4,0	4,0	3,0	4,0	5,0	5,0	4,2
Empresa 6	5,0	5,0	3,0	4,0	4,0	5,0	4,3
Empresa 7	4,0	4,0	4,0	3,0	4,0	4,0	3,8
Empresa 8	4,0	5,0	3,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Empresa 9	5,0	5,0	3,0	3,0	5,0	4,0	4,2
Empresa 10	4,0	4,0	3,0	4,0	4,0	4,0	3,8
Empresa 11	4,0	4,0	3,0	3,0	4,0	4,0	3,7
Empresa 12	3,0	4,0	4,0	3,0	4,0	5,0	3,8
Total	4,3	4,5	3,3	3,8	4,4	4,6	4,2

Nota. Elaboración propia

GRI 103. Enfoque de Gestión

Adicionalmente, se plantea un cuarto interrogante: ¿Utiliza el GRI 103: Enfoque de gestión para informar del enfoque de gestión y la cobertura del tema para todos los asuntos materiales? Con este se busca identificar si hay un enfoque de gestión y se abarcan con suficiencia los asuntos materiales dentro de los informes de sostenibilidad.

Se evidenció que un área de anomalía es el de evaluación de enfoque de gestión, lo anterior porque las organizaciones, si bien implementan indicadores de gestión y se crean un direccionamiento estratégico adecuado al contexto de la empresa, muchas veces no socializa o ejecuta dentro de la empresa la totalidad de la estrategia. Incluso, no siempre se lleva a cabo la medición requerida frente a cada aspecto de gestión de la empresa y solo se limita a medir aquellos aspectos considerados más importantes en la rentabilidad corporativa. Para que la evaluación de gestión sea completa debe examinarse desde diferentes aspectos: económicos, sociales, ambientales, estratégicos, etc. Esa medición debe hacerse por medio de distintos indicadores que aseguren la correcta medición de los objetivos buscados.

La tabla 6. Presenta los resultados correspondientes al cuestionamiento anteriormente planteado. se evalúa con esta; la explicación del tema material y su cobertura (a), el enfoque de gestión y sus componentes (b) y la evaluación del enfoque de gestión (c). Este proceso, se realiza una ponderación aplicando la escala de Likert, en donde se califica de 1 a 5 cada ítem (siendo 5 la calificación más elevada y 1 la más baja).

Tabla 6

Resumen cuestionamiento de aplicación del GRI 103

EMPRESA	A	B	C	Promedio
Empresa 1	5	4	4	4,33
Empresa 2	5	5	4	4,67
Empresa 3	5	5	3	4,33
Empresa 4	4	3	3	3,33
Empresa 5	4	3	3	3,33
Empresa 6	4	4	4	4
Empresa 7	4	4	3	3,67
Empresa 8	4	3	3	3,33
Empresa 9	5	3	2	3,33
Empresa 10	4	4	4	4
Empresa 11	4	4	4	4
Empresa 12	4	4	3	3,67
Total	4,333	3,833	3,333	3,833

Nota. Elaboración propia

GRI 200. Económicos

Adicionalmente, se elaboró una pregunta para medir los aspectos económicos comunicados en los informes de sostenibilidad. Allí, se evaluaron seis ítems: desempeño económico (A) (valor económico directo generado y distribuido; obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación), presencia en el mercado (B) (proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local), impactos económicos indirectos (C) (inversiones en infraestructuras y servicios apoyados; impactos económicos directos significativos), prácticas de

adquisición (D) (proporción de gasto en proveedores locales), anticorrupción (E) (operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción; comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción; casos de corrupción confirmados y medidas tomadas), y competencia desleal (F). Para lo anterior, se empleó la escala de Likert para evaluar el nivel de cumplimiento de 1 a 5 en cada ítem (siendo 5 el nivel más alto y 1 el más bajo).

De acuerdo con los resultados evidenciados, la competencia desleal es un tema que muchas empresas no incluyen en sus informes de sostenibilidad y otras solo mencionan un pequeño apartado bastante débil en cuanto a sus acciones, políticas y/o resultados. Por ende, la competencia desleal (F) es una anomalía presente en las memorias de sostenibilidad de las empresas financieras que cotizan en la BVC. De hecho, a nivel general las empresas presentan bastante debilidad en relación a la información de la dimensión económica que dan a conocer en sus informes.

De igual modo, hay que destacar que, aunque las empresas si incluyen políticas y medidas anticorrupción, no informan en sus memorias sostenibles toda la información relativa a investigaciones o prácticas de corrupción comprobadas en su organización. Tal como menciona Royo (2022) para la revista Haz, las empresas resaltarán todo aquello en cuanto a la ética y el cumplimiento de la normativa, más dejan de lado los riesgos que enfrentan por la corrupción. Se considera que no se le da la importancia suficiente como para incluir todos esos elementos en sus informes de sostenibilidad.

Tabla 7

Resumen cuestionamiento de aplicación del GRI 200

EMPRESA	A	B	C	D	E	F	Promedio
Empresa 1	5	5	5	5	5	4	4,8
Empresa 2	5	5	5	5	5	4	4,8
Empresa 3	5	5	5	5	5	4	4,8
Empresa 4	5	5	5	4	4	4	4,5
Empresa 5	5	5	5	4	5	1	4,2
Empresa 6	5	5	5	4	5	5	4,8
Empresa 7	5	5	5	5	5	1	4,3

EMPRESA	A	B	C	D	E	F	Promedio
Empresa 8	5	5	4	5	5	5	4,8
Empresa 9	5	5	5	5	5	3	4,7
Empresa 10	5	5	5	5	5	4	4,8
Empresa 11	5	5	5	5	4	1	4,2
Empresa 12	5	5	5	5	4	3	4,5
Total	5	5	4,9	4,8	4,8	3,3	4,9

Nota. Elaboración propia

GRI 300. Ambientales

Por otro lado, se estudió el GRI serie 300 (ambiental) que se compone por los siguientes ítems: materiales (a) (insumos reciclados), energía (b) (consumo energético dentro de la organización; reducción del consumo energético), agua (c) (consumo de agua), biodiversidad (d) (impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad; hábitats protegidos o restaurados), emisiones (e) (emisiones directas de GEI (alcance 1); intensidad de las emisiones de GEI; reducción de las emisiones de GEI), efluentes y residuos (f) (residuos por tipo y métodos de eliminación; transporte de residuos peligrosos), cumplimiento ambiental (g), evaluación ambiental de proveedores (h) (proveedores recientes que superan las evaluaciones y selecciones de acuerdo con los criterios ambientales; impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas).

De las empresas analizadas se debe destacar que los bancos son los que mejores resultados presentan y el ítem que menor puntuación tiene es el de evaluación ambiental de proveedores, ello que debido a que muchas empresas aún no le dan la importancia requerida a que sus proveedores sean ambientalmente responsables; sin embargo, se debe resaltar el hecho que al ser empresas del sector terciario (servicios) sus insumos son en su mayoría de conocimiento y recursos intangibles. Pese a ello, si manejan recursos tangibles donde se puede evaluar que sus proveedores cumplan con ciertos criterios ambientales. Por ejemplo, muchas entidades financieras deben invertir en infraestructura física donde deberían contratar con empresas ambientalmente responsables y evaluar ese desempeño.

Tabla 8*Resultados de la aplicación de GRI 300*

Empresa	A	B	C	D	E	F	G	H	Promedio
Empresa 1	5	5	5	5	4	5	5	5	4,9
Empresa 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0
Empresa 3	5	5	5	5	5	5	5	4	4,9
Empresa 4	5	5	5	4	4	5	5	4	4,6
Empresa 5	4	5	5	4	5	5	5	4	4,6
Empresa 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0
Empresa 7	4	5	5	5	5	5	5	3	4,6
Empresa 8	5	5	5	5	4	5	5	3	4,6
Empresa 9	5	5	5	3	5	5	5	4	4,6
Empresa 10	5	5	5	5	5	5	5	4	4,9
Empresa 11	5	5	5	3	4	5	5	3	4,4
Empresa 12	5	5	5	5	5	5	5	3	4,75
Total	5	5	5,0	4,5	4,7	5,0	5,0	3,9	4,8

Nota. Elaboración propia

GRI 400. Sociales

Finalmente, se evaluaron los aspectos sociales de donde se estudiaron 10 ítems: empleo (A); relaciones trabajador – empresa (B); salud y seguridad en el trabajo (C); formación y enseñanza (D); diversidad e igualdad de oportunidades (E); prácticas en materia de seguridad (F); evaluación de derechos humanos (G); comunidades locales (H); evaluación social de los proveedores (I); salud y seguridad de los clientes (J). Cada ítem se evaluó en escala de Likert de 01 al 05 (asignando al 01 el valor más bajo y al 05 el más alto).

En el ítem de empleo (A) se estudiaron las contrataciones de nuevos empleados y rotación de los mismos; los beneficios que reciben aquellos empleados de tiempo completo diferentes a quienes trabajan temporalmente y la licencia parental. En este ítem la mayoría de las empresas incluye información de sus empleados, aunque algunas solo mencionan de manera general algunas políticas para sus empleados, pero no aportan cifras que demuestren los resultados de sus acciones en cada elemento de análisis o no hacen la clasificación correspondiente

en cuanto a los tipos de trabajadores que pertenecen a su planta laboral.

En el ítem de relaciones trabajador – empresa (B) se analizó la relación existen entre ambas partes y como se trabaja para sacar a delante sus intereses comunes y divergentes. De hecho, aunque no son temas expresos dentro de sus informes de sostenibilidad. Aun así, de manera general si se hace cierto énfasis en los asuntos materiales que involucran a los trabajadores, las políticas de promoción y la forma de negociación. También se debe mencionar, que una manera de tener mayor cercanía entre ambas partes es por medio de sindicatos, pero la tasa de sindicalización es baja y es un asunto que no se suele mencionar en el informe de sostenibilidad de ninguna de las empresas estudiadas.

En el ítem de salud y seguridad en el trabajo (C) se estudió la representación de los trabajadores en comités formales trabajador - empresa de salud y seguridad; y las clases de accidentes así como la tasa de frecuencia de los mismos, enfermedades por el ejercicio de las labores, días fallidos, absentismo y cantidad de muertes por eventualidades laborales. A nivel general hay empresas que presentan todos los ítems de forma muy organizada y cuantificando los criterios estudiados. Sin embargo, algunas mencionan los criterios exigidos, aunque de manera más general y menos rigurosa. Cabe mencionar que se acuerdo al decreto 1072 se deben implementar sistemas de Seguridad y Salud en el Trabajo en todas las empresas en Colombia.

En el ítem de formación y enseñanza (D) se analizó el promedio de horas de capacitación al año por empleado; las actividades para fortalecimiento de las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición; cantidad de empleados que son evaluados periódicamente por su desempeño y desarrollo profesional. Este es uno de los elementos de mayor énfasis en los informes de sostenibilidad de todas las empresas, puesto que se enfocan en la formación como un eje trascendental en el desarrollo personal de sus trabajadores y la calidad de sus servicios para los clientes.

En el ítem de diversidad e igualdad de oportunidades (E) se estudió la diversidad en el gobierno corporativo y empleados; y la ratio del salario base y las liquidaciones del mismo a mujeres frente a hombres. En este ítem se evidenció que en el sector financiero cada día las empresas se preocupan por la igualdad de

oportunidades (por edades, sexo y nivel educativo principalmente) y se ve reflejado en sus informes de sostenibilidad. Aunque se hace la salvedad de que algunas empresas aun no prestan suficiente atención a comunicar la participación de mujeres y hombres en su plantilla laboral y su nivel salarial.

En el ítem de prácticas en materia de seguridad (F) se estudió si se cuenta con personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos. Ese aspecto estaba muy relacionado con políticas de salud y seguridad en el trabajo y la socialización de las mismas. Como es un elemento de obligación social en las empresas es notorio que la mayoría de ellas cumplen perfectamente ese requisito.

El siguiente ítem de estudio fue el de la evaluación de derechos humanos (G) en el que se abarcaron las actividades sometidas a observaciones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos (DDHH); capacitación de empleados en políticas o procedimientos sobre DDHH; acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas o sometidos a evaluación de DDHH. Nuevamente en casi ningún informe se mencionó de forma expresa un apartado para evaluar los derechos humanos; sin embargo, si se mencionó de forma recurrente en todos los informes el aspecto de DDHH (derechos humanos), destacándose las acciones emprendidas por cada una de las empresas en ese asunto.

Continuando con el ítem de comunidades locales (H) se estudiaron los programas ejecutados con participación de la colectividad local y las evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. Este asunto es muy notorio en todos los informes de sostenibilidad ya que es uno de los grupos de interés más importantes en la mayoría de las empresas. De los asuntos materiales se extraen muchos programas desarrollados con las comunidades locales.

Por otro lado, en el ítem de evaluación social de los proveedores (I) se midieron las afectaciones sociales negativas en la cadena de suministro y las disposiciones ejecutadas por cada empresa. En este aspecto si ninguna de ellas menciona explícitamente cuáles son sus impactos negativos. Anteriormente se mencionaba que la mayoría de las empresas se centra más en sus acciones de mejora y los resultados positivos evitando los resultados negativos que han surgido producto de su actividad comercial; aunque se puede pensar que al ser un sector financiero

y de servicios, no se generan muchas repercusiones negativas en la cadena de suministro, pese a ello en realidad toda actividad genera un impacto. Por ejemplo, con el notorio aumento de las tasas de interés del año 2022, muchas personas y empresas tuvieron problemas para financiar sus proyectos, ello conllevó serios problemas de carácter financiero (Barría, 2022); y aunque, sea una decisión que se replica desde el banco central o Banco de la República, en realidad las entidades financieras si pueden plantearse estrategias con el fin de que sus decisiones no termine empeorando la situación social y económica de sus clientes. Este si es un tema de anomalía en los informes de sostenibilidad, ya que pareciera ser que las empresas no consideran que este elemento les interese a quien lee sus informes.

Finalmente, se estudió la salud y seguridad de los clientes (J) en el que se abarcaron: los casos de incumplimiento por los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios. Este aspecto tampoco se menciona en los informes de sostenibilidad, solo se mencionan los beneficios de sus productos y servicios para los clientes y que hacen para mejorar continuamente. Pero no se dan a conocer casos en los que no se haya cumplido al cliente o que el producto haya sido peligros para los mismos. Como se ofrece un servicio y de carácter financiero si hay casos en los que hay riesgos como los robos o estafas cibernéticas que suponen peligros al cliente, estos temas deberían abarcarse en dichos informes, pero por lo general no se hace. Por ende, es un tema de anomalía en las memorias de sostenibilidad de las empresas del sector financiero que cotizan en la BVC estudiadas.

Tabla 9

Resultados de la serie GRI 400. Sociales

Empresa	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Promedio
Empresa 1	5,0	4,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	3,0	3,0	4,3
Empresa 2	4,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	3,0	3,0	4,4
Empresa 3	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	2,0	3,0	4,5
Empresa 4	5,0	4,0	5,0	4,0	4,0	4,0	5,0	4,0	3,0	3,0	4,1
Empresa 5	5,0	3,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	4,0	2,0	3,0	4,1
Empresa 6	5,0	3,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	2,0	3,0	4,2
Empresa 7	4,0	5,0	2,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	3,0	3,0	4,1
Empresa 8	3,0	5,0	4,0	5,0	4,0	4,0	5,0	4,0	2,0	3,0	3,9

Empresa	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Promedio
Empresa 9	5,0	3,0	5,0	4,0	4,0	5,0	5,0	5,0	3,0	3,0	4,2
Empresa 10	3,0	4,0	4,0	5,0	4,0	5,0	5,0	4,0	2,0	3,0	3,9
Empresa 11	2,0	5,0	4,0	3,0	4,0	4,0	5,0	4,0	2,0	3,0	3,6
Empresa 12	2,0	4,0	3,0	5,0	4,0	5,0	5,0	4,0	2,0	3,0	3,7
Total	4,0	4,1	4,3	4,6	4,4	4,8	5,0	4,3	2,4	3,0	4,2

Nota. Elaboración propia

INDICADORES NO REPORTADOS EN LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD

De acuerdo con los principales estándares de sostenibilidad se debe reportar con base en algunos indicadores que sirvan para medir el avance de la organización en el tiempo en términos de sostenibilidad; los indicadores sirven de medición interna y pueden ser de utilidad para los stakeholders. A continuación, se presenta una lista de 49 indicadores más importantes de acuerdo a las tres dimensiones de análisis: económica, social y ambiental:

1. Valor económico generado y distribuido
2. Consecuencias financieras debido al cambio climático
3. Cobertura de obligaciones debido a programas sociales
4. Ayudas financieras recibidas de gobiernos
5. Rango entre salario inicial estándar y salario mínimo por sexo
6. Proveedores locales: políticas prácticas, gasto
7. Contratación local
8. Inversiones en infraestructura y servicios de beneficio público
9. Impactos económicos indirectos
10. Materiales utilizados por peso o volumen
11. Porcentajes de los materiales utilizados que son valorizados
12. Consumo de energía desglosado por fuentes primarias
13. Consumo indirecto de energía
14. Ahorro de energía
15. Consumo de energías renovables y productos eficientes energéticamente
16. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía
17. Captación total de agua por fuentes
18. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua
19. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada
20. Descripción de terrenos y su valor de biodiversidad

21. Descripción de impactos en la biodiversidad.
 22. Hábitats protegidos o restaurados
 23. Estrategias y acciones para la gestión de impactos sobre la biodiversidad
 24. Número de especies en peligro de extinción que puedan ver afectado su hábitat
 25. Emisiones gases efecto invernadero (GEI)
 26. Otras emisiones indirectas de GEI
 27. Iniciativas para reducir las emisiones de GEI
 28. Emisiones de sustancias destructora de la capa de ozono
 29. Otras emisiones significativas al aire
 30. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino
 31. Peso de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento
 32. Porcentaje de recuperación de productos y/o envases
 33. Beneficios sociales para los empleados
 34. Periodo mínimo de notificación de cambios operacionales
 35. Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud
 36. Tasa de ausentismo, días perdidos y víctimas mortales, por región y sexo
 37. Programas de formación en prevención y control de riesgos
 38. Temas de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos
 39. Porcentajes de empleados que reciben evaluaciones de desempeño
 40. Porcentajes de proveedores, contratistas que han sido objeto de análisis en temas de DDHH
 41. Total, de horas de formación de los empleados respecto a DDHH y porcentaje de los empleados formados
 42. Número de incidentes de discriminación y medidas adoptadas
 43. Operaciones y proveedores con riesgo de explotación infantil y medidas adoptadas
 44. Número total de incidentes relacionados con violación a los DDHH de los indígenas y medidas adoptadas
 45. Porcentaje y número total de unidades de negocio con riesgo de corrupción
 46. Porcentaje de empleados formados en anticorrupción
 47. Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción
 48. Número total de incidentes producto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing
 49. Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes
-

DISCUSIONES

Con base en los principales indicadores mencionados anteriormente, se evidencio que en los informes de sostenibilidad de las 12 empresas del sector financiero que cotizan en la BVC, existen aún muchos indicadores que no se consideran o se hacen de forma muy escasa. A continuación, se van a ir mencionando de acuerdo a cada dimensión.

Económica

A nivel general las organizaciones brindan información adecuada en temas como los impuestos, capital suscrito, utilidades, dividendos, inversiones, activos fijos, etc. Sin embargo, algunas no son tan exhaustivas al compartir esos datos. Por ejemplo, solo 9 de las 12 empresas analizadas mostró el avance en la contribución de impuestos al Estado, 6 lo hicieron de forma organizada y las demás lo mencionaron levemente (sin cifras que sustenten los planteamientos).

Un indicador importante es la cantidad de unidades monetarias destinado a programas sociales o iniciativas educativas con las comunidades. Muchas empresas solo mencionaron que tenían este tipo de proyectos, pero no hacían énfasis en la cantidad de dinero invertido y como esas inversiones se han comportado a través de los años. Por ende, a nivel económico la principal falencia evidenciada es la de identificar de forma cuantitativa la valorización de cada proyecto, programa e iniciativa puesta en práctica que benefician a los interesados.

A su vez, casi ninguna de las empresas menciona el porcentaje de servicios y productos adquiridos de proveedores locales y las estrategias que están implementando para mejorar ese indicador. De hecho, se observa que cerca del 50% de las empresas manifestó la cantidad de recursos invertidos en proveedores, pero no distingue si son locales o no.

Social

A nivel social se estudiaron las 12 empresas y se identificó que todas mencionan indicadores enfocados principalmente en el trabajador, establecen cantidades de empleados, puestos fijos y variables, entre otros aspectos. Pero menos de la mitad clasifica la inequidad salarial entre hombres y mujeres de

acuerdo a los cargos y su comportamiento a través del tiempo. Por lo que se aconseja revisar ese aspecto que es de bastante interés.

A su vez, se menciona que se invierte en formación de los empleados, pero no se distingue en los temas de educación, las personas participantes y su equivalencia porcentual con relación a toda la planta de trabajo. Aquí un tema de interés debe ser la educación en derechos humanos, trabajo de menores y salud y seguridad en el trabajo.

Un aspecto importante que se debe abordar en los informes de sostenibilidad son los accidentes en el trabajo, pero solo el 40% de los informes los contempló, los demás lo mencionan de forma escasa o nula. En esos informes debería incluirse: el número de accidentes por año, los días no laborados (por causas médicas) en cada año, el número de días por ausencias laborales en el año y/o el número de accidentes fatales ocurridos en las empresas.

Tampoco se menciona en ningún informe si existe investigación por corrupción, los casos de posible corrupción y la formación o políticas emprendidas por la empresa. En ciertos casos solo se menciona como parte de otros ítems y de forma genérica. De igual manera, se evita mencionar si hay multas por publicidad engañosa, competencia desleal, quejas del consumidor o posibles casos de poca ética.

Finalmente, ninguno de los informes hizo énfasis en los sindicatos o grupos de trabajadores que logran negociaciones en colectivo, se considera un error bastante grave ya que a nivel internacional muchos empresarios se fijan en la cantidad de personal sindicalizado, puesto que permite negociaciones más ágiles y representativas con los empleados.

Ambiental

En la dimensión ambiental las empresas a nivel general muestran la mayor cantidad de acciones emprendidas en varios factores como es la cantidad de agua consumida por fuente (acueducto- subterránea), cantidad de energía consumida en kWh, el uso de energías alternativas, la reducción del consumo energético, las emisiones directas e indirectas de gases efecto invernadero, cantidad de materiales reciclados, etc. Sin embargo, aproximadamente el 30% de las empresas

no comunican con suficiencia sus acciones ambientales, por lo que, aunque mencionan estrategias para cuidar el agua, para ahorrar energía y reciclar sus residuos; en realidad no tienen indicadores cuantitativos que permitan medir el avance en los objetivos sostenibles planteados.

A su vez, solo cerca de la mitad de las empresas mencionan los gases nocivos para la capa de ozono que se generan por la organización y como se administran para reducir su impacto. Hay que tener presente que las empresas del sector financiero son de servicios, por lo que usan elementos como computadores, almacenamiento en la nube, internet, cables, etc. Todos esos insumos necesarios para que funcionen sus sistemas informáticos requieren de máquinas sofisticadas que permitan almacenar grandes cantidades de datos. Pese a ello, pareciera ser que las empresas ignoran la contaminación directa e indirecta que ocasionan producto de su actividad comercial. Eso hace que la información que comunican en sus memorias de sostenibilidad sea enfocada en que hacen para mejorar las condiciones ambientales de sus territorios, pero no se conciben como parte importante del daño ambiental ocasionado por su actividad económica.

Por ende, se deberían incluir indicadores de sostenibilidad ambiental enfocados en medir el nivel de impacto ambiental que genera su actividad económica en los ecosistemas. Del mismo modo, hay que tener presente que muchos componentes incorporados en equipos tecnológicos pueden ser contaminantes, por lo que las empresas deben fijarse en los componentes de los equipos que adquieren, para ir seleccionando proveedores que se caractericen por ser sostenibles.

CONCLUSIONES

Si bien la RSC es un compromiso voluntario, cada día más las empresas adquieren prácticas de sostenibilidad y responsabilidad. Esto es un fenómeno en aumento ya que la sociedad y las partes interesadas cada vez más ven con malos ojos a las empresas que no tienen buenas prácticas sostenibles. Pese a ello, la mayoría de empresas adopta diferentes guías, modelos o estándares para publicar sus memorias sostenibles, lo que ocasionan inconvenientes a los interesados, ya que no es fácil hacer comparaciones entre informes sostenibles de diferentes empresas.

Al analizar las 12 empresas del sector financiero que cotizan en la BVC fue posible notar que el 100% emplean el estándar GRI para presentar sus informes sostenibles. Por lo que se comparó el informe de sostenibilidad de las 12 empresas para identificar cuáles son las diferencias en contenido y forma de la información presentada allí en relación a las exigencias del GRI. De manera tal que, aunque todas emplean el mismo estándar y pertenecen al mismo sector, no todas comparten la misma información y con el mismo detalle.

Es así como inicialmente se hizo una indagación en la literatura para identificar cuáles son las principales oportunidades de mejora no financieras presentes en las diferentes investigaciones de informes de sostenibilidad. Allí, fue posible descubrir que la relación entre la organización y los stakeholders no siempre es la más cercana ni la más transparente, especialmente en países africanos y unos cuantos latinoamericanos. A su vez, las empresas no reportan la retroalimentación recibida por sus grupos de interés ni hay un correcto balance entre la información publicada de cada uno de ellos.

En cuanto a los aspectos negativos, las organizaciones no se preocupan por informarlos. Esto obedece a un interés por conservar la reputación y buen nombre de las organizaciones. Sin embargo, en algunos casos de organizaciones internacionales, el lenguaje utilizado para indicar impactos negativos, es transformado en oportunidades de mejora, con lo que depende en gran medida del tipo de informe si se incluyen o no las externalidades negativas.

Aunque se destaca que en la mayoría de los casos los informes de sostenibilidad son extensos no siempre contienen la información que se requiere conocer, a su vez, no hay indicadores cuantitativos en muchos casos que permitan medir el desempeño y evolución de la empresa en sus actividades.

Por otro lado, la mayoría de las empresas analizadas cumplen con los requisitos fundamentales (GRI 101) y contenidos generales (GRI 102), pero hay oportunidades de mejora en temas de ética y de gobierno corporativo. A su vez, se identifican desafíos en el enfoque de gestión (GRI 103) especialmente en la evaluación del enfoque.

En el GRI 200 (económico), se identificó que muchas empresas no agregan

en sus informes la competencia desleal como un tema de importancia; al igual que la corrupción, ya que el ítem es meramente teórico y no mencionan si tienen casos de corrupción o investigaciones (aunque si las tengan en realidad).

En el GRI 300 (ambiental), los bancos son los de mejores resultados. A su vez, la mayoría de las empresas no hacen énfasis en las medidas que llevan a cabo para asegurar que sus proveedores cumplen criterios ambientales y controlen la generación de gases efectos de invernadero.

El GRI 400 (social), es posible identificar que no hay muchas cifras que validen los planteamientos, por ejemplo, hablan de diversidad de empleados, pero no dicen cuántas mujeres hay por cargos, o cuantas personas LGTBI hay, por mencionar algunos casos. Tampoco se habló de sindicatos o formas de negociación entre empleadores y empleados. Adicionalmente se evidenció que las empresas financieras evitan mencionar los efectos negativos que se pueden propagar en la cadena de suministro como el sobreendeudamiento y altas tasas de interés en los microcréditos.

Finalmente, al analizar los indicadores que emplean las 12 empresas que cotizan en la BVC, se evidenció que la mayoría no menciona la cantidad de dinero que invierte en programas sociales, el porcentaje de proveedores locales, la cantidad de mujeres por cargo y edades, temas de educación, personas capacitadas en temas como DDHH, casos de corrupción, riesgos por corrupción, existencia de sindicatos, etc. Adicionalmente, se identificó que las empresas a nivel ambiental no dimensionan toda la contaminación indirecta de sus actividades y ubican medidas muy básicas de protección ambiental como es el reciclaje y el ahorro de agua (lo cual es importante), pero podrían hacer más especialmente a través de sus cadenas de suministro, donde se genera mayor contaminación.

REFERENCIAS

- Acacio Navarro, J. y Monsalve Martínez, I. D. (2018). *Diseño de un modelo de gestión de información, para la toma de decisiones estratégicas de los empresarios del cuero, calzado y marroquinería del Área Metropolitana de Bucaramanga* [Tesis de maestría, Universidad Santo Tomás]. <http://hdl.handle.net/11634/16116>
- Acevedo, J. y piñeros, R. (2019). Evolución del reporte en sostenibilidad en Latinoamérica bajo los lineamientos del GRI (Global Reporting Initiative). SIG-NOS-Investigación en Sistemas de Gestión. Universidad Santo Tomas. <https://www.redalyc.org/journal/5604/560460636003/html/>
- Almazán, A. (2016). La tecnociencia en tiempos (post)modernos: El Sistema Técnico en la obra de Jacques Ellul. *Revista Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 133. https://www.fuhem.es/wp-content/uploads/2018/12/papeles_133.pdf
- Arvidsson, S., & Dumay, J. (2022). Corporate ESG reporting quantity, quality and performance: Where to now for environmental policy and practice?. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 1091-1110. <https://doi.org/10.1002/bse.2937>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI (2022). *Global reporting Initiative*. <https://www.andi.com.co/uploads/GRI-sostenibilidad-2022.pdf>
- Bancolombia. (2018). *Conoce cómo invertir en la Bolsa de Valores de Colombia*. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/administracion-y-finanzas/todo-sobre-bolsa-valores-de-colombia>
- Barría, C. (6 de mayo de 2022). *Cómo te afecta el gigantesco aumento de las tasas de interés en el mundo (y quiénes se pueden beneficiar)*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61342556>
- Bowen, H. (2013). Social responsibility of the businessman. *The Rotarian*, 553-554
- Cardona, M., Duque, Y. V., & Rendón, J. A. (2013). RSE: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.
- Consejo Internacional de Informes Integrados IIRC (2013). *Integrated Reporting Framework*. New part or IFRS Foundation https://integratedreporting.ifrs.org/wp-content/uploads/2022/08/IntegratedReportingFramework_081922.pdf

- Correa-García, J. A., & Vásquez-Arango, L. (2020). Desempeño ambiental, social y de gobierno (ASG). *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas*, 28(2). https://bibliotecadigital.ucc.edu.co/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_4773ad997b-5f4929842a120a878a0498&context=PC&vid=57UCC_INST:57UCC_INST&lang=es&search_scope=Todo_SinObservatorio&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=any,contains,%22ASG%22&offset=0
- Correa-García, J. A., Hernández-Espinal, M. C., Vásquez-Arango, L., & Soto-Resrepo, Y. M. (2017). Reportes integrados y generación de valor en empresas colombianas incluidas en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. *Cuadernos De Contabilidad*, 17(43). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc17-43.rigv>
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45-51.
- Deloitte. (s.f.). Reportes de sostenibilidad. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/risk/Brochure%20Asesor%C3%ADa%20en%20Reportes%20de%20Sostenibilidad.pdf>
- Fonseca, A. (2010). Barriers to Strengthening the Global Reporting Initiative Framework: Exploring the perceptions of consultants, practitioners, and researchers. *Preuzeto sa sajta*, 31(08), 2016.
- Frederick, W. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307/41165405>
- García Lozano, J. I. (2018). El Pacto Mundial, Punto de Convergencia en la Línea del Tiempo del Desarrollo Sostenible y la RSE y su Influencia en las Empresas. *Dictamen Libre*, 11(23), 71-88. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.23.5146>
- Gaviria, N. (22 de octubre de 2022). *Más de 78% de empresas en Colombia han realizado investigaciones por corrupción*. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/mas-de-78-de-empresas-en-colombia-han-realizado-investigaciones-por-corrupcion-3477812#:~:text=Al%20menos%2078%25%20de%20las,de%20datos%2C%20tecnolog%C3%ADa%20e%20informaci%C3%B3n>
- Geoinnova. (2018). *ISO 26000, ¿en qué consiste esta norma?*. <https://geoinnova.org/blog-territorio/medioambiente-iso-26000/>
- Global Reporting Initiative GRI (2021). *A Short Introduction to the GRI Standards*. <https://www.globalreporting.org/media/wtaf14tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf>

- Haladu, A. (2019). Challenges of gri sustainability disclosure standards adoption by Africa's two largest Economies. In *International Conference on Business Sustainability & Innovation*. <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2019.08.1>
- Mugwira, T. & Nissim, D. (2018). *Sustainability reporting and the related challenges of the United Nations Global Compact signatories. A qualitative study in the Nordic region*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1221357/FULLTEXT01.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. *Ediciones de la U*. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Organización de las Naciones Unidas ONU. (2023). *Sostenibilidad - Impacto académico*. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad#:~:text=En%201987%2C%20la%20Comisi%C3%B3n%20Brundtland,mundo%20que%20buscan%20formas%20>
- Pinillo, A., Fernández, J. y Fernández, M. (2018). Revisión crítica de la dimensión Gobierno Corporativo en los cuestionarios de los Índices de Sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(2), 09-40. <https://www.redalyc.org/journal/5894/589466337002/html/>
- Royo, J.(12 de julio de 2022). Corrupción y memorias de sostenibilidad. *Revista Haz, periodismo que transforma*. <https://hazrevista.org/opinion/2022/07/corrupcion-memorias-sostenibilidad/>
- Smith, S. S. (2014). Integrated Reporting, Corporate Governance, and the Future of the Accounting Function. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10), 58-63. https://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_10_September_2014/8.pdf
- Trujillo, C. (2022). Evaluación de la exhaustividad de los reportes de sostenibilidad de las empresas agroalimentarias en Colombia [Tesis de grado no programada]. Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/f7755cb6-08b9-43d7-ab49-49e229a68b6b/content>
- Vásquez, M. y García de la Torre, C. (2022). Diagnóstico sobre las prácticas de sostenibilidad en las MiPymes de Nuevo León. *The Anáhuac journal*. 18(1), 27-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8287193>

World Business Council for Sustainable Development [WBCSD]. (2019). *Reporting matters. Navigating the landscape: a path forward for sustainability reporting*. https://docs.wbcsd.org/2019/10/WBCSD_Reporting_Matters_2019.pdf



IMPACTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL SECTOR AGRÍCOLA, INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS DEL MUNICIPIO DE COGUA - CUNDINAMARCA Y LA CIUDAD DE IBAGUÉ - TOLIMA



DIANA ZOLEIDY JARAMILLO SIERRA

**Maestría en Administración
Especialista en Gerencia de TH y Desarrollo Organizacional
Administradora Financiera**

E-Mail: diana.jaramillo-s@uniminuto.edu.co

WhatsApp: 3175127226

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9315-4727>

CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001518027

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Jaramillo Sierra, D. Z. (2024). Impacto de la cultura organizacional en el desempeño laboral del sector agrícola, industrial y de servicios del municipio de Cogua - Cundinamarca y la ciudad de Ibagué - Tolima en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 271-325). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

La cultura organizacional es un aspecto fundamental en cualquier empresa o entidad, ya que desempeña un papel crucial en la forma en que se desarrollan las actividades, se toman decisiones y se relacionan los miembros de la organización. Por lo tanto, es importante que las empresas definan y cultiven una cultura que se alinee con sus objetivos y valores para lograr un rendimiento óptimo que se refleje en el desempeño laboral de sus colaboradores. En ese sentido, la presente investigación, tiene como propósito determinar el impacto de la Cultura Organizacional sobre el Desempeño Laboral en empresas del sector agrícola, industrial y de servicios durante el período 2023.

La metodología que se utiliza se da a partir de un enfoque mixto, en el cual se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativo cuya información es interpretada en conjunto, desde el enfoque cuantitativo los constructos requieren de la recolección de datos y su procesamiento estadístico, y desde el enfoque cualitativo, se analizan características comportamentales de las respectivas variables.

La investigación se aborda desde distintos tipos de alcances: descriptivo, explicativa y correlacional y se realiza en tres empresas colombianas de distintos sectores: agropecuario, industrial y de servicios, con una población total de 536 unidades de análisis. Para la interpretación de los datos se emplearon las técnicas de Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y el modelo de Regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS). Los resultados demuestran que los constructos cultura organizacional y el desempeño laboral tienen una correlación aceptable en relación a las variables que conforman cada constructo; además que, la cultura organizacional, tiene un impacto significativo sobre el desempeño laboral de los colaboradores. Finalmente, se proponen algunas recomendaciones que pueden fortalecer la cultura organizacional de las empresas abordadas de cara al mejoramiento del desempeño de su talento humano.

Palabras clave: M14 - Cultura corporativa, diversidad; M59 - Economía de la gestión de personal: Otros.

Impact of Organizational Culture on Work Performance in Companies in the Agricultural, Industrial and Services Sector of the Municipality of Cogua - Cundinamarca and the City of Ibagué - Tolima

ABSTRACT

Organizational culture is a fundamental aspect in any company or entity, since it plays a crucial role in the way in which activities are carried out, decisions are made and the members of the organization are related. Therefore, it is important that companies define and cultivate a culture that aligns with their objectives and values to achieve optimal performance that is reflected in the work performance of their employees. In this sense, the purpose of this research is to determine the impact of Organizational Culture on Labor Performance in companies in the agricultural, industrial and service sectors during the period 2023.

The methodology used is based on a mixed approach, in which quantitative and qualitative data are collected and analyzed, whose information is interpreted as a whole, from the quantitative approach, the constructs require data collection and statistical processing, and from the qualitative approach, behavioral characteristics of the respective variables are analyzed. The research is approached from different types of scope: descriptive, explanatory and correlational and is carried out in three Colombian companies from different sectors: agriculture, industry and services, with a total population of 536 analysis units. For the interpretation of the data, the Exploratory Factor Analysis (EFA) techniques and the Partial Least Squares Regression model (PLS) were used.

The results show that the organizational culture and work performance constructs have an acceptable compensation in relation to the variables that make up each construct; In addition, the organizational culture has a significant impact on the work performance of employees. Finally, some guidelines are proposed that can strengthen the organizational culture of the companies addressed in order to improve the performance of their human talent.

Keywords: M14 - Corporate culture, diversity; M59 - Economics of personnel management: Others.

INTRODUCCIÓN

Es visible que tanto la cultura organizacional como el desempeño laboral son elementos fundamentales para fortalecer la identidad y crecimiento de las organizaciones, y en ese sentido, surge la necesidad de guiar y aportar elementos para la comprensión de la relación entre ambos constructos, los cuales se encuentran inmersos en organizaciones dirigidas y conformadas por personas con comportamientos, propósitos y formas de vida diferentes, lo cual da lugar a revisar si estas características influyen en la forma como sus miembros desempeñan sus funciones al interior de las empresas.

En ese sentido, el presente estudio tiene como propósito determinar el impacto que tiene la cultura organizacional sobre el desempeño laboral de los colaboradores en la empresa Agrícola Circasia S.A.S, la cual pertenece al sector agrícola; en la empresa Procesadora de arroces Proarroz S.A.S, del sector industrial y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, del sector servicios.

Este documento se organiza de la siguiente manera: en una primera parte, la formulación del problema abordado, en el cual se relacionan datos estadísticos importantes sobre las variables abordadas y, a partir de allí se plantean algunas preguntas que dan forma a los objetivos que darán forma a la investigación. Posterior a ello, se presenta la revisión del marco teórico en el cual se identifican un conjunto de conocimientos relacionados temáticamente y que además integran los distintos enfoques que han sido abordados frente a la CO y el DL, siglas que serán utilizadas en el documento para referirse a Cultura Organizacional y Desempeño Laboral respectivamente, y de los cuales se desprenden las variables a considerar en el proceso investigativo.

De otro lado, se efectúa una revisión al estado del arte analizando las investigaciones internacionales, nacionales y locales actualizadas relacionadas con este estudio. Posterior a ello, se entra a una fase de orden metodológico en la que se aborda la descripción y operacionalización de las variables abordadas para el análisis; el tipo de investigación, el instrumento de recolección de la información, la validez y confiabilidad de estos y finalmente se interpretan y analizan los resultados y se presentan las discusiones pertinentes a fin de dar cumplimiento al objetivo trazado.

MARCO REFERENCIAL

Con el ánimo de ubicar en contexto los diferentes constructos teóricos sobre cultura organizacional y el impacto que pudiera tener sobre el desempeño laboral, se presentan los principales referentes que han aportado a dichos constructos a partir de su conceptualización teórica.

Cultura Organizacional

De acuerdo con Yopan et al. (2020), "desde los años 70, diversos autores han abordado conceptual y empíricamente la formación y desarrollo de la Cultura Organizacional" (p.265), es así como según los académicos y profesionales en el área administrativa se interesaron por los valores y creencias intangibles inherentes a la CO como un intento por prescribir mejoras funcionales en las organizaciones (McClellan, 2020), sin embargo, frente a la misma, existen un sinnúmero de paradigmas y puntos de vista que buscan determinar su concepto, elementos y cómo debería estudiarse (Gentilin et al., 2022).

El concepto de cultura aplicado a las organizaciones parte de las investigaciones realizadas (Mayo, 1924 - 1927, citado en Mannevu, 2018), mediante un experimento que tenía como propósito determinar los "efectos de la iluminación, la humedad y la temperatura en la producción individual de los operadores y sus actitudes hacia el trabajo de montaje" (p. 1243); el estudio tuvo lugar en una sala de ensamblajes, y permitió que un grupo de psicólogos realizaran un monitoreo continuo a los efectos psicofisiológicos de los colaboradores, comprobando que el aspecto psicológico y la cultura influían más que los aspectos ergonómicos en el desempeño de los trabajadores.

Años más tarde, Pettigrew (1979), describe la CO como "el sistema de significados pública y colectivamente aceptados, operando para un grupo determinado en un tiempo dado" (p. 574), posterior a ello, Schein (1988), citado en Denison (1996), introduce un concepto más específico, relacionando la misma con un patrón de supuestos básicos compartidos que se aprenden por parte de un grupo a medida que resuelven sus problemas de adaptación externa e integración interna. Más adelante, el mismo autor amplía la definición, al describir sus características e indicar que puede transmitirse de una generación de miembros a otra en las organizacionales. Este concepto fue ampliado por Denison (1996), al

afirmar que su “significado se establece por la socialización de una variedad de grupos identificados que convergen en el lugar de trabajo” (p. 624). Luego, Hofstede (2001), asocia el término con “la programación colectiva de la mente que distingue a un grupo o categoría de personas de otro” (p. 89).

Una definición más detallada la presenta Martin (2002), al afirmar que, al examinar las organizaciones desde una perspectiva cultural, es necesario relacionar aspectos de la vida organizacional que a lo largo de la historia han sido ignorados o poco abordados, y que implican, entre otros aspectos, las historias que los colaboradores antiguos cuentan a los que acaban de llegar sobre “cómo se hacen las cosas por aquí”, la manera como está organizada la empresa, los objetos personales, el ambiente de trabajo y las relaciones interpersonales (Hardie et al., 2022).

Más adelante, Chiavenato (2009), señala que la CO tiene que ver con la forma en que interactúan las personas, sus actitudes predominantes, los supuestos subyacentes, las aspiraciones y los asuntos relevantes de las interacciones humanas forman parte de la cultura de la organización. Por su parte, Robbins & Judge (2012), bajo el marco de la diferenciación empresarial, conceptualizan la cultura como un sistema de valores compartidos entre sus miembros que distingue a una organización de las otras.

Al respecto, Leyva et al. (2021), mencionan que, cuando un individuo llega a ser parte de una organización viene con un conjunto de experiencias sociales, grupales e individuales, que dan sentido a los valores que este considera como propios; pero, que en ese proceso de aprendizaje e intercambio es capaz de construir ideas y modos de ver los hechos dentro de la organización que influyen en sus vivencias, significados y percepciones que son compartidas y que le dan a los equipos de trabajo una fuerza única y una identidad colectiva.

También, Cabezudo (2018), sugiere que la gestión de dichos valores, tiene su fundamento en la posibilidad de cerrar brechas conductuales y comportamentales que pueden resultar perjudiciales, y que, es necesario evitar que la carencia o diferencia de valores afecte el clima laboral, el comportamiento y la personalidad de la organización. En ese sentido, los sistemas de valores justifican el comportamiento organizacional (Abbasi et al., 2020), son decididamente sostenidos y ampliamente

compartidos y reforzados por la estructura y estrategia corporativa (Narayana, 2017).

Por su parte, Robbins & Judge (2012), agregan que las organizaciones pueden caracterizarse por poseer una cultura fuerte, en la que las personas comparten de forma potente la misión y valores corporativos, mientras que, para el caso de una cultura débil, se muestra poca claridad en los valores, el rumbo de la organización no es claro y además, dicha cultura puede desdibujarse o desaparecer fácilmente (Higinio y Gallardo, 2020).

Frente a los objetivos estratégicos, Sanabria et al. (2019), define la CO, como el medio que orienta a los miembros de la organización para el logro de estos, al guiar el rumbo y las acciones que se deben seguir, permitiendo así un mejor y óptimo desempeño de acuerdo con la visión corporativa, de cara a sus partes interesadas (Lam et al., 2021).

Vista como un medio, se le considera, uno de los factores impulsores que se pueden utilizar para la adaptación organizativa de cara al entorno del negocio (Waljiyanto et al., 2022), convirtiéndose así en un "factor importante para asegurar que una organización prospere en términos del desempeño"(Okwata et al., 2022, p. 2), aportando a la construcción de una ventaja competitiva estable (Pol, 2022). También, Mahdi et al. (2019), indican que, la cultura es una de las fuentes más importantes de ventaja competitiva sostenible para la organización no sólo porque es un pilar distintivo de los valores corporativos, sino también porque es difícil que la competencia posea la misma cultura, haciendo que existan valores diferenciadores; en ese sentido, es necesario potenciar una marca personal a partir de elementos como la CO, la cual se convierte en un factor estratégico para la organización (Olivares et al., 2019) .

En relación con los elementos que la conforman, la CO, está "significativamente constituida por las normas de individualización" (Karikari, 2022, p. 154), pero que, al integrarse a la organización se convierte en identidad colectiva (Makunyi et al., 2022). Aunque se le ve como una categoría estática a corto plazo, en el largo, puede cambiar (Kulović et al., 2022).

Modelos de medición de la Cultura Organizacional

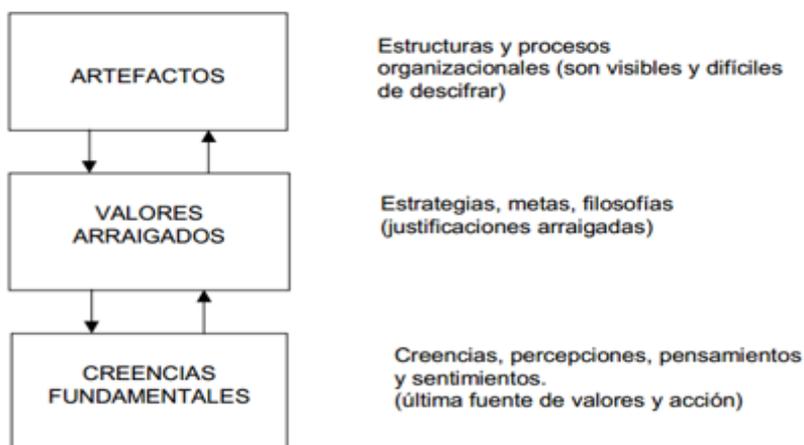
En la literatura internacional se encuentran diversos modelos para diagnosticar, medir y evaluar CO. Algunos de ellos la analizan desde aspectos culturales y otros desde tipologías que integran dichos rasgos. Al respecto, Igor (2022), afirma que la noción de "cultura organizacional" se encuentra con mucha frecuencia en la literatura, pero su análisis indica que no se aborda teóricamente de la misma manera frente a los distintos modelos que permiten medirla; sin embargo, es importante considerar aquellos que son más destacados.

Cultura Organizacional según Schein

Uno de los primeros teóricos que abordan el concepto de CO y presentan un modelo de medición estructurado sobre la misma, es Schein (1986), sus primeros estudios describen la CO "el nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa y lo hacen de una manera inconsciente, lo cual les permite definir y tener una interpretación básica de la imagen que la empresa tiene de sí misma y del entorno" (p. 35). El autor, ofrece un prototipo para comprender CO, en el cual indica que los valores de los fundadores se transmiten a través de la organización en términos de estructura organizativa, visión, misión, declaraciones formales y otros hechos que sean visibles. Su modelo tiene tres niveles (Figura 1):

Figura 1

Modelo de Cultura de Schein



Nota. Figura tomada de Schein (1988)

En este modelo, cada nivel presenta los siguientes elementos: artefactos (oficinas, decoración, mobiliario, vestimenta, etc.), valores propuestos (eslóganes de la empresa, declaraciones de misión) y supuestos básicos subyacentes (que no se ven ni se identifican conscientemente en las interacciones cotidianas entre organizaciones miembros (Schein, 2010). En un análisis del modelo hecho por Saleem et al. (2020) y Tangsgaard (2021), sugieren que es un concepto encaminado a la aplicación estratégica, el cual ha ganado terreno en los estudios actuales de la administración tanto pública como privada.

Cultura Organizacional de Cameron y Quinn

El marco de valores de competencia Competing Values Framework (CVF), de Cameron y Quinn (2006), se propuso con el propósito inicial de ayudar a los industriales de la época de 1990 a tomar decisiones de manera estratégica a partir de comportamiento de sus colaboradores. Se compone de un marco teórico diseñado para analizar la cultura organizacional de dicho sector. El modelo se basa en la premisa de que las organizaciones tienen una cultura dominante que influye en la forma como los miembros de los equipos de trabajo se comportan y toman decisiones. Se considera uno de los más utilizados para medir el constructo Cultura Organizacional.

El enfoque de medición correspondiente, es el Organizacional Instrumento de Evaluación de la Cultura (OCAI); una encuesta que desarrolla un puntaje de la tendencia del perfil de la cultura existente y uno del nivel de CO deseado; la brecha entre el perfil de CO actual y el deseado ayuda a construir un plan de acción estratégico (Sindakis et al., 2022).

El modelo consiste, como puede verse en la figura 2, en combinar dos dimensiones: enfoque externo frente a interno y estabilidad versus flexibilidad, estas dimensiones o valores en competencia se configuran a partir de cuatro tipos de cultura: de clan, orientada a las relaciones humanas, en la cual se considera a la empresa como una gran familia, haciendo que prevalezca la orientación de los líderes y el trabajo en equipo, adhocrática, en la cual se asume un entorno de trabajo flexible e innovador que conduce a la adaptación e iniciativa como pilares para enfrentar las exigencias del mercado (Pedraja-Rejas et al., 2019), de jerárquica, orientada a los procesos internos, donde la centralización, el control, la rutinización y el orden enmarcan la dinámica organizacional (Rosas et al., 2020), y de mercado,

centrada en lo externo y enfocada a las metas y la ejecución, haciendo que los colaboradores se sientan motivados por el alcance de logros y la competencia (Solarte et al., 2018).

Figura 2

Modelo de valores en competencia



Nota. Figura tomada de Cameron & Quinn (2011)

Cultura Organizacional según Denison (DOCS)

Denison ha sido un constante contribuyente al dominio de la cultura organizacional como un referente para la toma de decisiones, en ese sentido, define la CO como "valores, creencias, y principios que sirven como base para el sistema de gestión de la organización, así como el conjunto de prácticas y comportamientos de gestión que ejemplifican y refuerzan esos principios básicos" (Denison, 1990, p. 2).

Comenzando con su estudio en el que vincula la cultura con desempeño organizacional, el autor realiza grandes aportes al presentar un modelo de medición de CO compuesto por cuatro dimensiones: 1. Compromiso: la capacidad de los miembros para involucrarse en el trabajo, tener sentido de pertenencia, participar y tener responsabilidad para con la organización; 2. Consistencia: concerniente a los sistemas, estructuras, procesos que buscan la estabilidad e integración que

permiten un apalancamiento y uniformidad para el logro de los objetivos (Leal y Arias, 2021), 3. adaptabilidad; relacionada con la capacidad y experiencia de introducir cambios; 4. misión: la cual representa el propósito y la dirección de la organización, otorgando una visión clara de cómo será la organización en el futuro" (Denison, 1990).

El modelo puede observarse en la figura 4, en la cual es posible denotar los cuatro cuadrantes regidos por dos ejes; el eje horizontal va en un continuo desde la flexibilidad (extremo izquierdo), hasta la estabilidad (extremo derecho); mientras que el eje vertical va desde la orientación externa (extremo superior) hasta la orientación interna (extremo inferior).

Figura 3

Modelo de Denison Organizational Culture Survey



Nota. Elaboración propia a partir de Denison (1990)

Variables de la Cultura Organizacional

Según Mena (2020), "el concepto de CO no se restringe solamente a la ideología o a la identidad corporativa de la empresa, es un fenómeno mucho más abarcador y enriquecedor" (p.15), en palabras de Soto et al. (2019), es importante prestar atención a los aspectos que configuran la CO, toda vez que la misma

contribuye a que las organizaciones subsistan a través del tiempo; desde esta mirada, es necesario abordarlo a partir de la identificación puntual de las variables que le son determinantes, para este caso, las mismas se extraen a partir de los siguientes teóricos en orden cronológico:

En la escala de CO desarrollada por Zamanou y Glaser (1994), se consideran las variables: moral del individuo, seguridad del empleo, reclutamiento, entrenamiento, trabajo en equipo y compromiso, entendiendo su clara orientación hacia el comportamiento humano. Por su parte, Xenikou & Furnham (1996), tomaron como factores de cultura el crecimiento organizativo basado en la tarea, el estilo defensivo en su desarrollo, el estilo constructivo como necesidad de satisfacción y la cooperación.

Más adelante, Berson et al. (2008), refieren las variables: orientación emprendedora, creatividad y ambiente de trabajo con riesgo, énfasis en las reglas, regulaciones y eficiencia y la orientación de apoyo hacia los miembros de la organización. Asimismo, Calderón et al. (2010), incluyen atributos como "el contexto competitivo, el direccionamiento estratégico, la estructura, el liderazgo, los sistemas de medición y las prácticas de la gente" (p. 226).

Luego, Robbins y Judge (2012), proponen siete características que dan sentido a la CO en las organizaciones, y que se engloban en seis dimensiones, innovación: el grado en que son alentados los empleados para que puedan innovar y asumir riesgos; atención al detalle: el grado de precisión que se espera, análisis y atención al detalle por parte de los empleados; orientación a resultados: enfoque en los resultados a partir de técnicas y procesos que conlleven al logro de los mismos; orientación a las personas: grado en que las decisiones de la gerencia consideran el efecto de estas sobre sus colaboradores; orientación al equipo: las actividades laborales están más organizadas en torno a los equipos que a los individuos; agresividad y estabilidad: el grado en el que los miembros de la organización son dinámicas y competitivas en lugar de fáciles de complacer y finalmente la estabilidad, la cual implica el grado en que las actividades de la empresa procuran mantener el statu quo en lugar de fomentar el crecimiento.

Ruiz & Naranjo (2012), refieren los hábitos colectivos y la comunicación, como variables de la CO, "ya que, debido a la velocidad derivada del uso de

herramientas tecnológicas se pueden ver afectadas las dinámicas culturales de las organizaciones y por ende la comunicación" (p.294), esta última influenciada en gran medida por la CO (Thelen & Formanchuk, 2022). También Cújar et al. (2013), realizan una revisión sistemática de literatura en la que extraen los siguientes atributos: propiedades motivacionales, estrategia, percepción, aprendizaje, liderazgo, tarea y flexibilidad/estabilidad.

Los autores Morelos & Fontalvo (2014), indican que la misión, visión, valores, normas, así como también, las relaciones laborales, hacen parte fundamental de la CO. Ortiz et al. (2014), mencionan que en el abordaje de la CO deben incluirse elementos como la comunicación, la solución a distintos problemas y el apoyo mutuo entre compañeros. Rai (2015), sostiene que la CO, se compone de seis variables: estructura organizacional, desempeño de los colaboradores, la gestión de conflictos, la innovación y la participación para facilitar el compromiso en los miembros de los equipos de trabajo. Según Chatman & O'Reilly (2016), en torno a CO, refieren que los valores culturales se conjugan en ocho factores: innovar y tomar riesgos, atención al detalle, orientación a resultados, agresividad y competitividad, apoyo, énfasis en el crecimiento y en las recompensas, colaboración y orientación al equipo, y decisiones.

Por su parte, Marulanda et al. (2016), indica que los rasgos culturales incluyen los elementos como: tipos de organización, capital intelectual, estímulos, direccionamiento estratégico y apropiación. En ese mismo período, Carrillo (2016), refiere que: "la cultura organizacional se mide en relación con la estrategia, estructura, trabajo en grupo, liderazgo, propietarios, innovación, orientación a resultados y orientación a personas" (p.61).

De acuerdo con Gochhayat et al. (2017), "la cultura se expresa en creencias, suposiciones, actitudes, valores, artefactos y comportamientos fundamentales de los miembros de la organización (p. 691). Felizzola, et al. (2017), establecen las siguientes tipologías de CO y dentro de estas sus respectivas variables: cultura organizacional conservadora, caracterizada por manuales, procedimientos, jerarquía, liderazgo, toma de decisiones, y conexión de equipos de trabajo a través de canales formales; cultura organizacional en transición, mediante la cual se analiza la toma de decisiones basada en la investigación, relaciones informales, control jerárquico en menor grado y la generación de ideas en algunas áreas y

finalmente una cultura organizacional para la innovación, en la que se tienen en cuenta elementos como reacción a los cambios internos, flexibilidad, aprendizaje de los colaboradores, relaciones informales y cercanas, creatividad e inventivos.

Por su parte, Schein & Schein (2017), enfatiza que elementos como la confianza interpersonal y las actividades de seguimiento son importantes de estudiar al abordar CO, porque promueven y sostienen los artefactos y las creencias y valores propuestos que, en conjunto, constituyen los supuestos básicos. De otro lado, Leithy (2017), presenta las creencias, valores, estilos de trabajo y relaciones como elementos para tener en cuenta. Según Mei et al. (2017), la cultura organizacional es un constructo multifacético y de naturaleza jerárquica, que atiende a la gestión participativa, la satisfacción laboral, la organización del aprendizaje, la ética, el enriquecimiento laboral, el respeto y la aceptación, y la percepción y el orgullo del público como factores de primer orden que tienen en cuenta los atributos: gestión participativa, ética, la variedad de habilidades, la autonomía, la capacitación, el respeto y aceptación y percepción sobre el trabajo.

Llanos y Bell (2018), realizan una síntesis sobre CO, encontrando que es posible agruparlas en una dimensión simbólica (Imagen institucional, filosofía institucional, normas y reglamentos; y una dimensión manifiesta (liderazgo, comunicación y relaciones), las cuales fomentan una cultura favorable (Díaz et al., 2021). En palabras de Oberföll et al. (2018), "las variables que describen la cultura organizacional son estructura, valores y resolución de conflictos" (p.33).

Desde la posición de Joseph & Kibera (2019), la cultura de una organización está representada por atributos tales como: la comunicación, procesos organizacionales, estructuras, sistemas, valores y creencias, los cuales determinan las estructuras y los sistemas que se crean al interior de las organizaciones. Meng & Berger (2019), relaciona las variables: misión compartida, el poder compartido de toma de decisiones, la comunicación bidireccional, la apreciación del valor de las relaciones públicas y la diversidad, esta última como uno de los atributos de mayor importancia en los equipos de trabajo (Ponomareva et al., 2022). A juicio de Holbeche (2019), la CO es "la forma en que hacemos las cosas aquí", y por lo tanto refleja atributos como: los supuestos, normas, rutinas, valores y comportamientos compartidos que han evolucionado con el tiempo dentro de las organizaciones.

Por su parte, Sánchez (2019), definen las variables de CO, a partir de cuatro categorías:

Categoría 1: Estructura, estrategia y procesos de gestión administrativa: estructura, estrategia y procesos de gestión. Categoría 2: Elementos asociados a la existencia de una cultura organizacional: acciones y preconcepciones, mitos y creencias, ideología, valores, ritos y hábitos, normas, relaciones interpersonales, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones y cooperación. Categoría 3: Gestión administrativa para la promoción de una cultura de innovación: acciones y preconcepciones e iniciativa. Categoría 4: Capacidad de gestión de la innovación existente: niveles de educación, experiencia en el sector, forma de contratación, educación para la innovación y grado de satisfacción laboral. (p.14).

De otro lado, Yip et al. (2020), adopta el modelo de normas de CO a partir de elementos como: contenido de las normas, intensidad de las normas, consenso de las normas y congruencia de valores y normas. Mientras que, McClellan (2020), relaciona las variables: prácticas cotidianas, sistemas de significados, procesos comunicacionales y comprensión de la realidad.

Desde el punto de vista de Ugheoke (2021), las variables que hacen parte de la CO son: valores, rituales, comportamientos, sistemas de gestión y planificación visionaria, liderazgo, innovación, satisfacción, gestión del aprendizaje y ambiente de trabajo. En una exploración de CO realizada por Costa et al. (2021), se identifican los siguientes items: políticas, jerarquía, competitividad, apoyo social, dependencia, aprendizaje auto dirigido, iniciativa y autorrealización. También, Senbeto & Hon (2021), relaciona: los valores, actitudes y percepciones.

Finalmente, Widarko & Anwarodin (2022), la CO se relaciona con elementos como: valores, hábitos, formas de trabajar, ceremonias y tradiciones, que se aceptan por parte de los miembros de la empresa. Luego, Karikari (2022), infiere que la CO está significativamente constituida por "las normas de individualización, interacciones con artefactos, recursos y discursos neoliberales" (p.36), argumentando que dichas interacciones dan como resultado una cultura que supera lo simbólico y que por lo tanto tiene implicaciones materiales.

A partir de esta revisión documental en la que se considera no solo la conceptualización y los enfoques de CO sino también las variables que algunos autores plantean en su medición (Tabla 1), se extraen aquellas que podrían ser tenidas en cuenta para este estudio:

Tabla 1

Extracción de variables de Cultura Organizacional

Autor	Estudio	Variables relacionadas
Schein (1986)	Modelo de tres dimensiones	Estructura organizativa, visión, misión, percepciones y significados, creencias y expectativas, valores, símbolos, imagen institucional. Confianza interpersonal y las actividades de seguimiento. (Ver Figura 1)
Cameron y Quinn (2011)	Modelo Competing Values Framework (CVF)	Dimensiones: Clan (La empresa como una gran familia) Adhocracia (Dinámica del trabajo, emprendimiento, innovación y creatividad) Mercado (Orientación a resultados, a clientes, búsqueda de información) Jerarquía (Formalización y estructuración de procedimientos) Ver Figura 2)
Zamanou y Glaser (1994)	El Organizational Culture Inventory (OCI) Tipo Likert	Moral del individuo, seguridad del empleo, reclutamiento, entrenamiento, trabajo en equipo y compromiso.
Xenikou & Furnham (1996)	Estudio analítico correlacional y factorial de cuatro medidas de cuestionario de CO	Crecimiento organizativo basado en la tarea, el estilo defensivo en su desarrollo, el estilo constructivo como necesidad de satisfacción y la cooperación.
Denison (1990)	Modelo de CO Organizational Culture Survey, (DOCS)	Dimensiones: compromiso, consistencia, adaptabilidad, misión.
Berson et al. (2008)	Inventario de valores de Schwartz (1992)	Orientación emprendedora, creatividad y ambiente de trabajo con riesgo, énfasis en las reglas, regulaciones y eficiencia y orientación de apoyo.
Robbins & Judge (2012)	Características de la Cultura Organizacional	Innovación, atención al detalle, orientación a resultados, a las personas, al equipo, agresividad y estabilidad.
Ruiz & Naranjo (2012)	Revisión de los estudios publicados en revistas indexadas	Hábitos colectivos y comunicación.
Cújar et al. (2013)	Revisión sistemática de literatura	Propiedades motivacionales, estrategia, percepción, aprendizaje, liderazgo, tarea y flexibilidad/estabilidad

Autor	Estudio	Variables relacionadas
Morelos-Gómez y Fontalvo-Herrera (2014)	Revisión documental	Misión, visión, valores, normas, así como también, las relaciones laborales
Chatman & O'Reilly, (2016)	Organizational Culture Profile (OCP) - Valores culturales	Innovación y toma de riesgos, atención al detalle, orientación a resultados, agresividad y competitividad, apoyo, énfasis en el crecimiento y en las recompensas, colaboración y orientación al equipo, y decisiones.
Rai (2015)	Marco multinivel - cuestionario autoadministrado	Estructura organizacional, gestión de conflictos, participación y la vida laboral.
Marulanda et al. (2016)	Exposición de la relación CO y buenas prácticas	Tipos de organización, capital intelectual, estímulos, direccionamiento estratégico y apropiación
Carrillo (2016)	Medición de CO .- Análisis de revisión documental	Estrategia, estructura, trabajo en grupo, liderazgo, propietarios, innovación, orientación a resultados y orientación a personas
Gochhayat et al. (2017)	Influencia de la CO en la efectividad - Tipo Likert	Creencias, suposiciones, actitudes, valores, artefactos y comportamientos.
Felizzola & Anzola (2017)	Tipologías de CO	CO conservador: manuales, procedimientos, jerarquía, liderazgo, toma de decisiones, y conexión de equipos de trabajo: CO en transición: toma de decisiones, relaciones informales, control jerárquico y generación de ideas y CO para la innovación: cambios internos, flexibilidad, aprendizaje de los colaboradores, relaciones informales y cercanas, creatividad e inventivos
Leithy (2017)	Análisis marco teórico - Relación entre cultura organizacional y desempeño	Creencias, valores, estilos de trabajo y relaciones.
Mei et al. (2017)	Instrumento de Cultura Organizacional (OCI)	Gestión participativa, ética, la variedad de habilidades, la autonomía, organización de aprendizaje, respeto y aceptación y percepción sobre el trabajo.
Llanos y Bell (2018)	Revisión teórica - Delimitación de variables objetivas.	Dimensión simbólica (Imagen institucional, filosofía institucional, normas y reglamentos); y una dimensión manifiesta (liderazgo, comunicación y relaciones)

Autor	Estudio	Variables relacionadas
Oberföll et al (2018)	Estudio de caso múltiple	Estructura, valores y resolución de conflictos.
Joseph & Kibera (2019)	Encuesta transversal - Tipo Likert	Comunicación, procesos organizacionales, estructuras, sistemas, valores y creencias.
Meng y Berger (2019)	Encuesta nacional en línea - Tipo Likert	Misión compartida, el poder compartido de toma de decisiones, la comunicación bidireccional, la diversidad y la apreciación del valor de las relaciones públicas
Holbeche (2019)	Encuesta piloto, bajo muestreo intencional	Supuestos, normas, rutinas, valores y comportamientos compartidos
Sánchez (2019)	investigación exploratoria descriptiva, método inductivo	Estructura, estrategia y procesos de gestión, acciones y preconcepciones, mitos y creencias, ideología, valores, ritos y hábitos, normas, relaciones interpersonales, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones y cooperación, preconcepciones e iniciativa, niveles de educación, experiencia en el sector, forma de contratación, educación para la innovación y grado de satisfacción laboral.
Yip et al. (2020)	Modelo de normas de CO	Contenido de las normas, intensidad de las normas, consenso de las normas y congruencia de valores y normas.
Ugheoke (2021)	Encuesta - Agencia de Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas de Nigeria	Valores, rituales, comportamientos, sistemas de gestión y planificación visionaria, liderazgo, innovación, satisfacción, gestión del aprendizaje y ambiente de trabajo
Costa et al. (2021)	Análisis sistemático de literatura - Panel de expertos	Políticas, jerarquía, competitividad, apoyo social, dependencia, aprendizaje auto dirigido, iniciativa y autorrealización
Senbeto & Hon, (2021)	Entrevistas semiestructuradas en profundidad	Contenido de las normas, intensidad de las normas, consenso de las normas y congruencia de valores y normas.
Widarko & Anwarodin (2022)	Muestreo aleatorio proporcional estratificado	Valores, hábitos, formas de trabajar, ceremonias y tradiciones
Karikari (2022)	Marco materialista cultural a través del análisis del discurso	Normas de individualización, interacciones con artefactos, recursos y discursos neoliberales.

Nota. Elaboración propia a partir de información consultada

Desempeño Laboral (DL)

En esta sección se exponen distintos referentes que dan cuenta de los elementos teóricos y conceptuales relacionados con el constructo, así como las variables subyacentes al mismo.

De acuerdo con Pandey (2019), el desempeño laboral constituye funcionalmente una construcción teórica compleja, multifacética y dinámica (Sandall et al., 2022), es por eso que hasta finales de los 80 no se había presentado una clara definición esta variable, lo cual representó dificultades al momento de realizar mediciones (Gabini, 2018). Según Quispe & **Cóndor (2021)**, el DL se abordó en sus inicios a partir del control de los colaboradores y su supervisión en el lugar de trabajo, posterior a ello, el término migró hacia una concepción medible que dio lugar a la evaluación del desempeño, mediante el cual se tenía en cuenta el logro de objetivos, posterior a ello, se agregaron elementos importantes como los beneficios para colaboradores y jefes.

Uno de los primeros teóricos en abordar el concepto de manera formal es Sikula (1988), al respecto, el autor refiere que el DL corresponde a una atribución del valor que se les otorga a las acciones de los empleados, las cuales "son relevantes para las metas de la organización o para la unidad organizativa en la que la persona trabaja" (Aung et al., 2023). Campbell (1990), afirma que el DL se refiere a los medios mediante los cuales se logran los objetivos corporativos y que se relaciona con el trabajo del colaborador dentro de la empresa; sobre este autor, Bautista et al. (2020), indican que presenta una definición integral, considerándolo como uno de los pilares teóricos más importantes sobre el tema.

Por su parte, Motowidlo et al. (1997), relacionan el DL con la demostración de las actividades que realiza el colaborador y que implican su comportamiento y cooperación con otros a la luz de los resultados esperados. En ese sentido, Muntazeri et al. (2018), indican que los resultados propios del DL se pueden medir en términos de eficiencia, puesto que, de esta depende que el individuo realice una gran labor. Es decir que, corresponde al nivel de ejecución que el colaborador alcanza en el cumplimiento de sus tareas (Harrington, 2001), asociadas a la percepción que este tenga sobre su trabajo (Grant, 2008); por lo cual, un buen desempeño se convierte en una ventaja competitiva para cualquier empresa (Chiavenato, 2011).

Frente a su medición, Malik y Chikkara (2018), refieren que el DL permite la valoración del colaborador y su potencial, logrando la optimización de sus habilidades y destrezas (Mosca et al., 2022) de tal forma que mejore su eficiencia y eficacia. Visto como un proceso, Indacochea et al., (2018), considera que el DL es un proceso periódico y sistemático de su desenvolvimiento individual; (Mendieta et al., 2020), pero también se le puede ver como un proceso de operación que incluye los comportamientos individuales de los colaboradores en relación con la asignación del trabajo. (Darvishmotevali & Ali, 2020); así mismo, (Warner, 2019; Sakdiyakorn et al., 2021; Anwar et al., 2022), relacionan el constructo con el comportamiento del colaborador, argumentando que este define al DL, y que estos deben coincidir con los objetivos esperados; demostrando qué tan bien el individuo o un grupo pueden cumplir con los mismos a partir de mediciones que se dan en términos de integridad, precisión, velocidad y costos, lo cual se logra a través de estrategias propias e individuales (Arroyave et al., 2019).

Sobre su impacto, Bautista et al. (2020), refieren que, el DL impacta positiva y negativamente a las empresas, y su resultado depende en gran medida de las competencias y habilidades de los colaboradores, y, en ese sentido, la organización debe brindar los recursos necesarios para la ejecución de las tareas, buscando mejorar el desempeño de cara a las metas trazadas. Al respecto, las organizaciones pueden desarrollar estrategias y/o prácticas organizacionales para su mejoramiento, enmarcadas en: "incorporación e inducción de nuevos talentos, sistemas de compensación e incentivos, desarrollo y retención del talento y seguimiento y retroalimentación" (Checa-Llontop et al., 2020, p. 196), teniendo en cuenta lo expresado por (Ballesteros et al., 2022), las prácticas organizacionales, son necesarias para el aprendizaje (Ortega & Peñarroja, 2020), y el desempeño de los colaboradores (Vásquez et al., 2021).

Lo anterior da lugar a la siguiente hipótesis: Las prácticas organizacionales, como elemento cultural, inciden en el desempeño laboral de la población objeto de estudio.

Modelos de medición de Desempeño Laboral

Se han propuesto múltiples modelos y métodos para analizar la CO, y por lo tanto se han diseñado una gran variedad de herramientas (Shirali et al., 2022), enfocadas en medir las aptitudes y resultados de los colaboradores (Aşkun et

al., 2021), en función de los objetivos organizacionales (Guartán et al., 2019). Se relacionan a continuación algunos de los más importantes en la gestión empresarial.

Modelo de medición de Cambell

Campbell (1990), dio lugar al Proyecto de Clasificación y Selección del Ejército, el cual se originó como producto de un estudio realizado en el ejército de los Estados Unidos; es un modelo basado en ocho dimensiones: habilidad específica en la tarea, la cual corresponde a la capacidad que tiene un colaborador para realizar las tareas que se le asignan; habilidades no específicas de la tarea, referido a las tareas que no corresponden directamente a las funciones asignadas pero que el jefe espera que se realicen; comunicación oral y escrita, concerniente a la habilidad que tiene el colaborador para comunicarse; demostración de esfuerzo, relacionada con la consistencia que se debe tener para terminar la tarea; mantenimiento de la disciplina personal, aquella en la que se evitan comportamientos que van en contra del trabajo; facilitación del rendimiento en equipo, referente al trabajo con otros compañeros; supervisión, relacionada con el seguimiento de quienes influyen en los subordinados y finalmente, la administración, la cual implica la organización y gestión de recursos.

Según Odebode (2018), gracias a este aporte teórico se ha logrado un significativo avance en términos de la comprensión de los factores que contribuyen al DL; considerando al modelo como un pilar teórico fundamental para la evaluación del desempeño, por su constructo multidimensional y porque abarca los componentes principales para su medición, ayudando así a la formulación de estrategias y la toma de decisiones (Bautista et al. 2020). De acuerdo con Ishola et al., (2018), el modelo de Campbell retrata el desempeño como un conjunto de tres dimensiones (1) conocimiento explicativo, (2) conocimiento procedimental y aptitudes, y (3) motivación.

Modelo de medición de Motowidlo y Borman

Las dimensiones anteriormente expuestas, fueron abordadas por Motowidlo et al. (1997), quienes las integraron en dos grupos principales frente a la taxonomía del DL: el desempeño de la tarea y el desempeño contextual; el primero, está relacionado con el comportamiento del colaborador cuando realiza sus tareas y los resultados que obtiene de ellas; mientras que, el desempeño

contextual, refleja su comportamiento interpersonal para facilitar la ejecución de la tarea. Por consiguiente, el desempeño de la tarea implica actividades específicas de rol, mientras que, las actividades contextuales pueden llegar a ser similares para todos los colaboradores (Patnaik, 2020).

Al respecto, Reis et al. (2019), explican la consistencia de cada dimensión, mencionando que existen dos tipos de ejecución de tareas, y que, en ese sentido, la primera incluye la transformación de materias primas en bienes y servicios; la segunda, relaciona tareas que permiten mantener el núcleo técnico o que son de apoyo (reposición de suministros, distribución de productos, gestión y administración).

Modelo de desempeño del rol laboral

Este modelo denominado Work Role Performance Questionnaire (WRPQ), aborda el desempeño según los roles de trabajo, fue presentado por Griffin et al. (2007), a partir de una clasificación cruzada de tres niveles en los que los comportamientos aportan a la efectividad, enmarcada en la competencia, adaptabilidad y proactividad; y, las tres formas distintas de comportamiento: individual, grupal y organizacional.

Uno de los grandes aportes del modelo, es la integración de comportamientos que son puramente adaptativos y aquellos que son proactivos en un único modelo integral (Griffin et al., 2017). Años más adelante, el mismo autor menciona que el modelo ofrece "un método simple y verídico para medir los logros, reflejar los cambios afines con una intervención o ayuda a evaluar los resultados" (Griffin et al., 2007, p. 229)

Variables del Desempeño Laboral

Existen muchos factores que participan en el proceso complejo del desempeño laboral (Riera et al., 2020), sin embargo, en función de los objetivos trazados en este estudio y, teniendo en cuenta los elementos teóricos del DL que se han revisado, se exponen de manera cronológica las variables que le son más significativas.

Borman et al. (1987), sugieren que es necesario tener en cuenta como variables del desempeño, el rendimiento de la tarea, lealtad, aprendizaje, trabajo en equipo y determinación. Para Murphy & Saal (1990), el DL se modela a partir de dimensiones como: conductas técnicas, conductas interpersonales, conductas relacionadas con la pérdida de tiempo, conductas destructivas. En ese mismo período, Campbell (1990), planteó cinco importantes ítems del DL: habilidades técnicas, habilidades generales, esfuerzo y liderazgo, disciplina personal, aptitud física y porte militar, puesto que el modelo se presentó en un primer momento en un contexto marcial.

Años más tarde, Viswesvaran et al. (1996), plantearon diez elementos a considerar en el contexto del DL: Productividad, esfuerzo, conocimiento del trabajo, aprendizaje, competencias interpersonales, competencias administrativas, competencias comunicativas, liderazgo, cumplimiento de la autoridad y desempeño general del trabajo. Posteriormente, el mismo autor y otros, proponen una clasificación del desempeño en tres dimensiones: 1. Desempeño de tareas: en la cual se integran indicadores como: el conocimiento, destrezas. 2. Desempeño contextual, con los elementos: persistencia, la voluntad, y la cooperación. 3. Productividad individual, cuyos indicadores son: cumplimiento de reglas, cumplimiento de procedimientos y logro de objetivos. (Achoma, 2020). Koopmans et al. (2014), incluyeron indicadores de desempeño tales como: completitud de tareas laborales, actualización de conocimientos, entendidos como aprendizaje, trabajo preciso y limpieza, resolución de problemas, planificación y organización

Yozgat et al. (2013), mencionan que el DL está influenciado por las siguientes variables: relaciones interpersonales, ausentismo y distanciamiento/retraining, frente a este último, Heistad et al. (2022), indica que representa una herramienta que permite realizar mediciones y diseñar estrategias enfocadas al mejoramiento del desempeño.

Por su parte, AlMakhaita et al. (2014); identificaron seis elementos: liderazgo, enseñanza y colaboración, cuidado crítico, planeamiento, relaciones interpersonales y desenvolvimiento profesional. En el mismo período, Hettiarachchi (2014), presenta las siguientes dimensiones y dentro de estas sus respectivas variables: características (conocimiento del trabajo, cooperación, relaciones interpersonales, independencia y habilidades comunicativas; comportamientos

(planeación, organización, calidad, puntualidad, atención y velocidad y finalmente, resultados (eficiencia y cumplimiento de la tarea a tiempo).

Pasolong (2014), concluyó que el desempeño del colaborador tiene varios elementos que deben ser tenidos en cuenta: trabajo individual y grupal, desempeño de funciones, trabajo de acuerdo con la moral y la ética, resolución de conflictos y adaptación al cambio. Luego, Salgado et al. (2015), indica que el DL se puede operacionalizar a través de distintas maneras, integrando elementos en el marco del comportamiento (esfuerzo, laboriosidad y adaptabilidad) y otros orientados a aspectos mucho más profundos como: comunicación, asistencia, cumplimiento.

Más adelante, Alsuwailem & Elnaga, (2016), indican que al DL puede estar influenciado por variables disposicionales como la aptitud, necesidad del logro, autoestima, control, el temperamento del colaborador y su interacción con otros. De acuerdo con Robbins et al. (2017), el desempeño laboral está conformado por elementos tales como: calidad del trabajo, cantidad de trabajo, puntualidad, eficacia e independencia. Así mismo, Ishola et al. (2018), relacionan los siguientes ítems: calificaciones técnicas, calificaciones profesionales, y capacitación de los colaboradores. También Muntazeri et al. (2018), indican que, para medir el DL, es necesario considerar la eficacia y la eficiencia.

Riera et al. (2020), establecen tres dimensiones para medir el desempeño y dentro de estas, sus respectivas variables: 1. Contenido de trabajo (atractivo, clima, higiene, estética, ergonomía, horarios, mantenimiento, desarrollo personal y profesional, desarrollo cultural y atención a la vida); 2. Esfuerzo y resultados individuales (justicia, vinculación, seguridad y percepción, coherencia y autonomía); 3. Trabajo en equipo (identificación de la tarea, significado de la tarea, retroalimentación, cohesión, suficiencia, correspondencia y variedad de habilidades). Finalmente, Oluwayemi et al. (2022), sugieren como variables del desempeño laboral: la cantidad de trabajo, relaciones laborales, conocimiento del trabajo y la calidad del trabajo.

Teniendo en cuenta los elementos abordados anteriormente, se extraen las principales variables (Tabla 2) que algunos autores han tenido en cuenta para medir DL.

Tabla 2

Extracción de variables del Desempeño Laboral

Autor	Estudio	Variables relacionadas
Borman et al. 1987	La escala de calificación, revisión de la literatura y experiencia previa.	Rendimiento de la tarea, lealtad, aprendizaje, trabajo en equipo y determinación.
Murphy & Saal (1990)	Observación y cruce de variables invertidas	Conductas técnicas, conductas interpersonales, conductas relacionadas con la pérdida de tiempo, conductas destructivas.
Campbell (1990)	Modelado del problema de predicción. Estimación estadística adecuada y la técnica de modelado estructura	Habilidades técnicas, habilidades generales, esfuerzo y liderazgo, disciplina personal, aptitud física y porte militar.
Viswesvaran et al. (1996)	Métodos meta analíticos de comparación	Productividad, esfuerzo, conocimiento del trabajo, competencias interpersonales, competencias administrativas, competencias comunicativas, liderazgo, cumplimiento de la autoridad y desempeño general del trabajo.
Koopmans et al. 2014	Revisión sistemática en bases de datos médicas, psicológicas y de gestión	Complejidad de tareas laborales, actualización de conocimientos (aprendizaje), trabajo preciso y limpieza, planificación y organización y resolución de problemas.
Yozgat et al. (2013)	Estudio correlacional	Relaciones interpersonales, ausentismo y distanciamiento/retraining.
(AlMakhaita et al., 2014)	Estudio epidemiológico transversal, cuestionario autoadministrado.	Liderazgo, enseñanza y colaboración, cuidado crítico, planeamiento, relaciones interpersonales y desenvolvimiento profesional.
Hettiarachchi (2014)	Enfoque deductivo. Encuesta	Características (conocimiento del trabajo, cooperación, relaciones interpersonales, independencia y habilidades comunicativas; comportamientos (planeación, organización, calidad, puntualidad, atención y velocidad y finalmente, resultados (eficiencia y cumplimiento de la tarea a tiempo).
Pasolong (2014)	Revisión documental y teórica	Trabajo individual y grupal, desempeño de funciones, trabajo de acuerdo a la moral y la ética y adaptación al cambio.
(Salgado et al., 2015)	Cuatro estudios primarios. Estudio multidimensional	Esfuerzo, laboriosidad y adaptabilidad, comunicación, asistencia, cumplimiento.

Autor	Estudio	Variables relacionadas
(Alsuwailem & Elnaga, 2016)	Estudio descriptivo basado en la recolección de datos y análisis de resultados de estudios.	Aptitud, necesidad del logro, autoestima, control, el temperamento del colaborador y su interacción con otros.
Robbins et al. (2017)	Revisión documental	Calidad del trabajo, cantidad de trabajo, puntualidad, eficacia e independencia
Ishola et al. (2018)	Encuesta estructurada, análisis de regresión múltiple.	Calificaciones técnicas, calificaciones profesionales, y capacitación de los colaboradores
Muntazeri et al. (2018)	Enfoque asociativo, método de análisis de regresión múltiple.	Eficacia y Eficiencia.
Riera et al. (2020)	Análisis cuantitativo	1. Contenido de trabajo (atractivo, clima, higiene, estética, ergonomía, horarios, mantenimiento, desarrollo personal y profesional, desarrollo cultural y atención a la vida); 2. Esfuerzo y resultados individuales (justicia, vinculación, seguridad y percepción, coherencia y autonomía); 3. Trabajo en equipo (identificación de la tarea, significado de la tarea, retroalimentación, cohesión, suficiencia, correspondencia y variedad de habilidades)
Oluwayemi et al. (2022)	Uso de datos secundarios y evaluación puntual de información.	Cantidad de trabajo, relaciones laborales, conocimiento del trabajo y la calidad del trabajo

Nota. Elaboración propia a partir de información consultada

METODOLOGÍA

El estudio se abordó desde un enfoque mixto, en el cual, según (Hernández y Mendoza, 2018), se recolectan y analizan datos cualitativos y cuantitativos cuya información es interpretada en conjunto, es decir que, mediante este, se utilizan datos no solo numéricos, sino también verbales, simbólicos, visuales y textuales (Creswell y Creswell, 2018), buscando que “los datos cualitativos se acoplen a los datos cuantitativos” (Cortez, 2018, p. 1105), desde este sentido, la enfoque mixto, enriquece la investigación con una mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de comprensión (Delgado et al., 2018).

El estudio se enmarca en distintos tipos de alcance de acuerdo al

planteamiento del problema y los objetivos planteados y la concepción teórica. En ese sentido, se inició con un alcance descriptivo, puesto que se pretende identificar el tipo de CO que subyace a las organizaciones objeto de estudio, al igual que determinar las prácticas y resultados del DL de sus colaboradores. De acuerdo con Ramos (2020), en este tipo de alcance, “ya se conocen las características del fenómeno, y lo que se busca es exponer su presencia en determinado grupo humano” (p. 2).

Por lo anterior, también se tuvo en cuenta el alcance explicativo, del cual (Oré, 2019), refiere que implica “descubrir las causas y naturaleza de relación entre variables o categorías de estudio, respondiendo a el por qué y en qué condiciones ocurre y se relacionan las variables investigadas” (p. 2), además del para qué de los fenómenos (Cifuentes, 2019).

Considerando la necesidad de determinar el impacto de la CO sobre el DL de los colaboradores de las empresas objeto de estudio, se hizo necesario aplicar un alcance correlacional, en el entendido de medir el grado de asociación o relación entre dos o más variables (Hernández y Mendoza, 2018).

En relación con la población, según Arispe et al. (2020), la población se define como conjunto de casos o elementos que tienen en común una serie de especificaciones y que se ubican dentro de determinado espacio; dichas unidades. Desde esta noción, la población estuvo representada por todos los colaboradores que hacen parte de las empresas que se relacionan en la tabla 3.

Tabla 3

Información población de estudio

Empresa	Número de colaboradores
Agrícola Circasia S.A.S	230
Procesadora de arroces Proarroz S.A.S	50
Corporación universitaria minuto de Dios, sede Toli- ma y Magdalena Medio	283
Total unidades de análisis	563

Nota. Construcción propia a partir de las empresas objeto de estudio

Con el propósito de calcular el tamaño de la muestra, se realizó un muestreo aleatorio simple (MAS), toda vez que la población objeto de estudio es cerrada, es decir que sus unidades se pueden identificar y numerar de manera fácil (Rodríguez & Mendivelso, 2018).

El cálculo del tamaño de la muestra, según Cortés et al. (2020), se hizo con base en la siguiente fórmula:

Donde:

N = Tamaño de la población

s = Desviación estándar poblacional

B = Error o diferencia máxima entre la media muestral y la media poblacional que se está dispuesto a aceptar con el nivel de significación escogido.

Al aplicar la fórmula, se obtuvo una muestra total de 229 unidades de análisis. Posterior a ello, fue necesario realizar un muestreo aleatorio estratificado (MAS), considerando a cada una de las empresas objeto de estudio como categorías o estratos; en este sentido se aplicó una afijación proporcional a cada uno de los estratos (empresas) teniendo en cuenta la cantidad de colaboradores con que cuenta cada una de estas unidades de análisis. Al aplicar el muestreo estratificado, se encontró un coeficiente de 0,4076 con el cual se obtuvieron las siguientes muestras estratificadas para cada empresa: Agrícola Circasia S.A.S (94 unidades de análisis), Procesadora de Arroz Proarroz (20 unidades de análisis) y finalmente, Corporación Universitaria Minuto de Dios (115 unidades de análisis).

Para determinar el impacto que sobre el DL tiene la CO, en las firmas correspondientes, se aplicó un instrumento de diseño propio a partir de las variables relacionadas con CO y DL, enmarcadas dentro de la fundamentación teórica de este estudio. Dicho instrumento corresponde a la encuesta, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. El instrumento tuvo un diseño de formato tipo Likert, a través del cual es posible medir actitudes y/o predisposiciones emocionales, buscando reaccionar coherente, favorable o desfavorablemente a personas, objetos o ideas (Dutton y Blum, 1968 citado en Robayo et al., 2018)

Para medir la confiabilidad de la encuesta, se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, que es un estadístico que permite medir la fiabilidad de un instrumento

y es uno de los más utilizados como una medida de la consistencia interna (Ventura-Leon & Peña-Calero, 2021). En relación con la validez del instrumento, Hernández y Mendoza (2018), afirman que la validez de un instrumento es el grado real de medición de la variable a través de este; en la que no se encuentran sesgos (Palella & Martins, 2012). En tal sentido, se empleó la validez de contenido y la validez convergente, las cuales se realizaron a través del Análisis Factorial Exploratorio (AFE), el cual permite ordenar los datos y facilitar la interpretación de las correlaciones. De acuerdo con Ledesma et al. (2019), "su principal uso se orienta a explorar la dimensionalidad de las medidas y generar evidencias internas de validez, especialmente en las etapas iniciales de construcción o adaptación de instrumentos" (p.174)

Con el propósito de realizar el procesamiento de los datos provenientes de los instrumentos de recolección de información, desde el método cuantitativo, se empleó en un primer momento el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), a través de la técnica de componentes principales, el cual "pretende resumir toda la varianza existente en la matriz de correlación mediante un número reducido de variables, que son combinación de las variables observadas" (Ledesma et al., 2019, p. 13), en ese sentido, analizar si las variables de la CO inciden en el DL o si las del DL inciden en la CO.

Además, se utilizó el modelo de Regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS), para predecir el conjunto de variables dependientes a partir del conjunto de predictores, extrayendo factores ortogonales que maximizan la capacidad predictiva, también llamados componentes (Mello, 2021, p. 9).

RESULTADOS

Confiabilidad y validez

De acuerdo con Sánchez (2021), la aplicación de pruebas piloto requiere tener validez en lo que concierne al contenido y el tema de estudio del cuestionario. De esta forma, se realizó la prueba piloto al instrumento de recopilación de información, buscando corroborar que los ítems del instrumento aplicado fueran comprensibles para los colaboradores encuestados, seleccionando de manera aleatoria a 23 encuestados que representan el 10% de la muestra (229 unidades

de análisis), mediante la cual se obtuvo inicialmente una fiabilidad de 0,95, la cual es superior al 0,70. Posterior a los resultados anteriores, se procedió a aplicar el cuestionario a la muestra completa, obteniendo como resultado un coeficiente de Cronbach de 0.933 para todos sus ítems, superando el valor mínimo satisfactorio de 0,70 por lo cual se consideró que es un instrumento óptimo para trabajar.

En la matriz de correlación obtenida a partir de la administración del cuestionario compuesto por 21 ítems, se encontraron pares de variables con niveles de asociación significativos, positivos y débiles para las variables de Cultura Organizacional: Direccionamiento estratégico (DIR), Sistema de valores (SV), Reglas (REG), Consistencia (CONS), Compromiso Laboral (CL), Trabajo en equipo (TEQ), Liderazgo (LID), Comunicación (COMU), Relaciones interpersonales (REL), Flexibilidad Laboral (FL) y Diversidad (DIV). Aquellas que mayor grado de correlación presentaron fueron: SV, REG, CONS, CL, TEQ y DIV, mientras que, las que menos grado de correlación, presentaron, aunque positiva, fueron: COMU, RL y FL.

Para el caso del Desempeño Laboral, también se detectaron reactivos con correlaciones positivas entre ellos y bajas con las demás, aunque en un nivel inferior a la correlación de las variables de la Cultura Organizacional. Las variables del DL relacionadas fueron: Planificación (PLAN), Capacitación (CAP), Resolución de Conflictos (RSC), Aprendizaje (APR), Desenvolvimiento (DESN), Negociación (NEG), Gestión de Recursos (GREC), Reconocimiento (REC), Adaptación (ADAP) y Ausentismo (AUS). Aquellas con mayor grado de correlación fueron: APR, DESN y REC y las que menor grado de correlación tuvieron, son: NEG y AUS.

Por otra parte, se observa que el determinante de la matriz de correlaciones arroja un valor .000; de acuerdo Crombet-Grillet et al. (2019), si este es muy bajo o se aproxima cada vez más a cero, las correlaciones entre los atributos son muy altas; por lo tanto, se corrobora que existe validez convergente.

Análisis descriptivo

De acuerdo con Cárdenas (2018), "el análisis de los datos tiene como meta responder las preguntas de investigación e identificar tendencias" (p. 2), a partir de la descripción de las características de las unidades de análisis (Troya, 2019). Teniendo en cuenta lo anterior, se condensa el análisis descriptivo de los principales resultados de este estudio a partir del cálculo de los estadísticos

La mediana promedio es de 5,0 para todos los datos, lo cual indica que las respuestas de los encuestados estuvieron dentro de las frecuencias "parcialmente en desacuerdo" y "de acuerdo" y que la respuesta que más se repite es "de acuerdo". En relación a la moda, se encontró un promedio de 5,0, esto indica que la respuesta que mayor número de veces se repite es "de acuerdo". Para el caso de los percentiles, se tiene que el percentil 50 fue de 5,0, coincidiendo con la mediana; para el caso del percentil 75, el valor obtenido es 5,4, indicando que el 75% de las respuestas correspondió a las opciones "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo" y para el caso del percentil 25, cuyo valor fue de 5,4, significa que el 25% de las respuestas estuvieron en las alternativas "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo".

Se presentan a continuación los principales resultados en relación a algunas de las preguntas formuladas en el correspondiente cuestionario:

Un porcentaje significativo de los colaboradores correspondiente al 59% señaló que estaban de acuerdo y totalmente de acuerdo respecto a la identidad y sentido de pertenencia que se crea en las organizaciones a través de su misión y visión, 26% argumentó estar parcialmente de acuerdo y el 15% indicó estar parcialmente en desacuerdo y en desacuerdo. Lo anterior refleja cierto contraste en el sentir de los encuestados frente a su identidad personal con la identidad organizacional.

El 47% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los valores de la organización se alinean con los valores que ellos consideran importantes en su vida personal, el 24% indicaron estar parcialmente de acuerdo, el 18% manifestaron estar totalmente de acuerdo; mientras que, el 11% señalaron parcialmente de acuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. En ese sentido, se tiene que, la mayoría de los colaboradores se sienten identificados con los valores organizacionales y solo un pequeño grupo consideró que existen algunas diferencias o que sus valores personales son distintos a los que la empresa posee.

Se encontró también que, el 48% de los colaboradores indicaron estar de acuerdo con la claridad y consistencia que poseen las reglas que rigen su comportamiento dentro de la organización; el 24%, mencionó estar totalmente de acuerdo, mientras que, el 20% expresó estar parcialmente de acuerdo y el 9%

manifestó estar parcialmente en desacuerdo y en desacuerdo. Con base en estos datos, se evidencia que la mayoría de los encuestados encuentran positivas las reglas que la empresa ha implementado para regular la conducta de sus colaboradores, sin embargo, existen un pequeño grupo que se muestra escéptico frente a este atributo.

En relación a la consistencia con la que actúan los miembros de la organización en relación a su cultura organizacional, se encontró que el 65% de los colaboradores indicaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 26% está parcialmente de acuerdo y tan solo el 9% manifestó estar parcialmente de acuerdo y en desacuerdo. En tal sentido, podría afirmarse que, en las organizaciones objeto de estudio, la forma como las miembros de las mismas actúan, va en concordancia o se corresponde con la cultura organizacional de las mismas de manera consistente.

El 58% de los colaboradores manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo frente al nivel de compromiso que poseen los miembros de la organización, 29% indicó estar parcialmente de acuerdo y 13% parcialmente en desacuerdo y en desacuerdo. Con base en estos datos, se evidencia que un poco más de la mitad de los encuestados coinciden en relación al compromiso laboral que se da en sus organizaciones; pero, refleja también, que existe una porción de los mismos que difiere en cierta medida frente a esta postura.

Se realizaron preguntas orientadas a medir la percepción frente al liderazgo, el trabajo en equipo, la flexibilidad laboral, la diversidad cultural, la organización del trabajo en relación a la cultura, los procesos de planificación, capacitación, aprendizaje, mecanismos de consulta, consenso y negociación, relaciones interpersonales, disponibilidad de recursos y herramientas para trabajar, sistemas de evaluación de desempeño, adaptación y ausentismo laboral; las cuales, podrán ser consultadas por los interesados.

Análisis Multivariado

En relación a la Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo (KMO), esta es mayor a 0,9, lo cual indica que el test cumple con la regla establecida, igualmente, para la prueba de esfericidad de Bartlett, se obtuvo un nivel de significancia 0,000, menor que 0,05, lo cual valida la aplicación del análisis factorial.

Respecto a las comunalidades, se observa que la mayoría de los reactivos tienen valores superiores a 0,50, por lo cual se consideran aceptables; además, las que explican en mayor proporción la varianza según su participación en los factores o componentes resultantes en el análisis con valores iguales o mayores a 0,70, es decir que comparten el 70% de su varianza con los demás reactivos. Lo cual permite evidenciar que, de manera general, en las comunalidades extraídas del análisis factorial se confirma que los 21 factores tienen una extracción que fluctúa entre el 0,44 y el 0,72, por lo cual, es posible utilizar el AF en este estudio.

De este mismo modo, se determinó cual es la varianza total explicada para el modelo propuesto y se encontró que cuatro dimensiones explican el 62,93% la varianza total de las 21 variables del estudio, lo cual resulta relativamente bueno si se tiene en cuenta el número de ítems analizados; además, respecto a cada sinergia se tiene que la primera resume el 43,326% de la varianza total; la segunda, el 9,360%, la tercera 5,329% y la cuarta el 4,921%, esto permite concluir que el modelo es pertinente para la cantidad de datos analizados.

Seguidamente, en la Matriz de Componentes Rotados se encontró que el primer factor viene determinado por aquellos que están más correlacionados entre sí, y estos son: Compromiso laboral, Direccionamiento estratégico, Consistencia, Sistema de valores, Reglas, Trabajo en equipo y Liderazgo; mientras que en la segunda dimensión se encuentran los atributos: Capacitación, Resolución de conflictos, Aprendizaje, Planificación y Desarrollo; para el tercer componente, se tiene los reactivos: Negociación, Reconocimiento laboral, Gestión de recursos, Adaptación al cambio y Ausentismo laboral, y finalmente para la cuarta sinergia están: Relaciones interpersonales, Flexibilidad laboral, Comunicación y Diversidad.

Análisis del modelo de Regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS)

Se utilizó el modelo de regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS), en Minitab, para contrastar las hipótesis planteadas, las cuales se relacionan a continuación:

- “La declaración y formalidad del direccionamiento estratégico, el sistema de valores y reglas de la organización, determinan el tipo de cultura que posee la población objeto de estudio”

- "La cultura organizacional tiene una influencia significativa con el desempeño laboral de la población objeto de estudio"
- "Las prácticas organizacionales, como elemento cultural, inciden en el desempeño laboral de la población objeto de estudio"

Como base para representar el constructo Desempeño Laboral, se tomó la variable Aprendizaje (APR), en función a que se considera clave dentro de la gestión empresarial (Schoemaker et al., 2018), además, porque se considera que el aprendizaje es de suma importancia para el desempeño laboral, en el entendido de que, si los colaboradores aportan sus conocimientos a sus áreas de trabajo, es posible conseguir mejores resultados (Honores et al., 2020).

Dentro de este contexto se han seleccionado como posibles variables de respuesta: PLAN (Planificación), CAP (Capacitación), DESM (Desenvolvimiento) y NEG (Negociación), todas estas importantes para establecerse como variables dependientes, en razón a que dan forma a las decisiones y acciones que se desarrollan en la empresa y que por lo demás, deben ser integradas y compatibles entre si (Góngora et al., 2019).

De otra parte, para el caso de las variables explicativas o independientes, que representan el constructo Cultura Organizacional, se tomaron: DIR (Direccionamiento estratégico), SV (Sistema de valores), REG (Reglas), las cuales regulan la vida en la organización y son el soporte de su cultura. También se consideró la variable: CONS (Consistencia), toda vez que esta representa la segunda dimensión del modelo de Denison (Organizational Culture Survey), en el cual se considera que las organizaciones que son consistentes en cuanto a sus valores, acuerdos y coordinación, son las que presentan mayor estabilidad respecto a su propósito organizacional (Cueva et al., 2018). También se tuvieron en cuenta las variables: CL (Compromiso laboral), TEQ (Trabajo en equipo), LID (Liderazgo), COMU (Comunicación), REL (Relaciones interpersonales), consideradas como habilidades sociales, y finalmente las variables: FL (Flexibilidad) y DIV (Diversidad), como aliadas para que los colaboradores puedan seguir desarrollando sus actividades laborales (Madero et al., 2021).

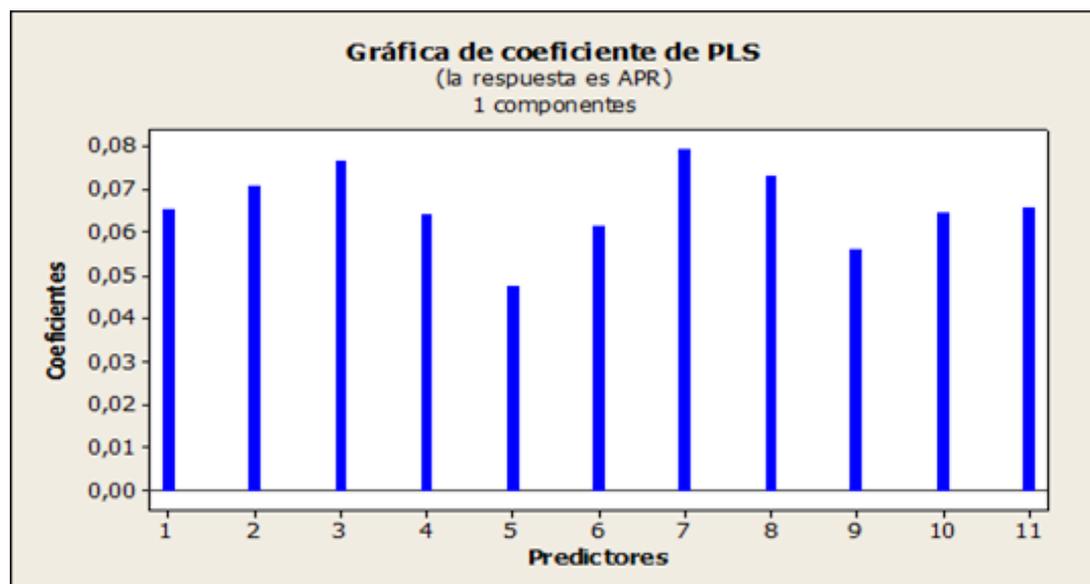
En relación al comportamiento de las varianzas de las anteriores variables,

se encontró que la variable con mejor comportamiento de varianza es la variable APR (0,505359). El primer resultado para la variable dependiente APR, muestra el modelo óptimo con un solo componente y con un coeficiente de determinación (R^2) de predicción de 0,259405, que se considera aceptable considerando una sola categoría. Así mismo, se observa que, en el análisis de varianza, este modelo es significativo a una alfa de 0.05, ya que su nivel de significancia (p) es igual a 0.000.

En la figura 1, se muestran los coeficientes estándar para los predictores, esta se utiliza para interpretar el impacto que las variables independientes tienen sobre la o las variables dependientes o para expresar la magnitud o signo de los coeficientes. En este caso se evidencia que los atributos DIR, SV, REG, LID, COMU, y DIV tienen los coeficientes estandarizados más grandes y por lo tanto mayor impacto en APR; esto corrobora lo expuesto por Ortega & Peñarroja, (2020), cuando afirman que estos elementos tienen una influencia directa sobre el aprendizaje, pero también sobre el desempeño de los colaboradores (Vásquez et al., 2021).

Figura 4

Gráfica de coeficientes estándar de PLS para APR



Nota. Construcción propia a partir de los datos obtenidos

En la tabla 4, se observan los coeficientes del modelo considerando como variable de respuesta o dependiente "APR" y como variables predictoras relacionadas con la cultura organizacional: DIR, SV, REG, CONS, CL, TEG, LID, COMU, REL, FL, DIV, todas estas enmarcadas en el modelo de Cameron & Quinn (1999); en el cual se abordan rasgos que pueden ser tenidos en cuenta como señales para reconocer la cultura de una organización; características dominantes, estilo de liderazgo y su enfoque, gestión de los empleados y la forma como son tratados, los vínculos organizacionales y comunicaciones, el énfasis estratégico y el criterio por medio del cual los equipos de trabajo definen el éxito (Palacios y Cusot, 2020).

Tabla 4

Coeficientes del modelo

	APR	
	APR	estandarizados
Constante	1,49249	0
DIR	0,06534	0,074301
SV	0,07072	0,074647
REG	0,07683	0,077126
CONS	0,06413	0,067147
CL	0,04766	0,053888
TEG	0,06175	0,063057
LID	0,07912	0,077399
COMU	0,0734	0,075908
REL	0,05605	0,053918
FL	0,06437	0,066105
DIV	0,066	0,063579

Nota. Construcción propia a partir de los datos obtenidos

DISCUSIONES

Se encontró que, de acuerdo a la matriz de componentes rotados, los atributos Compromiso laboral, Direccionamiento estratégico, Consistencia, Sistema de valores, Reglas, Trabajo en equipo y Liderazgo, son los que presentan el mayor grado de correlación, es decir que la empresa se caracteriza con estos atributos en relación con el resto. Además, los que presentaron los coeficientes estandarizados más grandes de acuerdo a la gráfica de respuesta de PLS fueron:

Direccionamiento estratégico, Sistema de valores y Reglas, por lo tanto, son los que mejor explican el constructo CO, lo que indica que, estos elementos son los que determinan el tipo de cultura que posee la población objeto de estudio, por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta parcialmente la hipótesis alterna "La declaración y formalidad del direccionamiento estratégico, el sistema de valores y reglas de la organización, determinan el tipo de cultura que posee la población objeto de estudio".

Por consiguiente, se entiende que, la cultura predominante en las empresas analizadas es la Cultura Clan, porque existe una orientación al liderazgo y el trabajo en equipo, es decir que, los colaboradores comparten dichos elementos de forma potente. Dicha cultura, se manifiestan de tal manera que es posible no solo crear identidad y sentido de pertenencia, sino también, regular la conducta y las relaciones interpersonales.

De otro lado, se determinó que la cultura organizacional tiene un impacto significativo en el desempeño laboral de los colaboradores de las empresas estudiadas, lo anterior, se confirma a partir de los coeficientes más altos alcanzado por los atributos que representaron el constructo CO (Direccionamiento estratégico, Sistema de Valores, Reglas, Liderazgo y Comunicación) los cuales estuvieron por encima del 7%, incidiendo con mayor fuerza en la variable Aprendizaje, la cual representó el constructo DL; en ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta parcialmente la hipótesis alterna "La cultura organizacional tiene una influencia significativa con el desempeño laboral de la población objeto de estudio",

En los percentiles de los estadísticos descriptivos, el 75% de las respuestas correspondió a las opciones "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo" es decir que la mayoría de los colaboradores mostraron afinidad con la forma como se gestiona el talento humano en relación a las variables: Compromiso, Trabajo en equipo, Liderazgo, Comunicación, Relaciones Interpersonales, Flexibilidad, Diversidad, Capacitación, Resolución De Conflictos, Adaptabilidad y Reconocimiento Laboral, las cuales son consideradas como prácticas organizacionales, todas estas necesarias para el desempeño de los colaboradores (Vásquez et al., 2021). Entonces, se rechaza la hipótesis nula y se acepta parcialmente la hipótesis alterna "Las prácticas organizacionales, como elemento cultural, inciden en el desempeño laboral de la población objeto de estudio"

CONCLUSIONES

En cuanto a la identidad y sentido de pertenencia que generan la misión y visión corporativas; si bien es cierto, más de la mitad de los colaboradores indicaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo frente a esta postura, existe una proporción de los mismos que manifestaron estar parcialmente de acuerdo y en desacuerdo, y esta, debería ser considerada por los líderes organizacionales como importante, en virtud a que, sentirse identificación y pertenencia con el direccionamiento estratégico, genera mayor compromiso en los colaboradores, es decir, que los mismos, sentirán como propios los objetivos que la organización se ha trazado, con lo cual, podrán sentir incluso, como propios los logros que la misma alcanza.

Frente al conjunto de reglas que rigen la forma de trabajo de los colaboradores, el 29% de los mismos manifestó estar parcialmente en desacuerdo y en desacuerdo; es decir que no siente que las mismas sean claras y consistentes; por lo cual, es posible que, sobre estos colaboradores, sea más difícil establecer controles sobre su conducta, la cual debería estar alineada con el sentir de las empresas.

En relación con el grado de compromiso de los colaboradores, el 42% de estos indicó estar parcialmente en desacuerdo y en desacuerdo con el mismo, esto podría estar sucediendo porque no se sienten suficientemente valorados, no ven la posibilidad de crecer profesionalmente o no sean felices en su entorno laboral, para lo cual, se recomienda realizar esfuerzos en aumentar los niveles de satisfacción laboral de los mismos, toda vez que, un colaborador satisfecho, supera sus propias expectativas y las de la organización y se siente gratificado por lograrlo.

Por último, se tiene que, los colaboradores de las empresas estudiadas, califican como positiva la gestión que realizan sus líderes y directivos, en ese sentido, existe coherencia entre lo que sus jefes dicen y lo que hacen. Esto se traduce en que los mismos son capaces de influir positivamente en sus equipos de trabajo, y, en ese sentido, se recomienda adoptar y/o fortalecer el liderazgo transformacional, en el cual es posible cambiar no solo la forma de pensar y las percepciones de los mismos, impactando positivamente la cultura organizacional, sino también impulsarlos a mayores y mejores resultados en el desempeño laboral.

Es importante denotar que la cultura organizacional es propia de cada organización, ya que enmarca su naturaleza e identidad genuinas, en ese sentido, aunque el estudio se realizó en tres empresas diferentes, el instrumento de recolección de información, así como los resultados fueron analizados en conjunto y no de manera independiente, de ser así, es posible que se presentaran elementos diferenciadores entre las organizaciones analizadas.

REFERENCIAS

- Abbasi, S. G., Alaghbari, M. A., Shabbir, M. S., & Abbas, M. (2020). Organizational Culture and Knowledge Sharing Behavior: Moderated Mediation Model. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (10), 480-490. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4155773>
- Achoma Tito, M. R. (2020). *Relación entre clima organizacional y desempeño laboral del personal en la Empresa Ladrillera Tauro S.A.C. - 2019*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/11417>
- Al-Makhaita, H. M., Sabra, A. A., & Hafez, A. S. (2014). Job performance among nurses working in two different health care levels, Eastern Saudi Arabia: a comparative study. *International Journal of Medical Science and Public Health*, 3(7), 832. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/75022702/Huda_M_Al-Makhaita_et_al._Predictors_of_20211122-4035-2o6qk8.pdf?1637615450=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D-Job_performance_among_nurses_working_in.pdf&Expires=1712003622&Signature=HvpozR8Y9laFuu0a9VRXzRjWQ3h4-T7EoaIOKyB7Na86-z2lrpHZNHKc11GuUQbDKkn5iOVAXQtFyQwwqDEjZoLZk~6w5gQxnTpjynoEv5VJs~vAzgcBbExcXSme1dt9ze4sUYhOu9RkelxG~EIP~OpPfkLSnWM-dZ7vMb2xgADElq9AKW5yE7CWOyfnPMyhSZWEAHcqXmi3UllxgS-9pM-S43wUJf3sdc-elJ8mcFQwddjuHF8I4UMcE2Z5neQKeJtjSjWTj6C~M-Jx0zTIAqFtghS0shCDX5h7-juSGxP8qqaAjVKTdejDwGh7BngjHkvHzvGE9e-6bz9T2tveagACdQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Alsuwailem, A., & Elnaga, D.A. (2016). Exploring the Relationship between Personality and Job Performance. *International Journal of Business and Management Invention*, 5,(43-53).

- Anwar, A., Yasmin, Dr. R., & Kashif, S. (2022). The impact of employee engagement on the job performance by the mediating role of creativity: The moderating role of leader-member exchange. *City university research journal*, 12(2). <https://www.cusitjournals.com/index.php/CURJ/article/view/573>
- Arispe Alburqueque, Claudia Milagros;Yangali Vicente,Judith Soledad;Guerrero Bejarano,María Auxiliadora;Lozada de Bonilla,Oriana Rivera;Acuña Gamboa,Luis Alan;Arellano Sacramento,César. (2020). *La investigación científica. UIDE*. Guayaquil.
- Aşkun, V., Çizel, R., & Ajanovic, E. (2021). Comparative Analysis of Factors Affecting Employee Performance According to Job Performance Measurement Method: The Case of Performing Artists. *Ege Academic Review*, 21(1), 29–45. <https://doi.org/10.21121/EAB.874012>
- Aung, Z. M., Santoso, D. S., & Dodanwala, T. C. (2023). Effects of demotivational managerial practices on job satisfaction and job performance: Empirical evidence from Myanmar's construction industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 67, 101730. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2022.101730>
- Ballesteros Ballesteros, E. Y., Aguayo Carvajal, V. R., & Sandoval Cuji, M. M. (2022). Prácticas organizacionales: administración de la innovación en PYMES / Práticas organizacionais: gestão da inovação nas PME. *Brazilian Journal of Development*, 8(5), 39557–39568. <https://doi.org/10.34117/BJDV8N5-445>
- Bautista Cuello, R., Cienfuegos Fructus, R., & Aquilar Panduro, J. D. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista de investigación valor agregado*, 7(1), 54–60. <https://doi.org/10.17162/RIVA.V7I1.1417>
- Berson, Y., Oreg, S., & Dvir, T. (2008). Valores del CEO, cultura organizacional y resultados de la empresa. *Journal of Organizational Behavior*, 29(5), 615–633. <https://doi.org/10.1002/job.499>
- Borman, W. C., Motowidlo, S. J., Rose, S. R., & Hanser, L. M. (1987). *Developing of a model of soldier effectiveness: retranslation materials and results*. <https://apps.dtic.mil/sti/citations/tr/ADA181832>
- Cabezudo Cerpa, M. G. (2018). Gestión de la Cultura de Valores Organizacionales y su Incidencia en el Desempeño Laboral, en un Organismo Público Ejecutor, año 2017 [Tesis de Maestría, Universidad Peruana de las Américas. Escuela de Posgrado]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3336572>

- Calderón-Cisneros, J., Ortiz-Chimbo, K. M., & Alcívar-Trejo, C. (2018). Análisis factorial exploratorio como método multivariante para validación de datos académicos en plataformas virtuales. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 10–19. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-44492018000200010&script=sci_arttext
- Cameron, K. & Quinn, R. (1999). Diagnosing and changing organizational culture based on the competing values framework. <https://webuser.bus.umich.edu/cameronk/PDFs/Organizational%20Culture/CULTURE%20BOOK-CHAPTER%201.pdf>
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Revised Edition.
- Cameron, K. y Quinn, R. (2006). Diagnosing and changing organizational culture (edición revisada). Jossey-Bass. Estados Unidos.
- Campbell, J. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (2nd ed., pp. 687–732). Consulting Psychologists Press.
- Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa. <https://doi.org/10.17169/REFUBIUM-216>
- Carrillo Punina, Á. P. (2016). Medición de la cultura organizacional. *Ciencias Administrativas*, año 4 - No. 08. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57300>
- Chatman, J. A., & O'Reilly, C. A. (2016). Paradigm lost: Reinvigorating the study of organizational culture. *Research in Organizational Behavior*, 36, 199–224. <https://doi.org/10.1016/J.RIOB.2016.11.004>
- Checa-Llontop, L. A., Cabrera-Cabrera, X., & Chávarry-Ysla, P. del R. (2020). Estrategia de gestión del talento humano para mejorar el desempeño laboral en una entidad bancaria. *Investigación Valdizana*, 14(4), 188-197. <https://www.re-dalyc.org/journal/5860/586066112002/586066112002.pdf>
- Chiavenato, I. (2009). Liderazgo, poder y política. *Comportamiento Organizacional*, 355–376.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Cifuentes Muñoz, A. (2019). Tendencias en metodología de investigación en Psicoterapia: Una aproximación epistemométrica. *Diversitas: Perspectivas En Psicología*, 15(2), 201–210. <https://doi.org/10.15332/22563067.3856>

- Cortés, M. E. C., Villar, N. M., León, M. I., & Iglesias, M. C. (2020). Algunas consideraciones para el cálculo del tamaño muestral en investigaciones de las Ciencias Médicas. *MediSur*, 18(5), 937–942. <http://medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/4558>
- Cortez Torrez, J. A. (2018). El marco teórico referencial y los enfoques de investigación: José Antonio Cortez Torrez. *Apthapi*, 4(1), 1036–1062. <https://apthapi.umsa.bo/index.php/ATP/article/view/213>
- Costa, P., Harris, L., Rothstein, D. H., Beckman, M., Flynn, W., Hoffman, A., Lukan, J., Gardner, A., Cavanaugh, K., Dunkin, B., & Schwaitzberg, S. D. (2021). Dissecting a department of surgery: Exploring organizational culture and competency expectations. *The American Journal of Surgery*, 221(2), 298–302. <https://doi.org/10.1016/J.AMJSURG.2020.10.011>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Third Edition.
- Crombet-Grillet, S., Abalos-Rodríguez, A., & Zamora-Matamoros, L. (2019). Determinación de los parámetros ambientales de mayor incidencia en las aguas residuales de la comunidad universitaria Antonio Maceo. *Revista Cubana de Química*, 31(1), 137–153.
- Cueva, C., Beatriz, A., & Gómez, G. (2018). Aplicación de los Cuestionarios de Denison para determinar las características de la Cultura Organizacional. *Revista de investigación SIGMA*, 5(01), 59–86. <https://doi.org/10.24133/SIGMA.V5I01.1204>
- Cújar Vertel, A. del C., Ramos Paternina, C. D., Hernández Riaño, H. E., & López Pereira, J. M. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 350-355. Universidad Icesi. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232013000300010&lng=en&nr-m=iso&tlng=es
- Darvishmotevali, M., & Ali, F. (2020). Job insecurity, subjective well-being and job performance: The moderating role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102462. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431920300141>
- Delgado, K., Gadea, W. F., & Quiñonez, S. V. (2018). *Rompiendo Barreras en la Investigación*. 164–184. Editorial UTMACH. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=778887&info=resumen&idioma=SPA>

- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. 213–231. https://books.google.com/books/about/Corporate_Culture_and_Organizational_Eff.html?hl=es&id=jLa3AAAAIAAJ
- Denison, D. R. (1996). What is the Difference between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native's Point of View on a Decade of Paradigm Wars. *The Academy of Management Review*, 21(3), 619–654. <https://doi.org/10.2307/258997>
- Díaz Gómez, E. R., Díaz López, K. M. (2021). Competencias de liderazgo y efectividad organizacional de los coordinadores académicos en una institución de educación superior de México. *Región y Sociedad*, 33, e1412. <https://doi.org/10.22198/RYS2021/33/1412>
- Felizzola Cruz, Y. M., & Anzola Morales, O. L. (2017). Proposal of an organizational culture model for innovation. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 33(59), 20-31.
- Gabini, S. (2018). *Potenciales Predictores Del Rendimiento Laboral*. Teseo.
- García Solarte, M., García Pérez de Lema, D., & Madrid Guijarro, A. (2018). El género de la gerencia y la cultura organizacional de la pyme en la región de Murcia-España. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(82), 261–283. <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-venezolana-de-gerencia/articulo/el-genero-de-la-gerencia-y-la-cultura-organizacional-de-la-pyme-en-la-region-de-murcia-espana>
- Gentilin, M., Ocampo Salazar, C. A., & Gonzales Miranda, D. R. (2022). Complejidad en el campo de la cultura en las organizaciones: paradigmas y orientaciones temáticas. En O. L. Anzola Morales, C. J. Núñez Rodríguez, M. T. Magallón Diez (Ed.). *Problemas Contemporáneos de Administración y Estudios Organizacionales* (1 ed., pp. 444). <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/5214>
- Gochhayat, J., Giri, V. N., & Suar, D. (2017). Influence of Organizational Culture on Organizational Effectiveness: The Mediating Role of Organizational Communication. *Global Business Review*, 18(3), 691-702. [Http://Dx.Doi.Org/10.1177/0972150917692185](http://Dx.Doi.Org/10.1177/0972150917692185)
- Góngora, N. H., Zaidman, M. L., & Alconada, M. (2019). La cultura organizacional, la planificación a largo plazo y el horizonte temporal. In *VI CONLAD y IX Encuentro Internacional de Administración de la Región Jesuítico Guaraní (Universidad Nacional de Misiones, 2019)*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/116328>

- Grant, A. M. (2008). The Significance of Task Significance: Job Performance Effects, Relational Mechanisms, and Boundary Conditions. *Journal of Applied Psychology*, 93(1), 108–124. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.1.108>
- Griffin, M. A., Neal, A., & Parker, S. K. (2007). A new model of work role performance: Positive behavior in uncertain and interdependent contexts. *Academy of Management Journal*, 50(2), 327–347. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2007.24634438>
- Griffin, R. W., Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2017). Comportamiento organizacional. Administración de personas y organizaciones. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/2874>
- Guartán Salinas, A. G., Torres Balladera, K. J., y Ollague Valarezo, J. K. (2019). La evaluación del desempeño laboral desde una perspectiva integral de varios factores. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(6), 13–26. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.6.139>
- Hardie, P., Darley, A., Langan, L., Lafferty, A., Jarvis, S., & Redmond, C. (2022). Interpersonal and communication skills development in general nursing preceptorship education and training programmes: A scoping review. *Nurse Education in Practice*, 65, 103482. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2022.103482>
- Harrington, J. M. (2001). Health effects of shift work and extended hours of work. *Occupational and Environmental Medicine*, 58(1), 68–72. <https://doi.org/10.1136/OEM.58.1.68>
- Heistad, A., Goldsworthy, S., Reilly, S., & Perez, G. (2022). How do intensive work environments affect nurses' absenteeism and turnover intent?. *Applied Nursing Research*, 66, 151608. <https://doi.org/10.1016/j.apnr.2022.151608>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill.
- Hettiarachchi, H. (2014). Impact of Job Satisfaction on Job Performance of IT Professionals: With Special Reference to Sri Lanka.
- Hidalgo Troya, A. (2019). Técnicas estadísticas en el análisis cuantitativo de datos. *Revista SIGMA*, 15(1), 28–44. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rsigma/article/view/4905>
- Higinio Gómez, S. J. y Gallardo Pastor, L. Y. (2020). Satisfacción laboral y cultura organizacional de la empresa VANZYS S.A, Huancayo 2020. Universidad Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8803>

- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Culture's Consequences. https://digitalcommons.usu.edu/unf_research/53
- Holbeche, L. S. (2019). Shifts in Organizational Culture when Implementing Agility. *Journal of Creating Value*, 5(2), 124-138. <https://doi.org/10.1177/2394964319853164>
- Honores, N., Vargas, C., Espinoza, C., & Tapia, N. (2020). Importancia y capacitación personal: aprendizaje colaborativo y desempeño laboral en las empresas mineras. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6), 398-409. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897679>
- Igor, M. (2022). La relevancia de la cultura organizacional en el desarrollo de los recursos humanos: una aproximación teórico-conceptual. *Serie Anales-Economía*. https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2022-01/31_Matveiciuc.pdf
- Ishola, A. A., Adeleye, S. T., & Tanimola, F. A. (2018). Impact of educational, professional qualification and years of experience on accountant job performance. *Journal of Accounting and Financial Management ISSN*, 4(1), 2018. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/107281626/IMPACT_20OF_20EDUCATIONAL-libre.pdf?1699671722=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DImpact_of_Educational_Professional_Quali.pdf&Expires=1712003118&Signature=T2baqtAuQ9GcScWN4eDUHhBsd-SpNhooR2pWVi7oKB5Xsg~ZwINhAinrB-BfNWU2JjTXftZq65-UQVw0U-Xof830WhHTmtjTn0q~GXuz2LL3mw-VBiH6~2yYHxohg-~4bYrmlVhPR23T9rTVxTA6h~3WA5r1X4-emAt-L78UIO65NYnct8TIQZzeTxuZubsii-aHiT27GPr4enDjTQqfbLnecht-wHhRj-SawspXeHXKQ3nThRqoHyn33evbyAr9kMH7j0Lk7oLMZq7IKTqQGYIYX6v-BREKduJ7yQiWwKrzla492Snap6TiXh4kSvf7rPs6-ujaN1JMUihl73umf6SLq-DA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Joseph, O. O., & Kibera, F. (2019). Organizational culture and performance: Evidence from microfinance institutions in Kenya. *SAGE open*, 9(1), 2158244019835934. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244019835934>
- Karikari, E. (2022). Drawing the contours of organizational culture through neoliberal and colonial discourses. *Management Communication Quarterly*, 36(1), 149–173. <https://doi.org/10.1177/08933189211033986>

- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., De Vet, H. C. W., & Van Der Beek, A. J. (2014). Construct validity of the individual work performance questionnaire. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56(3), 331–337. <https://doi.org/10.1097/JOM.000000000000113>
- Kulović, D., Husaković, D., & Grabus, I. D. (2022). Determination of organizational culture dominant leadership style. In *bh ekonomski forum*, 16(1), 49–62. <https://ef.unze.ba/OJS/index.php/BHF/article/view/260>
- Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The Relation among Organizational Culture, Knowledge Management, and Innovation Capability: Its Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.3390/JOITMC7010066>
- Leal Paredes, M. S. y Arias Ibarra, B. P. (2021). Liderazgo ético para el fortalecimiento de una cultura organizacional en las Pymes. *Podium*, (40), 21–40. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.40.2>
- Ledesma, R. D., Ferrando, P. J., & Tosi, J. D. (2019). The use of exploratory factor analysis in RIDEP. Guidelines for authors and reviewers. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 52(3), 173–180. <https://doi.org/10.21865/RIDEP52.3.13>
- Leithy, W. El. (2017). Organizational Culture and Organizational Performance. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 6(42), 1–10. <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000442>
- Leyva, I. A. C., Téllez, M. G., & Cera, F. Y. G. (2021). Los valores organizacionales compartidos para el ejercicio de la dirección. Consideraciones teóricas necesarias. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 12(1), 201–213. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/1159>
- Llanos Encalada, M. del P., & Bell Heredia, R. E. (2018). La cultura organizacional: Abordaje conceptual y delimitación de variables para su estudio. *Revista científica ecociencia*, 5(2), 1–19. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.52.60>
- Madero Gómez, S., Luengo Martínez, C. E., & Alvarado de Marsano, L. S. (2021). Efectos del estrés y el bienestar laboral con el trabajo a distancia en el entorno del COVID-19: México, Perú y Chile. *Revista Religación*, 6(27), 84–94. <https://doi.org/10.46652/RGN.V6I27.765>
- Mahdi, O. R., Nassar, I. A., & Almsafir, M. K. (2019). Knowledge management processes and sustainable competitive advantage: An empirical examination in private universities. *Journal of Business Research*, 94, 320–334. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.02.013>

- Makunyi, L. K., Mugambi, D., Mwirigi, P., & Bengat, J. (2022). Organizational Culture and Employee Work Performance in the County Governments of Kenya. *International Journal of Finance, Insurance and Risk Management*, 12(2), 61–73. <https://ideas.repec.org/a/ers/ijfirm/v12y2022i2p61-73.html>
- Malik, R., & Chikkara, S. (2018). Study of Performance Appraisal Systems in Service Industry in India. *Journal of General Management Research*, 5(2).
- Mannevu, M. (2018). The riddle of adaptation: Revisiting the Hawthorne studies. *The Sociological Review*, 66(6), 1242-1257. <https://doi.org/10.1177/0038026118755603>
- Martin, J. (2002). *Organizational culture: Mapping the terrain*. Sage publications.
- Marulanda, C., López, M., & López, F. (2016). La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) de Colombia. *Información Tecnológica*, 27(6), 03–10. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642016000600002>
- McClellan, J. G. (2020). Organizational Culture, Discipline, and the Politics of Self: Transformation Through Responsive Conversation. *International Journal of Business Communication*, 58(2), 152-168. <https://doi.org/10.1177/2329488420927775>
- Mei, X., Iannacchione, B., Stohr, M. K., Hemmens, C., Hudson, M., & Collins, P. A. (2017). Confirmatory analysis of an organizational culture instrument for corrections. *The Prison Journal*, 97(2), 247–269. <https://doi.org/10.1177/0032885517692831>
- Mello Román, J. D. (2021). *Optimización de la regresión de mínimos cuadrados parciales con funciones Kernel* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/cba9a1b3-c3c6-4dda-a9fc-00a82a0fce0c>
- Mena Méndez, D. (2020). Organizational Culture, General Elements, Mediations and Impact on the Integral Development of Institutions. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 46, 11–47. <https://doi.org/10.14482/PEGE.46.1203>
- Mendieta-Ortega, M. P., Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). Gestión por competencias: herramienta clave para el rendimiento laboral del talento humano del sector hospitalario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 287–312. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.696>
- Meng, J., & Berger, B. K. (2019). The impact of organizational culture and leadership performance on PR professionals' job satisfaction: Testing the joint mediating effects of engagement and trust. *Public Relations Review*, 45(1), 64-75.

- Morelos-Gómez, J., & Fontalvo-Herrera, T. J. (2014). Análisis de los factores determinantes de la cultura organizacional en el ambiente empresarial. *Entramado*, 10(1), 96–105. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032014000100006&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Mosca, J., Curtis, K., & Puches, L. (2022). Las evaluaciones anuales de desempeño se reemplazan con el entrenamiento y liderazgo de los empleados. *Revista de Diversidad Empresarial*.
- Motowidlo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. In *Organizational Citizenship Behavior and Contextual Performance*, 10(2), 71–83. https://doi.org/10.1207/S15327043HUP1002_1
- Muntazeri, S., & Indrayanto, A. (2018). The impact of education, training and work experience on job satisfaction and job performance (Study on Bank BRI Purbalingga). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 20(2), 50-69. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-impact-of-education%2C-training-and-work-on-job-Muntazeri-Indrayanto/ad3bb2b69bcd119abe98e3aace23eb3f9799991d>
- Murphy, K., & Saal, F. E. (1990). Psychology in Organizations: integrating Science and Practice. *Psychology in Organizations*. *Psychology Press*. <https://doi.org/10.4324/9780203771891>
- Narayana, A. (2017). A Critical Review of Organizational Culture on Employee Performance. *American Journal of Engineering and Technology Management*, 2(5), 72-76. <https://doi.org/10.11648/J.AJETM.20170205.13>
- Oberföll, K., Camarena Adame, M. E., & Saavedra García, M. L. (2018). Relationship between organizational culture and performance among German multinational companies in Mexico. *Journal of Business*, 10(2), 24–47. <https://doi.org/10.21678/JB.2018.840>
- Odebode, A. A. (2018). Influence of Psychosocial Factors on Job Performance of Female Teachers in Kwara State, Nigeria. *International Journal of Instruction*, 11(3), 233–248. <https://doi.org/10.12973/iji.2018.11317a>
- Okwata, P. A., Wasike, S., & Andemariam, K. (2022). Effect of Organizational Culture Change on Organizational Performance of Kenya Wildlife Service Nairobi National Park. *Administrative Sciences*, 12(4), 139. <https://doi.org/10.3390/ADMSCI12040139>

- Olivares Leal, A., Castro Cota, E. P., Peralta Miranda, P., & Espinoza Morales, C., & Suástegui Barrera, C. (2019). *Competitividad Organizacional: Estudio de factores*. Qartuppi. <https://doi.org/10.29410/QTP.19.01>
- Oluwayemi Oginni, B., Olalekan Ayantunji, I., Solomon Olaniyan, T., Sunday Ajibola, K., & Bosede Famolu, F. (2022). Recruitment-selection criteria and nigerians' academic job performance. *Research and Practice*, 14(3), 25-37. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1075891>
- Oré, E. (2019). El ABC de la tesis con contrastación de hipótesis. https://www.academia.edu/43131812/ALCANCE_DE_INVESTIGACION_C3%93N
- Ortega Velázquez, A., & Peñarroja Cabañero, V. (2020). Un Análisis Exploratorio de la Relación entre Prácticas Organizacionales, Resiliencia y Aprendizaje Organizacional. *Acta de Investigación Psicológica*, 10(3), 7–19. <https://doi.org/10.22201/FPSI.20074719E.2020.3.353>
- Ortiz Segrera, J. T., Daza Corredor, A., & Labarcés Ballestas, C. (2014). La cultura organizacional de los operadores turísticos de Santa Marta 2012-2013. *Clío América*, 8(15), 22. <https://doi.org/10.21676/23897848.827>
- Palacios Arias, I., y Cusot Cerda, G. R. (2020). Cultura predominante y subculturas: El estudio de la compañía Go Galápagos mediante el Organizational Culture Assessment Instrument. *Inmediaciones de La Comunicación*, 15(2), 95–113. <https://doi.org/10.18861/IC.2020.15.2.3024>
- Palafox Soto, M. O., Ochoa Jiménez, S., & Jacobo Hernández, C. A. (2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Revista San Gregorio*, 1(35). <https://doi.org/10.36097/RSAN.V1I35.1109>
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación cuantitativa*. Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, FEDUPEL.
- Pandey, J. (2019). Factors affecting job performance: an integrative review of literature. *Management Research Review*, 42(2), 263–289. <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2018-0051>
- Pasolong, H. (2014). Teori administrasi publik. Alfabeta. <https://repository.poliu-pg.ac.id/id/eprint/48/1/Gabungan%20lengkap%20%28NXPowerLite%20Copy%29.pdf>
- Patnaik, S. (2020). Operationalizing Employee Performance: A Literature Review. *Training & Development Journal*, 11(2), 45–56. <https://doi.org/10.5958/231-069X.2020.00006.2>

- Pedraja-Rejas, L., Coluccio-Piñones, G., Espinoza-Marchant, C., Bernasconi, A., Marchioni-Choque, Í., & Muñoz-Fritis, C. (2019). Cultura y estilos de liderazgo en unidades académicas: un estudio en una institución de educación superior. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(4), 25–35.
- Pettigrew, A. M. (1979). On Studying Organizational Cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570. <https://doi.org/10.2307/2392363>
- Pol, A. (2022). The Influence of Industry 4.0 Technology on the Organizational Culture of Companies. *Problemy Zarządzania - Management Issues*, 20(2), 11–30. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.96.1>
- Ponomareva, Y., Uman, T., Bodolica, V., & Wennberg, K. (2022). Cultural diversity in top management teams: Review and agenda for future research. *Journal of World Business*, 57(4), 101328. <https://doi.org/10.1016/J.JWB.2022.101328>
- Quispe Challco, A. D., & Córdor Cubas, J. E. (2021). Una aproximación teórica sobre el desempeño laboral, su origen y modelo.
- Rai, R. (2015). Building employee engagement through organizational culture: An empirical study of Indian IT industry. *Prestige International Journal of Management and Research*, 8(2/1), 15.
- Ramos Galarza, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1–5. <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/336/621>
- Reis Neto, M. T., de Araújo, R. N., Avelar Ferreira, C. A. (2019). Leadership theories and individual performance. *Pensamiento & Gestión*, 47(47), 148–179. <https://doi.org/10.14482/PEGE.47.6001>
- Riera Recalde, Á. A., Vera Díaz, F. V., & Mariscal Rosado, Z. M. (2020). Variables significativas en el desempeño laboral. Un análisis cuantitativo. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/DILEMAS.V33I1.2156>
- Robayo-Avenidaño, A., Galindo-Mendoza, M. G., Yáñez-Estrada, L., & Aldama-Aguilera, C. (2018). Measurement of public perception of GMOs with a Likert-type scale. *Agrociencia*, 52(5), 767–781.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). *Organizational Behavior* (14th ed.). Ankara: Nobel Publications.
- Robbins, S. P., Judge, T.A., & Campbell, T. T. (2017). *Organizational behaviour*. <https://katalog.ub.uni-heidelberg.de/titel/68384973>

- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141-147. <http://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/368>
- Rosas Salas, F. X., Espinosa Ochoa, O. P., Rubio Díaz, M. P., Jaramillo Villagómez, J. E., (2020). Descifrando la cultura dominante y preferida en el ámbito universitario desde el Modelo de Valores por Competencia. *Revista Economía y Política*, 32, 11–41. <https://doi.org/10.25097/REP.N32.2020.01>
- Ruiz, Y. B., & Naranjo, J. C. (2012). La investigación sobre cultura organizacional en Colombia: una mirada desde la difusión en revistas científicas. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 8(2), 285-307.
- Sakdiyakorn, M., Golubovskaya, M., & Solnet, D. (2021). Understanding Generation Z through collective consciousness: Impacts for hospitality work and employment. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102822. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2020.102822>
- Salazar Marmolejo, L. y Ospina Nieto, Y. (2019). *Satisfacción laboral y desempeño*. <http://hdl.handle.net/20.500.11912/9384>
- Saleem, Z., Shenbei, Z., & Hanif, A. M. (2020). Workplace Violence and Employee Engagement: The Mediating Role of Work Environment and Organizational Culture. *Sage Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020935885>
- Salgado, J. F., Moscoso, S., Sanchez, J. I., Alonso, P., Choragwicka, B., & Berges, A. (2015). Validity of the five-factor model and their facets: The impact of performance measure and facet residualization on the bandwidth-fidelity dilemma. *European Journal Of Work and Organizational Psychology*, 24(3), 325–349. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.903241>
- Sanabria Estrada, F. R., Vergara Apolinario, M., Santacruz Mora, M., & Lucin Borbor, J. M. (2019). Influencia de la cultura organizacional en el sistema de gestión de calidad: Estado del arte. *Ciencia Digital*, 3(1), 205–218. <https://doi.org/10.33262/CIENCIADIGITAL.V3I1.286>
- Sánchez Rueda, N. (2019). Características que identifican la cultura organizacional del sector hotelero de Villa de Leyva, Boyacá. *In Vestigium Ire*, 13(2), 97-121. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7883855&info=resumen&idioma=ENG>
- Sánchez Sánchez, R. (2021). El tema de validez de contenido en la educación y la propuesta de Hernández-Nieto. *Latin-American Journal of Physics Education*, 15(3), 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8358273&info=resumen&idioma=ENG>

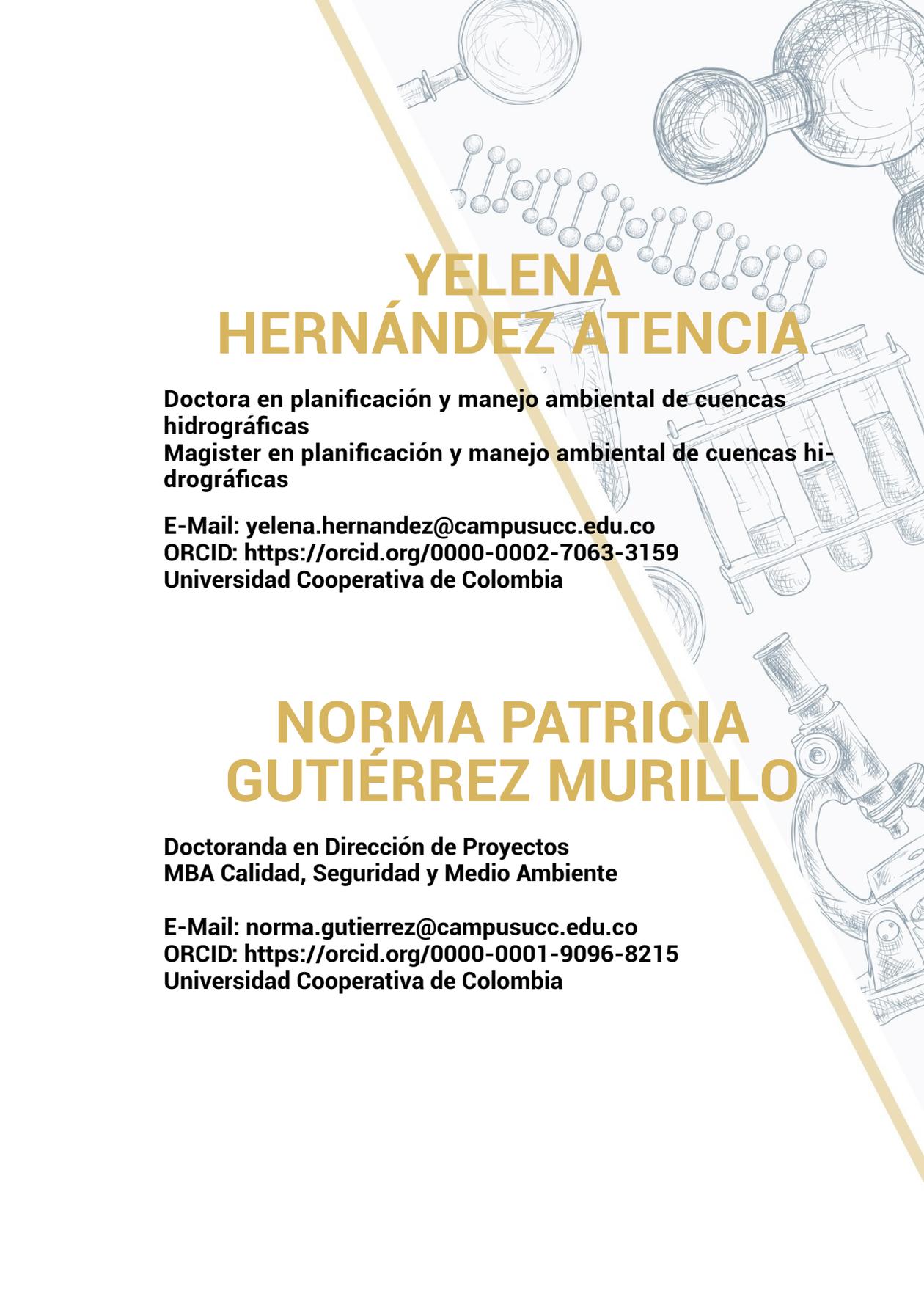
- Sandall, H., E Silva, L. M. C., & Queiroga, F. (2022). A Comprehensive Approach to Job Performance in the Service Sector: A Systematic Literature Review. *BAR - Brazilian Administration Review*, 19(2). <https://doi.org/10.1590/1807-7692BAR2022210046>
- Schein, E. H. (1986). What you need to know about organizational culture. *Training & Development Journal*, 40(1), 30–33
- Schein, E. H. (1988). *Organizational Culture*. American Psychological Association
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Schein, P. A., & Schein, E. H. (2017). How To Define Culture in General. *Organizational Culture and Leadership*, 3–16.
- Schoemaker, P. J., Heaton, S., & Teece, D. (2018). Innovation, dynamic capabilities, and leadership. *California management review*, 61(1), 15-42.
- Senbeto, D. L., & Hon, A. H. (2021). Shaping organizational culture in response to tourism seasonality: A qualitative approach. *Journal of Vacation Marketing*, 27(4), 466-478.
- Shirali, G. A., Afshin, D. K., Angali, K. A., & Kalhori, S. R. N. (2022). Modelling and assessing the influence of organizational culture norms on safety culture using Bayesian networks approach: the case of an oil industry. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 13(1), 304–317. <https://link.springer.com/article/10.1007/s13198-021-01233-5>
- Sikula, A. F. (1988). *Administración de personal*. D.F. Limusa.
- Sindakis, S., Kitsios, F., Kamariotou, M., Aggarwal, S., & Cuervo, W. J. M. (2022). The effect of organizational culture and leadership on performance: A case of a subsidiary in Colombia. *Journal of General Management*, 49(2), 115–132. <https://doi.org/10.1177/03063070221100048>
- Tangsgaard, E. R. (2021). How Do Public Service Professionals Behave in Risky Situations? The Importance of Organizational Culture. *The American Review of Public Administration*, 51(7), 492-508. <https://doi.org/10.1177/02750740211010348>
- Thelen, P. D., & Formanchuk, A. (2022). Culture and internal communication in Chile: Linking ethical organizational culture, transparent communication, and employee advocacy. *Public Relations Review*, 48(1), 102137.

- Ugheoke, S. O. (2021). Does Organizational Culture Matter in Managerial Role and High-Performance Achievement? Lessons from Nigeria SMEs. *Business Perspectives and Research*, 9(3), 385–398. <https://doi.org/10.1177/2278533721989831>
- Vásquez Pailaqueo, M. P., Acosta Antognoni, H. (2021). Liderazgo transformacional: su impacto en la confianza organizacional, work engagement y desempeño laboral en trabajadores millennials en Chile. *Revista de Psicología*, 30(1), 1–17. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2021.55066>
- Ventura-León, J. & Peña-Calero, B. N. (2021). El mundo no debería girar alrededor del alfa de Cronbach $\geq ,70$. *Adicciones*, 33(4), 369–372. <https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/1576>
- Viswesvaran, C., Ones, D. S., & Schmidt, F. L. (1996). Comparative analysis of the reliability of job performance ratings. *Journal of applied psychology*, 81(5), 557.
- Waljiyanto, W., Al Musadieq, M., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2022). The Effect of Organizational Transformation and Organizational Culture on Product Performance with Market Orientation as a Mediation Variable. *Businesses*, 2(4), 423–434. <https://doi.org/10.3390/BUSINESSES2040027>
- Warner, K. B. (2019). *Employee engagement: How an individual's sociological and psychological self-worth influence job satisfaction*. Trident University International.
- Widarko, A., & Anwarodin, M. K. (2022). Work motivation and organizational culture on work performance: Organizational citizenship behavior (OCB) as mediating variable. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 2(2), 123-138.
- Xenikou, A., & Furnham, A. (1996). A correlational and factor analytic study of four questionnaire measures of organizational culture. *Human relations*, 49(3), 349-371.
- Yip, J. A., Levine, E. E., Brooks, A. W., & Schweitzer, M. E. (2020). Worry at work: How organizational culture promotes anxiety. *Research in Organizational Behavior*, 40, 100124.
- Yopan Fajardo, J. L., Palmero Gómez, N., Santos Mejía, J. R. (2020). Cultura organizacional. *Controversias y concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 263-289. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588663787016>
- Yozgat, U., Yurtkoru, S., & Bilginoğlu, E. (2013). Job Stress and Job Performance Among Employees in Public Sector in Istanbul: Examining the Moderating Role of Emotional Intelligence. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 518–524. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2013.04.056>

Zamanou, S. y Glaser, S. (1994). Moving Toward Participation and Involvement. Managing and Measuring Organizational Culture. *Group & Organization Management*, 19, 475-502.



**ANÁLISIS DE LA
SOSTENIBILIDAD DE PROYECTOS
DE INFRAESTRUCTURA EN
COLOMBIA**



YELENA HERNÁNDEZ ATENCIA

Doctora en planificación y manejo ambiental de cuencas hidrográficas

Magister en planificación y manejo ambiental de cuencas hidrográficas

E-Mail: yelena.hernandez@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7063-3159>

Universidad Cooperativa de Colombia

NORMA PATRICIA GUTIÉRREZ MURILLO

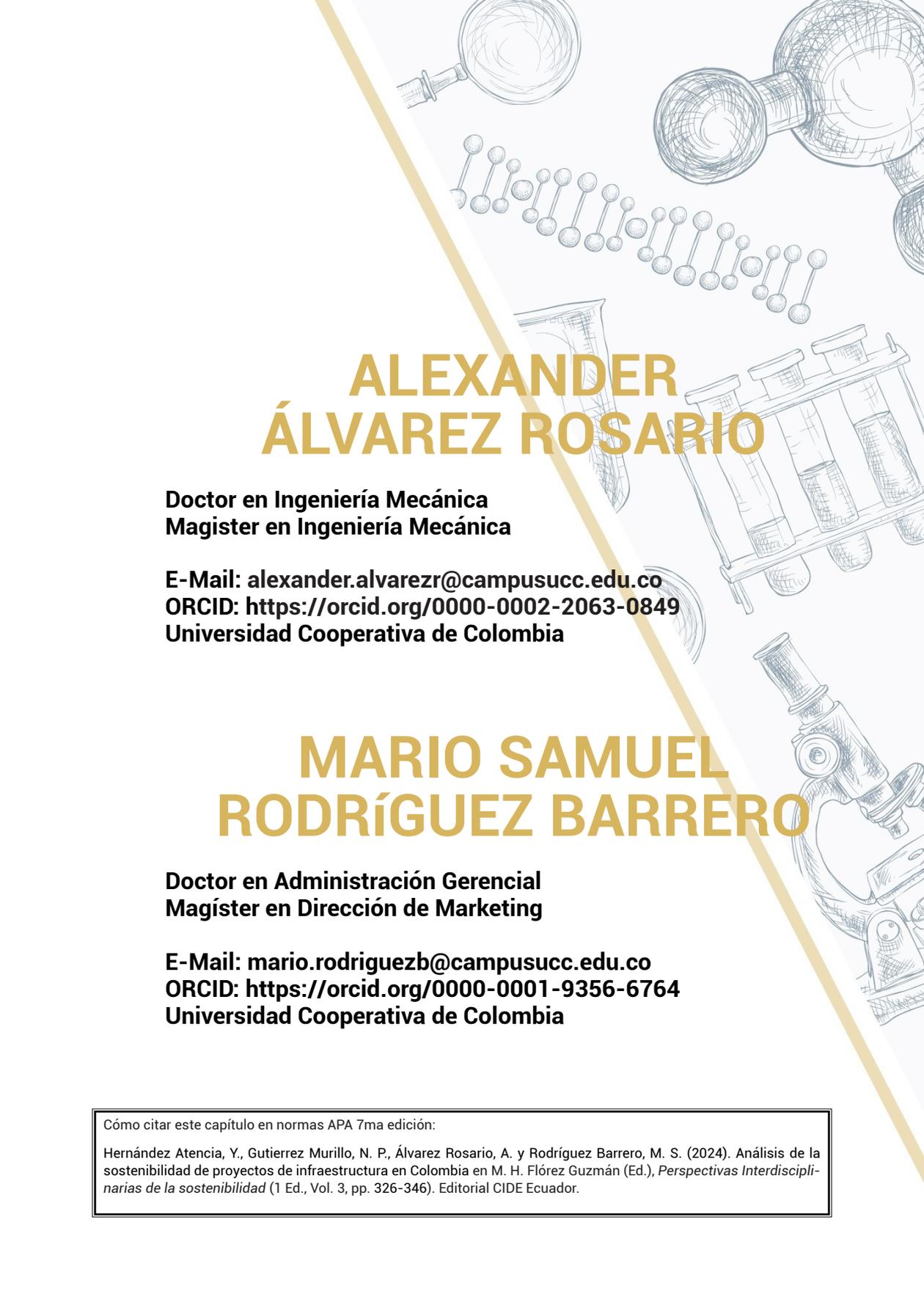
Doctoranda en Dirección de Proyectos

MBA Calidad, Seguridad y Medio Ambiente

E-Mail: norma.gutierrez@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9096-8215>

Universidad Cooperativa de Colombia



ALEXANDER ÁLVAREZ ROSARIO

**Doctor en Ingeniería Mecánica
Magíster en Ingeniería Mecánica**

**E-Mail: alexander.alvarezr@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2063-0849>
Universidad Cooperativa de Colombia**

MARIO SAMUEL RODRÍGUEZ BARRERO

**Doctor en Administración Gerencial
Magíster en Dirección de Marketing**

**E-Mail: mario.rodriguezrb@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9356-6764>
Universidad Cooperativa de Colombia**

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Hernández Atencia, Y., Gutierrez Murillo, N. P., Álvarez Rosario, A. y Rodríguez Barrero, M. S. (2024). Análisis de la sostenibilidad de proyectos de infraestructura en Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 326-346). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

Este manuscrito se centra en el análisis de la sostenibilidad de los proyectos de infraestructura en Colombia. Se destacan los avances significativos en la integración de la sostenibilidad en estos proyectos y subraya la necesidad de fortalecer y ampliar los esfuerzos sostenibles en todas las etapas del ciclo de vida de un proyecto de infraestructura civil. Se menciona la importancia de la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas, junto con el fortalecimiento de los mecanismos de monitoreo y evaluación como elementos esenciales para asegurar que los proyectos cumplan con criterios legales y las dimensiones de la sostenibilidad. La metodología es documental e incluye las fases de definición del propósito, compilación y síntesis, análisis de sostenibilidad y comparativo. Se reconoce la complejidad de implementar prácticas sostenibles en la construcción considerando contexto, tamaño del proyecto, ecosistemas y comunidades afectadas, así como el impacto potencial de estas prácticas y se discute la necesidad de formular estrategias para reducir la contaminación, emisiones de gases de efecto invernadero e integrar a las comunidades y partes interesadas para mitigar los impactos de los proyectos de ingeniería civil.

Palabras claves: Sostenibilidad, Infraestructura, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Gestión ambiental.

Analysis of the Sustainability of Infrastructure Projects in Colombia

ABSTRACT

This manuscript focuses on the analysis of the sustainability of infrastructure projects in Colombia. It highlights significant progress in integrating sustainability into these projects and underscores the need to strengthen and expand sustainable efforts at all stages of the lifecycle of a civil infrastructure project. The importance of transparency, citizen participation, and accountability is mentioned, along with the strengthening of monitoring and evaluation mechanisms as essential elements to ensure that projects meet legal criteria and sustainability dimensions. The methodology is documentary and includes phases of defining purpose, compilation and synthesis, sustainability analysis, and comparison. The complexity of implementing sustainable practices in construction is acknowledged,

considering context, project size, ecosystems, and affected communities, as well as the potential impact of these practices, and the need to formulate strategies to reduce pollution, greenhouse gas emissions, and integrate communities and stakeholders to mitigate the impacts of civil engineering projects.

Keywords: Sustainability, Infrastructure, Sustainable Development Goals (SDGs), Environmental management.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la sostenibilidad se ha establecido como un principio fundamental en el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura a nivel mundial. Este enfoque refleja no solo una creciente conciencia ambiental sino también el reconocimiento de la interdependencia entre el desarrollo económico, la equidad social y la protección del medio ambiente (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas ofrecen un marco comprensivo que guía hacia un desarrollo equitativo, resiliente y sostenible en todas sus dimensiones (UNITED NATIONS, 2016; Thacker et al., 2019).

En el contexto actual de desarrollo urbano y ambiental en Colombia, la sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental en la planificación y ejecución de proyectos de infraestructura, impulsando la necesidad de evaluar de manera integral el impacto de las obras de construcción en el país (Andrade & Bermúdez, 2010; Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2020; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022; Weikert, 2021; González, 2015). Dentro de este marco, se destacan cuatro proyectos significativos:

El proyecto Canal del Dique, una iniciativa fluvial que busca mejorar la gestión hídrica, controlar inundaciones, y promover el desarrollo sostenible, enfocándose en la protección de la biodiversidad y el fomento del empleo local y el turismo sostenible.

La "Nueva Malla Vial del Valle del Cauca", que busca fortalecer la conectividad y movilidad en la región, desarrollada en colaboración con la Agencia Nacional de Infraestructura [ANI]. Este proyecto es esencial para la modernización de la infraestructura vial y el estímulo al crecimiento económico y social de la región.

El proyecto vial Bucaramanga - Barrancabermeja - Yondó, que conecta varios departamentos del norte de Colombia, evidenciando la importancia de las asociaciones público-privadas en el desarrollo de infraestructuras críticas.

El proyecto del Tren Dorada-Chiriguaná, enfocado en el mantenimiento, conservación y mejoramiento de la infraestructura ferroviaria, destacando por su énfasis en la seguridad operacional y la sensibilización comunitaria.

Estos proyectos representan iniciativas significativas en dirección a la sostenibilidad, mostrando una diversidad de esfuerzos y logros (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2018).

Este capítulo pretende situar estos proyectos dentro del esfuerzo mayor por alcanzar los ODS, resaltando la importancia de sus interrelaciones y su impacto en la sostenibilidad global del país. A través de un análisis meticuloso basado en una matriz de evaluación de sostenibilidad, se examinará cómo cada proyecto contribuye a los objetivos de desarrollo sostenible, considerando sus impactos ambientales, sociales, económicos e institucionales (Hernández et al., 2020).

La implementación de prácticas sostenibles en estos proyectos no solo contribuye a la mitigación de impactos ambientales negativos, sino que también promueve la inclusión social, la eficiencia económica y la transparencia institucional (Hegab et al., 2023; Ivic et al., 2021). Además, son fundamentales en la construcción de comunidades resilientes capaces de adaptarse y responder a desafíos como el cambio climático (Banco Mundial, 2017).

A lo largo del análisis, se exploró cómo los proyectos abordan estos desafíos y oportunidades, identificando buenas prácticas, áreas de mejora y lecciones aprendidas aplicables a futuras iniciativas (Hosny et al., 2022; Thacker et al., 2019). Este enfoque integral refleja la necesidad de una colaboración estrecha entre entidades gubernamentales, el sector privado y la sociedad civil para promover la sostenibilidad y el uso de la innovación y tecnología para mejorar los estándares de construcción y operación de infraestructuras sostenibles (Pérez, 2019). Este enfoque integral refleja la necesidad de una colaboración estrecha entre entidades gubernamentales, el sector privado y la sociedad civil para promover la sostenibilidad y el uso de la innovación y tecnología para mejorar los estándares de

construcción y operación de infraestructuras sostenibles (Pérez, 2019).

Este capítulo establece las bases para un análisis profundo sobre la integración de la sostenibilidad en la infraestructura colombiana, ofreciendo una visión holística desde la planificación estratégica hasta la implementación práctica de los proyectos. Se espera que este enfoque contribuya al diálogo sobre cómo Colombia, y otras naciones, pueden avanzar hacia un futuro más sostenible y resiliente, alineando sus proyectos de infraestructura con los imperativos globales de desarrollo sostenible (Rodríguez et al., 2021).

METODOLOGÍA

En la elaboración del presente documento, se adoptó una metodología de investigación documental buscando evaluar la integración de prácticas sostenibles en cuatro proyectos de infraestructura significativos en Colombia. Esta metodología, se articuló en torno a cuatro fases principales las cuales se describen a continuación y que contribuyó de manera esencial al análisis exhaustivo de los proyectos desde una perspectiva de sostenibilidad, basándose en un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo.

Definición del propósito y alcance del análisis

Se estableció claramente el objetivo de la investigación: evaluar los proyectos seleccionados bajo el prisma de la sostenibilidad, atendiendo a las dimensiones ambientales, sociales, económicas e institucionales. Este paso inicial definió el alcance del análisis, orientándolo hacia la alineación de cada proyecto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por las Naciones Unidas.

Compilación y síntesis de información

Se llevó a cabo una recopilación detallada de información secundaria, incluyendo objetivos, diseño, impactos esperados y desafíos de cada proyecto. Esto involucró acceder a portales web relevantes y seleccionar documentos que abordaran aspectos de sostenibilidad. Este proceso generó textos descriptivos, estableciendo un entendimiento profundo de cada iniciativa y facilitando su evaluación bajo los criterios de sostenibilidad establecidos.

Análisis Basado en Matriz de Evaluación de Sostenibilidad

Se utilizó una matriz de evaluación de sostenibilidad especialmente adaptada, que permitió calificar cada proyecto en relación con las dimensiones Ambiental, Social, Económica e Institucional. Esta herramienta cuantitativa ofreció la base para un análisis objetivo y comparable entre los proyectos, enfocándose en el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad. A continuación, se presenta la matriz de evaluación propuesta por los autores:

Tabla 1

Matriz de evaluación de la sostenibilidad

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD					
DIMENSIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS	MÉTODO DE EVALUACIÓN	PUNTAJACIÓN (1 – 5)
AMBIENTAL Y RESILIENCIA CLIMÁTICA	1. Impacto Socio-Ambiental	Análisis integrado de impactos sociales y ambientales.	Informes socioeconómicos, estudios de impacto social.	Evaluación de la inclusión de factores sociales y ambientales.	
	2. Calidad del aire y efectos contaminantes	Calidad del aire y emisiones contaminantes.	Mediciones de calidad del aire, informes de emisiones, noticias.	Comparación con normativas y análisis de tecnologías limpias.	
	3. Reducción de las emisiones de GEI	Resumen de emisiones GEI y estrategias de reducción.	Informes de EIA, estudios de impacto climático.	Análisis de medidas propuestas para la reducción de GEI	
	4. Integración de las comunidades y otras partes interesadas	Impacto en las comunidades y partes interesadas	Informes de la ANI, Interventoría, y BID	Análisis de la información reportada en los boletines informativos e informes de avances del proyecto	
SOCIAL	5. Generación de empleo y de productividad local	Resumen de la generación de empleo y articulación con la productividad local.	Informes de la ANI, de la interventoría, organizaciones afines	Análisis de contratación y alternativas.	

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD

DIMENSIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS	MÉTODO DE EVALUACIÓN	PUNTAJACIÓN (1 – 5)
ECONÓMICA	7. Estructuración de proyectos y asignación de riesgos de acuerdo con Project Financing	Esquemas de financiación del proyecto	Informes BID, interventoría, Cámara de Comercio, entidades gubernamentales	Reconocimiento y beneficios otorgados bajo los criterios sostenibles	
INSTITUCIONAL	8. Protocolos de transparencia y anticorrupción	Procesos que derivan en la transparencia y buen uso de los recursos económicos asignados	Informes BID, documentos legales, ANI, SECOP	Análisis de la documentación registrada, e informes económicos referentes	

Nota. Elaboración propia

Análisis Comparativo y Argumentativo

Se llevó a cabo un análisis crítico de la información recopilada, destacando fortalezas, áreas de mejora y lecciones aprendidas basadas en resultado consolidado de la matriz de evaluación. Dicho análisis no solo identificó las prácticas sostenibles implementadas considerando su contribución a los ODS. Posteriormente se discutió la relevancia de la colaboración entre diferentes actores y el papel de la innovación y tecnología en la mejora de la sostenibilidad.

La metodología aplicada enfatizó una evaluación holística y rigurosa de la sostenibilidad, procurando garantizar un análisis coherente con los estándares internacionales de desarrollo sostenible. De esta forma se consiguió evaluar no solo los proyectos en su propio mérito sino también ofrecer una perspectiva comparativa valiosa sobre su contribución a la sostenibilidad en el contexto colombiano.

RESULTADOS

Tren Dorada - Chiriguáná

El proyecto Tren Dorada Chiriguáná demuestra un compromiso significativo con la sostenibilidad, incorporando prácticas que abordan diversas dimensiones

ambientales, sociales, económicas e institucionales. Utilizando la matriz de evaluación de sostenibilidad como marco de referencia, se evaluó cómo este proyecto se alinea con los criterios establecidos.

Dimensión Ambiental y Resiliencia Climática

Impacto Socio-Ambiental. El proyecto ha realizado un análisis integrado de los impactos sociales y ambientales, asegurando que las prácticas de desarrollo sostenible sean parte integral de su ejecución. La inclusión de estrategias intermodales y el énfasis en la restauración de ecosistemas indican una fuerte consideración de los factores sociales y ambientales. Puntuación: 4

Calidad del Aire y Efectos Contaminantes. Al fomentar el transporte intermodal, se espera una disminución en la emisión de contaminantes al reducir la dependencia del transporte por carretera. Sin embargo, la documentación específica sobre mediciones de calidad del aire y reducción de contaminantes es limitada. Puntuación: 3

Reducción de las Emisiones de GEI. La estrategia de movilización de carga del proyecto, al optimizar las rutas de transporte, contribuye a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. La implementación de prácticas de sostenibilidad ambiental apunta hacia una reducción efectiva de GEI. Puntuación: 4

Dimensión Social

Integración de las Comunidades y Otras Partes Interesadas. El proyecto ha demostrado esfuerzos por integrar a las comunidades y partes interesadas en su desarrollo, aunque la extensión y profundidad de esta integración pueden variar. Puntuación: 3

Generación de Empleo y de Productividad Local. Se anticipa que el proyecto generará empleo y fomentará la productividad local, aunque se requieren más detalles para evaluar plenamente este aspecto. Puntuación: 3

Dimensión Económica

Estructuración de Proyectos y Asignación de Riesgos de Acuerdo con Project Financing. El enfoque en la eficiencia logística y la infraestructura resiliente

indica un diseño de proyecto y asignación de riesgos que podría alinearse bien con criterios sostenibles. Sin embargo, la información específica sobre esquemas de financiación y reconocimiento de beneficios bajo criterios sostenibles es necesaria para una puntuación completa. Puntuación: 3

Dimensión Institucional

Protocolos de Transparencia y Anticorrupción. La información disponible sugiere un compromiso con la transparencia y la gestión adecuada de los recursos. La implementación de prácticas de sostenibilidad y la creación de subcuentas para el cambio climático son indicativos de esfuerzos hacia la transparencia. Puntuación: 4

Proyecto malla vial del Valle del Cauca

Dimensión Ambiental y Resiliencia Climática

Impacto Socio-Ambiental. La consideración de impactos sociales y ambientales sugiere un enfoque consciente en la fase de preconstrucción, mantenimiento, y rehabilitación. La inclusión de estrategias de manejo de residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, apoya este enfoque. Puntuación: 3.5 - Se observa un esfuerzo por integrar consideraciones ambientales y sociales, aunque sería beneficioso disponer de más detalles sobre la efectividad de estas medidas.

Calidad del Aire y Efectos Contaminantes. Las actividades de mantenimiento pueden impactar la calidad del aire. La referencia a la gestión de materiales y la operación de maquinaria subraya la necesidad de estrategias para mitigar contaminantes. Puntuación: 3 - Se reconoce el impacto potencial, pero falta información sobre medidas concretas para reducir la contaminación.

Reducción de las Emisiones de GEI. La estimación del tráfico y el uso de plantas de energía móviles indican un reconocimiento de las emisiones de GEI. Sin embargo, la falta de una estrategia clara para su reducción limita la evaluación. Puntuación: 2.5 - Hay conciencia sobre las emisiones, pero se necesitan acciones más definidas para su reducción.

Dimensión Social

Integración de las Comunidades y Otras Partes Interesadas. La mención de consejos comunitarios y la gestión social indica un esfuerzo por involucrar a las comunidades. Puntuación: 3.5 - Hay un esfuerzo claro por integrar a las comunidades, aunque serían deseables más detalles sobre la participación comunitaria efectiva.

Generación de Empleo y Productividad Local. La recolección de información de campo y la operación de plantas móviles sugieren un impacto positivo en la generación de empleo. Puntuación: 3 - Aunque hay implicaciones positivas para el empleo local, falta especificidad en cuanto a la magnitud y naturaleza del empleo generado.

Dimensión Económica

Estructuración de Proyectos y Asignación de Riesgos de Acuerdo con Project Financing. La financiación como parte del contrato de concesión sugiere una estructura financiera sólida. Puntuación: 3.5 - Se indica una planificación financiera, pero sería beneficioso disponer de más detalles sobre la gestión de riesgos y la sostenibilidad económica a largo plazo.

Dimensión Institucional

Protocolos de Transparencia y Anticorrupción. La presencia de consejos comunitarios sugiere un enfoque hacia la transparencia. Puntuación: 3 - Aunque hay indicios de preocupación por la transparencia, la información directa sobre protocolos anticorrupción es limitada.

Proyecto vial Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó

Dimensión Ambiental y Resiliencia Climática

Impacto Socio-Ambiental. La documentación sugiere un esfuerzo por integrar los impactos sociales y ambientales, con medidas de mitigación para impactos identificados. Puntuación: 3.5 - Se aprecia una consideración significativa de los impactos, aunque sería beneficioso contar con más información sobre la efectividad de las medidas de mitigación (Agencia Nacional de Infraestructura [ANI], 2016) Calidad del Aire y Efectos Contaminantes. Dado que el proyecto

involucra construcción y mantenimiento vial, es probable que afecte la calidad del aire. Sin embargo, la falta de detalles específicos sobre estrategias de mitigación directas limita la evaluación. Puntuación: 2.5 - Reconoce impactos pero carece de especificidad en las medidas de mitigación (ANI, 2016).

Reducción de las Emisiones de GEI. No se proporciona información específica sobre la reducción de GEI. Puntuación: 2 - Necesidad de estrategias claras y medidas específicas para la reducción de emisiones.

Dimensión Social

Integración de las Comunidades y Otras Partes Interesada. La documentación indica esfuerzos por integrar a las comunidades afectadas y minimizar impactos sociales negativos. Puntuación: 4 - La inclusión de planes de gestión social y consulta comunitaria es destacable(ANI, 2016).

Generación de Empleo y Productividad Local. Aunque se sugiere un impacto positivo en la generación de empleo, la falta de datos específicos limita la puntuación. Puntuación: 3 - Positivo para el empleo, pero requiere mayor detalle.

Dimensión Económica

Estructuración de Proyectos y Asignación de Riesgos de Acuerdo con Project Financing. La inversión y planificación financiera del proyecto están claramente definidas, con un enfoque en la viabilidad a largo plazo. Puntuación: 4 - Se identifican los costos y estructura financiera, aunque faltan detalles sobre la asignación específica de riesgos (ANI, 2016).

Dimensión Institucional

Protocolos de Transparencia y Anticorrupción. La documentación es limitada en cuanto a los protocolos específicos de transparencia y anticorrupción implementados. Puntuación: 2.5 - Indicaciones de esfuerzos por la transparencia, pero se requiere más claridad y especificidad.

Canal del Dique

Dimensión Ambiental y Resiliencia Climática

Impacto Socio-Ambiental. La integración de impactos sociales y ambientales muestra un enfoque hacia la sostenibilidad, con acciones dirigidas a la conservación y la resiliencia climática (Hernández et al., 2023). Puntuación: 4 - Destaca el compromiso con prácticas sostenibles y conservación de ecosistemas, aunque podría ampliarse la documentación sobre medidas específicas y su efectividad.

Calidad del Aire y Efectos Contaminantes. El empleo de incentivos fiscales y soluciones sin carbono refleja una preocupación por la calidad del aire. Puntuación: 4 - Indica una estrategia proactiva, aunque se beneficia de más detalles sobre la implementación y el impacto de estas soluciones.

Reducción de las Emisiones de GE. Aunque el proyecto tiene objetivos claros de reducción de GEI, la contribución regional parece baja. Puntuación: 3 - Reconoce la importancia de la reducción de GEI pero señala la necesidad de fortalecer la contribución a la mitigación del cambio climático a nivel regional.

Dimensión Social

Integración de las Comunidades y Otras Partes Interesadas. Se valora la inclusión y el diálogo con grupos desfavorecidos, buscando equidad e inclusión. Puntuación: 4 - Resalta un enfoque inclusivo y participativo, aunque sería útil conocer más sobre los mecanismos específicos de diálogo y participación.

Generación de Empleo y Productividad Local. Fomenta la creación de empleo y el desarrollo de cadenas de valor locales sostenibles. Puntuación: 4 - Promueve activamente la productividad local y el empleo, contribuyendo al bienestar social, aunque podrían detallarse más las políticas de adquisiciones sostenibles.

Dimensión Económica

Estructuración de Proyectos y Asignación de Riesgos de Acuerdo con Project Financing. La financiación a largo plazo y el análisis de riesgos indican una planificación económica sólida. Puntuación: 4 - Muestra una buena estructuración financiera y gestión de riesgos, pero la claridad sobre el impacto de esta

estructuración en la sostenibilidad del proyecto mejoraría la puntuación.

Dimensión Institucional

Protocolos de Transparencia y Anticorrupción. Los protocolos establecidos demuestran un alto compromiso con la transparencia y la anticorrupción. Puntuación: 5 - Refleja una fuerte rendición de cuentas y participación ciudadana, fundamentales para la sostenibilidad institucional del proyecto.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Resultado de la aplicación de la matriz de evaluación propuesta en este estudio, a continuación, se presenta la puntuación obtenida en las diferentes dimensiones y criterios para los cuatro proyectos objeto de estudio:

Tabla 2

Matriz de Evaluación - Resultados

Dimensiones	Criterio de evaluación	P1	P2	P3	P4
Ambiental	- Impacto socio-ambiental	4	3.5	3.5	4
	- Calidad del aire y efectos contaminantes	3	3	2.5	4
	- Reducción de las emisiones de GEI	4	2.5	2	3
Social	- Integración de comunidades y partes interesadas	3	3.5	4	4
	- Generación de empleo y productividad local	3	3	3	4
Económica	- Estructuración de proyectos y asignación de riesgos de acuerdo con project financing	3	3.5	4	4
Institucional	- Protocolos de transparencia y anticorrupción	4	3	2.5	5

Nota. Elaboración propia

P1: Tren Dorada – Chiriguáná

P2: Malla vial Valle del Cauca

P3: Proyecto vial Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó

P4: Canal del Dique

La evaluación de cuatro proyectos a través de la matriz de sostenibilidad propuesta evidencia un compromiso diverso y con prácticas sostenibles bien definidas en el contexto colombiano. Así, cada proyecto, y a pesar de sus singularidades, aporta valiosas lecciones y oportunidades de mejora en lo referente

a la integración de la sostenibilidad en infraestructuras civiles críticas para el desarrollo del país y de las comunidades a través de ellas.

Con relación a los proyectos del Tren Dorada Chiriguana y el Canal del Dique, se observa que emergen como líderes en la dimensión ambiental y resiliencia climática dada la puntuación elevada en los criterios de impacto socio-ambiental, calidad del aire, y efectos contaminantes. Estos proyectos evidencian un enfoque progresista hacia la mitigación de impactos ambientales y la promoción de una transición hacia economías de bajo carbono acorde con los lineamientos mundiales establecidos en los ODS. Sin embargo, el Canal del Dique se destaca por su excepcional puntuación en protocolos de transparencia y anticorrupción, reflejando un modelo de gobernanza robusto y participativo necesario para las sociedades latinoamericanas.

De otro lado, el proyecto Malla Vial Valle del Cauca presenta un enfoque equilibrado, pero con margen para mejora, especialmente en la reducción de emisiones de GEI, donde su puntuación refleja la necesidad de estrategias más definidas. Aunque este proyecto muestra esfuerzos considerables en la integración de las comunidades y otras partes interesadas, la claridad y especificidad en la documentación de sus prácticas podrían potenciar su impacto y eficacia.

Finalmente, el proyecto Vial Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó**, enfrenta retos significativos en la dimensión ambiental, particularmente en la calidad del aire y efectos contaminantes, y la reducción de las emisiones de GEI y, aunque se valora positivamente en cuanto a la integración de las comunidades y la estructuración económica del proyecto, este proyecto subraya la importancia crítica de la mitigación ambiental y la necesidad de incorporar medidas específicas y efectivas para abordar los impactos negativos.

Comparativamente, la diversidad en las puntuaciones revela la complejidad inherente en la implementación de proyectos de infraestructura sostenible en obras de tipo civil, mientras algunos proyectos evidencian fortalezas en la gobernanza y la inclusión social, otros destacan por su enfoque en la mitigación ambiental y la innovación en sostenibilidad y que podrían estar asociados a la naturaleza del entorno, tamaño, ecosistemas y comunidades afectadas. Esta variabilidad subraya la necesidad de un enfoque integrado que considere todas las dimensiones de la

sostenibilidad, equilibrando la excelencia ambiental, la inclusión social, la viabilidad económica, y la integridad institucional.

DISCUSIONES

Como discusión se destaca la importancia de la sostenibilidad en los proyectos de infraestructura en Colombia, subrayando los avances significativos en su integración en estos proyectos. Se enfatiza la necesidad de fortalecer y ampliar los esfuerzos sostenibles en todas las etapas del ciclo de vida de un proyecto de infraestructura civil (Pérez, 2019).

Se menciona la importancia de la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas, junto con el fortalecimiento de los mecanismos de monitoreo y evaluación. Estos elementos son esenciales para asegurar que los proyectos no solo cumplan con los criterios de sostenibilidad, sino que también consideren todas las dimensiones de la sostenibilidad, equilibrando la excelencia ambiental, la inclusión social, la viabilidad económica y la integridad institucional (Rodríguez et al., 2021; Baxter & Chipulu, 2023).

Se presenta una evaluación de proyectos representativos de la infraestructura en Colombia, revelando su compromiso con la sostenibilidad, destacando fortaleza y oportunidades de mejora encaminadas a una integración de prácticas consideradas sostenibles en el desarrollo del país y el bienestar de sus comunidades (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2015).

Como aporte, se hace hincapié en la complejidad de la implementación de prácticas sostenibles en la construcción y/o mantenimiento de obras de infraestructura civil, especialmente en entornos tan variados como el tamaño, los ecosistemas y las comunidades afectadas. Se reconoce el impacto potencial de estas prácticas y se discute la necesidad de formular estrategias concretas para reducir la contaminación y las emisiones de gases de efecto invernadero, así como la necesidad de integrar a las comunidades y otras partes interesadas en estos proyectos para mitigar los impactos (Andrade & Bermúdez, 2010; DNP, 2020; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022).

CONCLUSIONES

La evaluación de los proyectos Tren Dorada Chiriguaná, Malla Vial Valle del Cauca, Vial Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó, y Canal del Dique a través de una matriz de sostenibilidad ha revelado un paisaje diverso de compromisos y prácticas sostenibles dentro del contexto de infraestructura colombiana proporcionando no solo una visión del estado actual de la sostenibilidad en proyectos críticos de infraestructura, sino también destacando áreas de fortaleza y oportunidades de mejora encaminadas a una integración de prácticas consideradas sostenibles en el desarrollo del país y el bienestar de sus comunidades.

La pluralidad en resultados de las evaluaciones refleja la complejidad en la implementación de prácticas sostenibles en la construcción y/o mantenimiento de obras de infraestructura civil, especialmente en entornos tan variados como el colombiano. Así, y mientras algunos proyectos destacan en la gobernanza y la inclusión social, otros sobresalen por su enfoque en la mitigación ambiental y la innovación. Esta variabilidad enfatiza la necesidad de un enfoque holístico e integrado que armonice las dimensiones ambiental, social, económica e institucional de la sostenibilidad, promoviendo un desarrollo que no solo sea resiliente y equitativo, sino también económicamente viable e institucionalmente sólido.

De forma general, los estudios sobre estos proyectos de infraestructura subrayan avances significativos en la integración de la sostenibilidad en Colombia, presentando también la necesidad de fortalecer y ampliar esfuerzos sostenibles en todas las etapas del ciclo de vida de un proyecto de infraestructura civil. La promoción de la transparencia, participación ciudadana y rendición de cuentas, junto con el fortalecimiento de mecanismos de monitoreo y evaluación, son esenciales para asegurar que los proyectos no solo cumplan con los criterios de sostenibilidad, sino que también dejen un legado positivo duradero. Estos proyectos, por lo tanto, no solo deben verse como construcciones físicas, sino como pilares fundamentales en la construcción de un futuro más sostenible para Colombia.

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Infraestructura [ANI]. (2016). *Concesión ruta del cacao estudio de impacto ambiental construcción corredor vial bucaramanga – barrancabermeja – yondo*. https://idbinvest.org/sites/default/files/2018-03/cap_00_resumen_ejecutivo_0.pdf
- Andrade Medina, P., & Bermúdez Cárdenas, D. C. (2010). La sostenibilidad ambiental urbana en Colombia. *Bitácora Urbano Territorial*, 17(2), 73–93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3392550>
- Banco Mundial. (2017). *Infraestructura sostenible*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/sustainable-infrastructure>
- Baxter, D., & Chipulu, M. (1 de diciembre de 2023). Developing a new scale for measuring sustainability-oriented innovation. *Journal of Cleaner Production*, 429, 139590. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139590>
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2020). *Informe anual de avance en la implementación de los ODS en Colombia*. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/2022_14_04_Informe_anual_avance_implementation_ODS_en_Colombia_2022.pdf
- González Arenas, J. A. (2015). *Proyectos de infraestructura vial en Colombia - aplicabilidad de los sistemas de certificación sostenible* [tesis de maestría]. Universidad de los Andes. <http://biblioteca.uniandes.edu.co/acepto2015201.php?id=6647.pdf>
- Hegab, H., Shaban, I., Jamil, M., & Khanna, N. (2023). Toward sustainable future: Strategies, indicators, and challenges for implementing sustainable production systems. *Sustainable Materials and Technologies*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.susmat.2023.e00617>
- Hernández Trujillo, A. F., Herrán Palacio, J. P., & Melo Avendaño, P. A. (2023). *Integración de la sostenibilidad en proyectos hidráulicos: caso de estudio Canal del Dique* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/9e2656ce-2ed1-46ab-bec3-8ed-0be8cc9b9>
- Hernández, A., Martínez, B., & Rodríguez, C. (2020). Evaluación de la sostenibilidad en proyectos de infraestructura: Un estudio de caso. *Revista Colombiana de Ingeniería*, 45(2), 67-76.
- Hosny, H. E., Ibrahim, A. H., & Eldars, E. A. (2022). Development of infrastructure projects sustainability assessment model. In *Environment, Development*

and Sustainability, 24, 7493 – 7531. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01791-5>

Ivic, A., Saviolidis, N. M., & Johannsdottir, L. (2021). Drivers of sustainability practices and contributions to sustainable development evident in sustainability reports of European mining companies. *Discover Sustainability*, 2(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-021-00025-y>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2018). *Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIB-SE)*. <https://www.minambiente.gov.co/documento-entidad/politica-nacional-para-la-gestion-integral-de-la-biodiversidad-y-sus-servicios-ecosistemicos-pngibse-2/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). Cuadernos sobre ciudades sostenibles. En *Diálogos para una gestión ambiental urbana*, 2. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/12/Cuadernos-sobre-Ciudades-Sostenibles-2-vf.pdf>

Organización de las Naciones Unidas ONU. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pérez, L. (2019). Innovación y tecnología para la sostenibilidad en infraestructuras. *Revista de Innovación en Infraestructura*, 1(1), 22-30.

Rodríguez, M., Gómez, N., & Torres, P. (2021). La infraestructura como catalizador del desarrollo sostenible en Colombia. *Revista Colombiana de Sostenibilidad*, 5(3), 45-59.

Thacker, S., Adshead, D., Fay, M., Hallegatte, S., Harvey, M., Meller, H., O'Regan, N., Rozenberg, J., Watkins, G., & Hall, J. W. (2019). Infrastructure for sustainable development. *Nature Sustainability*, 2(4), 324–331. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0256-8>

United nations. (s.f.). *Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development*. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>

Weikert Bicalho, F. (2021). Infraestructura resiliente un imperativo para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. *Serie comercio internacional*, 160, 680–872. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1e61262e-7887-4cfd-8efc-cf4626e0056c/content>



**BARRERAS DE ACCESO A
CRÉDITO FINANCIERO PARA
LAS MUJERES
MICROEMPRESARIAS Y
EMPRENEDEDORAS EN
COLOMBIA**



LUDIVIA HERNÁNDEZ AROS

**Magister en Auditoría y Gestión Empresarial
Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría Integral
Contador Público**

**E-Mail: ludivia.hernandez@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1571-3439>
Universidad Cooperativa de Colombia**

MARIO SAMUEL RODRÍGUEZ BARRERO

**Doctor en Administración Gerencial
Magíster en Dirección de Marketing**

**E-Mail: mario.rodriguez@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9356-6764>
Universidad Cooperativa de Colombia**

LAURA CONSTANZA GALLEGO COSSIO

**Doctora en Administración
Especialista en Gestión Empresarial
Contador Publico**

**E-Mail: laura.gallego@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3131-235X>
Universidad Cooperativa de Colombia**



EDGARDO MEJÍA HERRERA

**Doctor en Administración Gerencial
Magister en Ciencias de la Educación mención Docencia e
Investigación Universitaria**

**E-Mail: edgardo.mejia@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7269-6591>
Universidad Cooperativa de Colombia**

FERNANDO GUTIÉRREZ PORTELA

Magister en software libre

**E-Mail: fernando.gutierrez@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3722-3809>
Universidad Cooperativa de Colombia**

LIDA CAROLINA CHÁVEZ SUÁREZ

**Profesional en Contaduría Pública
Especialista en Gestión Empresarial
Contador Publico**

**E-Mail: lida.chavez@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6194-2291>
Universidad Cooperativa de Colombia**

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Hernández Aros, L., Rodríguez Barrero, M. S., Gallego Cossio, L. C., Mejía Herrera, E., Gutiérrez Portela, F. y Chávez Suárez, L. C. (2024). Barreras de acceso a crédito financiero para las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 346-371). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

Las políticas de crédito establecidas por las entidades financieras son estrictas y de difícil acceso para los microempresarios y para los emprendedores que tienen proyectos en etapa de incubación y crecimiento. En este escenario, las mujeres microempresarias y emprendedoras deben asumir el reto de adquirir apalancamiento por parte del sistema financiero basado en la aceptación de una solicitud de crédito para su negocio que está intentando posicionarse en su etapa temprana. Bajo esta premisa este estudio analiza las barreras de acceso al crédito financiero en Colombia por parte de las microempresarias y emprendedoras. El desarrollo metodológico obedece a un estudio mixto de corte descriptivo en el cual se entrevistó a funcionarios de entidades financieras y se aplica una encuesta a 40 mujeres emprendedoras. Los resultados evidencian que el grado de aceptación de un crédito en una entidad financiera depende de la trayectoria o vigencia del negocio de mínimo tres años, limitante para las nuevas emprendedoras, quienes además deben demostrar que cuentan con respaldo económico que asegure el pago del crédito en el tiempo acordado. Como parte de los resultados se descarta que la variable género sea determinante para una institución financiera en el momento de otorgar el crédito.

Palabras clave: Crédito financiero; Emprendimiento social; Microempresas; Mujeres empresarias; Políticas crediticias; Financiamiento empresarial.

Barriers to Access Financial Credit for Female Microentrepreneurs and Entrepreneurs in Colombia

ABSTRACT

The credit policies established by financial institutions are strict and difficult to access for microentrepreneurs and for entrepreneurs who have projects in the incubation and growth stage. In this scenario, women microentrepreneurs and entrepreneurs must assume the challenge of acquiring leverage from the financial system based on the acceptance of a credit application for their business that is trying to position itself in its early stage. Under this premise, this study analyzes the barriers to access to financial credit in Colombia by women microentrepreneurs and entrepreneurs. The methodological development follows a mixed descriptive study in which interviews were conducted with officials of financial institutions and a survey was applied to 40 women entrepreneurs. The results show that the degree of acceptance of a loan in a financial entity depends on the trajectory or validity of the business of at least three years, a limiting factor for new women entrepreneurs, who must also demonstrate that they have economic backing to ensure the payment of the loan within the agreed time. As part of the results, it is ruled out that the gender variable is a determining factor for a financial institution at the time of granting a loan.

Keywords: Financial credit; Entrepreneurship; Microenterprises; Women entrepreneurs; Credit policies; Business financing.

INTRODUCCIÓN

Las instituciones financieras en Colombia ofrecen a los consumidores una amplia variedad de productos para solventar sus necesidades que permitan la supervivencia y crecimiento de los negocios, incluso, a través de modalidades especiales como leasing, factoring, entre otros, que les permite a las empresas percibir recursos para operación e inversión. Es así como se crea "la necesidad de financiación que surgió en el Estado capitalista debido al establecimiento de intercambios regulares de productos básicos y monetarios, así como a la creciente necesidad del Estado de recursos financieros" (Rodríguez & Hernández, 2022).

Estas instituciones tienen un rol clave para la economía de los países en todos los momentos que atraviesan, tanto en crisis como en bonanza y épocas de crecimiento. Durante la recuperación económica, las instituciones financieras brindan financiamiento para respaldar el crecimiento económico, mientras que, durante la recesión económica, los bancos reducen los préstamos; situación que es paradójica por el hecho de que cuando se necesita recursos es cuando más limitantes se establecen. Sobre el particular en la literatura se reconoce que, "cuando se habla de créditos se habla necesariamente de unas obligaciones que adquiere una persona natural o jurídica, de realizar unos pagos futuros por un dinero recibido para destinaciones específicas en el presente" (Peña et al., 2011, p. 103), es decir, el propósito principal de un préstamo por parte del acreedor siempre será ver retornada su inversión y su comisión por servicios, pero además cumple una función económica y social porque promueve el crecimiento de las empresas.

En el momento en que se otorgan estos créditos, algunas barreras al sistema financiero desmotivan a los empresarios, como el temor a endeudarse, incumplimiento en requisitos, reportes negativos en centrales de crédito, y costos financieros muy elevados que causan incertidumbre a los emprendedores (Lozano, 2017). Los grandes objetivos de toda empresa es mejorar su productividad, competitividad y desarrollo dinámico de su actividad empresarial que se refleja en su crecimiento. En esta dinámica las entidades financieras requieren que el cliente evidencie cómo va a pagar el crédito, con qué respaldo cuenta, así como sus datos personales, ya que la obligación del sector financiero es administrar sus recursos para así seguir apoyando a los microempresarios (Rodríguez, 2009).

Así, las fuentes de financiación están abiertas para las microempresarias de Colombia, más aún cuando según un estudio practicado por la Cámara de Comercio de Bogotá (2017) indica que, del total de empresarios, el 38,7% de los representantes legales son mujeres. Adicional entre 2016 y 2018 las mujeres crearon 5.074 empresas con ayuda de la Cámara de Comercio; cifra bastante significativa que podría llevar a pensar que la brecha de género se acorta cada vez más.

Sin embargo, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2024), el incremento de la pobreza multidimensional en esta región se ha agravado en términos de género en las últimas décadas, pues mientras

en 2002 la proporción de mujeres respecto a hombres en hogares en condición de pobreza a era 105 por cada 100, esta ha aumentado a 116 mujeres por cada 100 hombres en 2021, es decir que cada vez hay más mujeres en condición de pobreza extrema con respecto a los hombres, como también lo demuestra el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) con enfoque en mujeres que para el año 2023, ascendió a 27,4% (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2024).

En este sentido, es importante conceptualizar emprendimiento constituye una herramienta eficaz para que las mujeres puedan generar ingresos y salir de la pobreza, entendido como el acto de imaginar, diseñar, ejecutar y explotar una idea de negocio derivada de una invención, innovación, mejoramiento o aprovechando una tendencia del mercado, acción que implica el desarrollo de funciones, tareas y actividades asociadas a la identificación y aprovechamiento de oportunidades que conlleva al diseño de un proyecto, plan de negocio o creación de una empresa mediante la implementación de un modelo de negocio que permita su sostenibilidad en el tiempo y les permita solventar las necesidades propias y de las personas que dependen económicamente de ellas (Lozano et al., 2019).

A partir de estos elementos, el estudio se enfoca en analizar las barreras que enfrentan las microempresarias y emprendedoras en Colombia para acceder al crédito financiero, considerando tanto las políticas internas de las entidades bancarias como las experiencias de las empresarias. Se busca comprender las dificultades reales que estas mujeres enfrentan al intentar obtener financiamiento para sus negocios, con el fin de identificar posibles soluciones y estrategias que promuevan un acceso más equitativo al crédito en el país. Esta comprensión es esencial para proponer estrategias y políticas gubernamentales para coadyuvar a esta problemática que enfrentan las mujeres en su camino hacia el crecimiento económico y el empoderamiento, contribuyendo así al fortalecimiento de la economía y al desarrollo empresarial femenino en Colombia.

ELEMENTOS CONCEPTUALES

El éxito de un emprendimiento depende de múltiples factores tanto internos como externos, entre ellos la competencia, el lugar de desarrollo del negocio, la tecnología, recursos financieros, talento humano, entre otros aspectos que influyen

en el crecimiento del negocio. Asimismo, La financiación y planeación son elementos clave para permanecer en el mercado, ya que facilita el incremento de las ventas y puede hacer que los márgenes de rentabilidad sean mayores por efecto de un mayor número de clientes o porque los procesos se hacen más eficientes bajando los costos y los gastos (Rodríguez et al., 2020).

En la actualidad, la cantidad de emprendedores que empiezan a surgir e incluso a resurgir es cada vez más creciente, sin bien es cierto, el colapso económico causando por la pandemia de la Covid-19 ocasionó la quiebra y el cierre definitivo de muchas de empresas y emprendimientos en el mundo, a su vez disparo un fenómeno reactivación económica que obligó a la reinención y fortalecimiento de los emprendimientos. La crisis, incentivó nuevas demandas de mercado, cambios en las tendencias de consumo y sobre todo un giro de 180° en la forma de hacer negocios. En este sentido se puede considerar que a partir de la pandemia los retos económicos son especialmente dos, el primero consiste en sostenerse y hacerle frente a la adversidad para salvaguardar y rescatar todo lo construido y seguir en marcha; y el segundo, consiste en ser capaces de construir y comenzar desde cero con nuevos emprendimientos que estén a la vanguardia de las demandas y sean sostenibles económico y ambientalmente (Torres et al., 2021).

Como parte del estudio se contemplan las políticas para incentivar la creación de empresas por parte del gobierno nacional, que, en su afán de impulsar la economía del país, ha desarrollado un portafolio de estrategias encaminadas directamente al apoyo hacia los microempresarios y microempresarias, con el propósito de ser generador de oportunidades y contrarrestar indicadores de pobreza, desempleo, educación, migración, entre otras. Algunas acciones tanto estatales como del sector privado se enuncian a continuación:

- Fondo Emprender: El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA lidera proyectos y programas enfocados al desarrollo económico de las personas, para este fin y con financiamiento del gobierno nacional, crearon el Fondo Emprender, administrado por el SENA, que busca prestar la capital semilla inicial de las empresas, donde una vez puesto en marcha el proyecto será evaluado y supervisado periódicamente y se podrá condonar hasta el 100% de los recursos que le fueron asignados. Desde el año 2003 que se dio origen al fondo, en gobierno colombiano ha destinado más de 590 mil millones de

pesos, de los cuales se han generado hasta 7367 nuevas empresas y con lo que se ha permitido la generación de más de 29.000 empleos en todo el país (Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA], 2023).

- Estrategia Sacúdete: En el plan Nacional de desarrollo de Colombia 2018-2022 "Pacto por Colombia, pacto por la equidad" (Ministerio de Trabajo, 2018) se creó la estrategia para jóvenes emprendedores "subsidios en la tasa de interés" cuyas ideas de negocio estén relacionadas con el campo colombiano, contempla el financiamiento de hasta el 100% del valor de los costos directos del proyecto y una gran ventaja en periodo de gracias de hasta 12 meses, con un máximo de crédito para proyectos agroindustriales en el que estén asociados mínimo dos estudiantes es de hasta \$80 millones, y para un estudiante no asociado, hasta \$60 millones (Zea, 2021).
- El Banco Agrario cuenta con opciones de microcrédito a núcleos solidarios (plazo entre 3 y 12 meses), también a capital de trabajo (plazo de 3 a 36 meses) e inversión (plazo de 3 a 48 meses), microcrédito agropecuario y se resalta el microcrédito a mujer microempresaria agropecuaria en función del capital de trabajo e inversión.
- Créditos de entidades financieras y cooperativas: Algunos bancos en el país sobresalen y son reconocidos entre los pequeños comerciantes, debido al posicionamiento como especialistas en las líneas de crédito amigables y asequibles con variedad de políticas flexibles, que le hacen apertura a su mercado y de paso, contribuyen al crecimiento económico, al servir como soporte para el impulso de muchos nuevos negocios.
- El Banco de Occidente y Banco de Bogotá tienen diferentes líneas de crédito para las pequeñas y medianas empresas, por su parte Bancamía ofrece a los microempresarios diferentes modalidades de crédito en el nicho de microcréditos son: Credimía, Incentivo al Microcrédito (dirigida a personas sin experiencia crediticia), Cupo Rotativo de Crédito y Agromía (agro); AV Villas oferta la modalidad del factoring es la que más se ajusta al sector de microcréditos; Bancolombia cuenta con microcrédito, una opción que

les permite a los microempresarios acceder a préstamos desde un Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV).

METODOLOGIA

La metodología de investigación aplicada es de tipo mixta, en la cual se analiza lo expuesto por Moya et al. (2021) según los cuales la investigación mixta permite potenciar las bondades y funcionalidades que cada método. Este método integra tanto el método cualitativo por medio de la entrevista abierta con asesores comerciales de distintas entidades bancarias para indagar sobre su experiencia y conocimiento atendiendo el mercado de los emprendedores y observar los sistemas y protocolos establecidos para este fin. Con estas respuestas se pudo determinar el grado de relevancia y atención que tienen las emprendedoras en los bancos y las instituciones de crédito.

Con relación a los elementos cuantitativos, se diseñó y validó un instrumento para encuestar una población de mujeres emprendedoras, la muestra para esta encuesta fue seleccionada de manera aleatoria entre un grupo de red social de 42.629 mujeres de la región, llamado "Mujeres Empoderadas de Ibagué". De esta encuesta se obtuvo 200 respuestas de mujeres que han tenido experiencias positivas y negativas al buscar el apoyo financiero que requerían para iniciar sus negocios, con estos resultados, fue posible medir el índice de aceptación del sistema financiero para con las emprendedoras de bajos o nulos recursos.

Las preguntas que se diseñaron para la entrevista abierta y semiestructurada a asesores comerciales de entidades bancarias, está directamente relacionada con el propósito de construir los resultados a partir del cumplimiento de los objetivos.

Tabla 1

Relación de la aplicación de la metodología de tipo mixta

Aplicación del Método		
Objetivo Específico	Muestra	Pregunta
Documentar los factores que determinan las causales de rechazo a los emprendimientos por parte de las entidades bancarias.	En entrevista abierta y semiestructurada con una asesora comercial de microcrédito de la Fundación Mundo Mujer en Ibagué Colombia. Banco Agrario, Bancolombia y Banco de Occidente, de cada una de ellas se pudo establecer que tan asequibles resultan sus políticas para los microempresarios.	<p>¿Mencione al menos 2 causales de rechazo de crédito?</p> <p>¿Qué tan rentable considera usted que es para la compañía el apoyo a los nuevos emprendimientos?</p> <p>¿Qué puntaje Score o de calificación financiera, exigen ustedes para aprobar un crédito?</p> <p>¿De todos los emprendedores solicitantes, cual es el porcentaje de aprobación de los créditos solicitados por ellos?</p> <p>¿Considera usted que el hecho de ser mujer representa algún factor determinante para el análisis del perfil financiero de una persona?</p>
Examinar el apalancamiento financiero con el que cuentan las mujeres emprendedoras para el desarrollo de su idea de negocio	El SENA, por medio de proyectos y programas ayuda a las personas al desarrollo económico, igualmente con financiamiento del gobierno Nacional crearon el fondo emprender el cual busca prestar la capital semilla a las empresas.	<p>¿Existe en esta institución financiera una línea especialmente diseñada para emprendedores?</p> <p>¿Cuál es esta?</p> <p>¿Mencione algunos requisitos que deben cumplir los solicitantes para iniciar un estudio de crédito viable?</p> <p>¿Considera usted, que las políticas diseñadas para el microcrédito son amigables y asequibles para los emprendedores?</p> <p>¿Mensualmente, cuantas personas o pequeñas empresas realizan solicitudes de crédito con su compañía y cuantas de ellas son mujeres?</p>
Indagar en las microempresarias las problemáticas y barreras de acceso con las que se han encontrado a la hora de recurrir a las entidades de crédito para financiar sus proyectos.	Ser emprendedor en Colombia no es un camino fácil de recorrer, existen limitaciones con respecto a políticas tributarias de gobierno para la creación de empresa. se aplicó una encuesta virtual a través de medios magnéticos, que permitió medir el nivel de confianza y participación en las líneas de crédito que están diseñadas en los bancos para quienes quieren emprender,	<p>¿Ha acudido a entidades del sistema financiero en busca de créditos para financiar su emprendimiento?</p> <p>¿Cuáles personas están asociadas como propietarias a su emprendimiento?</p> <p>¿Cuánto tiempo le llevo lograr que su emprendimiento fuera sostenible y le generara suficiente rentabilidad?</p> <p>¿Con que dificultades de acceso se ha encontrado a la hora de solicitar crédito a los bancos?</p> <p>¿Qué tipo de recursos financieros utilizo para iniciar su emprendimiento?</p> <p>¿Recomendaría usted a otras emprendedoras, acudir a las líneas de crédito de los bancos para desarrollar su idea de negocio?</p>

Nota. Elaboración propia

Con la información obtenida y la decodificación de datos, se analizó y formuló la tabulación, síntesis y la interpretación de las respuestas. Estos resultados sirven como insumo para la formulación de argumentos, los resultados de las preguntas cerradas permite la exactitud en la información, enfocar y construir los posibles resultados a partir de los objetivos propuestos, por su parte los resultados cuantitativos permiten profundizar en el análisis de la información, el conocimiento de casos particulares en su contexto y la generación de nuevas hipótesis que, al ser probadas dan lugar a la generación de nuevas investigaciones y nuevo conocimiento.

RESULTADOS

Análisis del impacto del acceso a financiamiento

El acceso equitativo al financiamiento es un factor crucial para el desarrollo económico y social en cualquier sociedad. Sin embargo, en Colombia, como en muchos otros países, persisten barreras significativas que limitan el acceso de las mujeres microempresarias y emprendedoras al crédito financiero. Esta situación plantea desafíos tanto para las mujeres empresarias como para el sistema financiero en su conjunto. En este contexto, es fundamental analizar el impacto de estas barreras en el acceso al financiamiento y sus consecuencias en términos de desarrollo económico y social. Al comprender mejor estas dinámicas, se pueden identificar estrategias efectivas para superar las barreras y promover un acceso más inclusivo y equitativo al crédito financiero en Colombia.

En el contexto colombiano, las mujeres microempresarias y emprendedoras enfrentan considerables obstáculos para acceder al crédito financiero, lo que limita su capacidad de crecimiento y desarrollo empresarial. Como señala una publicación reciente de la Organización de Estados Americanos (OEA, 2022), la falta de políticas bancarias inclusivas y adaptadas a las necesidades de este sector de la población contribuye a perpetuar la desigualdad económica y social en el país. Esta situación no solo afecta a las mujeres empresarias individualmente, sino que también tiene un impacto negativo en la economía en general, al frenar la creación de empleo y la generación de ingresos en las comunidades locales (González, 2019).

Además, la ausencia de acceso al crédito financiero para las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia también afecta la capacidad del

país para alcanzar sus objetivos de desarrollo sostenible. Según un informe reciente del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el empoderamiento económico de las mujeres es fundamental para lograr un crecimiento económico inclusivo y sostenible (PNUD, 2021). Por lo tanto, es necesario que se implementen políticas y medidas que eliminen las barreras existentes y promuevan un acceso equitativo al crédito financiero para las mujeres empresarias, contribuyendo así al desarrollo económico y social del país.

Mediante el estudio se ha evidenciado que la obtención de crédito para las mujeres emprendedoras y microempresarias se ve obstaculizada por diversas barreras, entre las cuales destaca la inclusión en listas restrictivas de orden nacional e internacional, las cuales constituyen un motivo inmediato de rechazo para la concesión de créditos a empresas, emprendedores o personas en general (Guzmán & Rodríguez, 2008). Estas listas son elaboradas con el fin de prevenir actividades ilícitas como el lavado de activos, fraudes, terrorismo y narcotráfico, siendo la mayoría de estos comportamientos considerados delictivos. Esta situación genera un entorno desafiante para las mujeres que buscan acceder a financiamiento para sus proyectos empresariales, limitando sus oportunidades de desarrollo económico y crecimiento empresarial (Cataño & Tamanini, 2015).

Para la identificación de estas barreras, se analiza la información obtenida mediante la entrevista abierta y semiestructurada a los asesores comerciales del área de microcrédito de diferentes entidades financieras del Tolima, donde se observó algunos de los factores que causa que las compañías den por negada la solicitud de crédito de una microempresaria, aun cumpliendo con los requisitos básicos que se exigen y se profundizó sobre la especialización que manejan en la línea de créditos para emprendedores, detallando especialmente el portafolio de posibilidades que para ellos ofrecen, según se analiza a continuación.

En el primer caso se analiza la Fundación Mundo Mujer, una empresa microfinanciera con una trayectoria de 35 años que brinda soluciones a microempresarios, con el propósito que estos, pueda invertir en materias primas, mano de obra, gastos y costos de operación, compra de inventarios y mantenimiento y reparación. Su producto está diseñado para residentes en Colombia, naturales o jurídicos y con una experiencia de mínimo 6 meses en su negocio, no exigen vida crediticia y los montos a otorgar van desde 1 hasta 120 SMLMV para pagar entre 6 y 60 meses.

Esta entidad propone dos líneas de crédito según la necesidad del emprendedor, la primera es para el capital inicial de trabajo que comprende la inversión primaria de materias primas, mano de obra, inventarios, entre otros. La segunda es para modernización del negocio que podrán ser invertidos en nueva maquinaria, vehículos, certificaciones de calidad, software entre otros, si la idea es formalizar la empresa, el requisito es contar con una antigüedad de mínimo 12 meses. Lo ideal para el empresario es que su crédito sea al menor tiempo posible para que así el interés amortizado se difiera a un menor valor.

Como aspecto positivo, la entidad no aplica costos de estudios ni de aval para la solicitud de crédito y que entre más corto sea el plazo al que se difiere, menor es el valor por pagar en interés. El 70% de los solicitantes con Fundación Mundo Mujer son mujeres representantes legales de sus empresas o emprendedoras como persona natural, de este tanto por lo menos un 60% de las solicitudes son aceptadas y no se considera una razón determinante el género de la persona ni como influencia en la aceptación o no de la solicitud de crédito.

En el caso del Banco Caja Social, su línea de crédito para emprendedores es "línea de microcrédito" que estipula en sus políticas para otorgar un crédito para negocio, una antigüedad mínima de 3 años de funcionamiento y que en el momento de solicitar el crédito el negocio esté generando las suficientes ganancias a partir de costos y gastos debidamente soportados, también se exige al titular no estar reportado en ninguna de las centrales de riesgo.

El Banco Caja Social, cuenta con una segunda línea de crédito para emprendedores denominada "Microempresarios – Trabajadores Independientes", esta estipula en sus políticas para otorgar un crédito para negocio, estar registrado en la cámara de comercio¹ de la región contar con mínimo de un año de antigüedad, tener extractos bancarios de cuentas de ahorro con un ingreso promedio de mínimo \$2.000.000, contar con facturas de proveedores que atestigüen la actividad económica del negocio y dos referencias comerciales. Al igual que en la línea anterior, el aspirante a crédito no debe estar reportados en centrales de riesgo, figurar en la lista Clinton y debe demostrar que tiene la capacidad de pago para asumir la obligación.

¹ Las Cámaras de Comercio en Colombia son entidades sin ánimo de lucro que representan y promueven los intereses del empresario, gestionando registros mercantiles y desempeñando funciones públicas de colaboración entre el sector público y privado (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio [Confecámaras], 2016).

El estudio permite observar, desde la perspectiva de las entidades financieras, que la colocación de créditos en la modalidad de emprendimientos son un gran mercado para los bancos en la medida que estos implican un retorno rápido del dinero ligado al éxito del negocio. El score mínimo solicitado por banco Caja social es de 700 puntos o de una calificación tipo A. Según sus estadísticas, el 30% de los solicitantes de microcrédito son mujeres y de este porcentaje, solo el 15% son aprobados, además no se contempla factores discriminativos de género para tener en cuenta para los estudios de crédito y se les exige a las mujeres únicamente cumplir con un perfil general de deudor, según la información obtenida mediante entrevista.

En el Banco de Occidente, no existe una línea diseñada para emprendedores, pero si el solicitante cuenta con una empresa o microempresa ya constituida y con un negocio totalmente establecido, será sujeto de estudio de crédito. Como causa de rechazo de la solicitud se contempla estar inscritos en listas de observación por mal comportamiento crediticio, antecedentes penales y judiciales, baja capacidad de pago o antigüedad incipiente en su actividad económica, además, el aspirante a crédito en el Banco de Occidente, deberá tener una buena calificación en las centrales de riego. El score solicitado en este banco es de mínimo 700 puntos y calificación A. Mensualmente cerca de 30 mujeres se presentan en las oficinas de la ciudad de Ibagué, interesadas en un crédito para negocio y un 60% de estas solicitudes son aprobadas previo cumplimiento de los requisitos, además, no se contempla como política una diferenciación en el género.

La cuarta entidad analizada es el Banco Agrario, el único banco estatal que se reconoce por ser un banco especializado en el servicio a agricultores y pequeños emprendedores en Colombia, sin embargo, desde 1999 este banco abrió sus puertas para atender las necesidades de financiación de toda clase de actividades económicas (Banco Agrario, 2021). Para la aprobación o rechazo de una solicitud de crédito en este banco, se tiene en cuenta la capacidad de pago del solicitante, el respaldo monetario y la posesión de bienes raíz que le sirvan como garantía de pago. La poca experiencia crediticia no es una causal directa de rechazo para esta entidad, sin embargo, si es empleado, debe contar como mínimo con 12 meses de antigüedad e ingresos de 2 SMLMV en adelante. Para el caso de los emprendimientos, este debe tener 3 años o más de posicionamiento en el mercado.

El acceso equitativo al financiamiento es esencial para el desarrollo económico y social en cualquier sociedad. Sin embargo, en Colombia, persisten barreras significativas que limitan el acceso de las mujeres microempresarias y emprendedoras al crédito financiero. Esta situación plantea desafíos tanto para las mujeres empresarias como para el sistema financiero en su conjunto. La falta de políticas bancarias inclusivas y adaptadas a las necesidades de este sector de la población contribuye a perpetuar la desigualdad económica y social en el país, afectando negativamente la creación de empleo y la generación de ingresos. Por tanto, es crucial analizar el impacto de estas barreras en el acceso al financiamiento y buscar estrategias efectivas para promover un acceso más inclusivo y equitativo al crédito financiero en Colombia.

Barreras de acceso a crédito para microempresarias y emprendedoras

De acuerdo con Albarrán et al. (2017), históricamente la actividad productiva se ha caracterizado por la división de género en el trabajo, en la cual el hombre actúa como proveedor y la mujer de receptora, sin embargo, hoy en día la mujer ha roto tal paradigma, para tomar en muchas ocasiones el rol de proveedor, mediante el desempeño de actividades laborales. Actualmente las mujeres están listas para emprender por cuenta propia, quieren tomar decisiones sobre su economía, su futuro, su cuerpo, su oficio y su éxito personal, han cambiado su mentalidad y han obligado a la sociedad a que también la cambie; la mujer de hoy se preocupa más por sí misma, incluso la mujer está logrando nivelar la balanza y conformar nuevos modelos de familia, donde tanto hombre como ellas desempeñan las diferentes labores.

En el contexto actual, las mujeres aspiran a más que simples roles de empleadas; desean liderar y emprender, enfrentando los desafíos que la sociedad les presenta. Anhelan ocupar posiciones profesionales y directivas, alcanzar la independencia económica y el éxito en sus proyectos. Este impulso por liderar se traduce en el deseo de establecer sus propias microempresas, donde puedan desarrollar sus ideas y trabajar de manera independiente, incluso desde casa, adaptando sus negocios a las necesidades cambiantes de la vida moderna. Investigaciones realizadas en Perú y Estados Unidos respaldan este movimiento, demostrando que las mujeres no solo transforman sus propias vidas a través del emprendimiento, sino que también generan impactos positivos en la sociedad circundante (Rosca et al., 2020; Henry et al., 2016).

Según Castiblanco (2018), los emprendimientos resultan ser un círculo de éxito colaborativo entre género y condiciones socioeconómicas, pues según la autora, estos cambios se concentran en transformaciones de ideas sobre el género, donde la medición del éxito empresarial se hace en términos del bienestar colectivo bajo la dirección y apoyo a otras mujeres empresarias, concluyéndose que antes del diseño de las políticas de formalización, generación de empleos y emprendimientos, es necesario conocer la población, sus características y motivaciones para entender lo que esperan y requieren realmente para su vinculación en el mercado laboral.

El proceso de emprender en Colombia implica numerosos desafíos, desde políticas tributarias restrictivas hasta la falta de apoyo e incentivos para los microempresarios. Según datos recientes del Banco Mundial, en 2019 el país se ubicó en el puesto 65 de 190 economías en el ranking de facilidad para hacer negocios y para 2020 descendió al 67 World Bank Group (2020). Las penalidades rigurosas de las centrales de riesgo, la crisis económica global y el aumento de precios también dificultan el camino. Sin embargo, uno de los mayores obstáculos radica en las políticas bancarias, que resultan inaccesibles para quienes buscan créditos para financiar sus proyectos. Las entidades financieras operan con una aversión al riesgo mínima, lo que representa un verdadero desafío para los emprendedores que carecen de respaldo financiero en las etapas iniciales de sus negocios.

Se llevó a cabo una encuesta en el departamento del Tolima para explorar las experiencias de algunas microempresarias en la búsqueda de recursos para iniciar sus negocios. La encuesta permitió evaluar su nivel de confianza y participación en las líneas de crédito destinadas a emprendedores. En términos de edad, se encontró que el grupo más común de mujeres emprendedoras se sitúa entre los 29 y los 39 años. Esta franja etaria es considerada ideal para iniciar un negocio propio, ya que las mujeres se encuentran en un punto en el que tienen la madurez necesaria para ejecutar ideas innovadoras, pero aún cuentan con la energía y la disposición para asumir riesgos. De hecho, el 50% de las mujeres encuestadas comenzaron sus emprendimientos en esta etapa de sus vidas. Un 25% de las mujeres se aventuraron a emprender antes de los 28 años, mientras que el otro 25% inició sus negocios después de los 40, etapa en la que se presume que ya cuentan con la experiencia necesaria para establecer un negocio sólido y bien estructurado.

Posteriormente, se indagó sobre si habían solicitado crédito, obteniéndose los siguientes resultados. El 25% de las microempresarias no requirieron préstamos bancarios para iniciar sus emprendimientos, ya que pudieron financiar sus ideas de negocio con recursos propios y ahorros. Este porcentaje es significativamente menor en comparación con el 50% de mujeres que sí necesitaron acceder a este servicio financiero. El 25% restante corresponde a mujeres que solicitaron un crédito para desarrollar sus ideas, pero este les fue negado, por lo que tuvieron que recurrir a otras fuentes de financiamiento para alcanzar sus objetivos.

La mitad de las microempresarias encuestadas han logrado iniciar sus negocios de manera unipersonal e independiente. Aunque este enfoque implica un mayor esfuerzo para sostener el emprendimiento, también resulta más consistente y sostenible a largo plazo debido a la mayor apropiación del proyecto por parte de la emprendedora. Por otro lado, un 25% de los nuevos negocios se financiaron con recursos familiares, lo que implica la percepción de más de un propietario. Sin embargo, este tipo de sociedad suele disolverse a corto plazo debido a incompatibilidades, y en los mejores casos, uno de los propietarios adquiere la propiedad del otro. El restante 25% se asoció con amigos para poder impulsar su negocio.

Adicionalmente, los resultados revelan un escenario complejo para las emprendedoras, donde la mayoría lucha por alcanzar la estabilidad financiera a largo plazo. Este escenario se ve reflejado en el hecho de que solo el 25% de los emprendimientos logran llegar al punto de equilibrio antes de los 3 años, lo que evidencia las dificultades para hacer sostenible y confiable el negocio en el largo plazo. Además, el 75% de las emprendedoras que han estado en el proceso por más de un año aún no han podido generar la rentabilidad necesaria para que sus negocios sirvan como garantía al solicitar un crédito, lo que limita su capacidad para expandirse y desarrollarse. Esta situación pone de manifiesto dificultades inherentes al proceso de emprendimiento, que van desde la generación de ingresos consistentes hasta el acceso al financiamiento necesario para impulsar el crecimiento. En este contexto, es fundamental que se implementen medidas de apoyo y se promueva un entorno favorable para el desarrollo empresarial, con el fin de aumentar las probabilidades de éxito y contribuir al crecimiento económico a largo plazo.

La investigación permitió evidenciar que cuando se emprende un negocio sin disponer de los recursos financieros necesarios para sostenerlo, muchas personas recurren a las entidades de crédito en busca de apoyo. Si bien algunas solicitudes son aprobadas con éxito, en la mayoría de los casos las mujeres se enfrentan a políticas demasiado rígidas, diseñadas para individuos con solidez económica, pero que no se adaptan a las necesidades de las emprendedoras que aún están consolidando sus negocios. Estas políticas suelen implicar cuotas elevadas en comparación con los ingresos generados por la actividad, requisitos inalcanzables y costos financieros excesivos. Este escenario limita considerablemente las oportunidades de crecimiento y desarrollo empresarial para las mujeres empresarias y emprendedoras, lo que a su vez afecta negativamente la inclusión económica y la igualdad de oportunidades.

Finalmente, los resultados revelan que el 75% de las mujeres emprendedoras prefieren utilizar sus ahorros para impulsar su negocio, ya que lo perciben como una opción más rentable y segura. En muchos casos, estas mujeres optan por ahorrar en lugar de recurrir a servicios financieros para financiar un nuevo emprendimiento. Por otro lado, un 25% de las mujeres encuestadas eligen solicitar préstamos y apoyo a sus familiares y círculo cercano para obtener los recursos necesarios para iniciar su negocio. Esta preferencia por utilizar recursos propios o el apoyo familiar puede estar influenciada por la percepción de las mujeres sobre las dificultades y restricciones asociadas con los servicios financieros tradicionales, así como por la confianza en el respaldo y apoyo de sus seres queridos.

DISCUSIONES

La falta de acceso equitativo al financiamiento afecta significativamente a las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia. Según la Organización de Estados Americanos (OEA, 2022), la carencia de políticas bancarias inclusivas contribuye a mantener la desigualdad económica y social en el país. Esta situación no solo impacta a las mujeres individualmente, sino que también tiene repercusiones en la economía en general, obstaculizando la creación de empleo y la generación de ingresos en las comunidades locales.

Además, la exclusión de las mujeres del acceso al crédito financiero dificulta la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible en Colombia. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2021) destaca que el

empoderamiento económico de las mujeres es esencial para lograr un crecimiento económico inclusivo y sostenible. Por lo tanto, urge la implementación de políticas y medidas que eliminen las barreras existentes y fomenten un acceso equitativo al crédito financiero para las mujeres empresarias, lo que contribuiría al desarrollo económico y social del país.

El estudio revela que diversas barreras, como la inclusión en listas restrictivas y la falta de garantías suficientes, obstaculizan el acceso al crédito para las mujeres emprendedoras y microempresarias. Estas barreras limitan sus oportunidades de desarrollo económico y crecimiento empresarial (Cataño & Tamanini, 2015). Aunque existen opciones de financiamiento, como las ofrecidas por la Fundación Mundo Mujer y el Banco Caja Social, aún persisten obstáculos, como los requisitos de puntaje crediticio mínimo y antigüedad del negocio. Superar estas barreras requerirá políticas inclusivas y colaboración entre entidades financieras y autoridades para promover la inclusión financiera de las mujeres microempresarias y emprendedoras en Colombia.

El cambio de roles de género en el ámbito laboral es evidente en la sociedad contemporánea, donde las mujeres buscan cada vez más independencia económica y liderazgo en sus actividades profesionales y empresariales (Albarrán et al., 2017). Este cambio se refleja en el aumento de mujeres emprendedoras que buscan establecer sus propios negocios, rompiendo con los estereotipos tradicionales de género. La aspiración de las mujeres por liderar y emprender no solo transforma sus vidas, sino que también genera impactos positivos en la sociedad, como lo respaldan diversas investigaciones realizadas en diferentes países (Rosca et al., 2020; Henry et al., 2016).

Sin embargo, el camino hacia el emprendimiento femenino presenta dificultades, especialmente en países como Colombia, donde las políticas bancarias y las condiciones socioeconómicas dificultan el acceso al financiamiento para las mujeres microempresarias y emprendedoras (World Bank Group, 2020). La falta de políticas inclusivas y el exceso de rigidez en los requisitos para acceder a créditos bancarios representan obstáculos significativos que limitan el crecimiento y desarrollo de los negocios liderados por mujeres. Estas barreras no solo obstaculizan el progreso individual de las emprendedoras, sino que también contribuyen a perpetuar la desigualdad económica y social en la sociedad.

Ante este panorama, es crucial que las autoridades y entidades financieras revisen y ajusten sus políticas para promover un acceso más equitativo y justo al financiamiento para las mujeres emprendedoras en Colombia. Además, es fundamental brindar apoyo y recursos adicionales, como capacitación empresarial y asesoramiento financiero, para fortalecer las habilidades y capacidades de las mujeres empresarias, permitiéndoles alcanzar su máximo potencial y contribuir de manera más significativa al desarrollo económico y social del país. En este sentido, es necesario un enfoque integral que aborde no solo las barreras financieras, sino también las culturales y sociales que aún persisten y limitan el progreso de las mujeres en el ámbito empresarial.

CONCLUSIONES

Los hallazgos revelan que la mayoría de las mujeres emprendedoras optan por alternativas como préstamos familiares o el uso de sus ahorros personales para financiar sus ideas de negocio. Esto sugiere una falta de confianza o satisfacción con los servicios financieros tradicionales, posiblemente debido a políticas inflexibles, altos costos financieros y requisitos inasequibles. Debido a esto, solo un 25% de las emprendedoras consideran los servicios financieros como una opción viable de financiamiento para sus emprendimientos, lo que refleja la necesidad de revisar y adaptar las políticas financieras para hacerlas más accesibles para las mujeres empresarias y emprendedoras. En este sentido, es fundamental que las instituciones financieras comprendan las necesidades y realidades de este sector de la población y desarrollen productos y servicios que realmente satisfagan sus demandas y contribuyan a su éxito empresarial.

En general, las políticas de crédito de las entidades financieras tienden a ser rigurosas, priorizando la preservación de su capital sobre el respaldo de negocios con un alto riesgo de insostenibilidad. Estas políticas suelen carecer de flexibilidad y beneficios financieros para los solicitantes, y se adhieren estrictamente a sus estatutos al evaluar las solicitudes de crédito. Además, confían en las centrales de riesgo como fuente clave de información para la toma de decisiones, requiriendo una calificación alta o excelente en estas bases de datos, la cual se basa en un historial crediticio impecable.

Los resultados del estudio evidencian que las políticas de crédito de las entidades financieras están marcadas por una estricta evaluación de riesgos, priorizando la preservación del capital sobre el impulso de negocios con riesgos de insostenibilidad. Se observa que la negación de créditos se fundamenta en criterios como el historial de pagos, la calificación crediticia y la capacidad de respaldo financiero del solicitante. Asimismo, se evidencia que la falta de una planificación adecuada y estudios de mercado para evaluar el potencial de éxito del emprendimiento constituyen un obstáculo para la aprobación del crédito. En este sentido, se concluye que las políticas financieras actuales no siempre son favorables para los emprendedores, ya que se centran más en la mitigación de riesgos que en el fomento de la iniciativa empresarial.

El grado de aceptación de crédito es alto y probable en los casos en los cuales la emprendedora cuenta con una trayectoria de mínimo tres años en el desarrollo de su idea de negocio y ya cuenta con un respaldo de proveedores y de cuentas bancarias, y así mismo tiene totalmente constituida su empresa según los parámetros de los entes de control y entes reguladores. En estos casos los bancos están dispuestos a aprobar créditos para la expansión e innovación de las microempresas, pues de esta manera el riesgo de no pago es más bajo al estar garantizado el punto de equilibrio del negocio, o al contar con el capital construido por el emprendedor en su trayectoria.

Se observó que las microempresarias también pueden acudir a los programas del gobierno, diseñados especialmente para apoyar el surgimiento de nuevas empresas y combatir el desempleo con estas estrategias, como el Fondo Emprender, el Banco Agrario y algunas otras fundaciones, que ponen a disposición recursos de apoyo tanto económico de acompañamiento y asesoría para la creación de empresa, todo esto con la gran motivación en la mayoría de los casos, de que si el proyecto cumple con los requisitos establecidos, podría condonar una gran parte o incluso la totalidad de la deuda, o lograr otros beneficios como importantes periodos de gracia para alcanzar el punto de equilibrio del proyecto económico.

Adicionalmente, el estudio revela que las estrictas políticas de crédito representan la principal barrera de acceso para las microempresarias que desean emprender un negocio. A pesar de que solo alrededor del 50% de las solicitudes de crédito son aprobadas, las instituciones financieras tienden a basar su

evaluación en criterios como el historial financiero y el respaldo económico, sin considerar adecuadamente la planificación estratégica del proyecto. Esta situación limita significativamente las oportunidades de financiamiento para las mujeres emprendedoras, destacando la necesidad de políticas crediticias más flexibles y adaptadas a las realidades y necesidades de este sector de la población.

Finalmente, se destaca que el género no es un factor determinante para aprobar o rechazar una solicitud de crédito, siempre y cuando se cumpla con los requisitos mínimos establecidos por el banco. Aunque en Bogotá, Colombia, el 48.30% de los emprendimientos formales son liderados por mujeres, persiste una percepción social y cultural que aún no reconoce completamente el papel de la mujer como eje económico del núcleo familiar. Esto se refleja en que, en muchos casos, los hombres tienen un mayor respaldo de amigos y familiares para obtener préstamos informales y así iniciar un negocio. Es crucial trabajar en la eliminación de estereotipos de género en el ámbito empresarial para fomentar la igualdad de oportunidades y el empoderamiento económico de las mujeres.

REFERENCIAS

- Albarrán Marmolejo, G., Arteaga Godoy, D. M. & Caldera González, D. C. (2017). De amas de casa a mujeres empresarias. Reseña de una empresa rural guajuatense liderada por mujeres. *Management Review*, 2(2), 41-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054219>
- Banco Agrario. (2021). [bancoagrario.gov.co](https://www.bancoagrario.gov.co/acerca/Paginas/default.aspx). Obtenido de <https://www.bancoagrario.gov.co/acerca/Paginas/default.aspx>
- Cámara de Comercio de Bogotá (2017). Dinámico comportamiento del emprendimiento de mujeres en Bogotá. Observatorio de la mujer emprendedora Bogotana. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/2c911692-deb1-4a16-b3d1-2a22ab0fd7fd>
- Castiblanco Moreno, S. E. (2018). Emprendimiento informal y género: Una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (34), 211-228. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i34.6479>
- Cataño A., L. R. & Tamanini, M. (2015). *Mujeres emprendedoras en Colombia ¿Una cuestión de género*. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.academica.org/000-061/333.pdf>

- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio Confecámaras. (2016). *Introducción a Cámaras de Comercio: Naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio*. Confecámaras. <https://confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio>
- González Chong, E. G. (2019). Universidad & Empresa, Bogotá, Colombia 21(36): 36-60, enero-junio de 2019. Participación económica femenina y emprendimiento en el Estado de Nayarit, México. Nayarit.
- Guzmán Cuevas, J., & Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de economía mundial*. 18(18) 381-392.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal: researching entrepreneurship*, 34(3), 217-241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Lozano Chaguay, L., Caicedo Flores, J., Fernández Bayas, T., & Onofre Zapata, R. (2019). El modelo de negocio: metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and Research*, 4(2019), 87–99. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786>
- Lozano Ramirez, M. C. (2017). *Sistema financiero colombiano*. Edición: Fondo editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1502/Sistema%20financiero%20colombiano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Trabajo. (2018). Abecé Decreto 688 de 2021. *Apoyo para la generación de empleo de jóvenes dentro de la estrategia sacúdete*. mintrabajo.gov.co. [https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/ABECE+Decreto+688+\(2\).pdf](https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/ABECE+Decreto+688+(2).pdf)
- Moya Espinoza, P. I., Arias Holguín, M. L. & Cortés Rodríguez, N. C. (2021). Aportes para la implementación de la investigación en ciencias sociales (Vol. 50). Editorial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC. Tunja. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ENdAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=Aportes+para+la+implementaci%C3%B3n+de+la+investigaci%C3%B3n+en+ciencias+sociales+\(Vol.+50\)&ots=k8S4LW_xK3&sig=KTSIzVORmziYJdxMHSjNJX8fIDQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ENdAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=Aportes+para+la+implementaci%C3%B3n+de+la+investigaci%C3%B3n+en+ciencias+sociales+(Vol.+50)&ots=k8S4LW_xK3&sig=KTSIzVORmziYJdxMHSjNJX8fIDQ#v=onepage&q&f=false)

- Organización de Estados Americanos OEA. Secretaría General. (2022). *Desigualdad e inclusión social en las Américas: 14 ensayos*. (OAS. Documentos oficiales). <https://www.oas.org/docs/desigualdad/libro-desigualdad.pdf>
- Peña, A., Lochmüller, C., Murillo, J. G., Pérez, M. A., & Vélez, C. A. (2011). Modelo cualitativo para la asignación de créditos de consumo y ordinario-el caso de una cooperativa de crédito. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 10(19), 101-111.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (8 de marzo de 2024). *Invertir en la igualdad de género es invertir en el desarrollo: Iniciativas del PNUD en América Latina y el Caribe que buscan cumplir con la Agenda 2030 invirtiendo en la igualdad de género*. <https://www.undp.org/es/latin-america/historias/dia-internacional-de-las-mujeres>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2021). *Barreras de acceso a mujeres emprendedoras y empresarias a oportunidades de financiamiento*. <https://pnud-conocimiento.cr/repositorio/barreras-de-financiamientomujeresempreendedoras/>
- Rodríguez Niño, D. H. (2009). *Prepara los documentos para acceder a un crédito: Cartilla práctica*. Editorial Kimpres Ltda. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11404/1000001325.pdf?seque>
- Rodríguez Reyes, L. R. & Hernández Gutiérrez, G. (2022). Economía y finanzas sociales: avances en la investigación. Instituto tecnológico y de estudios superiores de occidente. https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/8266/Economi%cc%81ayFinanzasSociales_REI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, M. S., Rubio-Rodríguez, G. A. & Buitrago, A., (2020). Factores influyentes en el comportamiento financiero de los micronegocios en Colombia en Aracelly, B. M., y M. S. Rodríguez Barreto (Ed.), *Planificación y gestión. Un aporte investigativo desde la óptica científico-social* (pp. 176 – 201). Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador CIDE
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological forecasting and social change*, 157, 120067 <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2023). *El fondo emprender*. <https://www.fondoemprender.com/SitePages/oldQue%20es%20FondoEmprender.aspx>

- Torres Torres, Á. O., Bernal Álava, Á. F., & Peñafiel Moncayo, I. R. (2021). La afectación de los emprendedores en época de pandemia. *Revista Publicando*, 8(32), 51-60. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2267>
- World Bank Group (2020). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/75ea67f9-4bcb-5766-ada6-6963a992d64c/content>
- Zea, R. (2021). El Banco Agrario comienza a financiar proyectos productivos de estudiantes de último semestre o egresados de carreras técnicas o tecnológicas agropecuarias. Dispone de \$15.000 millones. *Revista Nacional de Agricultura*, (1015). <https://sac.org.co/banco-agrario-credito-para-jovenes-emprendedores/>



**CONTRIBUCIÓN DE LAS
BILLETERAS DIGITALES A LA
INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS
MICRONEGOCIOS EN IBAGUÉ -
COLOMBIA**



**MARIO SAMUEL
RODRÍGUEZ BARRERO**

**Doctor en Administración Gerencial
Magíster en Dirección de Marketing**

**E-Mail: mario.rodriguez@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9356-6764>
Universidad Cooperativa de Colombia**

**MARFI LILIANA
SAAVEDRA TRUJILLO**

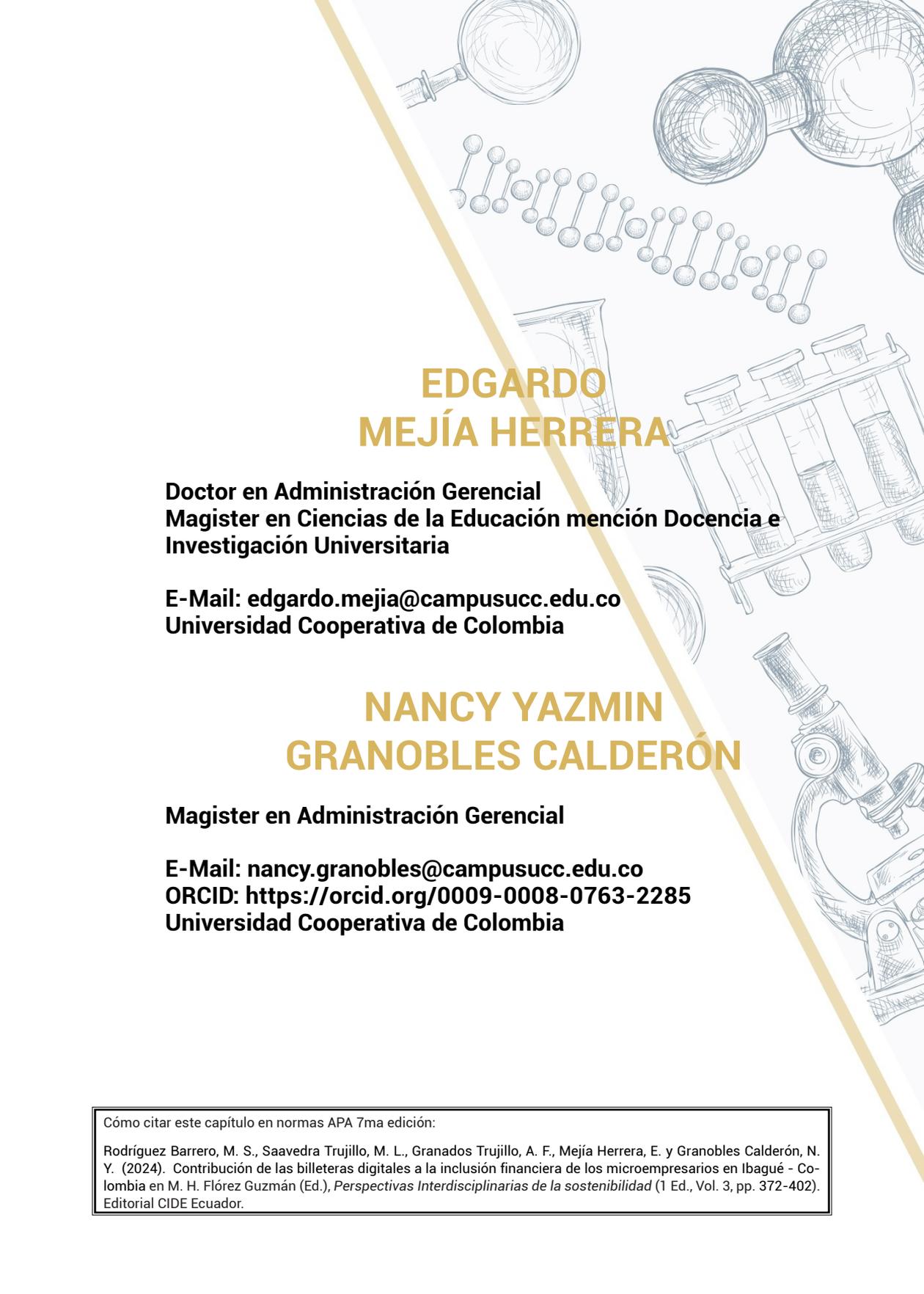
**Magíster en Administración
Contador Público
Profesor Investigador (Facultad de Contaduría Pública)**

**E-Mail: marfi.saavedra@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0135-7441>
Universidad Cooperativa de Colombia**

**ALEX FERNANDO
GRANADOS TRUJILLO**

Magister en Fiscalidad Internacional

**E-Mail: alex.granadost@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2307-9185>
Universidad Cooperativa de Colombia**



**EDGARDO
MEJÍA HERRERA**

**Doctor en Administración Gerencial
Magister en Ciencias de la Educación mención Docencia e
Investigación Universitaria**

**E-Mail: edgardo.mejia@campusucc.edu.co
Universidad Cooperativa de Colombia**

**NANCY YAZMIN
GRANOBLES CALDERÓN**

Magister en Administración Gerencial

**E-Mail: nancy.granobles@campusucc.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0763-2285>
Universidad Cooperativa de Colombia**

Cómo citar este capítulo en normas APA 7ma edición:

Rodríguez Barrero, M. S., Saavedra Trujillo, M. L., Granados Trujillo, A. F., Mejía Herrera, E. y Granobles Calderón, N. Y. (2024). Contribución de las billeteras digitales a la inclusión financiera de los microempresarios en Ibagué - Colombia en M. H. Flórez Guzmán (Ed.), *Perspectivas Interdisciplinarias de la sostenibilidad* (1 Ed., Vol. 3, pp. 372-402). Editorial CIDE Ecuador.

RESUMEN

En Colombia, las microempresas enfrentan desafíos de inclusión financiera debido a la falta de acceso a servicios financieros formales, a pesar del crecimiento de las fintech. Este estudio analiza el impacto de las billeteras digitales en la inclusión financiera de microempresas en Ibagué, utilizando un enfoque correlacional y cuantitativo. La mayoría de las microempresas se encuentran en estratos socioeconómicos medios, con Nequi y Daviplata como las plataformas más utilizadas. Aunque se identificaron dificultades percibidas, como la inseguridad y problemas técnicos, la mayoría de los encuestados perciben un impacto positivo en el crecimiento del negocio. Estos hallazgos resaltan la importancia de las fintech en la promoción de la inclusión financiera, un aspecto crucial para el crecimiento económico y el bienestar social, y destacan la necesidad de mejorar la seguridad y usabilidad de las billeteras digitales para garantizar su efectividad en la promoción de la inclusión financiera y el desarrollo económico en la región.

Palabras clave: Billeteras Digitales; Estratos Socioeconómicos; Fintech; Gestión empresarial; Inclusión Financiera.

Contribution of Digital Wallets to the Financial Inclusion of Microbusinesses in Ibagué - Colombia

ABSTRACT

In Colombia, microenterprises face challenges of financial inclusion due to the lack of access to formal financial services, despite the growth of fintech. This study examines the impact of digital wallets on the financial inclusion of microenterprises in Ibagué, using a correlational and quantitative approach. Most microenterprises are located in middle socio-economic strata, with Nequi and Daviplata as the most used platforms. Although perceived difficulties such as insecurity and technical issues were identified, the majority of respondents perceive a positive impact on business growth. These findings highlight the importance of fintech in promoting financial inclusion, a crucial aspect for economic growth and social welfare, and underscore the need to improve the security and usability of digital wallets to ensure their effectiveness in promoting financial inclusion and economic development in the region.

Keywords: Digital Wallets; Socioeconomic Strata; Fintech; Business Management; Financial Inclusion.

INTRODUCCIÓN

En este escrito se analiza el impacto del uso de las billeteras digitales en la inclusión financiera de microempresas teniendo como contexto la ciudad de Ibagué. Según el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2023), el 92% del tejido empresarial formal en Colombia está representado por microempresas, de las cuales solo el 5% cotizaron a seguridad social, cerca del 90% no contaban con registro en Cámara de Comercio, solo el 15,8% accedieron a productos financieros de crédito y su innovación en herramientas TIC es 4 veces a menor a la observada en las grandes empresas, mientras la proporción de ocupados informales se mantuvo en 55,7% según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2024), cifras que hacen evidente la necesidad de fomentar la inclusión financiera en los micronegocios.

La importancia de abordar la inclusión financiera de los micronegocios en Colombia ha sido reconocida por Zuleta (2018), quien destaca la necesidad de

obtener datos más precisos sobre las pymes en el país. Entre sus recomendaciones se incluyen la realización de evaluaciones externas del impacto de los instrumentos financieros existentes, así como el diseño de nuevos instrumentos que fomenten la demanda y promuevan la educación financiera pública-privada. Además, se resalta la importancia de que los bancos de desarrollo diferencien entre empresas con acceso regular al crédito y aquellas con acceso ocasional o nulo. Estas sugerencias establecen un marco crucial para comprender y abordar los desafíos de la inclusión financiera de los micronegocios en el contexto colombiano.

Bajo este escenario, las plataformas digitales disponibles constituyen un recurso invaluable para fomentar la formalización y el desarrollo de las microempresas al posibilitar transacciones desde cualquier ubicación y en cualquier momento, a través de dispositivos móviles o computadoras con acceso a internet, estas plataformas desempeñan un papel crucial en la promoción de la inclusión financiera, además de su conveniencia, estas plataformas ofrecen ventajas tangibles, como la celeridad en operaciones financieras tales como transferencias, pagos de facturas y compras en línea al prescindir de la necesidad de infraestructura física, como sucursales bancarias, los servicios financieros digitales se posicionan como una alternativa más económica tanto para los usuarios como para las instituciones financieras. En este sentido, su papel en el fomento de la inclusión financiera y el desarrollo empresarial se vuelve cada vez más relevante en el contexto colombiano actual (Ferraz & Ramos, 2018; Lecuona et al., 2018).

La falta de acceso de algunas microempresas a plataformas digitales para realizar transacciones financieras representa un situación que no debe pasarse por alto. Esta situación resalta la necesidad apremiante de ampliar el uso de tecnologías financieras digitales, especialmente considerando los riesgos asociados con el manejo de efectivo en un entorno cada vez más digitalizado. La ausencia de acceso a estas plataformas expone a las microempresas a mayores riesgos de seguridad, como robos u otros incidentes. Además, el uso continuado de efectivo complica la gestión financiera y contable al carecer de un registro electrónico de transacciones, limitando así su capacidad para tomar decisiones informadas y planificar operaciones eficientes. Por tanto, resulta crucial impulsar la adopción de tecnologías financieras digitales entre las microempresas para mejorar su seguridad, eficiencia y capacidad de gestión financiera en el contexto actual (Vera-Cossio & Yáñez-Pagans, 2023).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

El incremento de los casos de fraude representa una problemática para la integración financiera de los microempresarios que consideran adoptar billeteras digitales en Colombia, de hecho, aproximadamente un tercio de las empresas en el país han sido víctimas de fraude en plataformas digitales, lo que refleja la magnitud del problema. A pesar de que la mayoría de las empresas son conscientes de los riesgos asociados, solo el 76% de ellas lleva a cabo un monitoreo activo de sus plataformas para detectar irregularidades. Además, aunque el 80% cree tener controles adecuados para identificar fraudes en línea, esta percepción podría ser engañosa en cuanto a su efectividad real, situación que demuestra la urgente necesidad de fortalecer las medidas de seguridad para proteger a las empresas contra posibles fraudes en línea, sin embargo, no todas las empresas cuentan con los recursos ni la información necesaria para implementar estas medidas, lo que resalta aún más la importancia de abordar este problema de manera integral (La nota económica, 2023).

De otra parte, en Colombia, se ha observado un crecimiento significativo en la digitalización de los pagos en los últimos años, con un aumento del 71% en el uso de pasarelas de comercio electrónico, y un incremento del 54% en el uso de canales digitales en las ciudades. Aproximadamente el 53% de la población adulta recibe sus ingresos mediante transferencias electrónicas, siendo más común en áreas urbanas y hogares con mayores ingresos. Sin embargo, a pesar del avance en la digitalización, el efectivo sigue siendo ampliamente utilizado, representando el 35% de los ingresos recibidos, especialmente en hogares de bajos ingresos y zonas rurales. Aunque los usuarios perciben que los monederos electrónicos y las transferencias electrónicas son menos costosos y más fáciles de usar que las tarjetas de crédito, aún persisten brechas significativas en el acceso y uso de medios electrónicos, especialmente entre la población de menores ingresos, menos educada y habitantes de zonas rurales, lo que requiere esfuerzos adicionales para cerrar estas brechas y promover una inclusión financiera más amplia (Banco de la República, 2023).

El uso de herramientas digitales para pagos, como las pasarelas de comercio electrónico ha presentado aumento del 64% y las aplicaciones móviles financieras y los monederos digitales de 56%, no obstante, persisten disparidades importantes en la adopción de estos canales entre áreas urbanas y rurales, así

como entre diversos grupos socioeconómicos. Mientras el 73% de los hogares con ingresos altos utiliza estos medios, solo el 42% de los hogares de bajos ingresos lo hace. Aunque el efectivo sigue siendo preferido por muchas personas, con un 79,9% en hogares de bajos ingresos y un 83,1% en áreas rurales, la percepción sobre los costos y la facilidad de uso influye en la elección de los métodos de pago, con el 57%. A pesar de estos avances, persisten brechas en el acceso y uso de pagos electrónicos, con el 54,4% de la población adulta en Colombia que no ahorra y una preferencia por el efectivo en el 35% de los ingresos, especialmente en áreas rurales y hogares de bajos ingresos. Por consiguiente, se considera crucial continuar trabajando para cerrar estas brechas en la inclusión financiera en el país (Banco de la República, 2023).

Según Aldasoro (2020), quien aborda casos de éxito de inclusión financiera, se deben considerar las implicaciones económicas y sociales de fenómenos subyacentes como educación financiera, tributación financiera y la dinámica de los servicios financieros. No obstante, en comparación con otros países de América Latina, se puede observar que, aunque Colombia avanzó significativamente en la reducción del uso excesivo de efectivo en 2020, se puede argumentar que el uso de efectivo está vinculado a factores culturales, evasión fiscal derivada de la informalidad, falta de información sobre medios de pago electrónicos, percepción de que el efectivo es más económico, ausencia de incentivos para utilizar canales y acceder productos financieros, por el contrario, se mantienen impuestos a las transacciones financieras como el cuatro por mil, que desestimulan el crecimiento de las transacciones financieras y uso de canales digitales.

Como elementos positivos, se puede destacar que Colombia ha avanzado en la adopción de servicios financieros digitales, inclusión financiera y acceso a la economía formal donde las plataformas digitales han demostrado ser herramientas clave para agilizar y facilitar las transacciones financieras, mejorar la eficiencia de las microempresas y pequeñas empresas, sin embargo, hay interrogantes en materia de seguridad y educación financiera, por los que es necesario seguir trabajando en la implementación de medidas de seguridad robustas en las plataformas digitales para proteger a las empresas y usuarios contra posibles fraudes. Además, es fundamental continuar con los esfuerzos de educación financiera para promover el uso responsable de los servicios financieros digitales y aumentar la confianza de los usuarios en estos sistemas.

Los pagos digitales se han convertido en un motor clave para el desarrollo económico y la inclusión financiera, especialmente entre los sectores más vulnerables de la sociedad. Aunque Colombia ha logrado avances significativos en este ámbito, el uso del efectivo sigue siendo predominante, lo cual puede obedecer a factores sociales, culturales, tecnológicos y económicos, que pueden representar un impedimento para la inclusión financiera, sin embargo, según el último informe de Banca de las Oportunidades citado por el Banco de la República (2023), para finales de 2022, el 91,3% de la población adulta colombiana tenía algún producto de depósito, lo cual demuestra un avance significativo en esta materia.

A pesar de las dificultades descritas anteriormente, las billeteras digitales han ido ganando terreno, facilitando el acceso a los servicios financieros y promoviendo los pagos electrónicos. Sin embargo, la falta de interoperabilidad plena entre estas plataformas representa un limitante para la consolidación del ecosistema de pagos digitales, limitando los beneficios de las economías de red. Aunque se han ampliado las opciones de transferencias inmediatas en el país, su desarrollo aún está en una fase incipiente, y los costos y las dificultades en la experiencia del usuario han obstaculizado su adopción masiva y como respuesta, el Banco de la República está trabajando en una agenda regulatoria, en línea con el artículo 104 del Plan Nacional de Desarrollo, Ley 2294 de 2023. Por el cual se expide el plan nacional de desarrollo 2022- 2026 "Colombia potencia mundial de la vida", con el objetivo de promover la interoperabilidad, eficiencia, seguridad y accesibilidad del ecosistema de pagos inmediatos del país.

Con relación a la conformación del tejido empresarial, se resalta que en Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) representan el 79% del empleo y aportan el 40% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, según un informe del Centro de Estudios Económicos (ANIF, 2021), donde también se reconoce que más del 90% de las firmas en Colombia son microempresas. Estos micronegocios son fundamentales para la economía, no obstante, se enfrentan a la barrera del acceso a servicios financieros formales, lo que obstaculiza su crecimiento y desarrollo, por lo que únicamente el 44% de los micronegocios en Colombia tienen acceso a crédito formal, mientras que el 56% depende de fuentes informales de financiamiento, tales como préstamos de familiares o amigos, lo cual representa una limitación para su crecimiento, tal como se afirma en el estudio de Vera et al. (2018), referente a las condiciones de financiación de los microempresarios en Colombia.

En este escenario, las billeteras digitales que hacen parte de las empresas fintech, por sus siglas en inglés, Finance and Technology, han irrumpido en el ecosistema financiero colombiano como agentes de cambio, ofreciendo soluciones innovadoras y disruptivas que facilitan el acceso a servicios financieros para los micronegocios. A través de sus plataformas digitales, estas empresas proporcionan una amplia gama de productos y servicios financieros, como créditos, cuentas de ahorro, pagos y transferencias, de manera más rápida, flexible y accesible que las entidades financieras tradicionales. En este contexto, el propósito del estudio es analizar la contribución de las billeteras digitales en la inclusión financiera de los micronegocios en el ecosistema digital colombiano identificando sus dinámicas, servicios que ofrecen e impacto en la inclusión financiera de los micronegocios, así como las dificultades, limitaciones y oportunidades que representa.

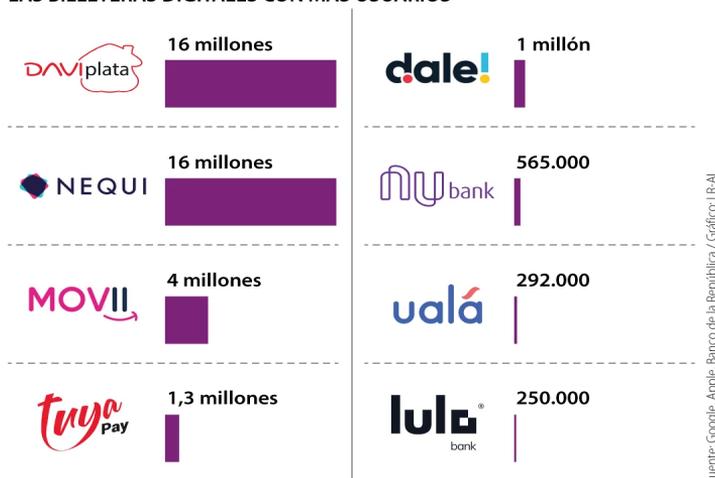
En este ecosistema, las billeteras digitales han surgido como una poderosa herramienta para promover la inclusión financiera de los micronegocios. A pesar de que el uso del efectivo sigue siendo predominante en el país, con el 78,4% de los colombianos aun realizando pagos en efectivo según datos del Banco de la República (2023), las billeteras digitales han logrado una adopción por parte del 76% de los ciudadanos teniendo cuentas activas en estas plataformas. Este aumento en la popularidad de las billeteras digitales se refleja en la diversificación del mercado, que ahora cuenta con más de una docena de opciones disponibles, incluyendo líderes como Daviplata, Nequi, Movii, y Tuya Pay, entre otros (Mora, 2023). A continuación, se presenta la participación en el mercado de billeteras para pagos digitales en Colombia según su número de usuarios en la Figura 1.

Figura 1

Número de usuarios de billeteras en Colombia en 2023

ASÍ QUEDA EL MERCADO DE BILLETERAS DIGITALES

LAS BILLETERAS DIGITALES CON MÁS USUARIOS



Fuente: Google, Apple, Banco de la República / Gráfico: LR-AL

Nota. Diario La República con información del Banco de la República (2023)

Como se puede observar, este mercado se ha diversificado en Colombia, sin embargo, para que este crecimiento sea sostenible y contribuya significativamente a la inclusión financiera de los micronegocios, es crucial garantizar la interoperabilidad entre las diferentes plataformas. La competencia en el mercado de billeteras digitales es positiva en términos de diversificación y oferta de servicios, pero para maximizar su impacto, es esencial que estas plataformas puedan aceptar pagos de una variedad de fuentes. Por ejemplo, la colaboración entre las billeteras digitales y los principales bancos, como Bancolombia, Banco Davivienda y Nubank, es un paso importante hacia la interoperabilidad y la accesibilidad universal. Además, proporcionar acceso gratuito a estas herramientas es fundamental para eliminar barreras económicas y promover la adopción generalizada, lo que a su vez puede impulsar la inclusión financiera de los micronegocios y su crecimiento fortaleciendo el tejido económico de Colombia en su conjunto (Cardona, 2020).

De acuerdo con el Banco Mundial (2018), se puede afirmar que el acceso y uso creciente de medios digitales plantea un desafío para las entidades financieras en términos de mejorar la seguridad y los procedimientos frente a casos de estafa o fraude y para el estado, en el sentido de diseñar y materializar políticas que promuevan la inclusión financiera, pues a pesar de que cada vez más personas

usan y reconocen la utilidad de estos medios, también ha aumentado la percepción de miedo en cuanto a la seguridad de estas transacciones y, aunque este temor es más pronunciado en Panamá y Bolivia, en Colombia también se requiere un mayor esfuerzo para difundir los beneficios y prevenir fraudes digitales, atendiendo a los factores que se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1

Factores clave del éxito de Billeteras Digitales en Colombia

Factor	Descripción
Innovación tecnológica	Billeteras digitales se destaca por su enfoque en la innovación tecnológica y la experiencia del usuario. Ofrece una aplicación móvil intuitiva y fácil de usar, permitiendo realizar transacciones financieras de manera rápida y segura, e implementando características innovadoras como la creación de cuentas de ahorro virtuales sin necesidad de una sucursal física.
Acceso inclusivo	La plataforma se centra en la inclusión financiera, brindando acceso a servicios financieros a personas que no tienen acceso a servicios bancarios tradicionales. Simplifica el registro en la aplicación y no requiere depósitos mínimos ni historial crediticio. Ha logrado llegar a más de 15.2 millones de usuarios mediante un Core de servicios gratuito y fácil de usar desde el celular, proporcionando acompañamiento, cercanía y pedagogía a sus usuarios.
Servicios financieros completos	Billeteras digitales ha ampliado constantemente su oferta de servicios para satisfacer las necesidades de los usuarios, incluyendo pagos de facturas, transferencias de dinero y la posibilidad de solicitar préstamos, convirtiéndose en una solución integral para las necesidades financieras diarias de los colombianos.
Seguridad y confianza	La plataforma ha invertido en la seguridad de su sistema, implementando medidas robustas de seguridad y estableciendo asociaciones con instituciones financieras confiables. Esto ha generado confianza entre los usuarios y ha sido clave para su éxito.
Estrategia de marketing efectiva	Billeteras digitales ha llevado a cabo campañas de marketing innovadoras y efectivas, utilizando estrategias digitales, promociones especiales y alianzas estratégicas para aumentar su visibilidad y atraer nuevos usuarios. Esto ha contribuido a su expansión y posicionamiento en el mercado colombiano.

Nota. Elaboración propia

El éxito de billeteras digitales en Colombia se atribuye a su enfoque en la innovación tecnológica, accesibilidad, amplia oferta de servicios financieros, confianza generada entre los usuarios y estrategia de marketing efectiva. Estos factores han posicionado a las billeteras como opción atractiva y conveniente para

gestión de finanzas personales en el país. La plataforma promueve la inclusión financiera al ofrecer un servicio fácil de usar, adaptado a diversas necesidades. Usuarios resaltan la experiencia intuitiva de la aplicación y los beneficios de evitar filas y desplazamientos al realizar transacciones desde dispositivos móviles (Aguirre, 2024).

Según Rodríguez et al. (2020), la competitividad de las empresas está ligada tanto a su configuración interna, como al uso adecuado de sus recursos. De acuerdo con García & Malagón (2021), la digitalización del segmento microempresarial se vincula con la adopción de tecnologías de amplia penetración, como la telefonía celular, así como con la llegada de empresas que introducen al mercado modelos de negocio innovadores. Estos modelos permiten capitalizar oportunidades a través de la transición hacia una economía digital, que actúa como un mecanismo de transformación, donde Internet emerge como un elemento central en este ecosistema digital, el cual debe ocupar un lugar destacado en las preferencias de los usuarios. La competitividad de un país ligada al uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) las cuales son claves en el cambio de los modelos de negocios a nivel mundial donde es cada vez más frecuente el manejo, el análisis y la transmisión de grandes cantidades de información, promovidos por los cambios estructurales en las formas de producción y comercialización en la revolución industrial 4.0. Es el ciudadano digital quien reconoce la necesidad de que los gobiernos ofrezcan servicios digitales de alta calidad y que las empresas puedan entrar en la era digital con una ciudadanía con habilidades digitales capaces de utilizar la internet para avanzar en la economía digital (Giraldo & Otero, 2022).

ANTECEDENTES Y ASPECTOS CONCEPTUALES

Teniendo en cuenta que las billeteras digitales hacen parte de las empresas fintech, es importante reconocer que el ingreso de este tipo de empresas se ha gestado desde la década de los 60's, con la introducción de cajeros electrónicos en Colombia. Sin embargo, con el auge de Internet, la adopción de tecnología en los servicios financieros ha experimentado un crecimiento vertiginoso, facilitando lo que se conoce como democratización de los servicios financieros. Este acceso ampliado ha venido acompañado de regulaciones estatales, que responden a lecciones aprendidas de casos de fraude a nivel internacional. Aunque el término

fintech es relativamente reciente, denota los cambios disruptivos en el sector que se han producido en los últimos años. Este fenómeno se ha centrado en innovaciones fintech en medios de pago, que desempeñan un papel crucial en la industria financiera y representan un caso paradigmático del cambio (Soto & Botía, 2020).

Desde la perspectiva legal, el decreto 2443 de 2018 (Presidente de la república de Colombia, 2018) definió que las sociedades de innovación tecnológica financiera no podrán prestar servicios financieros, se ha evidenciado una alianza estratégica entre estas y las entidades financieras que se han visto en la obligación de transformar estas nuevas realidades en oportunidades de cara a las demandas tecnológicas, eficientes y amigables solicitadas por los consumidores financieros. Por tanto, podría suponerse que las Fintech podrían sustituir o restar participación a la banca tradicional. Sin embargo, en realidad estamos ante un nuevo escenario de colaboración entre una banca arraigada en la tradición y las nuevas generaciones de empresas dedicadas a las tecnologías financieras. Esto debería resultar en beneficios tanto para el consumidor final como para la inclusión financiera en el país. Se ha observado un impulso notable en las Fintech en los últimos años, pasando de 237 empresas en 2017 a 322 en 2020, lo que representa un crecimiento del 36%. Estos acontecimientos se perciben como una oportunidad para estimular la economía colombiana, que históricamente ha estado centrada en la producción del sector primario (Barón y Forero, 2022).

En los próximos años, se espera una disminución del uso de efectivo a favor de medios de pago como tarjetas de contacto, monederos digitales y dispositivos electrónicos o wearables. Además, plataformas de pago no bancarias, como PayPal, están ganando terreno, y el open banking promete un mayor crecimiento al permitir a terceros acceder a datos bancarios. La inversión en tecnologías como blockchain también aumentará, al igual que el papel de la banca digital y los dispositivos inteligentes basados en inteligencia artificial. Se espera que estas transformaciones, centradas en la digitalización y la tecnología, traigan consigo cambios económicos, mayor competencia y beneficios sociales, como servicios financieros más accesibles y personalizados. Sin embargo, es fundamental que los gobiernos jueguen un papel activo en la creación de un entorno seguro y regulado que optimice los beneficios de la revolución fintech. A pesar de que esta revolución está en sus inicios, se espera que conduzca a la aparición de nuevos actores y

productos, elevando los estándares de calidad de servicio en beneficio de los usuarios (Aguirre, 2024).

Según la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI, 2017), las entidades financieras que emplean estas nuevas tecnologías en sus servicios se clasifican en diferentes categorías según el tipo de negocio que desarrollen, teniendo en cuenta diferentes conceptos relacionados. En primer lugar, se encuentran los medios de pago, que facilitan transacciones a través de dispositivos móviles o electrónicos, permitiendo desembolsos tanto en comercio electrónico como en establecimientos físicos, prescindiendo del uso de tarjetas bancarias. Por otro lado, las finanzas personales se centran en la organización en tiempo real de los gastos individuales, ofreciendo pronósticos financieros y controles de gastos, además de sugerencias de ahorro para equilibrar los ingresos y egresos. Los gestores automatizados se encargan de administrar carteras empresariales, brindando asesoramiento en inversiones y facilitando el uso de plataformas de negociación. En cuanto al Crowdfenig, se trata de plataformas de préstamos donde diversas empresas buscan financiamiento para su expansión, utilizando los recursos de inversores sin recurrir a los bancos tradicionales. Por su parte, el Equity Crowdfunding se utiliza para financiar proyectos, donde los inversores no reciben intereses, sino que obtienen participación en el proyecto específico, siendo comúnmente utilizado para financiar startups. Finalmente, los pagos internacionales en divisas ofrecen un servicio financiero para gestionar operaciones de divisas de manera segura y eficiente.

Es importante reconocer que en esta era de la revolución 4.0, la innovación es esencial para la supervivencia empresarial en países como Colombia. En este contexto, Nequi y Daviplata lideran como billeteras virtuales, adaptándose a las demandas cambiantes de la sociedad, especialmente entre jóvenes y pequeños comerciantes. Estas plataformas, nacidas de la evolución del dinero como facilitador de actividades diversas, se han beneficiado del crecimiento de Internet. Nequi, por ejemplo, es un neobanco colombiano destacado, ha crecido gracias a la amplia cobertura de Internet y un enfoque centrado en el cliente. Sin embargo, sus dificultades en la gestión resaltan la necesidad de regulaciones en el ámbito de las Fintech. Aunque el país ha avanzado en banca digital, aún está lejos de los estándares de países desarrollados, donde la virtualización financiera es más extensa y sofisticada, transformando la dinámica de negocios y conectándose con

una economía globalizada en constante evolución (Castillo, 2021).

La relación entre la banca tradicional y los micronegocios ha sido compleja debido a la estructura de los servicios financieros y la alta informalidad entre los microempresarios, generando incertidumbre para las entidades financieras. Los créditos son los productos más populares de la banca tradicional, mientras que la gestión del dinero es una necesidad primordial para jóvenes, ciudadanos comunes y microempresarios. Los monederos virtuales simplifican la apertura de cuentas de ahorro y permiten la administración del flujo de dinero, incluyendo la creación de bolsillos virtuales para diversas necesidades financieras. Por otro lado, la banca de desarrollo juega un papel clave en la generación de innovación financiera, priorizando el beneficio social y la estabilidad financiera sistémica. En América Latina, las instituciones financieras públicas poseen aproximadamente el 20% de los depósitos, carteras de crédito, patrimonios o activos, contradiciendo la percepción de baja eficiencia en la banca pública (Pérez & Titelman, 2018).

Según el Banco Mundial (2018) la inclusión financiera es fundamental tanto para individuos como para empresas, asegurando acceso a productos financieros esenciales de manera responsable y sostenible. Esto incluye transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguros. Es una prioridad para las autoridades a nivel mundial, nacional y regional, como una meta de política social. A nivel global, 1200 millones de adultos accedieron a una cuenta entre 2011 y 2017, alcanzando un 69% de adultos bancarizados. Sin embargo, persisten desafíos, como los 1700 millones de adultos aún sin acceso bancario en 2017 y una brecha de género del 9% en la titularidad de cuentas en países en desarrollo. Países como India han implementado políticas innovadoras, como la identificación digital universal, beneficiando a más de 1200 millones de personas, mientras que en África subsahariana, la titularidad de cuentas de dinero móvil aumentó del 12% al 21%. Es crucial adoptar estrategias nacionales integrales que involucren a diversas partes interesadas para promover la inclusión financiera y garantizar servicios financieros responsables y sostenibles.

Con relación a su conceptualización, la inclusión financiera se define de diversas maneras por diferentes instituciones y expertos. El Center for Financial Inclusion (CFI, 2021) se deben generar las condiciones necesarias para que todas las personas tienen acceso a una amplia gama de servicios financieros de calidad, a precios asequibles. Por otro lado, el Banco Mundial (2018) es la situación en

la que todos los adultos en edad laboral, incluidos los excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a servicios como crédito, ahorro, pagos y seguros proporcionados por instituciones formales. Por su parte, Carballo (2020) la concibe como un proceso que garantiza que todos los miembros de una economía tengan acceso, utilicen y dispongan del sistema financiero formal. Estas definiciones destacan la importancia del acceso equitativo a servicios financieros para promover la inclusión económica y el bienestar de la población.

Tal como se menciona en la Agenda 2030 y en las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS (Naciones Unidas, 2015), es importante considerar la inclusión financiera como un medio para impulsar el crecimiento económico y reducir la pobreza, en especial en los países en desarrollo. Estas apuestas que deben abordarse no solo desde el gobierno nacional, sino también por el sector privado, las entidades financieras y las fintech. Sin lugar a duda y de acuerdo con los resultados evaluados a lo largo del artículo, las Fintech han impulsado en los últimos años a través de la innovación tecnológica nuevos productos y servicios financieros que los consumidores pueden adquirir a un bajo costo, con mínimo de requisitos y mediante plataformas digitales de fácil manejo (Barón & Forero, 2022).

Para finalizar el tema de inclusión financiera, es importante resaltar que el microcrédito se convierte para muchos microempresarios en la puerta de entrada a la bancarización, es por ello que, para este caso, se define el microcrédito como una forma de financiamiento que implica la concesión de préstamos de pequeña cuantía a microempresarios para permitirles emprender proyectos productivos. Esta modalidad de crédito se caracteriza por su accesibilidad, ya que se otorga a personas que pueden carecer de garantías o de un historial crediticio previo. Además, está dirigido a personas con poca experiencia en actividades económicas, lo que les permite iniciar o expandir sus negocios de manera sostenible (De los santos et al., 2020).

METODOLOGÍA

El alcance del estudio es correlacional, de corte transversal y enfoque cuantitativo. Según Corona & Fonseca (2023), el alcance correlacional del estudio implica investigar posibles relaciones entre variables, en este caso, el uso de billeteras digitales y aspectos clave de los micronegocios, sin establecer relaciones causales. Esto incluye analizar si el empleo de estas herramientas financieras

digitales se relaciona con el aumento de las ventas o la percepción de utilidad en la gestión del negocio. Asimismo, se examina si el tiempo de uso de las billeteras digitales está vinculado con la eficiencia en su manejo y si la capacitación recibida sobre su uso se correlaciona con una mejor utilización. El estudio busca identificar patrones y tendencias en los datos recopilados para comprender mejor la contribución de las billeteras digitales a la inclusión financiera y el desarrollo de micronegocios en la región. Se explora por tanto, mediante este estudio, la posible relación entre el uso de estas plataformas y el crecimiento económico de los micronegocios, así como la percepción de los empresarios sobre su impacto y beneficios en la gestión diaria de sus negocios.

La metodología empleada en el estudio se fundamentó en un enfoque cuantitativo que permitió recopilar datos numéricos para su posterior análisis estadístico (Ocaña, 2015). Para ello, se diseñó un cuestionario estructurado que abordó diversas dimensiones relacionadas con la situación de los micronegocios y su uso de billeteras digitales. Este cuestionario fue administrado de manera presencial a una muestra representativa de 293 microempresarios ubicados en distintos sectores de la ciudad de Ibagué. En primer lugar, se recolectaron datos demográficos y características básicas de los micronegocios, como el estrato del barrio donde se encuentran, la antigüedad del negocio y el número de empleados. Estos datos proporcionaron un contexto sobre la diversidad y distribución de los micronegocios en la ciudad, así como su nivel de desarrollo y estructura organizativa.

Posteriormente, se indagó sobre el uso específico de billeteras digitales por parte de los microempresarios, incluyendo qué plataformas utilizan y desde cuándo las emplean. Además, se exploraron las motivaciones detrás de la adopción de estas herramientas financieras digitales, así como las dificultades y riesgos percibidos al utilizarlas, lo que permitió identificar posibles barreras y desafíos en su implementación y uso, tal como lo recomienda en su estudio Rubio et al. (2023). Otro aspecto relevante de la metodología fue evaluar el impacto de las billeteras digitales en el crecimiento de los micronegocios, tanto en términos de gestión empresarial como en el aumento de las ventas. Se recabaron percepciones sobre la utilidad y los beneficios derivados del uso de estas plataformas, así como la necesidad de capacitación adicional para su manejo eficiente. Por último, se solicitó a los participantes que brindaran recomendaciones para mejorar el uso,

beneficio e impacto de las billeteras digitales en los micronegocios de la ciudad, lo que contribuyó a identificar áreas de oportunidad y posibles acciones de mejora en este ámbito.

RESULTADOS

Los resultados demográficos revelan que la mayoría de los micronegocios encuestados se encuentran en los estratos socioeconómicos 2 y 3, representando el 81.3% del total. Esto sugiere que la muestra está compuesta principalmente por negocios ubicados en áreas de ingresos medios. En cuanto a la antigüedad del negocio, el 35% de ellos tienen más de 7 años de operación, lo que indica una presencia significativa de negocios establecidos a largo plazo en la muestra. Respecto al número de empleados, la mayoría de los micronegocios encuestados tienen entre 1 y 2 empleados, con un 59% del total. Esto sugiere que la mayoría de los negocios son operados con un personal reducido, lo que puede reflejar la naturaleza micro de estas empresas y su enfoque en la operación eficiente con pocos recursos humanos, según se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2

Características demográficas de la población

Estrato socio-económico	Antigüedad del negocio	Número de empleados
Comercial	Menos de 1 año	11%
Estrato 1	1 a 2 años	20%
Estrato 2	3 a 4 años	19%
Estrato 3	5 a 6 años	15%
Estrato 4	7 o más años	35%

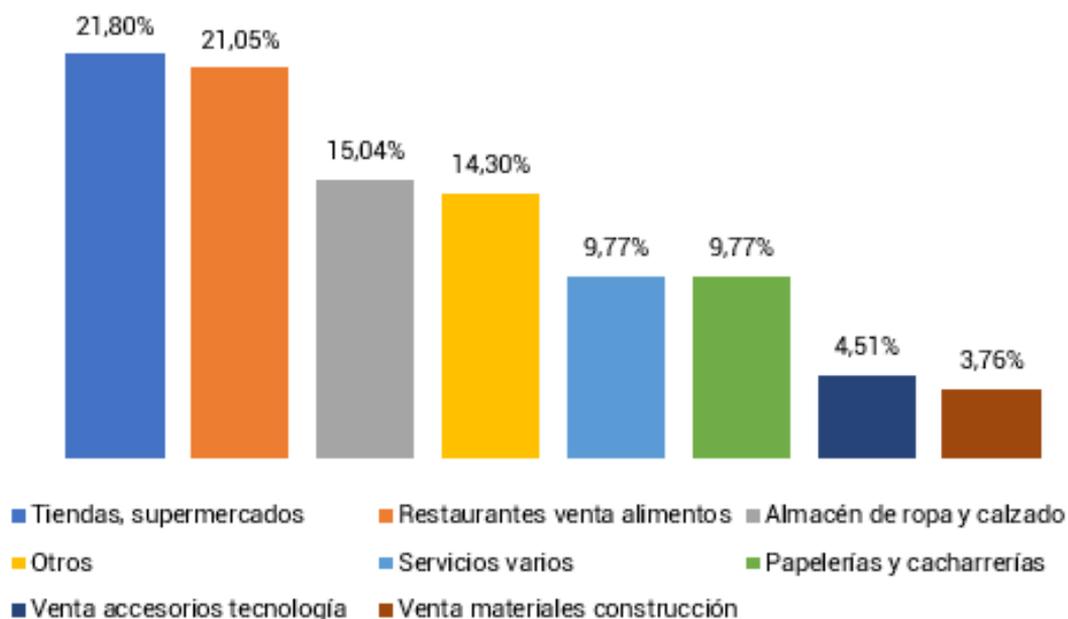
Nota. Elaboración propia

En cuanto a la principal actividad económica los resultados muestran una variedad de tipos de micronegocios representados en la muestra. Las tiendas y supermercados son el sector más común, comprendiendo el 21.8% de los encuestados, seguido por los restaurantes de venta de alimentos, que representan el 21.1%. Los almacenes de ropa y calzado constituyen otro segmento significativo, con el 15.0% de la muestra. Por otro lado, la venta de accesorios tecnológicos y de materiales de construcción son sectores menos representados, con el 4.5% y el 3.7%

respectivamente. Los servicios varios y las papelerías y cacharrerías representan el 9.7% y el 9.8% respectivamente. Además, un 14.3% de los micronegocios encuestados se clasifican como "otros", lo que indica una diversidad adicional en la muestra que no se ajusta a las categorías específicas mencionadas anteriormente. Estos resultados sugieren una muestra representativa de diversos sectores comerciales en la ciudad de Ibagué, lo que proporciona una visión amplia de la inclusión financiera en micronegocios en la región, según se presenta en la Figura 2.

Figura 2

Principal actividad económica



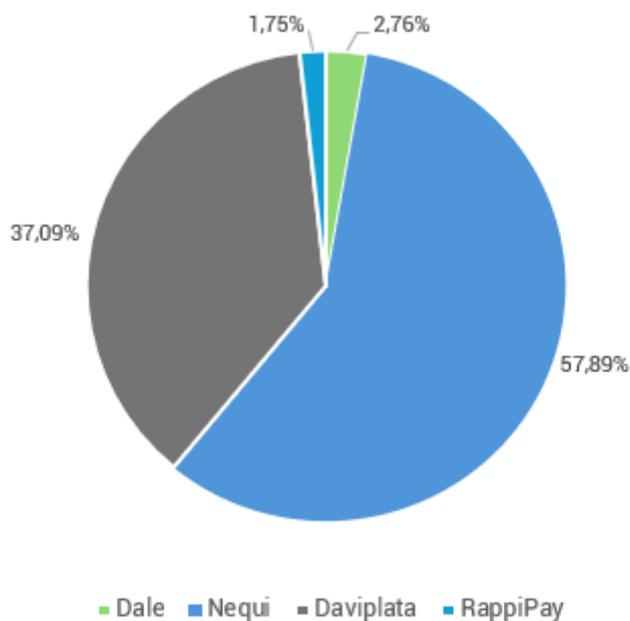
Nota. Elaboración propia

En cuanto al uso de las billeteras digitales, se recolectaron 399 respuestas, dado que la mayoría utilizaban varias. De las respuestas recopiladas, se observa que el 57.9% de los encuestados utiliza Nequi, seguido por Daviplata con el 37.1%. Rappi Pay, Dale y Uala representan porcentajes menores, con el 1.8%, 2.8% y 0.5% respectivamente. Nequi y Daviplata son las plataformas más utilizadas, con una antigüedad de uso de entre 1 y 4 años como se verá más adelante, principalmente debido a demandas de los clientes y necesidades relacionadas con sus negocios. Sin embargo, se identifican dificultades, especialmente en la intermitencia del servicio y el temor a fraudes. Esto destaca la necesidad de mejoras en la seguridad

informática y la optimización de las billeteras virtuales para reducir fallas en las transacciones. Estos hallazgos subrayan la importancia de abordar estas preocupaciones para garantizar la confiabilidad y eficacia de las plataformas de pago virtuales, lo que a su vez podría promover una mayor adopción y confianza entre los usuarios, especialmente en el contexto de micronegocios en Ibagué, Colombia.

Figura 3

Uso de las plataformas digitales de pago



Nota. Elaboración propia

Con relación a la antigüedad y según las respuestas recopiladas, el 44% de los encuestados comenzó a utilizar estas plataformas de pago hace entre 1 y 2 años, mientras que el 27% lo hizo entre 3 y 4 años atrás. Solo el 2% indicó haberlas utilizado durante un período de 5 a 6 años, y otro 1% durante 7 años o más. Por otro lado, el 26% manifestó haber comenzado a utilizar estas plataformas en un lapso inferior a un año. Estos datos sugieren que la adopción de estas plataformas de pago virtuales ha aumentado significativamente en los últimos años, con una proporción considerable de usuarios que las han incorporado en un período relativamente corto. Este fenómeno puede reflejar tanto la creciente disponibilidad y promoción de estas herramientas digitales como la respuesta de los usuarios a

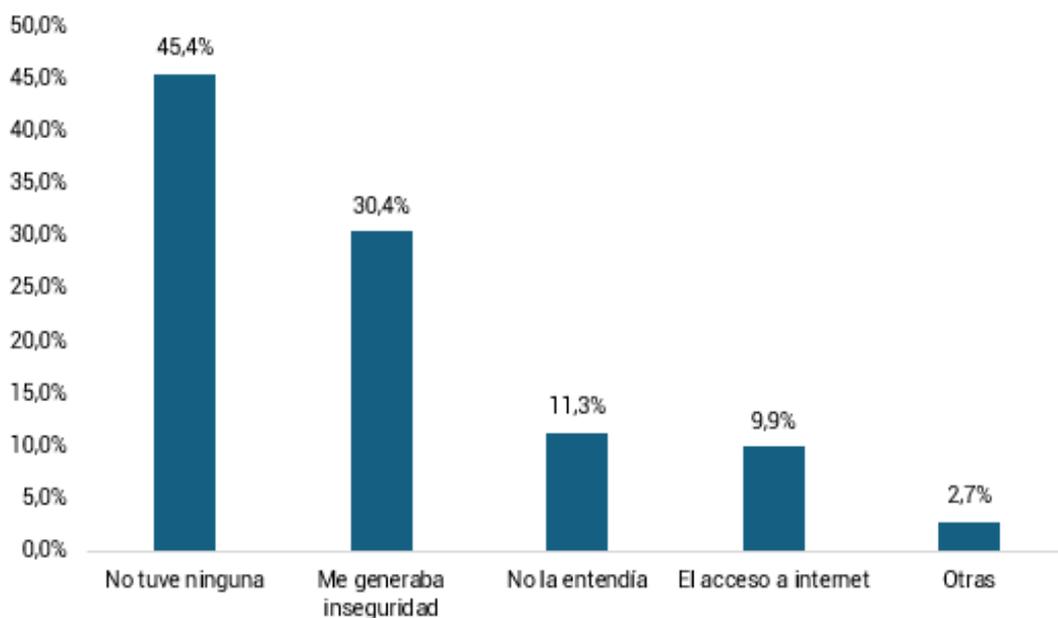
las demandas y cambios en el entorno comercial y financiero.

En la siguiente pregunta se consultó, ¿Qué lo motivó a usar estos medios de pago? Según las respuestas recopiladas, el 55.6% de los encuestados manifestó que sus clientes fueron la principal motivación para comenzar a utilizar estos medios de pago. Un 20.1% indicó que fue una iniciativa propia la que los impulsó a adoptarlos, mientras que el 11.6% mencionó a los proveedores y comercios como factor motivador. La pandemia también jugó un papel significativo, con un 10.9% de los encuestados mencionándola como motivo para empezar a usar estos medios de pago. Una minoría expresó que la facilidad de pago (0.6%), el no uso de dinero físico (0.3%), o la pertenencia a Bancolombia (0.6%) fueron sus razones para adoptar estas plataformas. Estos resultados sugieren que factores externos, como las demandas de los clientes y las condiciones del entorno, así como la iniciativa personal, han sido impulsores clave en la adopción de los medios de pago digitales por parte de los encuestados.

En cuanto a las dificultades que ha tenido con el uso de plataformas de pago, el 45.4% de los encuestados no reportó ninguna dificultad al comenzar a utilizar estas plataformas de pago. Sin embargo, el 30.4% expresó que experimentaba inseguridad al usarlas, mientras que el 11.3% señaló dificultades relacionadas con la comprensión de su funcionamiento. Por otro lado, el acceso a internet representó un obstáculo para el 9.9% de los encuestados. Solo un pequeño porcentaje, el 2.7%, mencionó otras dificultades no especificadas. Estos resultados indican que, aunque una parte significativa de los usuarios no encontró problemas al comenzar a utilizar estas plataformas, una proporción considerable experimentó inseguridad o dificultades de comprensión, destacando la importancia de mejorar la usabilidad y la seguridad de estas plataformas para garantizar una experiencia óptima para todos los usuarios.

Figura 4

Dificultades que ha tenido con el uso de plataformas de pago



Nota. Elaboración propia

En cuanto a los riesgos percibidos, los resultados muestran que el 30.7% de los encuestados perciben el fraude y el robo de identidad como el principal riesgo al utilizar estas plataformas, seguido de cerca por el 28.7% que mencionó las fallas técnicas y los cortes del sistema. Por otro lado, un considerable 24.9% indicó no percibir ningún riesgo significativo. En menor medida, el 5.8% expresó preocupación por posibles cargos y tarifas ocultas, mientras que el 4.1% mencionó la dependencia tecnológica como un riesgo.

Tabla 3

Riesgos percibidos

Riesgos percibidos	Porcentaje
Fraude y robo de identidad	30,7%
Fallas técnicas y cortes del sistema	28,7%
Ninguno	24,9%
Cargos y tarifas ocultas	5,8%

Riesgos percibidos	Porcentaje
Dependencia tecnológica	4,1%
Falta de protección al consumidor	2,4%
Estafa, Robo y falsificación	1,2%
Deficiencias en atención y privacidad	2,0%

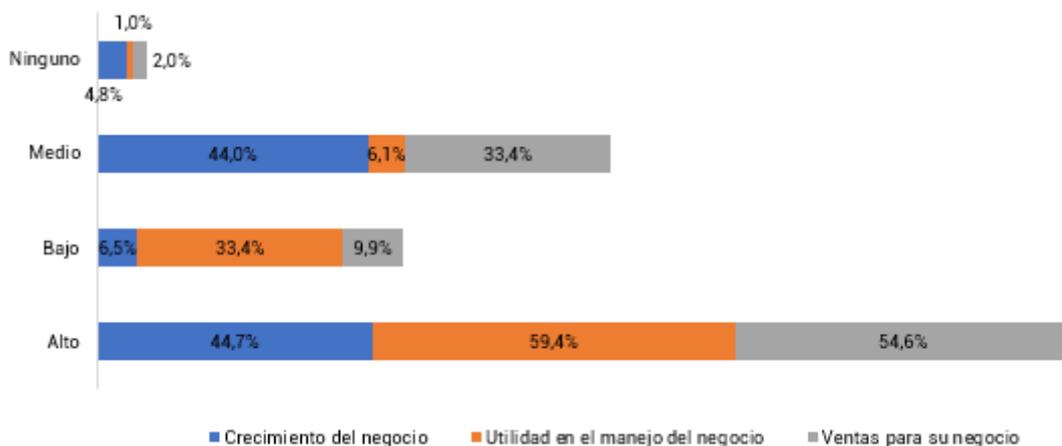
Nota. Elaboración propia

También se puede observar que un pequeño porcentaje de encuestados, entre el 1.2% y el 2.4%, mencionaron la estafa, el robo y la falsificación, así como la falta de protección al consumidor y las deficiencias en la atención y la privacidad, como riesgos percibidos. Estos resultados resaltan la importancia de abordar las preocupaciones de seguridad y confiabilidad, así como de garantizar la transparencia en los costos y la protección al consumidor para promover una mayor confianza en el uso de estas plataformas.

En cuanto al impacto considera que ha tenido el uso de esta plataforma en el crecimiento, utilidad y ventas del negocio, los datos revelan que para el 44.7% de los encuestados, el impacto en el crecimiento del negocio se considera alto, mientras que para el 6.5% es bajo, y para el 44.0% es medio. En cuanto a la utilidad en el manejo del negocio, el 59.4% lo califica como alto, el 33.4% como bajo y el 6.1% como medio, como se presenta en la Figura 5.

Figura 5

Impacto de las billeteras digitales en los micronegocios



Nota. Elaboración propia

Respecto a las ventas para su negocio, el 54.6% reporta un impacto alto, el 9.9% bajo, y el 33.4% medio. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados perciben un impacto significativo en el crecimiento del negocio, la utilidad en su gestión y las ventas debido al uso de estas plataformas de pago virtuales. Es importante destacar que solo un pequeño porcentaje menciona no percibir ningún impacto, lo que subraya la relevancia de estas herramientas digitales en el ámbito empresarial y su contribución a la mejora de la actividad comercial.

Es notable que un porcentaje significativo de encuestados reporta impactos altos en áreas clave como el crecimiento del negocio, la utilidad en su gestión y las ventas. Esto sugiere que las plataformas de pago virtuales, como Nequi y Daviplata, están desempeñando un papel importante en el desarrollo y la eficiencia de los micronegocios en Ibagué, Colombia. Sin embargo, también es relevante considerar que hay un segmento minoritario que percibe impactos bajos o medios en estas áreas, lo que indica la necesidad de una mayor optimización o adaptación de estas herramientas para satisfacer las necesidades específicas de ciertos negocios.

DISCUSIONES

Los hallazgos de este estudio arrojan luz sobre varios aspectos clave relacionados con el impacto de las billeteras digitales en la inclusión financiera de las microempresas en Ibagué, Colombia. En primer lugar, las características demográficas de las microempresas encuestadas indican que la mayoría de ellas se encuentran en estratos socioeconómicos medios, lo que sugiere una amplia representación de negocios de diversos niveles de ingresos. Además, la prevalencia de empresas con 1 a 2 empleados refleja la naturaleza micro de estas empresas, enfatizando su enfoque en operaciones eficientes con recursos humanos limitados. Estos patrones demográficos se alinean con el concepto de democratización de los servicios financieros facilitada por las fintech, ya que atienden a un amplio espectro de empresas, independientemente de su tamaño o antecedentes financieros (Soto & Botía, 2020).

En cuanto a las principales actividades económicas de las microempresas encuestadas, los resultados demuestran una amplia gama de sectores representados en la muestra, siendo las tiendas, supermercados y restaurantes de comida los más comunes. Esta diversidad refleja la naturaleza multifacética de la economía local en Ibagué y subraya la importancia de soluciones de inclusión financiera que

puedan satisfacer las necesidades específicas de diversas industrias. Además, la adopción significativa de billeteras digitales como Nequi y Daviplata entre las empresas encuestadas destaca la creciente importancia de estas plataformas en facilitar transacciones financieras y gestión para las microempresas, alineándose con las tendencias más amplias de digitalización en el sector financiero (Aguirre, 2024).

Las motivaciones detrás de la adopción de plataformas de pago digitales revelan conocimientos interesantes sobre las fuerzas impulsoras detrás de su uso entre las microempresas. Los factores predominantes incluyen la demanda de los clientes, la iniciativa personal y la influencia de condiciones externas como la pandemia de Covid-19. Estas motivaciones subrayan el enfoque pragmático de las microempresas para aprovechar soluciones digitales para satisfacer las preferencias cambiantes del consumidor y las dinámicas del mercado. Sin embargo, las preocupaciones relacionadas con la seguridad, los problemas técnicos y la accesibilidad a Internet plantean desafíos para la adopción y utilización fluida de las billeteras digitales, lo que demuestra la necesidad de mejoras continuas en la usabilidad y la confiabilidad de la plataforma para fomentar la confianza y la seguridad entre los usuarios (Barón & Forero, 2022).

Los riesgos percibidos asociados con las plataformas de pago digitales destacan la importancia de abordar las preocupaciones de seguridad y transparencia para garantizar una adopción y aceptación generalizadas entre las microempresas. Si bien el fraude y las fallas técnicas surgen como preocupaciones principales entre los usuarios, es crucial implementar medidas de seguridad sólidas y marcos regulatorios para mitigar estos riesgos de manera efectiva. Además, mejorar los mecanismos de protección al consumidor y promover la conciencia sobre prácticas digitales seguras pueden contribuir a construir confianza y seguridad en los servicios financieros digitales, lo que en última instancia promueve la inclusión financiera y el desarrollo económico.

Finalmente, el impacto sustancial reportado por las microempresas en el crecimiento del negocio, la eficiencia en la gestión y las ventas subraya el potencial transformador de las plataformas de pago digitales para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las pequeñas empresas. A pesar de algunos desafíos y preocupaciones, la percepción generalmente positiva de las billeteras digitales

entre las microempresas destaca su papel instrumental en fomentar la inclusión financiera y impulsar el crecimiento económico a nivel local. Sin embargo, es esencial realizar esfuerzos continuos para abordar las barreras existentes y optimizar las funcionalidades de la plataforma con el fin de maximizar los beneficios de los servicios financieros digitales para las microempresas y contribuir a una economía más inclusiva y resiliente (Castillo, 2021).

CONCLUSIONES

Como conclusión, los resultados demográficos de la población de estudio revelan un panorama predominante de micronegocios ubicados en estratos socioeconómicos medios, con una representación significativa de negocios establecidos a largo plazo y operados con un personal reducido. Esta composición sugiere una muestra diversa pero con un enfoque particular en áreas de ingresos medios y negocios de pequeña escala que se centran en la eficiencia operativa. Respecto a la actividad económica, la muestra refleja una amplia variedad de sectores comerciales en la ciudad de Ibagué, lo que proporciona una visión completa de la inclusión financiera en micronegocios en la región. La presencia de diferentes tipos de negocios subraya la importancia de entender las necesidades financieras específicas de cada sector para garantizar una inclusión efectiva.

En cuanto al uso de las billeteras digitales, Nequi y Daviplata, se concluye que estas son las plataformas más utilizadas, principalmente impulsadas por demandas de clientes y necesidades comerciales. Sin embargo, las dificultades percibidas, especialmente en términos de seguridad y confiabilidad, señalan la necesidad de mejoras continuas en estas áreas para aumentar la confianza de los usuarios. La motivación para adoptar estos medios de pago refleja una combinación de factores, desde las demandas de los clientes hasta la iniciativa personal, con la pandemia ejerciendo un impacto significativo en algunas decisiones de adopción.

En relación con las dificultades experimentadas, aunque muchos usuarios no encontraron problemas, una parte considerable expresó inseguridad o dificultades de comprensión, resaltando la importancia de la usabilidad y seguridad de estas plataformas. Finalmente, el impacto positivo percibido en el crecimiento del negocio, la utilidad en la gestión y las ventas subraya el papel crucial de las plataformas de pago virtuales en el desarrollo y la eficiencia de los micronegocios en Ibagué. Aunque la mayoría percibe un impacto alto, existe un espacio para mejorar y adaptar

estas herramientas para maximizar su utilidad para todos los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, E. (2024). *Tecnologías innovadoras digitales en apoyo a la participación de las pymes en el comercio electrónico transfronterizo*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5d32856f-b5c6-41b6-abbb-9a94abdc3f8f/content>
- Aldasoro, B. (14 de febrero de 2020). *Mejores prácticas sobre iniciativas para promover la inclusión financiera de receptores de remesas en el ámbito rural*. Repositorio digital BETA. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://hdl.handle.net/11362/45117>
- Asociación Española Fintech e Insurtech (AEFI). (8 de septiembre de 2017). *6 tipos de fintech imprescindibles para digitalizarse – AEFI*. <https://www.asociacionfintech.es/sin-categorizar/6-tipos-de-fintech-imprescindibles-para-digitalizarse/>
- Banco de la República. (2023). *Informe de la Junta Directiva al Congreso de la República* [Informe]. Bogotá. <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10676/informe-congreso-julio-2023.pdf>
- Banco mundial (2018). *Panorama general: La inclusión financiera es un elemento facilitador clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#1>
- Barón Bayona, J. A. & Forero Baron, L. A. (2022). Análisis de las Fintech y su aporte a la inclusión financiera en Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(2), 127-143. <https://doi.org/10.22490/25392786.6118>
- Carballo, I. E. (2020). Tecnologías Financieras: oportunidades y desafíos de las Fintech para la regulación, la educación y la inclusión financiera. *Revista CIES Escolme*, 11(2), 247-276. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/308>
- Cardona, D. (2020). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y de crecimiento Fintech. *Semestre Económico*, 23(55), 183-203. <https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>
- Castillo, D. E. (2021). *Concepción organizacional de Nequi y el modelo de negocio de banca digital en el contexto colombiano* [Tesis de pregrado, Universidad EIA]. <https://repository.eia.edu.co/server/api/core/bitstreams/f9998f85-5e26-4da5-a19e-91f0d3d98e4b/content>

- Financiamiento Inclusion (CFI). (2021). *Repensando el Microscopio Global para la Inclusión Financiera: Reporte de Hallazgos Claves 2021*. The Economist Group. <https://www.centerforfinancialinclusion.org/wp-content/uploads/2024/03/eiu-microscope-report-2021-spanish.pdf>
- Centro de Estudios Económicos ANIF (9 de diciembre de 2021). *Retos y oportunidades de las Pymes* [Informe]. <https://www.anif.com.co/mp-files/retos-y-oportunidades-de-las-pymes-anif-comentario-economico-del-dia.pdf>
- Presidente de la República de Colombia [Decreto Reglamentario]. Decreto 2443 de 2018 por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la inversión de los establecimientos de crédito, las sociedades de servicios financieros y las sociedades de capitalización, en el capital de sociedades de innovación y tecnología financiera. 27 de diciembre de 2018. <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=30036071>
- El Congreso de Colombia. [Decreto]. Ley 2294 de 2023. Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida". 19 de mayo de 2023. Diario Oficial No. 52400
- Corona Martínez, L. A. & Fonseca Hernández, M. (2023). Las hipótesis en el proyecto de investigación: ¿cuándo si, cuándo no?. *MediSur*, 21(1), 269-273 http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2023000100269
- De los Santos, L., Guzmán Fernández, C., & Martínez-Prats, G. (2020). Microcréditos, financiamiento alternativo en pymes mexicanas: revisión de evidencia reciente. *Publicaciones E Investigación*, 14(1). <https://doi.org/10.22490/25394088.4056>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (11 de marzo de 2024). *Ocupación informal: Trimestre móvil noviembre 2023 - enero 2024*. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) [Boletín técnico]. Bogotá D.C. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-nov2023-ene2024.pdf>
- Ferraz, J. C., & Ramos, L. (2018). La inclusión financiera en América Latina desde una perspectiva regional. En E. Pérez Caldentey & D. Titelman (Eds.), *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo* (pp. 285-305). Libros de la CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/48c62b04-7611-4a61-bd9f-f6dcc5c27c7d/content>

- García Mogollón, A. M. & Malagón Sáenz, E. (2021). Avances en la economía del ecosistema digital en algunos países de Latinoamérica. *Horizontes Empresariales*, 20(1), 4-29. DOI <https://doi.org/10.22320/hem.v20i1.4822>
- Giraldo, W., & Otero, M. C. (2022). Los monederos digitales y su experiencia de uso en Colombia y México. En J. E. Sarmiento, G. M. Valero, J. Ramírez, J. L. Bejarano, H. Fernández, A. Acevedo, D. M. López, & H. F. Pinto (Eds.), *4 Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales: CIANI 2022* (pp. 357). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=873414>
- La Nota Económica. (2023). *El 34% de las empresas en Colombia han sufrido algún tipo de fraude en plataformas digitales*. <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/el-34-de-las-empresas-en-colombia-han-sufrido-algun-tipo-de-fraude-en-plataformas-digitales/>
- Lecuona, R., Neira Burneo, S., & Zuleta, L. A. (2018). Una caja de herramientas para promover la inclusión financiera. En E. Pérez Caldentey & D. Titelman (Eds.), *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo* (pp. 307-342). Libros de la CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/48c62b04-7611-4a61-bd9f-f6dcc5c27c7d/content>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2023). *Tejido empresarial colombiano: Congreso Anual Confecámaras* [Presentación]. https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=/ConexionContent/WCC_CLUSTER-228933
- Mora Aguilar, K. V. (30 de agosto de 2023). *Así queda el mercado de billeteras digitales con la llegada de Google como nuevo competidor*. Diario la República. <https://www.larepublica.co/finanzas/asi-queda-el-mercado-de-billeteras-en-colombia-con-google-como-nuevo-competidor-3691308>
- Ocaña, A. L. O. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Ediciones de la U. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&i-d=dTOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Enfoques+y+m%C3%A9todos+de+investigaci%C3%B3n+en+las+ciencias+sociales+y+humanas&ots=xY-nQ6VgS_c&sig=Q0mva iqQ5DCOP4tmHaDXZoxjNM8#v=onepage&q=Enfoques%20y%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20en%20las%20ciencias%20sociales%20y%20humanas&f=false
- Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

- Pérez, E., & Titelman, D. (2018). La banca de desarrollo y la innovación para la inclusión financiera. En E. Pérez Caldentey & D. Titelman (Eds.), *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo* (pp. 59-78). <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/48c62b04-7611-4a61-bd9f-f6dcc5c27c7d/content>
- Rodríguez, M. S., Buitrago Mejía, A., Rubio Rodríguez, G. A., & Varón Triana, N. (2020). Configuración interna de las empresas que conforman el tejido empresarial colombiano. Una perspectiva desde la competitividad. En Y. Chirinos Araque, A. G. Ramírez García, R. Godínez López, N. Barbera Alvarado & D. C. Rojas Nieves (Eds.), *Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica* (Vol. X, pp. 225-242). WRubio-Rodríguez, G. A., Rodríguez Barrero, M. S., Flórez Guzmán, M. H., Granados Perdomo, E. E., & Palma Cardoso, E. (2023). Servicio en los supermercados a partir de sus factores incidentes. Un estudio teórico-empírico en Colombia. *Revista Telos*, 25(3), 854-867. <https://doi.org/10.36390/telos253.18>
- Soto Pacheco, G. M. & Botía Martínez, M. T. (2020). La revolución fintech en los medios de pago: situación actual y perspectivas. *Revista de Estudios Empresariales*, 2(2), 112-133 <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/5101/5348>
- Vera-Cossio, D., & Yañez-Pagans, P. (11 de diciembre de 2023). *¿Un nuevo milagro? El potencial de la digitalización y la inclusión financiera en América Latina*. Publicado en el Blog Ideas que cuentan por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/un-nuevo-milagro-el-potencial-de-la-digitalizacion-y-la-inclusion-financiera-en-america-latina/>
- Vera-Calderón, J. A., Rodríguez-Barrero, M. S., & Reinoso-Lastra, J. F. (2018). Análisis de las condiciones de financiación de los microempresarios del sector hoteles y alojamiento en el contexto del ecosistema emprendedor colombiano. *Polo del Conocimiento*, 3(1 Esp), 132-152. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/666/0>
- Zuleta, L. A. (2018). Inclusión financiera de las pequeñas y medianas empresas en Colombia. En E. Pérez Caldentey & D. Titelman (Eds.), *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo* (pp. 81-107). <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/48c62b04-7611-4a61-bd9f-f6dcc5c27c7d/content>