

ISSN: 2619-3140 (En línea)



UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA
Generación Siglo 21

Sede Administrativa Dg 18 No. 20-29
Fusagasugá, Cundinamarca; Error! Marcador no definido.
PBX (+57 1) 828 1483
Línea gratuita: 01 8000 976 000
e-mail: info@ucundinamarca.edu.co
Web: www.unicundi.edu.co

ENCUENTRO DE SEMILLEROS UDEC

FOMENTO DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA A TRAVES
DE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACION

MEMORIAS No. 1
26 DE OCTUBRE DE 2017

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

VICERRECTOR ACADEMICO

Dr. Orlando Blanco Zúñiga

DIRECTOR DE INVESTIGACION UNIVERSITARIA

Dr. José Zacarías Mayorga Sánchez

DIRECTOR DEL ENCUENTRO DE SEMILLEROS

Dr. Félix Gregorio Rojas Bohórquez

COORDINADORES DE PROGRAMA

Luz Mireya Rincón Mora

Marlon Jhonnatan Rodríguez Gutiérrez

Miguel Alejandro Flechas Montaña

Luis Eduardo Barrero Córdoba

Omar Fernando Muñoz Dimaté

Cesar Alberto Wilches Martínez

Manuel Ernesto Romero Vargas

Óscar Arnulfo Carrillo

COORDINADORES DEL ENCUENTRO DE SEMILLEROS

Ana María Balcázar Daza

Fernando Chaparro Rosas

COMITÉ ACADÉMICO (Árbitros de Sesión)

Yudy Marlen Bonilla Bonilla

Luz Deicy Flores

Olga García García

Luis Alfredo Vargas

Elizabeth Escobar

Darío Benavidez

Sandra Carolina Melo

Ignacio Gómez

Ana Maria Balcazar Daza

Fernando Chaparro Rosas

COMITÉ DE LOGÍSTICA

Ana María Balcázar Daza

Fernando Chaparro Rosas

Luz Mireya Rincón Mora

COMITÉ CIENTIFICO

Fernando Chaparro Rosas

Sandra Carolina Melo

COMITÉ EDITORIAL

Ana María Balcázar Daza

Fernando Chaparro Rosas

COMITÉ ORGANIZADOR DEL CONGRESO

fue organizado por los grupos de investigación GREICO, DOPyS y ADCUN y el semillero SIME de la Facultad de Ciencias Administrativas, Economicas y Contables chia.

APOYO LOGÍSTICO DEL VI ENCUENTRO DE SEMILLEROS

Estudiantes Programa Administración de Empresas, sede Chia:

Yibeth Eliana Montaña

German Garzon

Jennifer Rodriguez

Tatiana Bello

Kevin Gonzalez

Ingrid Vaquero

Felipe Rivera.

Melissa Aleman.

Daniela Martinez.

Lina Maria Leon Mortigo.

Maria Fernanda Buitrago.

Natalia Suarez Navarro.

Juan Guarnizo.

Astrid Natalia Torres Tuta.

Jorge David Gonzalez Peña.

INTRODUCCIÓN

La capacidad para adaptarse a los cambios que impone la economía global es lo que demuestra la fortaleza y la posibilidad de supervivencia. Este es un principio que aplica para todo. La empresa y su contexto no están exenta de ello. La incertidumbre y el continuo cambio le exigen a las organizaciones innovar para crear y mejorar continuamente productos y servicios que mejoren las condiciones de vida de la sociedad y su entorno. La innovación es un pilar fundamental que fomenta la utilización de tecnologías y procesos eficientes para generar valor y reducir los daños al medio ambiente, de esta manera en el presente siglo se busca promover una conciencia verde tanto para las empresas como para los consumidores diseñando estrategias que tengan en cuenta al planeta a través de productos que beneficien a las regiones y a su medio ambiente.

Hoy en día se requiere un esfuerzo creciente para que las empresas fabriquen y comercialicen nuevos productos que no afecten el medio ambiente, diseñen nuevos procesos para la producción y se implanten nuevas formas de sustentabilidad. Se deben integrar principios de sostenibilidad en los esfuerzos de innovación, en la toma de decisiones y en los mensajes de comunicación corporativa de la empresa. Mediante la innovación las empresas pueden emprender proyectos, actitudes y compromisos para la protección del medio ambiente de manera sostenible, ya que está en sus manos el continuo desarrollo de las naciones y adoptar políticas de gestión ambiental que ayude a frenar el impacto de las actividades económicas del hombre en el ecosistema.

Los grupos de investigación GREICO, DOPyS y ADCUN y el semillero SIME de la Facultad de Ciencias Administrativas, Economicas y Contables chía, Organizadores del VI ENCUENTRO DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN : cuyo tema central es : **“INNOVACION Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN UN CONTEXTO GLOBAL”**, en las instalaciones de la Universidad de Cundinamarca Extensión chía, presentan a continuacion la recopilacion de las mejores ponencias del evento.

Según la temática propuesta para el encuentro, los participantes socializaron sus procesos investigativos, en el marco del fortalecimiento de la investigación formativa, como estrategia para consolidar redes entre instituciones, docentes y estudiantes semilleristas, las cuales garanticen el desarrollo de proyectos de investigación de impacto en el contexto económico, social, político, cultural y tecnológico a nivel regional y nacional.

CONTENIDO

1. Eje temático en Desarrollo humano y organizaciones

- 1.1. Aplicativo web (software) de entrenamiento mental (neuro-entrenamiento) y su ejecución en estudiantes de instituciones educativas del municipio de Facatativá. Pg. 6
Autor. Luisa Fernanda Chavarro Pinzón, Estefany Portilla Pinzón, Viviana Salcedo Ramírez, Rafael Leonardo Cortes Lugo.
- 1.2. Importancia de las capacitaciones laborales en las Pyme del D.C. Pg.13
Autor. Jessica Esmeralda Pérez Ramos

2. Eje Contable y Financiero

- 2.1. Tiendas Virtuales y Sus Obligaciones Contables. Pg.19
Autor. Dariana Yaned Restrepo Hueso, Lucy Katherin Torres Camargo, Ronald Yesid Vargas Pascuas, Angie Yulieth Vela Quiroga, Wilson Andrés Wilchez Garzón

3. Eje temático en Desarrollo Organizacional y Regional.

- 3.1. Aplicación de un modelo de competitividad a viveristas de Fusagasugá – Región. Pg.33
Autor. Angie Coraima García Aldana, Karen Daniela Naranjo Peñaloza, Elizabeth Ann Escobar Cazal, Maria Cristina Velasquez Ardila, Jeane Fernanda Galvez Sabogal.
- 3.2. Desarrollo Sostenible frente al turismo en la provincia de Gualivá. Pg. 42
Autor. Cesar Augusto Giraldo Duque

4. Eje temático en Entorno Económico y ambiental.

- 4.1. Gestión Ambiental y Responsabilidad Social en Medianas Empresas de los Municipios de Fusagasugá y Girardot. Pg. 57.
Autor. María Camila Franco Arévalo, Yuri Ximena Vargas Sierra, Noe Jimenez Rodriguez, Elizabeth Ann Escobar Cazal, Maria Cristina Velasquez Ardila.

ENCUENTRO SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Aplicativo web (software) de entrenamiento mental (neuroentrenamiento) y su ejecución en estudiantes de instituciones educativas del municipio de Facatativá. Universidad de Cundinamarca

Rafael Leonardo Cortes Lugo, Psicólogo, MSc. En Neurociencias y Biología del Comportamiento, líder del semillero NEURPSICDEC y líder del grupo de investigación CRESER del programa de Psicología, rlcortes@ucundinamarca.edu.co, Universidad de Cundinamarca, Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas, Programa de Psicología, Facatativá, Colombia.

Luisa Fernanda Chavarro Pinzón, estudiante de Psicología de noveno semestre, luisachavarro.6@gmail.com, Universidad de Cundinamarca, Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas, Programa de Psicología, Facatativá, Colombia.

Estefany Portilla Pinzón, estudiante de Psicología de noveno semestre, este_fany369@hotmail.com, Universidad de Cundinamarca, Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas, Programa de Psicología, Facatativá, Colombia.

Viviana Salcedo Ramírez, estudiante de Psicología de noveno semestre, vivianasalcedo.04@gmail.com, Universidad de Cundinamarca, Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas, Programa de Psicología, Facatativá, Colombia.

Eje tematico. Desarrollo humano y Organizaciones.

RESUMEN

El semillero de investigación NEURPSIDEC, del programa de Psicología de la Universidad de Cundinamarca, a partir del diseño de la cartilla de entrenamiento mental en compañía de estudiantes de ingeniería de sistemas, genera el aplicativo web (software) de la misma, cuyo objetivo es potencializar las habilidades de memoria, atención y lógica-matemática en adolescentes, que puede evidenciarse en beneficios como la mejora del rendimiento académico de los estudiantes de las instituciones educativas de Facatativá. Para la ejecución del aplicativo los participantes serán estudiantes de grados octavos a undécimos y la selección de la muestra será no probabilística por conveniencia. También se aplicaran pruebas psicológicas antes y después de la ejecución del software para verificar si las habilidades presentan un cambio en las mismas. La transformación de cartilla a aplicativo permite que la práctica sea personalizada, se haga en menor tiempo y permita que el usuario evidencie su proceso de entrenamiento mental.

Palabras clave: entrenamiento mental, memoria, atención y lógica-matemática.

INTRODUCCIÓN.

El aplicativo web (software) creado desde la cartilla ya diseñada por el semillero NEURPSICDEC pretende demostrar que el entrenamiento mental tiene un efecto en algunas habilidades cognitivas como por ejemplo la memoria y atención. El aplicativo, creado de manera interdisciplinar entre los estudiantes de psicología y los de ingeniería de sistemas de la Universidad de Cundinamarca, es auto administrado por los usuarios, puede ser utilizado desde sus dispositivos móviles, computadores e incluso tabletas electrónicas. Para ser usuario de este software solo debe tener en su poder acceso a internet o wifi, además de contar con una cuenta de correo electrónico personal.

El aplicativo está diseñado para desarrollarse en cuatro semanas, durante cinco días, con tres actividades diarias que varían entre memoria, matemáticas y atención. Cada actividad aumenta su nivel de dificultad entre las semanas y la plataforma permite verificar el proceso con puntuaciones específicas para cada actividad diaria y semanal, de esta manera se genera un valor ponderado de 100%, además de ver la curva de mejora, mantenimiento o disminución de cada proceso. Conjuntamente el aplicativo bloquea cada actividad después de realizarla, lo que impide continuar con las actividades antes de que se cumplan las 24 horas después de la actividad.

Así mismo, uno de los objetivos del proyecto de investigación es ejecutar el aplicativo web y comprobar si al realizarlo, los estudiantes pertenecientes a instituciones educativas del municipio de Facatativá presentan mejoras en el proceso de las habilidades cognitivas. Esto permite generar impacto social en la región y que se evidencie el trabajo mancomunado de transformación visional y misional de la Universidad.

FUNDAMENTO TEÓRICO

El neuroentrenamiento mental, según Parra (2003), puede entenderse como una homeostasis donde el cerebro es capaz de crear o multiplicar nuevas conexiones cerebrales, por consiguiente la ejercitación cerebral. Ratey (2003) enfatiza en el proceso de creación de nuevas conexiones cerebrales ya que el por el paso del tiempo el cerebro tiende a ser más lento, por tal razón el neuroentrenamiento mental modifica esta condición del cerebro y lo ejercita mediante diferentes actividades.

Una de las habilidades que se entrenan neurocognitivamente, según Losada, Moreno & Montaña (2003) es la atención, siendo éste uno de los procesos neuropsicológicos presentes en casi toda persona y uno de los más importantes en el que se evidencia mayor efectividad al ejecutar el neuroentrenamiento mental, ya que desde allí se observará una mejora significativa en la velocidad pura, velocidad de elección, velocidad de acceso al léxico, velocidad de procesamiento a la información, además de esto, potencializar la atención selectiva y focalizada.

El entrenamiento cerebral desde una postura específica del razonamiento lógico-matemático es esencial para el fortalecimiento de las habilidades en memoria y cálculo (Kawashima, 2007). Una perspectiva de ver el neuroentrenamiento mental como

estimulación cerebral, se ejemplifica sobre las actividades cotidianas, con la llamada estimulación a temprana edad, que establece el neuroentrenamiento mental como una manera para estimular el cerebro, donde este continúe generando nuevas conexiones y sea capaz de potencializar habilidades específicas como la memoria, la atención y la lógico-matemática (Horne, Wooton & Greenfield, 2012).

1. METODOLOGÍA.

La presente investigación es de tipo cuantitativo con un diseño transversal, no experimental, de corte descriptivo y correlacional, donde se describen los datos obtenidos a partir de las respuestas que se analizan dentro del aplicativo. En este caso se hará ejecución del aplicativo en las instituciones educativas del municipio de Facatativá; en el que se obtendrán puntuaciones para cada usuario y se realizarán análisis de manera general y específica para cada participante.

La selección de la muestra de estudiantes participantes tiene los siguientes criterios de inclusión:

- Estudiantes de instituciones educativas públicas del municipio de Facatativá.
- Rangos de edades entre los 14 hasta los 19 años.
- Que pertenezcan a los grados octavos a undécimo.

Para los criterios de exclusión se tendrán en cuenta los siguientes:

- Presentar dificultades de aprendizaje o trastornos cognitivos.

Actualmente se tiene una muestra de 450 estudiantes de grados undécimo, décimo, noveno y octavo, pertenecientes a tres instituciones educativas públicas del municipio de Facatativá. Estos estudiantes fueron seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia y como lineamientos éticos de la investigación, los datos de los usuarios serán confidenciales y se firmarán consentimientos informados por parte de los padres y asentimientos informados por parte de los estudiantes.

Para la evaluación de las habilidades cognitivas, se aplicarán las pruebas de D2 y Figura del rey, antes de que los estudiantes inicien la realización de las actividades del aplicativo web. Al finalizar la ejecución del aplicativo, se utilizarán los test de caras y la prueba de rastreo de números, que permitirá comparar si hay cambios en las habilidades que se entrenan desde el aplicativo.

2. RESULTADOS

El semillero de investigación NEURPSIDEC con su proceso de investigación desde la creación de la cartilla y su actual transformación al aplicativo web, presenta los siguientes resultados en términos cronológicos:

- **Primer semestre de 2013:** Búsqueda de información, fundamentación teórica sobre entrenamiento mental.
- **Segundo semestre de 2013:** Diseño de la cartilla.
- **Primer semestre de 2014:** Revisión de jueces y corrección de la cartilla, presentación de ponencias en diferentes eventos regionales.

- **Segundo semestre de 2014:** Continúan las presentaciones de ponencias a nivel regional y nacional, gestión ante colegios de Facatativá para la aplicación de la cartilla, capacitación a estudiantes de psicología de la universidad sobre las pruebas psicológicas que se utilizaran en el pre y post test, como lo son el caso de la prueba D2 y figura del rey versión para adolescentes y adultos, elaboración de un artículo de revisión sobre el entrenamiento mental, participación en convocatorias de ponencias a nivel internacional, aprobación para participar en el VIII congreso de estudiantes de psicología en Cuba.
- **Primer semestre de 2015:** Finalización de la cartilla física.
- **Segundo semestre de 2015:** Presentación de la cartilla a comité de investigación.
- **Primer semestre de 2016:** Planteamiento de la creación del aplicativo web con estudiantes de ingeniería de sistemas.
- **Segundo semestre de 2016:** transformación de la cartilla a aplicativo web.
- **Primer semestre de 2017:** solicitud ante la Dirección Nacional de derechos de autor, para el registro del aplicativo web (software).

Para finales del segundo semestre del 2017, se espera obtener resultados de la aplicación del software después del plan pilotaje en las instituciones educativas municipales de Facatativá.

En términos del aplicativo web (software) de entrenamiento mental, éste permite el ingreso de sus usuarios a través de una plataforma virtual donde se realizan las actividades. Se debe ingresar a través de la página web donde el usuario se registra por primera vez y válida sus datos para poder iniciar con los ejercicios que se plantean desde el aplicativo (ver figura 1).

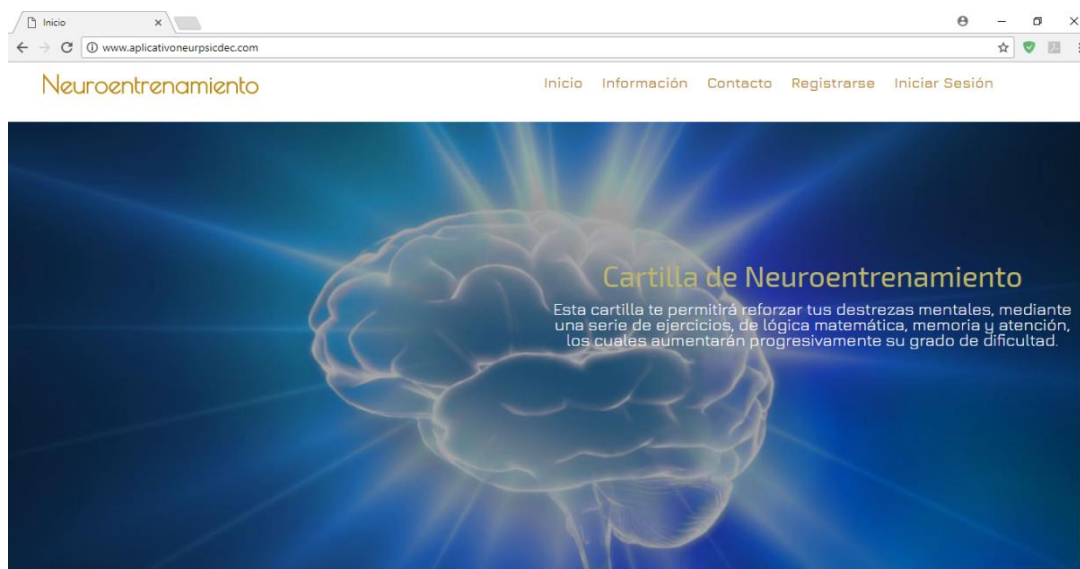


Figura 1. Vista inicial del aplicativo web

Registrado y validados los datos, el usuario puede acceder a los ejercicios del aplicativo que se plantean en términos de tres actividades que corresponde a atención, matemáticas y memoria. Cada una de estas actividades se realiza por día y una vez finalizadas, el aplicativo bloquea la posibilidad que el usuario siga la realización de las siguientes. Cabe recordar que el aplicativo se realiza en un total de cuatro semanas correspondientes a cinco días cada semana (ver figura 2).

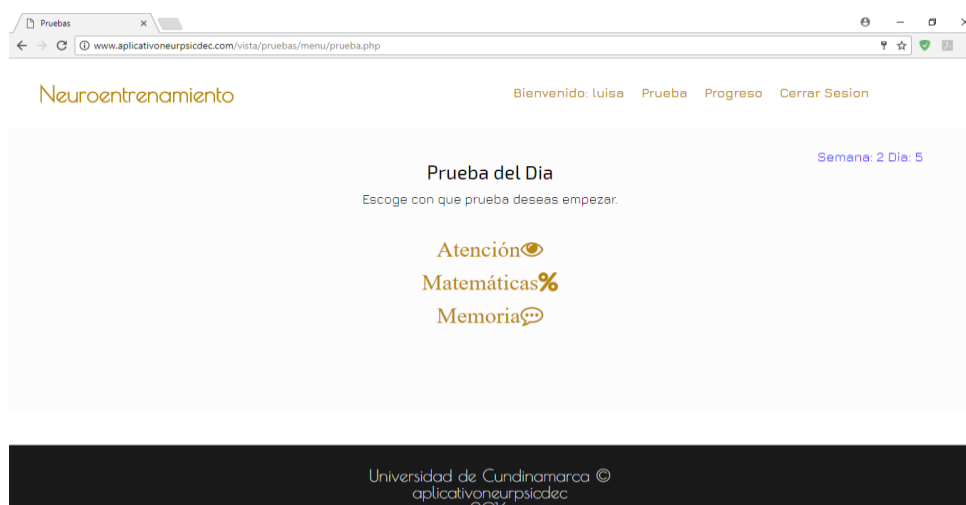


Figura 2. Actividades diarias del aplicativo web.

Como se explicó, los ejercicios pueden realizarse respecto a las habilidades que se entrenan en el aplicativo. Por ejemplo, como puede observarse en la figura 3, una de las pruebas de atención que pueden realizarse en la plataforma. Finalizadas las tres actividades, que se hace por día, y culminados los ejercicios por la semana, los usuarios pueden observar su proceso y su progreso de entrenamiento mental, lo que les permite observar si hay un desarrollo en lo que han realizado (ver figura 4).

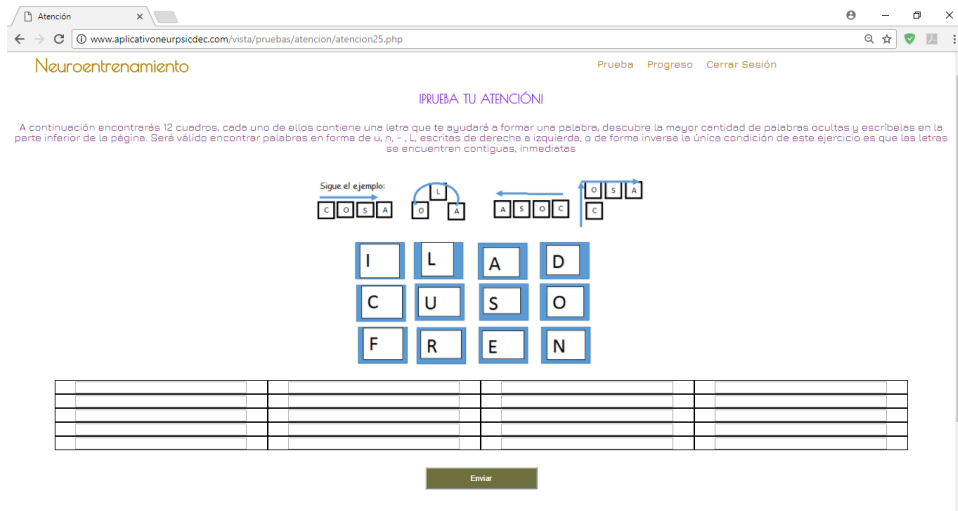


Figura 3. Ejercicio de atención correspondiente al día 5 de la semana 2.

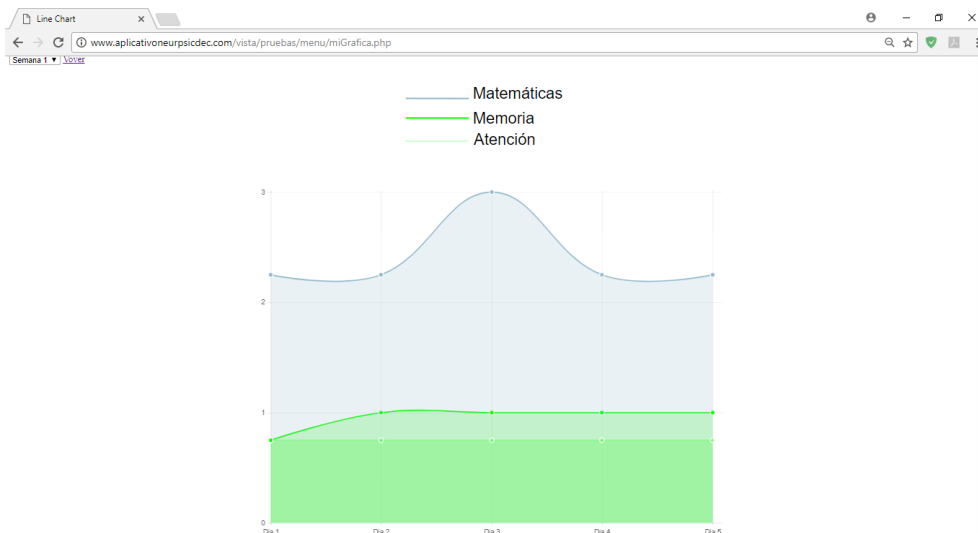


Figura 4. Progreso de las actividades de la semana 1.

3. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Dentro de las actividades del semillero NEURPSICDEC se encuentra la ejecución del aplicativo web de entrenamiento mental, que permita fortalecer las habilidades cognitivas

tales como memoria, atención y lógico-matemática; para esto, se revisan teorías y documentos que soportan la eficacia de programas de entrenamiento mental o entrenamiento cerebral, asegurando que es muy probable que las habilidades cognitivas mejoren, razón por la cual este proyecto, pretende analizar los diferentes referentes teóricos que explican, por ejemplo, que mantener el cerebro ejercitado fortalece y renueva las conexiones neuronales (Ratey, 2003), y verificar la eficacia de las actividades que se encuentran dentro del aplicativo web.

Dado que ya se inició con la ejecución del aplicativo web en las instituciones educativas del municipio, se han evidenciado cambios en las habilidades cognitivas y en la utilización de un menor tiempo para la realización de las actividades, de cada uno de los estudiantes que hacen parte de la investigación, las cuales se entregaran en los resultados finales de la fase del proyecto. Cabe resaltar que, por el hecho de no contar con redes de internet adecuadas dentro de las instituciones, se evidencia la necesidad de convertir el software en una aplicación descargable que pueda ser utilizada sin la conexión a internet y que permita un mejor rendimiento en el proceso.

Finalmente, se espera que los participantes que realizan las actividades del aplicativo web de entrenamiento mental, potencialicen sus habilidades de atención, memoria y lógico-matemática, generando así la oportunidad para continuar con la ejecución de este proyecto en otras instituciones educativas públicas y privadas de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Horne, T.; Wooton, S. y Greenfield, S. (2012). *Training your brain: teach yourself*. London: Hodder Education
- Kawashima, R. (2007). *Train your brain: 60 days to a better brain*. Japón: Kumon Publishing
- Losada, A.; Moreno, H.; Montaña, M. (2003). *Educación de la inteligencia*. Bogotá: SEM
- Parra, D. (2003). *Creativamente*. Bogotá: Norma
- Ratey, J. (2003). *El Cerebro (manual de Instrucciones)*. Barcelona: Debate.

La ponencia incluido gráficos, bibliografía no debe superar los 5000 caracteres.

Presente aquí la información que considere necesaria y que haya sido mencionada en la ponencia.

Otras consideraciones

- Las tablas e ilustraciones deberán integrarse en el texto en el lugar que corresponda y deberán ser numeradas y citadas de acuerdo con lo establecido en las Normas APA última edición.
- Todas las páginas se numerarán en la parte inferior, de manera centrada.

ENCUENTRO SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Importancia de las capacitaciones laborales en las pyme del D.C.

Jessica Esmeralda Pérez Ramos. Estudiante tecnólogo Gestión Empresarial. Sena Centro de Gestión Administrativa.

Resumen :

El desarrollo humano dentro de la organización cumple un papel muy importante ya que es el encargado de planear, hacer verificar, actuar por medio de un plan de trabajo, desde un diagnóstico de necesidades y empezar a trabajar en la implementación de las mejoras continuas, en este caso nos direccionamos al área de capacitación como tecnóloga de gestión del talento humano, puedo afirmar que nuestra labor está encaminada en el bienestar laboral de la organización por este motivo se investiga la importancia de las capacitaciones para el cargo operativo de la organización; teniendo en cuenta la perspectiva de la gerente de la pyme asesorada, la cual nos permite observar que las empresas no toman en cuenta las capacitaciones por falta de recursos, falta de tiempo ya que su trabajo demanda largas jornadas laborales, de igual manera se le comunica a la gerente la importancia de capacitar..

Palabras claves: Integración, Productividad, Calidad, Seguridad, Imagen

Eje temático. Desarrollo humano y organizacional

Introducción

La administración de recursos humanos y su funcionamiento son claves para dar un aporte a la administración general de la misma, también se definen y describen las principales funciones de las áreas que componen dicho departamento: Reclutamiento de Personal, Selección, Diseño, Descripción y análisis de cargos, Evaluación del desempeño humano, Compensación, Beneficios Sociales, Higiene y seguridad en el trabajo, Entrenamiento y desarrollo del personal, Relaciones Laborales, Desarrollo Organizacional, Base de datos y Sistemas de información y Auditoría.

Asimismo, se hace una evaluación práctica analizando las falencias que la organización posee en el desarrollo humano organizacional el cual se define como el análisis de los procesos internos dentro de la pyme, para optimizar su relación con el recurso humano en áreas de interés.

El Sena de Gestión Administrativa D.C. en su ánimo de garantizar y complementar la formación de sus aprendices maneja como estrategia un proyecto por fases y la que corresponde a talento humano es

IMPLEMENTAR PLANES DE MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO BASADO EN UN MODELO DE GESTIÓN POR COMPETENCIAS LABORALES EN LAS MIPYMES DEL DISTRITO CAPITAL

La cual consiste en que los aprendices desarrollen el trabajo en equipo y de acuerdo a las competencias que divisen, puedan realizar un diagnóstico a un pyme del distrito para poder analizar las necesidades y plantear estrategias de mejora para la organización.

FUNDAMENTO TEÓRICO

1.Importancia del departamento de recursos humanos

La administración de recursos humanos es sumamente importante en una empresa u organización porque administra el recurso humano, por lo tanto el recurso menos predecible y dinámico.

Una buena gestión de los recursos humanos genera, como un proceso en cadena, los siguientes beneficios y ventajas:

- mejora y aprovecha las capacidades y habilidades de los trabajadores
- aumenta el rendimiento, la calidad y la producción tanto del trabajador como de la empresa.
- la buena relación interpersonal entre los trabajadores crea motivación y buen clima.
- la buena relación interpersonal entre los trabajadores y RRHH hace que todos se sientan escuchados y valorados
- la renovación de los puestos de trabajo o la creación de nuevos puestos de trabajos son implementados de forma armoniosa para todos.
- los puestos de trabajos son ocupados por personas competentes para ése puesto de trabajo y compatible con el equipo de trabajo.



La obtención de mayores resultados con un menor esfuerzo en la creación y en el crecimiento de una empresa mucho tiene que ver con los recursos y las estrategias de

negocio. Siempre se debe tener presente no dejar de lado la capacitación continua de tus empleados, así obtendrás un mayor rendimiento y mejorará la productividad empresarial
Cinthy Hernández Gómez

2. ¿Cómo funciona ?

Hoy en día, las empresas necesitan incrementar sus utilidades disminuyendo gastos de manera inteligente, invertir un poco más puede llegar a ser una estrategia para poder hacer más rentable una organización, valorar sus recursos, ya sean humanos, materiales, financieros o tecnológicos.

Es de tener en cuenta las habilidades y cualidades que un personal idóneo debe poseer para así garantizar el buen desarrollo de una organización.

- Integración : supone el esfuerzo coordinado, la planeación conjunta y la convivencia pacífica entre los sectores que conforman un grupo
- Productividad : es el vínculo entre lo producido y los medios empleados para conseguirlo que se asocian a la eficiencia y al tiempo
- Calidad : es la capacidad de lograr los objetivos de operación buscados
- Seguridad : se reúnen las condiciones en las que se desarrolla una actividad: sus prevenciones, acciones y de qué forma se trabaja para brindar equilibrio y tranquilidad en cualquier entorno
- Imagen : es la cualidad que los consumidores asocian con una determinada empresa. La imagen corporativa es aquello que la empresa significa para la sociedad

3. Funciones del Departamento de Recursos Humanos

- Identificación y desarrollo de las competencias claves necesarias para respaldar el negocio. Una vez identificadas, se ponen en marcha estrategias para desarrollar o adquirir las competencias claves. La función empresarial es también responsable de monitorizar el progreso de desarrollo.
- Desarrollo de talento Ejecutivo. Recursos Humanos de la empresa es responsable de los sistemas que identifican y desarrollan el personal con mayor potencial de toda la organización, preparándolo junto a los directivos presentes, para alcanzar los objetivos empresariales presentes y futuros, incluyendo la planificación de sucesiones.
- Desarrollo de iniciativas de formación y desarrollo para respaldar la cultura, los valores y los principios operativos comunes. Utilizando las sesiones de formación y desarrollo como vehículos de comunicación para desarrollar, implementar y sostener este principio.

- Desarrollo de modelos para la evaluación y retribución de los empleados. Recursos Humanos de la empresa identifica los modelos empresariales para la contratación, el juicio y la evaluación de los empleados.
- Desarrollo e implementación de políticas y programas de gestión de la actuación y la retribución para utilizarse en todas las compañías operativas.

4. ¿Cuál es el valor en el mercado de una organización ?

Si su valor es solo patrimonial que el contador atribuye a los activos tangibles, como locales, maquinas, instalaciones, materias primas, artículos de almacén.

La empresa es un puñado de elementos físicos y materiales sujetos a una depredación creciente.

5. Estilo de administración de los recursos humanos

La estructura y la cultura organizacional son las que influyen en la naturaleza humana poderosamente en la administración de los recursos humanos, la organización se diseña los en énfasis a su visión y limitación de las personas en la organización.

- Crear, mantener y desarrollar un contingente de Recursos Humanos con habilidad y motivación para realizar los objetivos de la organización.
- Desarrollar condiciones organizacionales de aplicación, ejecución satisfacción plena de Recursos Humanos y alcance de objetivos individuales.
- Alcanzar eficiencia y eficacia con los Recursos Humanos disponibles.
- Contribuir al éxito de la empresa o corporación.
- Responder ética y socialmente a los desafíos que presenta la sociedad en general y reducir al máximo las tensiones o demandas negativas que la sociedad pueda ejercer sobre la organización.
- Apoyar las aspiraciones de quienes componen la empresa.
- Cumplir con las obligaciones legales.
- Rediseñar la función corporativa de Recursos Humanos para convertirla en una consultaría de la dirección de la empresa sobre contratación, formación, gestión, retribución, conservación y desarrollo de los activos humanos de la organización.

Dentro de estos objetivos están contenidos por 4 tipos que son:

- Corporativos
- Funcionales
- Sociales
- Personales

6. Estilo de administración de los recursos humanos

La estructura y la cultura organizacional son las que influyen en la naturaleza humana poderosamente en la administración de los recursos humanos, la organización se diseña los en énfasis a su visión y limitación de las personas en la organización.

METODOLOGÍA

Entrevistas : dueña de la pyme asesorada

Acercamiento al campo : hacer una vivencia directa, hacia la Formulación del problema y así lograr obtener claramente los campos en los cuales podemos trabajar de forma asertiva implementando un plan de trabajo, basado en normas de calidad, este plan incluye el planear estrategias de mejora para pyme, hacerlas dentro del área detectada, verificar y documentar los procesos realizados y actuar de maneja estratégica para ejecutar planes de mejora continua.

Formato: Se diseña formato para la gerente de la pyme , el cual está basado en detectar un diagnostico de necesidades de factor laboral por las cuales las empresas no aplican las capacitaciones

RESULTADOS

- Identificamos que la pyme no logra hacer las capacitaciones por falta de recursos.
- Al gerente no le parece correcto ya que el personal que labora allí ya tiene experiencia
- Falta de tiempo ya que manejan horarios extensos

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Aplicar un plan de acción de mejora continua, ayudara a que las falencias de la pyme, se conozcan y se les dé una adecuada gestión.

Para los empleados, es importante tener clara sus funciones y los peligros que esta acarrea.

Las normas de calidad, son específicas en la implementación de manual de funciones especificas para cada cargos

BIBLIOGRAFÍA

- Hernandez, C (2016). Importancia del Desarrollo Humano dentro de las empresas, <https://www.andira.org.mx/2016/03/07/importancia-del-desarrollo-humano-dentro-de-las-empresas/>.

- William B, Werther Jr., & Davis K (2000): Desarrollo Humano dentro de las empresas. Traducido y printeado en México Páginas: 577 <https://www.andira.org.mx/2016/03/07/importancia-del-desarrollo-humano-dentro-de-las-empresas/>
- Chianenato I (1993). Administración de Recursos Humanos, 1993 Editora: Mc Graw-Hill de México Total de Páginas: 578 Páginas utilizadas: 173,174,201
- Chiavenato I (2011), El sistema de administración de recursos humanos segunda parte, México D. F. McGraw Hill,

ENCUENTRO DE SEMILLEROS

Tiendas Virtuales y sus Obligaciones Contables

Restrepo Hueso Dariana Yaned	darisyaned22@gmail.com
Torres Camargo Lucy Katherin	lkatherintorres@ucundinamarca.edu.co
Vargas Pascuas Ronald Yesid	ryvargas@ucundinamarca.edu.co
Vela Quiroga Angie Yulieth	angieyuliethvelaquiroga@gmail.com
Wilchez Garzón Wilson Andrés	wilsonleonxd@gmail.com

Estudiantes Programa de Contaduría, Universidad de Cundinamarca, extensión Chia.
Eje temático. Organización Contable y Financiera

Resumen

Esta ponencia gira en torno a la pregunta problema ¿Cómo se crea una tienda virtual legalmente? El objetivo principal es definir el procedimiento para la conformación de una tienda virtual, detallando la normatividad legal y las ventajas que trae consigo el aprovechamiento del comercio electrónico. Se parte del marco normativo y legal de Colombia encontrando que las tiendas virtuales tienen los mismos requerimientos que las empresas con establecimientos de comercio.

Con respecto al ámbito contable, se evidencia que es el mismo sistema de información que el de otras empresas. Se reconoce que existen compañías con ambas modalidades, donde utilizan las tiendas virtuales como herramienta para ampliar horizontes comerciales.

Se postulan las diferentes herramientas para evitar estafas o fraude, así como también, sitios donde es posible la creación de la empresa sin necesidad de tener estudios previos de diseño y donde pueden adquirir su Dominio y Hosting propio.

Palabras claves : Emprendedores, Virtual, Comercio, Legalidad, Contabilidad

Eje temático. Contable y Financiero.

Introducción

La tecnología se ha convertido en un factor muy importante y de gran expectativa a nivel mundial. Por este medio, se han podido resolver muchos de los problemas que afectaban a la población en general. Pero su manipulación, constantemente trae muchas dudas debido a la escasa educación que recibimos al respecto. Todo esto con fines legales y comerciales claramente positivos y de interés para empresarios y futuros emprendedores.

Se puede notar la independencia que muchos buscan al formar su propio negocio virtual, quizá por comodidad o por dinero eligen hacerlo. Creyendo que todo es más sencillo por este medio.

El presente trabajo se caracteriza por fomentar la creación de empresas para el trabajo autónomo sin la necesidad de tener un local comercial para distribuir los productos. Las tiendas virtuales, son la nueva tendencia en la cual se puede realizar una compra - venta por medio de herramientas electrónicas de comunicación.

Se busca generar el conocimiento para responder a la pregunta ¿Cómo se crea una tienda virtual legalmente ? Se tomarán en cuenta el marco legal y normativo de Colombia, las clases de empresas y la sociedad que se podría llegar a crear, sin dejar atrás la manera en cómo se lleva la contabilidad efectiva y constante de la empresa.

Las ventajas y desventajas de las empresas tradicionales y las virtuales, para qué así, el nuevo empresario tenga en cuenta cada una de las características que se proyectan al formar cada parte de una empresa.

Se reconocerán las herramientas virtuales como firmas digitales y plataformas de creación de oficinas virtuales o empresas con dominio propio.

Fundamento Teórico

1. Conformación de una tienda virtual

A lo largo de la historia de nuestro país, hemos sido participes de avances en el comercio y, de manera similar, en la economía colombiana, rompiendo con los métodos tradicionales de ventas por lo cual ha revolucionado las diferentes formas de mercadeo desde lo más básico hasta los métodos más estrictos de rentabilidad, de la mano con el marketing empresarial. Pongamos por caso de esto, uno de los más novedosos avances tecnológicos, las llamadas tiendas del E-commerce.

Es importante la utilización de la red en la vida cotidiana, ya que el mundo avanza a cada segundo tecnológicamente de una manera colosal, y las personas deben adaptarse a esta nueva modalidad comercial la cual se convertirá posiblemente en un sistema económico nuevo y mejorado.

Este novedoso software permite enlazar de manera indirecta, por medio de la red electrónica, clientes y vendedores; de manera que el comprador establezca un vínculo con los productos, los cuales poseen ciertas características que lo hacen un poco más satisfactorio o necesario para el ser humano, además de una publicidad más llamativa y eficiente para el ojo del consumidor.

Pero al igual tiene ciertas ventajas y desventajas de compra-venta que se mencionaran más adelante en el presente artículo. Los usos de las mismas vienen regulados por diferentes entidades que se encargan de promocionar la satisfacción al cliente.

Para conformar una tienda en el E-commerce, existen ciertos plugins y plataformas que apoyan la creación de nuestra plataforma de ventas, los cuales incluyen parámetros como: la información de productos, descripciones, imágenes, especificaciones, proceso de entrega al comprador, manejo de inventarios, la administración del proceso de ventas, entre otros estándares muy útiles para la implementación de estas.

En internet existen infinitas plataformas para la conformación de estas, ya que son un conjunto de herramientas, de precios no tan elevados, que utilizan los nuevos emprendedores para mejorar sus ventas. Pero en Colombia, solo hay algunas que los apoyan, dado que nuestras leyes aun no regulan claramente - cabe recalcar que hasta el momento hay ciertos artículos y propuestas de ley que estipulan algunos de sus contenidos, mas no ofrece una visión global de cómo se debe desarrollar estas tiendas de una manera legal- estas modalidades.

Para ejemplificar entre estas plataformas se encuentran: PayPal, shopify, SUGARCRM, Z-O-H-O, salesforce, BIGCOMMERCE, MAGENTO, prestashop, zencart, opencart, Amazon, eBay, la llamada woocommerce; entre otras.

Algunos de los plugins de acceso a estas plataformas son : Doliwoo “Este plugin gratuito para WordPress facilita la sincronización de la información de productos, descripciones, imágenes e incluso clientes de Woocommerce y enviarlos a Dolibarr” (Internet Ya, 2017).

Cart2CRM “Cart2CRM proporciona la capacidad de conectar y sincronizar datos de clientes y datos de pedido entre un WordPress (mediante el complemento Woocommerce) y su CRM.” (Cart2CRM Support, 2017); entre otros.

1.1 Ventajas y desventajas del uso de las tiendas virtuales

La idea de una tienda virtual es algo que ha innovado en el comercio mundial, especialmente en Colombia ya que este país se caracteriza por la creatividad de su gente y los emprendedores para los negocios. Una de las ventajas del uso y la creación de las tiendas virtuales son los pagos, ya que actualmente se puede pagar directamente desde el celular - teniendo en cuenta los procesos de facturación electrónica estipulados en el Decreto 1929 de 2007 y tenida en cuenta por la Ley 1819 del 2016-, y los productos pueden llegar a la residencia del cliente, sin prever, la inseguridad que se puede llegar tener con esta transacción.

Otra ventaja de estas tiendas es la posibilidad de ver 24 horas, los 7 días de la semana diversidad de productos que se pueden comprar con tan solo un clic, permitiendo que el consumidor disponga de esta información en cualquier lugar o tiempo en el que habilite su conexión a internet. Con esta moderna modalidad de compra-venta también aparecen las nuevas monedas como son los bitcoins (monedas virtuales), las cuales en varios países se usan como forma de pago ya reglamentado, tales como Estados Unidos, Polonia, Francia, Ucrania, Italia o Brasil, entre otros.

Los gastos son menores tanto para el comprador como para el vendedor, debido a que, no tienen que someterse a arriendos locales que son remplazados por los costos de manejo en la web. El consumidor también se verá beneficiado con precios menores a comparación de los que ofrecen las empresas con establecimientos comerciales.

Pero estas nuevas tiendas no solo traen consigo beneficios, porque también se dan los casos de estafa y robo en la web. Por el simple hecho de no saber leer bien los detalles del producto e incluso por entrar a tiendas que no muestren en su página los documentos legales para el uso comercial de internet, los clientes se convierten en víctimas de engaños fraudulentos.

El vendedor también puede presentar algunas dificultades en el manejo de estas, ya que existen miles de hackers electrónicos y virus que pueden infringir daños en la tienda, tales como: eliminar los documentos de ley, encriptar sus cuentas bancarias, o simplemente desaparecerla, riesgos que son menores si usted maneja una tienda física.

1.2 Creación de Empresa

Para crear una empresa virtual, se debe tener en cuenta los siguientes pasos que servirán para evitar inconvenientes legales y jurídicos a futuro. Primero que todo, se debe tener una idea de negocio que satisfaga una necesidad de la población.

Después de plantear la idea de negocio y proyectarla a futuro con respectivos estudios de mercadeo, es crucial definir el tipo de empresa que se va a conformar.

La Cámara de Comercio de Bogotá aclara que : la persona Natural es aquella que ejerce la actividad de comerciante habitualmente y profesional a título personal. Asume todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce. La persona jurídica en cambio, es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. (CCB, 2017)

Entre la clasificación de personas jurídicas legalmente reconocidas se encuentra : La sociedad colectiva, la sociedad limitada, la sociedad en comandita simple o por acciones, la sociedad por acciones simplificada y la sociedad anónima.(CCB, 2017)

Después de elegir el tipo de sociedad que se va a constituir, se pensará como va a ser realizada la entidad. Al tener el consentimiento de todos los socios, se procederá a hacer un borrador del contrato social (minuta, artículo 10 Código de Comercio).

A continuación, realice el acta de constitución de la sociedad, en el cual narrará : el número de socios, la razón social, el nombre de los asociados, como se denominará el capital aportado (Acciones, partes de interés o cuotas de igual valor) y cuanto aporta cada socio.

Ya teniendo el anterior acuerdo, se consultará si el nombre está disponible en la página web de la cámara de comercio, y se inscribirá al CIU, esta entidad (2012) señala que :

“Con el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa, las cámaras de comercio del país, a partir del año 2000, se rigen por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas”. (CCB, 2017)

La constitución de la sociedad se hace por escritura pública ante un notario (en caso de las S.A, las Limitada, Colectivas y comandita) o por documento privado para las S.A.S y las de hecho, pero el artículo 110 del código de comercio y cumpliendo lo establecido en la Ley 1014 de 2006, si la empresa tiene menos de 10 trabajadores y menos de 500 SMLV en su capital se puede hacer también como documento privado. (Ley 1014 de 2006, 2006)

Ante la cámara de comercio se debe solicitar el RUES (Registro Único Empresarial), el pre RUT y RUT (Registro único tributario); y ante otras entidades también debe solicitar los certificados de Sayco y Acinpro, Bomberos, Secretaria de salud, permiso del POT (plan de ordenamiento territorial), autorización del DAMA (Departamento Administrativo del Medio Ambiente), el RIT (Registro de Información tributaria), e INVIMA (Red Nacional de protección al consumidor).

La propuesta de Ley 022 de 2016, busca regular el comercio electrónico, ya identificado como la economía del océano azul (EOA). En su artículo 3 establece que: Las personas naturales y jurídicas pueden crear o promocionar su empresa cumpliendo con un requisito general que es, informar a la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales (DIAN) todas las transacciones económicas que se realicen por este medio.

Un requisito específico para las personas jurídicas es que deberán registrarse ante la Cámara de Comercio diligenciando la Matricula Mercantil. Y para las personas naturales, solo será necesario su registro único tributario (RUT). (Proyecto de Ley 022 de 2016, 2016).

1.3 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)

Las NIIF tienen como objetivo *“la conformación de un sistema único y homogéneo de alta calidad, comprensible y de forzosa observancia, de normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información.”* (Contaduría General de la nación, 2012)

Según las NIIF que fueron aplicadas en Colombia con la Ley 1314 del 2009, existen tres tipos de empresas con sus respectivos decretos :

∞ **GRUPO 3 - Microempresas**

Esta clase de empresa la pueden constituir personas naturales o jurídicas que cumplan con lo establecido en el artículo 499 del Estatuto Tributario. En los decretos 2706 de 2012 y 3019 de 2013 se postula 3 condiciones para pertenecer a este grupo:

- * *“Tener una planta de personal no superior a diez trabajadores,*
- * *Activos totales a excepción de la vivienda menores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) equivalentes a 368´858.500 pesos – 2017 y,*
- * *Tener ingresos brutos inferiores a los 6.000 SMMLV equivalentes a 4.426´302.000 pesos (2017).”(Decreto 2706 de 2012, 2012)(Decreto 3019 del 2013, 2013)*

∞ GRUPO 2 - Pymes

Las empresas de tamaño grande o mediano serán parte del grupo 2 según las NIIF y su normatividad de inversión, desarrollo y documentación se verán descritos en las NIIF para PYMES. En el decreto 3022 de 2013 establece que las empresas representadas como parte del segundo grupo, no deben tener inversión de manera asociada, conjunta o controladora. Bajo la dirección financiera se encuentra la Superintendencia Financiera de Colombia. Para tales fines, se ordena que las Pymes tengan las siguientes características:

- * *“Los activos totales por valor entre 500 y 30.000 SMMLV (368´858.500 a 22.131´510.000 de pesos – 2017),*
- * *Una planta de personal entre once y doscientos trabajadores y,*
- * *Que no sean emisores de valores ni entidades de interés público.”(Decreto 3022 del 2013, 2013)*

∞ GRUPO 1 - Plenas

Sociedades caracterizadas con el interés público. Su normatividad se encuentra constituida en las NIFF PLENAS aplicadas en Colombia con los decretos 2784 de 2012, 3023 de 2013, 3024 de 2013, 2851 de 2015.

Según estos, las empresas denominadas como plenas, deben ser emisores de valores inscritos en el Registro Nacional de Valores (Decreto 2555 de 2010), entidades consideradas como de interés público o todas aquellas empresas que cumplan con los siguientes estándares :

- * Tener una planta personal mayor a doscientos trabajadores y,
- * Activos totales mínimo de 30.000 SMMLV (22.131´510.000 pesos – 2017).

2. Contabilidad

La contabilidad es la disciplina que permite suministrar información para la toma de decisiones. Esta información financiera principalmente debe ser comprensible, relevante, confiable, prudente, íntegra, oportuna y comparable con periodos anteriores. Debido a esto, el proceso contable se define como :

“...un conjunto de etapas que se concretan en el reconocimiento y la revelación de las transacciones, los hechos y las operaciones financieras, económicas, sociales y ambientales, que afectan la situación, la actividad y la capacidad para prestar servicios o generar flujos de recursos de una entidad contable pública en particular.”
(Actualicese, 2016)

Para que la contabilidad sea eficiente se necesita seguir una función básica e importante que es : registrar los hechos económicos cronológicamente y con sus debidos soportes como facturas, créditos, etc. Esto es la base de toda la información que indiscutiblemente deben tener los estados de la situación financieros y a su vez la declaración de impuestos acompañado de otras obligaciones legales.

En la investigación se demostró que la contabilidad es la misma para tiendas virtuales como tradicionales porque, aunque tienen algunas diferencias en su control digital, la normatividad legal Colombiana, no les otorga unos parámetros específicos para seguir su actividad comercial, pero si unos ítems como firmas y correos electrónicos que se tomaran más adelante.

3. Herramientas Virtuales

El desarrollo tecnológico que arrasa con el país, ha dejado varias herramientas digitales aprovechadas por el comercio electrónico. Tales como Paypal, Shopify, Sugar CRM, entre otras. También existen recursos como los correos electrónicos, las firmas digitales y facturas electrónicas que ya están contempladas en el marco legal y normativo Colombiano.

3.1 Dominio de un Sitio Web

El dominio de un sitio web representa el activo digital más importante de una tienda virtual. Esta es la razón social (Nombre) de la empresa personificada en la presencia de la misma en la red. Generalmente, los emprendedores cometen el error de delegar a un tercero la tarea de crearla, sin tener en cuenta que hay que renovar la licencia y que solo esa persona puede hacerlo. (Ramírez, 2017)

Mi.com.co es una empresa de registro oficial de Dominios y Hosting para Colombia. Donde Hosting es la capacidad de almacenamiento web que ofrece la empresa en imágenes, video u otro tipo de material digital. Un dominio puede costar entre 25.000 y 420.000 pesos por registro a un año y su renovación está entre 45.000 y 420.000 pesos, en esta modalidad.

Aparte de esto, el Hosting tiene un costo dependiendo la capacidad que elija. 100 MB están en 50.000 pesos, 500MB en 75.000 pesos, 1 GB en 140.000 pesos y 5 GB en 280.000 pesos por año. Y por último, el correo corporativo que cuesta 29.000 pesos y 45.000 pesos por renovación.

Se encontró que los departamentos con más registro de dominios son Cundinamarca (18.282), Bogotá (10.904), Antioquia (10.488), Valle del Cauca (4.295) y Santander con (1649) respectivamente en el año 2017. (Mi.com.co, 2017)

Lugares como wix, Jimdo, Shopify, Sales force, Prestashop y Woocommerce, entre otras plataformas, permiten la creación de un sitio exclusivo (con diseño propio) y la otorgación de un dominio. Y Sugar CRM, Z-o-h-o, Big commerce, Magento, Zencart, Opencart, Amazon y E-bay son lugares donde puedes dar a conocer tu producto en el formato ya predeterminado, brindando una oficina en línea.

De ahí la diferencia entre la creación de un dominio y tienda virtual propia, y un espacio para vender tus productos sin tener caracterización y posicionamiento en la web.

3.2 PayPal

PayPal es una empresa que brinda un seguro en la transacción de dinero y bienes. Al hacer pagos en línea, se ingresa con correo electrónico y contraseña, haciendo más fácil y segura la compra o venta.

La plataforma cubre las pérdidas relacionadas con los paquetes o engaños generados por el vendedor del artículo, reembolsado el dinero cuando sea necesario. También se permite afiliar la tarjeta de crédito para poder ganar recompensas que funcionan como si fuesen puntos o millas.

En algunas páginas o sitios web, se pueden encontrar diversos logotipos de PayPal cerca de los métodos de pago y como las tarjetas de crédito. *“Así, no tendrás que volver a compartir tu información financiera ya que **PayPal encripta de forma automática tus datos**”* (Stock, 2017).

Hoy en día PayPal, es reconocida como una de las plataformas más seguras para realizar compras en línea, puesto que cuenta con la afiliación de varias tiendas online. Estos negocios admiten más de una divisa, eso quiere decir que esta aplicación se encuentra disponible en varios países, libre al acceso de todos los que la necesiten o deseen entrar a formar parte de ella.

Existe un espacio especializado para los comerciantes entre Paypal llamado Paypal Business, la cual permite a las empresas gestionar las cuentas y facturas. A su vez proporciona diversas herramientas que ayudan a realizar varias tareas relacionadas con la contabilidad de la empresa.

Esta app asiste a recordar diversos asuntos pendientes como: cuando tenemos que enviar una factura, saber si ya nos ha llegado un pedido, envía recordatorios a los clientes deudores y también permite hacer negocios con otras empresas, puesto que acepta todo tipo de pagos sin importar del tamaño que sean.

Sin lugar a dudas, esta aplicación es de mucha ayuda a la hora de llevar un registro, ya que está app tiene una pieza especializada en los gastos y costos que debes realizar a principio de cada mes. Esta resulta casi imprescindible, ya que nos da aviso de todo lo necesario por hacer.

3.3 Ley 527 de 1999

“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de Datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las Entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.” (Congreso de la República de Colombia, 1990)

Esta ley fue creada gracias a que, a finales del siglo XX un sin número de compañías Colombianas decidieron unirse al comercio electrónico. A principios de 1970 utilizaron las conocidas transferencias de fondo monetario.

Esta ley controla la venta de bienes o servicios, usando medios electrónicos como medio de pago, tales como la tarjeta de crédito, también dentro de ella podemos encontrar, el significado del mensaje digital como la transacción electrónica de dinero que nos sirve para la cancelación de deudas realizadas por una entidad comercial y el valor de las firmas digitales.

3.4 Firmas Digitales

Las firmas digitales sirven para demostrar la autenticidad de un mensaje digital, según esta ley *“tendrá la misma fuerza y efectos que el uso de una firma manuscrita”* (Ley 527 de 1999, 1990).

Estas firmas se utilizan comúnmente en las transacciones financieras ya que nos ayuda a detectar falsificación y manipulación de terceras personas.

Metodología

La investigación es descriptiva ya que brinda un horizonte analítico con respecto a la pregunta problema: ¿Cómo se crea una tienda virtual legalmente? Dándose respuesta con los siguientes objetivos de la ponencia.

- ∞ Definir el procedimiento para la conformación de una tienda virtual, detallando la normatividad legal y las ventajas que trae consigo el aprovechamiento del comercio electrónico.
- ∞ Analizar sistemas de control contable propios de una tienda virtual. Comparar esta información con sistemas contables tradicionales.
- ∞ Conocer las herramientas que brindan la tecnología para ayudar a la conformación y desarrollo de una tienda virtual.

Los planteamientos descritos en los objetivos exigen que, en el desarrollo de la investigación, se identifique un sistema en el que se relate la forma, la definición, el tamaño de sus características, la naturaleza y la estructura, de manera que, en el proceso investigativo descubramos dicha situación problema, abordado por la consulta de fuentes bibliográficas. Se procede a relatar las bases para que el lector pueda iniciar su proceso analítico y profundice en los matices que este tema conlleva.

Ya que en nuestro país, aun no existe una ley específica que defina, identifique y proponga los estándares requeridos para la conformación y desarrollo de la actividad de una tienda online, proponemos este artículo como posible fuente para realizar posteriores investigaciones.

Dicho lo anterior, se puede decir que nuestra investigación es preliminar y por lo tanto, no puede tener la suficiente reglamentación o teoría colombiana para nutrir nuestro marco legal, se encuentra en una perspectiva superficial.

Resultados

Se ha diseñado una plataforma con una de las herramientas virtuales antes mencionadas para dar a conocer la investigación. Con el objetivo de demostrar el sencillo manejo y diseño que ofrecen estos sitios web.

Se relacionan los enlaces directos para que sea más sencilla su utilización y se demostrara que no es necesario un curso de creación de páginas web o de diseño gráfico para su utilización.

Es importante recalcar que el sitio creado para la investigación es estrictamente educativo y no brinda ningún producto o servicio. Sin embargo, está habilitada la opción de preguntas por medio de correo electrónico en la sección contáctenos.

Página: <https://tiendasvirtualesys.wixsite.com/inicio>

Conclusiones y Discusión

Para constituir una empresa con establecimiento de comercio o como tienda virtual, se tienen los mismos requerimientos desde el marco normativo y legal de Colombia. La diferencia más importante es el tipo de pago del sitio.

Mientras que para una tienda virtual hay que pagar un Dominio, un Hosting y un Correo corporativo por inscripción y renovación anual, para una empresa con establecimiento comercial se tiene que pagar arrendamiento (si es el caso), servicios, publicidad, entre otras gastos. Sin embargo, existen empresas con proyección “mixta”, donde tienen su establecimiento pero quieren ampliar horizontes con las páginas web y los correos corporativos.

Son más las similitudes que se encuentran en tanto a marco legal y manejo de la información contable, ya que estas afectan a cualquier medio de entrada y salida de dinero constante en una sociedad constituida. Lógicamente, todas las empresas deben ubicarse entre los 3 grupos que presentan las NIIF, ya vigentes en Colombia.

Como se ha dicho antes, la expansión de medios tecnológicos y digitales ha provocado un crecimiento comercial que beneficia tanto a empresarios como al país.

Referencias Bibliográficas

Actualicese. (09 de Marzo de 2016). *Características cualitativas de la información financiera*.

Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de Proceso contable: componentes y características: <http://actualicese.com/2016/03/09/caracteristicas-cualitativas-de-la-informacion-financiera/> y <http://actualicese.com/actualidad/2017/05/31/proceso-contable-componentes-y-caracteristicas/#>

- Camara de Comercio de Bogota.* (s.f.). Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/consulta_be_juridica.html
- CCB. (2017). *Constituya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento de comercio.* Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>
- Cart2CMR Support. (2017). *Envato Market.* Obtenido de Codecanyon: <https://codecanyon.net/item/cart2crm-woocommerce-and-sugarcrm-integration/8234719>
- CCCE. (2017). *Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.* Obtenido de <https://www.ccce.org.co/>
- Congreso de la República de Colombia. (18 de Agosto de 1990). *Ley 527 de 1999.* Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3679_documento.pdf
- El Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). *Ley 1014 de 2006.* Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>
- El Ministro de Comercio, I. y. (27 de Diciembre de 2013). *NIF.* Obtenido de DECRETO 3022 DE 2013:Marco técnico normativo de información financiera para el Grupo 2.: <https://nif.com.co/decreto-3022-2013/>
- El Presiente de la Republica de Colombia. (29 de Mayo de 2012). *Decreto 1929 del 2007.* Obtenido de <http://co.groupseres.com/images/d/rs/Decreto-1929-2007.pdf>
- Gestiopolis. (2017). *Los sistemas de información contable.* Recuperado el 11 de Septiembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-informacion-contable/>
- Internet Ya. (4 de Octubre de 2017). *Internet Ya.* Obtenido de Internet Ya: <https://www.internetya.co/como-integrar-una-tienda-virtual-con-un-crm-o-erp/>
- Mi.com.co. (31 de Enero de 2017). *Los 10 departamentos que más registran dominios de Internet en Colombia.* Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <https://mi.com.co/noticias/2017/01/31/los-10-departamentos-que-mas-registran-dominios-de-internet-en-colombia/>

- Ministerio de Comercio, I. y. (27 de Diciembre de 2012). *Contaduría General de la nación*. Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO: <http://www.contaduria.gov.co/wps/wcm/connect/cf7c48fb-0359-45d5-a034-436d4759d6bd/D2706-12+Gr+3+Microempresas-1.pdf?MOD=AJPERES>
- Ramírez, Y. (06 de Julio de 2017). *¿Sabe quién tiene su dominio en internet?* Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <https://mi.com.co/noticias/2017/07/06/sabe-quien-tiene-su-dominio-en-internet/>
- Restrepo, M. (03 de 03 de 2016). *El comercio electrónico atraviesa su mejor momento en Colombia*. Obtenido de Dinero: <http://www.dinero.com/economia/articulo/mercado-del-comercio-electronico-en-colombia-y-el-mundo-2016/220987>
- Senador de la Republica - Andrés García Zuccardi. (17 de Marzo de 2016). *Proyecto de Ley 022 de 2016*. Obtenido de <http://leyes.senado.gov.co/proyectos/index.php/textos-radicados-senado/pl-2016-2017/675-proyecto-de-ley-022-de-2016>
- Stock, T. –A. (27 de 01 de 2017). *TICbeat*. Obtenido de TICbeat: <http://www.ticbeat.com/lab/que-es-paypal-y-como-funciona-tutorial-para-empezar/>
- Varon, L. (s.f.). *Gerencie.com*. Obtenido de Decreto 2784 de 2012... y llegaron las NIIF: <https://www.gerencie.com/decreto-2784-de-2012-y-llegaron-las-niif.html>

ENCUENTRO SEMILLEROS DE INVESTIGACION

Aplicación de un modelo de competitividad a viveristas de fusagasugá – región

Anggie Coraima García Aldana, Universidad de Cundinamarca. coraimita95@outlook.com
Estudiante de Contaduría Pública VII semestre.

Karen Daniela Naranjo Peñaloza, Universidad de Cundinamarca.
danielita1803@hotmail.com. Estudiante de Administración de Empresas X semestre.

Coautores:

Elizabeth Ann Escobar Cazal, Universidad de Cundinamarca. elizanne21@yahoo.com.
Docente Investigador Programa Administración de Empresas, Fusagasugá.

Jeane Fernanda Gálvez Sabogal, Universidad de Cundinamarca.
fernandagalvez@gmail.com. Docente Investigador Programa Contaduría Pública,
Fusagasugá.

María Cristina Velásquez Ardila, Universidad de Cundinamarca.
cristinavardila@hotmail.com. Docente Investigador Programa Administración de Empresas,
Fusagasugá.

Olga Liliana Gutiérrez Castaño, Universidad de Cundinamarca. contadorolg@gmail.com.
Docente Investigador Programa Contaduría Pública, Fusagasugá.

RESUMEN

El sector Viverista se considera promisorio para el desarrollo de la región del Sumapaz, considerado uno de los sitios más ricos en biodiversidad de Colombia y el mundo, contando con variedad de climas y flora que hacen posible la explotación de plantas ornamentales y frutales. En Fusagasugá cuenta con más de 150 viveros con procesos de producción tradicional. En cuanto a la competitividad, este sector se ve afectado por malas prácticas organizacionales y la informalidad empresarial, que incide en el estancamiento de la producción (Gálvez, Escobar, Gutiérrez, & Velásquez, 2017). El proyecto tiene como objetivo brindar a los viveristas de Fusagasugá y Región una visión y estrategia distinta de implementar un modelo competitivo que permita cambios significativos a nivel organizacional y financiero. La investigación es de carácter descriptivo y aplicativo; se utilizarán técnicas

como la observación estructurada y participante, aplicación de instrumento técnico y entrevistas.

Palabras claves: Competitividad, Viveristas

Eje Tematico. Desarrollo Organizacional y Regional.

INTRODUCCIÓN

Con este proyecto se pretende aplicar un modelo de competitividad a viveristas del municipio de Fusagasugá para proporcionar mayores conocimientos y habilidades con el fin de estar a la vanguardia del mercado y del sector agrícola. Para cumplir con ello es necesario conocer los modelos competitivos de Michael Porter, Peter Druker y Esser Klaus, identificando las variables de competitividad en los viveristas para así crear un plan de acción; Principalmente con participación de entidades como la Asociación de Viveristas del Sumapaz (ASOVIZ) donde se realizó un estudio diagnóstico que dio como resultado que solo el 5% de una muestra de 79 viveros implementaron un plan estratégico para la elaboración de sus actividades comerciales. (Galvez, Escobar, Gutierrez, & Velásquez, 2017).

Por tal razón es necesario que cada emprendedor o gerente que se dedique a la producción y comercialización de diversas plantas, pueda comprender las ventajas de establecer nuevas estrategias de trabajo, por medio de la Aplicación de un modelo de competitividad y con el objetivo de proporcionar amplio conocimiento a nivel administrativo y financiero, permitiendo que cada viveristas logre un excelente modelo de negocios y poder comparar el cambio que se genera al implementar esta nueva metodología de trabajo.

FUNDAMENTO TEÓRICO

Referentes centrales para el desarrollo de esta investigación son los modelos de competitividad generados por tres grandes pensadores:

Michael Porter.

“La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente” (Porter 1982). Porter especifico la estrategia competitiva como las acciones o actividades de una empresa para crear un posicionamiento dentro de una industria, analizando cada área de la empresa, determinando el grado de competencia de la organización. (Carreto, 2017)

Porter propuso tres estrategias genéricas:

- **El liderazgo en costos**

Esta estrategia consiste en disminuir los precios del producto para obtener una gran cantidad de ventas, influyendo en la calidad, servicio y reduciendo costos en distintas áreas, además se invertirían en tecnología mejorada. (Carreto, 2017)

- **La diferenciación**

Este método consiste en comercializar el producto o servicio que parezca único en el mercado, es la característica que los hace distinto a la competencia, teniendo en cuenta la lealtad de la marca (Carreto, 2017)

- **El enfoque**

Esta estrategia consiste en que la empresa debe centrarse en un segmento de mercado, enfocándose en un objetivo estratégico reducido, obteniendo mayores ventas. (Carreto, 2017)

Las 5 fuerzas de Porter La situación de la competencia en un sector industrial depende de cinco fuerzas competitivas básicas:

- La rivalidad entre los competidores existentes en el sector industrial.
- La amenaza de productos o servicios sustitutos.
- La amenaza de nuevos ingresos en el sector.
- El Poder negociador de los clientes
- El Poder negociador de los proveedores.

Peter Drucker y la competitividad.

Sin empresas y empresarios, ningún país puede prosperar. Las empresas son el medio más eficiente que ha concebido el ser humano para generar riqueza, crear empleos, reducir la pobreza y en conjunto, hacer próspero a un país. Pero para ser exitosas, las empresas tienen que ser eficientes, productivas y competitivas. De hecho, la competitividad es lo que hace que una empresa pueda ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve como resultado de las condiciones que existen en el entorno, así como de la habilidad del empresario para distinguirse de sus competidores. (Rubio & Baz, s.f.).

En este caso se habla de un pensador universal, analista sagaz de la realidad política, económica y social, y un educador nato. Si bien es considerado el “padre fundador” de la disciplina del Management, prefirió ser catalogado como escritor y “ecologista social” Peter Drucker (E. New, 2016).

Peter Drucker, el padre de la administración como ciencia y como arte, ha dicho que “la única ventaja competitiva sostenible en el largo plazo es la capacidad de aprender” A partir de ello definió seis factores claves para la productividad personal de los trabajadores de conocimiento:

- El trabajador del conocimiento debe ser capaz de responder a la pregunta “¿Cuál es la tarea?”
- Debe ser responsable de su trabajo. Eso significa que tiene que gestionarse a sí mismo.
- La innovación continua es parte del trabajo.
- El aprendizaje continuo es parte del trabajo, como también lo es enseñar.
- La productividad no es una cuestión de cantidad de resultados. La calidad es, al menos, igual de importante.
- El trabajador del conocimiento ha de querer trabajar para una determinada organización y, para ello, la organización debe considerar que el trabajador es un activo, no un coste. (Peter Drucker, s.f.)

La organización no es una simple máquina. No tiene únicamente una dimensión económica, definida por los resultados de mercado. La organización, por encima de todo, es un ente social. Es un grupo de personas. Su objetivo tiene que ser que los puntos fuertes de las personas sean eficaces y sus debilidades irrelevantes es lo único que se puede lograr mediante las organizaciones, la única razón por la que existen las organizaciones y por la que es necesario que existan”.

Y entre los objetivos más relevantes de cualquier Organización, la Innovación juega un papel crucial. Es lo que define al verdadero empresario del que no lo es.

Drucker no siempre asoció la Innovación a la producción de “cosas”. En su pensamiento, eso era constreñir a límites reducidos este gran concepto. Recalcó en muchos de sus trabajos que la innovación es un asunto de disciplina sistemática, organizada y rigurosa. El logro de una **actitud** más que de una actividad de ID.

Y esta actitud debe ser la de “*abandonar lo de ayer, en vez de defenderlo*” (Drucker, 2002). (Teoría de Peter Drucker, s.f.)

Esser Klaus.

El concepto de "competitividad sistémica" constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo. Hay dos elementos que diferencian este concepto de otros dirigidos a identificar los factores de la competitividad industrial: el primero es la distinción entre cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores como la capacidad de una sociedad para la integración y la acción estratégica, y en el nivel meso donde se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, completar y multiplicar los esfuerzos de las empresas; el segundo es la vinculación de elementos pertenecientes a la economía industrial, a la teoría de la innovación y a la sociología industrial con los argumentos esgrimidos en reciente debate sobre gestión

económica que se ha desarrollado en el plano de las ciencias políticas en torno a las redes de políticas. (Santiago Altimir , s.f.)

- a. **Nivel meta.** Para optimizar la eficacia en los niveles micro, macro y meso son decisivas la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar la capacidad creativa de la sociedad. La modernización económica y el desarrollo de la competitividad sistémica no pueden dar resultados sin la formación de estructuras en la sociedad entera.
- b. **Nivel macro** Estabilización del contexto macroeconómico La existencia de mercados eficientes de factores, bienes y capitales es clave para una asignación eficaz de recursos. Esta es una condición allí donde el concepto de gestión es pluridimensional y apuesta por la competencia, la cooperación y el diálogo social a fin de canalizar las potencialidades nacionales y desarrollar así la capacidad necesaria para operar con éxito en el mercado mundial. Las experiencias de los años setenta y ochenta han demostrado que la inestabilidad del contexto macroeconómico perjudica considerablemente la operatividad de estos mercados y ejerce un efecto negativo sobre el crecimiento de la economía.
- c. **Nivel meso.** Formación activa de estructuras En un análisis presentado en fecha reciente, el Banco Mundial atribuye el exitoso crecimiento económico y la elevada competitividad internacional de los países del este y sudeste asiáticos a una buena gestión macroeconómica y a una política activa de fomento a la exportación, combinada con una política arancelaria moderada (Banco Mundial, 1993). Según este análisis, las políticas macroeconómicas orientadas a la estabilidad estimularon particularmente el ahorro, permitiendo fuertes inversiones públicas y privadas. Como complemento a lo anterior, la considerable apertura frente a las tecnologías extranjeras, aparejada a un sistema de incentivos para la exportación contribuyó sustancialmente a desarrollar un sector privado dinámico. (Santiago Altimir , s.f.)

METODOLOGÍA

El trabajo se desarrollará en el marco del proyecto: ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR VIVERISTA FUSAGASUGÁ – REGIÓN, presentado en la convocatoria interna para financiar proyectos 2017, por los grupos de investigación ARADO y TEMCON dentro del eje de construcción de

la cultura científica e investigativa que se propone en el plan de desarrollo institucional 2015-2019.

ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El enfoque de investigación es de carácter mixto, es decir: Cualitativo - Cuantitativo. El primero enfocado a explorar las relaciones sociales y el entorno natural. Cuantitativo identificando variables numéricas relacionadas con aspectos económicos y sociales de los viveristas. La investigación es de carácter descriptivo y aplicado, teniendo en cuenta condiciones sociales y económicas de los viveristas que conforman la población objeto de estudio. (Galvez, Escobar, Gutierrez, & Velásquez, 2017)

POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población corresponde a los integrantes de la Asociación de Viveristas del Sumapaz (ASOVIZ), con 110 afiliados. La muestra intencionada corresponde a diez asociados, quienes voluntariamente atendieron la convocatoria para la implementación del modelo. (Galvez, Escobar, Gutierrez, & Velásquez, 2017)

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para el desarrollo del proyecto centrado en el trabajo de campo, se utilizarán técnicas como la observación estructurada participante, aplicación de instrumento técnico, entrevistas, los cuales serán validados en el programa SPSS.

El diseño experimental piloto se realizará con los 10 viveros participantes (matriz de caracterización). (Galvez, Escobar, Gutierrez, & Velásquez, 2017)

Nombre del vivero	Dirección del vivero	Nombre del dueño	Años que lleva con el vivero	Área total del terreno aproximado
FORESTMAR	Clle 22 # 72-51 La Pampa	Javier Antonio Martínez	Más de 10 años	5000 a 10000 metros cuadrados
FRUTAR	Panamericana Km 62 vía Bogotá - Girardot	José Martínez	Más de 10 años	5000 a 10000 metros cuadrados
FERIA DE FRUTALES	Vía Chinauta	Patricia Piraquive	Más de 10 años	5000 a 10000 metros cuadrados
BIO-AGRO 1	Km 68 vía Panamericana, Finca Gualandayes, Chinauta	Luis Enrique Arias Vargas	Más de 10 años	5000 a 10000 metros cuadrados

BIO-AGRO 2	El Triunfo, Fusagasugá, lote 8, Chinauta	Luis Enrique Arias Vargas	Más de 10 años	Más de 10000 metros cuadrados
VIVERO LAS MANDEVILAS	Km 60 Vía Girardot- Bogotá	Jaime Alfredo Mican Baquero	5 -10 años	1000 a 3000 metros cuadrados
NAPOLITANO	Av. Los Ocobos	Andrés Rodríguez	5 -10 años	5000 a 10000 metros cuadrados
VIVERO TIFFANY	Los Ocobos - Chinauta, Parte del Molino	Jorge Armando Botia	0- 1 año	0 a 1000 metros cuadrados
PLANTACIONES EL SINAY	Chinauta Av. Luis Carlos Galán Finca Villa Sandia	Jacinto Cárdenas Reina	Más de 10 años	Más de 10000 metros cuadrados
PLATANCIONES EL SINAY SUCURSAL	Vereda Espinalito Bajo, Diagonal Escuela	Jacinto Cárdenas Reina	Más de 10 años	5000 a 10000 metros cuadrados

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Semanas	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Elaboracion y Formalizacion del Anteproyecto																																								
Recoleccion Informacion de fuentes primarias - secundarias																																								
Diseño Instrumentos de recoleccion de informacion																																								
Diseño Instrumentos de recoleccion de informacion																																								
Trabajo de campo – aplicacion instrumentos (Visitas institucionales)																																								
Análisis de resultados																																								
Presentación de ponencias																																								
Elaboración de informes de avances y final (Artículo)																																								

ÁREA DE ESTUDIO:

Región del Sumapaz: La provincia Sumapaz, localizada en el costado sur de Cundinamarca, representa el 8% del área total del departamento. Es la sexta provincia en extensión territorial con 1.808 km². Está conformada por 10 municipios: Arbeláez, Cabrera, Fusagasugá, Granada, Pandi, Pasca, San Bernardo, Silvania, Tibacuy y Venecia. Limita por el norte con las provincias de Tequendama y Soacha, por el sur con el Departamento del Tolima, por el oriente con la ciudad de Bogotá, D.C., y por el occidente con la provincia Alto Magdalena. Tomando como base el Censo general 20052 la población total de la provincia Sumapaz es de 181.254 habitantes (8,2% de participación) y ocupa el cuarto puesto en población entre las quince provincias de Cundinamarca. (bogota, 2010)

El municipio de Fusagasugá se ubica en el Suroccidente del Departamento de Cundinamarca. Es capital de la Provincia del Sumapáz conformada por 10 municipios. Su extensión es de 204 km². Se encuentra a una distancia de 64 km de Bogotá (D.C. Colombia), integrada a una red vial que la comunica con el resto del país. (Escobar & Escobar, Tiendas de Barrio Responsabilidad Social. Caso: Fusagasugá, Colombia, 2015)

La zona rural del municipio está dividida en 5 Corregimientos y 36 veredas y acoge al 20% de la población total. La actividad económica se basa principalmente en la agricultura, con cultivos de frutas, hortalizas, café y las plantas ornamentales que la acreditan como “Ciudad Jardín”. Igualmente la avicultura, la ganadería y el turismo ocupan lugares destacados. (Escobar & Escobar, Unidades Productivas Campesinas en Fusagasugá, Cundinamarca, 2013)

RESULTADOS ESPERADOS

- Se espera adaptar un modelo de competitividad a la realidad de los viveros participantes para obtener mayor productividad.
- Generar impacto social y económico en los viveristas participantes pero con proyección a los 110 vinculados a la Asociación.
- Diseñar y aplicar un plan de acción que contribuya al fortalecimiento de los viveros.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Fusagasuga . (2003). *Fusagasuga Cundinamarca Acuerdo*. Obtenido de Fusagasuga Cundinamarca Acuerdo: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Imagenes/pd-%20fusagasuga-%20cundinamarca-%20acuerdo%2015%20de%202003%20parte%203.pdf>

- Carreto, J. (2017). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/25446581/La-Ventaja-Competitiva-de-Michael-Porter>
- E. New. (23 de 11 de 2016). *E. New*. Obtenido de E. New: <http://emprendedoresnews.com/tips/peter-drucker-el-hombre-que-pensaba-en-circulos.html>
- Galvez, F., Escobar, E., Gutierrez, O., & Velasquez, C. (01 de 03 de 2017). Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad del subsector viverista Fusagasuga. Fusagasuga.
- Pérez, J. A. (2011). *MODELO DE COMPETITIVIDAD DE LAS CINCO*. CUBA. Obtenido de MODELO DE COMPETITIVIDAD DE LAS CINCO: https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621121_1_VIRTUAL/Contenido/Documentos/Otros%20documentos/Material_apoyo_Gu%C3%ADa%2002/MODELO%20DE%20COMPETITIVIDAD%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20-%208.pdf
- Perez, J. A. (01 de MARZO de 2011). *MODELO DE COMPETITIVIDAD DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER*. Obtenido de MODELO DE COMPETITIVIDAD DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER : senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621121_1_VIRTUAL/Contenido/Documentos/Otros%20documentos/Material_apoyo_Gu%C3%ADa%2002/MODELO%20DE%20COMPETITIVIDAD%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20-%208.pdf
- Peter Drucker*. (s.f.). Obtenido de <https://facilethings.com/blog/es/peter-drucker-self-management>
- Rubio , L., & Baz, V. (s.f.). *El Poder de la Competitividad*. Obtenido de El Poder de la Competitividad : http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf
- Santiago Altimir . (s.f.). *Revista de la Cepal*. Obtenido de <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/059039052.pdf>
- Teoria de Peter Drucker. (s.f.). *Teoria de Peter Drucker*. Obtenido de Teoria de Peter Drucker: <http://ignius.com.mx/teoria-peter-drucker-innovacion-innovacion-solo-innovacion/>

ENCUENTRO DE SEMILLEROS

El desarrollo sostenible frente al turismo en la Provincia de Gualivá

Investigador principal : Cesar Augusto Giraldo Duque, Doctor en Ciencias Económicas y Administrativas (UCIMEXICO), Doctorante en Ciencias Jurídicas (UCIMEXICO), Magister en Educación (Uniminuto), Magister en educación (Instituto tecnológico de Monterrey) Especialista en Gerencia de Servicios Sociales (FUNLAM), Administrador de Empresas (FUNLAM). Correo electrónico cies.cesar@gmail.com, cesar_giraldo@cun.edu.co, cesaragiraldo@ucundinamarca.edu.co, número telefónico 3105639686

Líder del grupo de semilleros : Semillas de Facatativá, perteneciente al grupo de investigación GREICO avalado por la Universidad de Cundinamarca sede Facatativá y registrado en Colciencias.

Resumen

Por medio de esta investigación se pretende conocer e identificar la participación de comerciantes y turistas en el desarrollo sostenible en algunas regiones del departamento de Cundinamarca para tener una idea clara si existe armonía entre la empresa y la sociedad, conocer los valores éticos y morales de los comerciantes y visitantes por lo que el proceso investigativo gira alrededor de la pregunta de ¿Cómo se ha visto afectado el desarrollo sostenible en la provincia de Gualivá con el incremento del turismo?

El desarrollo sostenible en la provincia de Gualivá se ha convertido en un intercambio económico ya que solo las transacciones comerciales en estas zonas son las que benefician las comunidades y aunque la sobre explotación de la naturaleza con actividades turísticas deja mucho dinero a las regiones, poco se ha invertido en la recuperación de la misma por parte de los comerciantes y vendedores que son los directamente beneficiados con estos sucesos.

Palabras clave: desarrollo sostenible, cuidado ambiental, comercio

Eje temático. Desarrollo Organizacional y Regional.

Introducción

La investigación denominada el desarrollo sostenible frente al turismo en la provincia de Gualivá se ha venido desarrollando desde el año 2016 en los 12 municipios correspondientes a la provincia. Entre los meses de abril y junio del 2017 se realizó la recopilación de la información y la tabulación de la misma buscando dar respuesta al macro proyecto de investigación del estudio del subsector turismo en el departamento de Cundinamarca, desarrollado en la Universidad de Cundinamarca.

Entre los sitios turísticos que se tuvieron en cuenta para la recopilación de la información están restaurantes, hoteles, alojamientos, sitios de ocio con una muestra de 64 establecimientos, entre los visitantes y turistas se entrevistaron 356 personas los cuales frecuentan las diferentes regiones por sus atractivos, sea gastronómicos, por las atracciones naturales, u ocio o esparcimiento.

En la provincia de Gualivá que es de origen netamente campesino y productor ha tenido problemas en el desarrollo económico en algunas de sus poblaciones ya que se han vuelto dependientes de los turistas y sus ingresos se están originando de la población flotante y han dejado de ser autosuficientes.

Colombia se ha caracterizado por su diversidad en climas y por sus sitios turísticos convirtiendo zonas netamente campesinas en atractivos comerciales que se explotan indiscriminadamente por personas de la región y comerciantes de zonas aledañas que han dejado a un lado la economía local por adherirse a una economía moderna y dependiente de los turistas y visitantes.

Referentes teóricos

El origen del desarrollo sostenible se da a mediados de 1972 en la Conferencia de Estocolmo, donde se plantea por primera vez esta idea buscando la armonía entre las sociedades y las empresas, se exponen todos los cuidados que se han presentado para la protección de la naturaleza y las transformaciones que ha sufrido la misma, en esta conferencia participaron importantes científicos a nivel mundial y plantearon el cambio de pensamiento en lo concerniente al cuidado ambiental, al crecimiento de los países pobres,

y las relaciones de las naciones desarrolladas con las subdesarrolladas en procura de un mejor planeta puesto que el hombre es artífice y es obra del medio que le rodea (Pérez, 2007).

Los antecedentes filosóficos del desarrollo sostenible permiten tener una idea de cómo se puede garantizar la sostenibilidad de la utilización de los bienes del patrimonio mundial ya que en estos se encuentran los pilares que la conforman que son la dimensión social, dimensión económica y dimensión ambiental (UNESCO. 2014).

La dimensión social del desarrollo sostenible está conformada por las comunidades organizadas de tal forma que se puedan beneficiar de ellos mismos y del medio que le rodea, buscan subsistir supliendo sus necesidades y para ello toman los elementos que el medio les facilita y la misma tierra les provee, todo gira de forma armoniosa y benéfica para ambas partes hasta que las necesidades humanas empiezan a quedar insatisfechas por la ambición de los mismos ciudadanos y se rompe el vínculo del desarrollo sostenible en relación con la economía social y cultural.

La dimensión económica del desarrollo sostenible se presenta en las mismas comunidades sociales donde el consumismo se convierte en un detonante destructivo para el ecosistema, los empresarios en su afán de lucrarse y llenar sus arcas, explotan la tierra y destruyen la naturaleza, y las sociedades en su necesidad impuesta están dispuestos a generar más consumo y destrucción, actualmente las empresas han sido obligadas a proteger el medio ambiente y los recursos que explotan, pero esta recuperación es muy pobre en comparación con todo lo que se ha extraído del planeta (Mulder, 2007).

La dimensión ambiental del desarrollo sostenible se presenta con la lenta recuperación del planeta, donde entidades protectoras intervienen el entorno contaminado por cientos de años transformando los espacios y sectores desprotegidos fomentando la recuperación, generando cambios ambientales y climáticos.

El desarrollo sostenible satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades del futuro, implica lograr un equilibrio entre la pobreza y la riqueza, busca una

perfecta armonía entre la humanidad y el sector económico, busca el equilibrio y la perfección entre las partes afectadas. Esto no significa que todos deben vivir de la misma manera, ya que cada comunidad, cada sociedad y cada especie tienen diferentes necesidades (Mulder, 2007).

El desarrollo sostenible desde el punto de vista ético plantea una reconciliación entre la razón y la moral, donde se busca que el individuo alcance la conciencia y el control de su vida en procura de no afectar el medio que le rodea, la ética se nutre de los principios de convivencia, donde se pretende lograr una producción sustentable sin afectar el medio ambiente (Simposio Sobre Ética y Desarrollo Sustentable, 2002).

La evolución del desarrollo sostenible ha ido en decadencia ya que el ser humano en búsqueda de su supervivencia ha deteriorado los ecosistemas, ha destruido bosques y contaminado el agua, convirtiendo en desiertos las zonas fértiles, la industria tiene una lucha constante por incrementar el marketing y el consumo de productos contaminantes sin importar que estos deterioran la salud humana y destruyan la naturaleza

La contribución que hace el desarrollo sostenible al modelo de desarrollo económico tradicional se ve marcado por la contribución de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que agrupa 34 países y su misión es promover políticas que ayuden a mejorar el entorno social, cultural, económico, político y el entorno natural, en procura de incrementar la calidad de vida de las personas, el comercio, el empleo, el desarrollo de los países, enriquecer el medio ambiente, erradicar la pobreza y la desigualdad (OCDE, 2014).

Uno de los debates de patrones de consumo y producción tradicional más importantes que se han realizado se llevó a cabo en la Conferencia de Río en 1992 donde se le llama la atención a los países desarrollados para que cambien sus hábitos de consumo en busca de una producción sustentable en procura de tener un desarrollo sostenible para el planeta donde hubo una acogida masiva por los participantes al evento y estos fueron los integrantes de la OCDE (Pérez, 2007).

En este nuevo siglo las empresas tienen un compromiso más grande con el desarrollo sostenible ya que son los directamente relacionados con la responsabilidad social puesto que estos son los responsables de los cambios económicos, ya que tanto las ONG como los consumidores exigen más información sobre los factores de producción y los efectos que estos causan a la naturaleza. (Araque y Montero, S.F).

El plan sectorial de turismo 2014-2018 “Turismo para la construcción de la paz creado por el gobierno nacional tiene como objetivo general posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales por su multiculturalidad y mega diversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a sus máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador de desarrollo regional y constructor de paz.”

Con base al plan sectorial de turismo se puede observar que en el siglo XXI tiene gran repercusión en lo económico y en lo social no sólo en el ámbito mundial, sino también al interior de los países, en regiones y en territorios. Colombia se inserta en esta dinámica global. Las cifras son reveladoras ; entre el 2010 y el 2013, en promedio, el país ha sido destino receptor de más de 3 millones de viajeros extranjeros por año por motivos turísticos, y ha recibido por este concepto, US\$ 12.877 millones en divisas en el mismo período. Estas cifras ubican al sector turismo en el tercer renglón de exportaciones y el primero del sector terciario del país. El Producto Interno Bruto de los servicios de hotelería y restaurantes después de minas, construcción, servicios financieros y transporte fue uno de los sectores de mayor crecimiento de 2010 a 2013, lo que representó 0,7 puntos porcentuales por encima del total nacional. (Plan sectorial de turismo, 2014).

Sostenibilidad

La sostenibilidad en el desarrollo del turismo es un factor importante ya que significa lograr el crecimiento de tal manera que no agote el medio ambiente, el desarrollo social y todo lo bueno que se ha construido y recuperado y que además preserve la cultura de la comunidad local. En la sostenibilidad turística se debe tener presente la preservación del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales, el cuidado y preservación de la biodiversidad animal y vegetal (Manual de Cultura Turística, S.F).

Sostenibilidad ecológica: la práctica del turismo debe estar en concordancia con los procesos ecológicos, la diversidad y recursos biológicos.

Sostenibilidad Cultural: el desarrollo del turismo deberá fomentar y fortalecer las entidades culturales de la comunidad.

Sostenibilidad económica : la práctica y desarrollo del turismo debe generar recursos económicos, que utilizados de forma organizada puedan ser útiles para generaciones futuras (Manual de Cultura Turística, S.F).

Metodología

La metodología de investigación utilizada se basa en el estudio del caso ya que es empírica y busca conocer el comportamiento de los turistas y sus oferentes en un contexto real en el cual se tiene en cuenta la zona geográfica, las áreas temáticas, el tamaño de la población y muestras, cobertura y alcance, el impacto generado en las regiones, en el cual se aplicó una metodología mixta ya que integra el enfoque cualitativo y cuantitativo; se pretende estudiar temas específicos al interior de fenómenos complejos buscando cumplir los objetivos y propósitos de la investigación. (Stoot y Ramil, 2014).

El estudio del caso es una herramienta de investigación de mucho valor en las ciencias sociales ya que de forma constante se deben ajustar los métodos de investigativos y los resultados son diferentes, de la misma forma las estructuras sociales son muy variables en cuanto a tiempo y espacio por lo que es bueno considerar que el comportamiento humano debe analizarse basado en las tendencias y explicaciones del pasado tomándola como base para realizar predicciones en el futuro (Stoot y Ramil, 2014).

El estudio del subsector turismo se debe analizar como un fenómeno social con tendencia al cambio por eso es pertinente y válido implementar el estudio del caso en esta investigación.

La metodología de investigación mixta es el más indicado para este tipo de actividad ya que utiliza cinco fases similares que se relacionan entre sí:

1. Se llevan a cabo mediante la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones e ideas, resultado de las evaluaciones realizadas.
3. Prueban el grado en que estas suposiciones o ideas tienen su fundamento investigativo.
4. Se revisan las suposiciones sobre las bases o pruebas del análisis realizado.
5. Propone nuevas observaciones y evaluaciones para generar nuevas ideas, para aclarar y modificar los planteamientos ya propuestos (Hernández, Fernández, Baptista, 2003).

La metodología de investigación permitió recolectar evidencias directamente en los territorios a evaluar donde se entrevistaron turistas, trabajadores y propietarios de establecimientos comerciales a la vez se pudo observar las poblaciones más frecuentadas por los visitantes y de esta forma poder realizar una comparación de los resultados obtenidos frente al criterio observador del investigador.

En la presente investigación se llevan a cabo 3 etapas de estudio a saber:

1. Recopilación de información secundaria mediante la revisión de literatura donde se han consultado los temas concernientes al turismo nacional e internacional, ¿el cómo interviene en la producción nacional?, ¿se ha realizado una caracterización de los sectores que están involucrados en el proceso investigativo.?
2. Recopilación de información primaria que permite detectar la problemática del sector turismo, las debilidades y fortalezas en cuanto al desarrollo sostenible mediante la aplicación de un cuestionario debidamente elaborado para realizar contacto directo con las personas involucradas en el proceso.
3. Análisis, sistematización y redacción del estudio y sus resultados, este proceso se está realizando al momento de presentar este avance de investigación (Hernández, Fernández, Baptista, 2003).

Resultados

La investigación del desarrollo sostenible frente al turismo en la provincia de Gualivá se viene trabajando como una investigación adjunta y como uno de los resultados del macro proyecto

de investigación del estudio del subsector turismo en el departamento de Cundinamarca desarrollado en la Universidad de Cundinamarca.

La provincia de Gualivá es una subregión del departamento de Cundinamarca y está conformada por 12 municipios que son Albán, La peña, La Vega, Nimaima, Nocaima, Quebradanegra, San Francisco, Sasaima, Supatá, Útica, Vergara y Villeta.

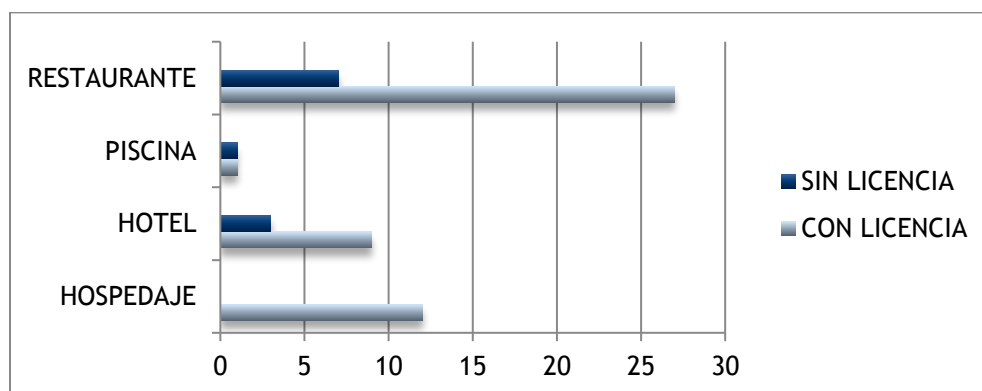
Entre los temas más relevantes que se obtuvieron en la investigación de demanda se encuentra.

Cuadro N 1 Legalización de Establecimientos comerciales

	CON LICENCIA	SIN LICENCIA	TOTAL
HOSPEDAJE	14	0	14
HOTEL	9	3	12
PISCINAS	2	1	3
RESTAURANTE	28	7	35

Fuente: Autor

Gráfica 1 Legalización de establecimientos comerciales



Fuente : Autor

En la gráfica se puede observar que fueron entrevistados trabajadores y propietarios de 64 establecimientos en los cuales se destaca 28 restaurantes por no estar legalizados que corresponde a un total de 43.75% del total de entrevistados.

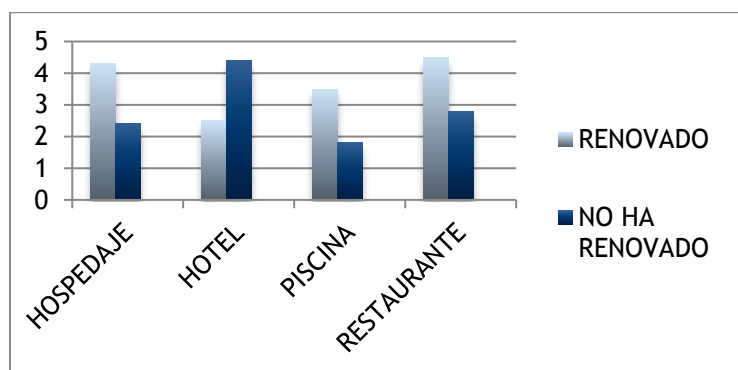
Del total de 64 establecimientos, 53 de estos, que corresponde a 82.81% manifiestan que tienen su licencia de funcionamiento al día de acuerdo a su actividad económica y 15 establecimientos que corresponde a 23.44% manifiestan que no tienen la licencia requerida para ejercer sus actividades económicas pues es difícil cumplir con todos los requisitos de ley.

Cuadro N 2: Renovación de documentos

	RENOVADO	SIN RENOVAR	TOTAL
HOSPEDAJE	9	3	12
HOTEL	9	7	16
PISCINAS	2	1	2
RESTAURANTE	10	23	33

Fuente : Autor

Gráfica 2: Renovación de documentos



Fuente : Autor

De los entrevistados 34 de 64 establecimientos no habían renovado el registro mercantil ante cámara y comercio al día que se realizó la entrevista evidenciando la poca participación que estas tienen en el mercado legal en los que se destaca 23 de 33 restaurantes representando el 35% del total de los entrevistados. Solo un establecimiento que equivale a 1.56% entre

todos los entrevistados manifiestan no tener registro mercantil ya que nunca la han necesitado.

Cuadro N 3: Capacitación al personal

	SI	NO
CAPACITACIÓN	27	37

Fuente : Autor

Gráfica N 3: Capacitación al personal



Fuente : Autor

Del total de 64 establecimientos, manifiestan que en 37 no capacitan a sus trabajadores correspondiendo a un 57.81%, es difícil que una empresa pueda tener desarrollo sostenible cuando no se preocupa por el bienestar de sus trabajadores, no les capacita y no les prepara para desempeñar un buen trabajo.

De los 27 establecimientos que si permiten la capacitación a sus trabajadores se destaca el SENA como entidad preferida para el desarrollo de estas actividades puesto que 19 entrevistados manifestaron que esta entidad les capacita, 13 personas afirmaron haber recibido capacitación en manipulación de alimentos, 13 servicio al cliente y 6 de turismo.

Análisis de la información

De los 64 establecimientos donde se han entrevistado tanto a propietarios como a funcionarios, se evidencia el poco compromiso con la responsabilidad social ya que en la mayoría de estos no capacitan a sus trabajadores y gran parte de los que han tomado capacitaciones lo han hecho en el SENA como entidad gubernamental evitando estas responsabilidades con los empleados dejándola en manos del estado.

Cuando se analizó el DOFA muchos entrevistados coinciden que una de las debilidades más comunes es la falta de inversión en las poblaciones y los sitios turísticos dejando nuevamente esta responsabilidad en las entidades gubernamentales, la falta de aseo y poca seguridad en las poblaciones.

Los comerciantes se han dejado de preocupar por los daños que estas entidades ocasionan en el medio y esperan que con el dinero del municipio se inyecte inversión para mejorar el turismo y la prestación de servicios olvidando que son ellos mismos los que contaminan y desmejoran el medio ambiente, en cuanto a la seguridad afirman que esto es un proceso de orden público y que solo la ley competente puede intervenir en el mismo pero no se unen y conforman frentes de seguridad ya que existe una confrontación constante con temas relacionados a la competencia.

De 356 turistas entrevistados, la gran mayoría coincide en que el mayor atractivo que tienen las regiones es el clima, además manifiestan que la calidad en la alimentación ha bajado y los precios han aumentado, existe mucha inseguridad, aunque los residentes de los sectores afirman lo contrario ya que mediante el cosquilleo roban equipos móviles y billeteras pero las autoridades hacen caso omiso a las quejas afirmando que es descuido de las mismas personas por perder sus elementos.

En cuanto a las vías de acceso se puede afirmar que el 90% de los visitantes que llegan con vehículo propio tienen un concepto negativo de las mismas puesto que no hay mantenimiento de estas, existe poca señalización y los controles que existen solo están buscando comparendos más no dar información y protección al viajero.

En cuanto a los sitios turísticos los visitantes afirman que los sitios privados son bien cuidados y hay buen servicio aunque se percibe alta rotación de los trabajadores, pero los sitios turísticos que están al aire libre están llenos de basuras, están deteriorados, destruidos e incluso sitios con mucha historia han sido llenados de grafitis indicando el poco compromiso del ciudadano visitante en la protección del medio ambiente, pero también se destaca los comerciantes de las zonas que poco o nada les importa esta degradación ya que dicen que es el municipio y el departamento los que deben cuidar y preservar estos ecosistemas, dejando en claro la poca participación e importancia que existe en el desarrollo sostenible entre turistas y comerciantes.

Muchos turistas han optado por traer los alimentos desde sus casas ya que los altos precios de los restaurantes les ha obligado a cambiar los hábitos de consumo, claro está que en la entrevista se analizó información de todos los estratos sociales que frecuentan las diferentes zonas por lo que hubo mucha diversidad en las respuestas enriqueciendo el análisis de la información puesto que todos los visitantes no tienen la misma capacidad adquisitiva.

Conclusiones

El desarrollo sostenible se concibe como la perfecta armonía entre, la sociedad y la empresa donde todo debe girar buscando el beneficio de ambos ya que cada uno de esos elementos necesita del otro para poder existir, pero se puede observar en la investigación desarrollada que aunque existan personas comerciantes y visitantes que protegen y cuidan el ecosistema, también existen aquellos que esperan que sea el estado representado por las alcaldías y las gobernaciones las que interfieran en el cuidado y la protección de la naturaleza.

El desarrollo sostenible es algo que se aprende y se inculca en las sociedades como parte de los valores ciudadanos ya que permite vivir en armonía con la sociedad y el medio ambiente y con el sector empresarial, por eso es necesario que los involucrados directamente en este proceso que son los comerciantes se concienticen que deben trabajar en equipo buscando el desarrollo de sus regiones y no esperando las campañas y fiestas de la alcaldía para atraer turistas, y que se deben unir formando un frente de protección y

enseñanza al turista para que este participe en la protección y cuidado de las regiones que frecuenta.

Se puede apreciar que el desarrollo sostenible en la provincia de Gualivá está en un proceso de decadencia ya que los pobladores dependen económicamente del turismo y han dejado de ser autosuficientes puesto que en las entrevistas manifiestan la dependencia a las entidades gubernamentales para cualquier tema que trate el desarrollo y crecimiento de la región, han dejado de invertir por sí mismos en el progreso esperando que las alcaldías lo hagan por ellos, han dejado de cuidar el ecosistema descargando la responsabilidad en las entidades públicas y los turistas que llegan a sitios de esparcimiento público como ríos, cascadas, rutas y caminos y dejan basuras por todo lado, destruyen el ecosistema, rayan y hacen grafitis en sitios arqueológicos, desplazan especies nativas y hacen traslado de flora y fauna ya que muchos de ellos llevan especies foráneas a otros sectores generando una degradación constante en la naturaleza.

Finalmente se puede afirmar que el desarrollo sostenible se está convirtiendo en un intercambio económico donde se beneficia el que mayor poder comercial tenga.

Referencias- Bibliografía

Araque, R. Montero, J. (S.F). La Responsabilidad Social de la Empresa a Debate. Barcelona. Recuperado el 12 de enero de 2017, de <https://books.google.es/books?id=98I3I5RJJncC&pg=PA269&dq=desarrollo+sustentable,+contribuciones&hl=es&sa=X&ei=yip0VlRnAsekqgTT94PAAQ&ved=0CCcQ6AEwAQ#v=onepage&q=desarrollo%20sustentable%2C%20contribuciones&f=false>

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. McGraw Hill Interamericana. México. Recuperado el 23 de julio de 2017, de <http://metodos-avanzados.sociales.uba.ar/files/2014/04/El-proceso-de-la-investigacion.pdf>

Manual de Cultura Turística. (S.F). Manual de Cultura Turística: Programa de asistencia a pequeños hoteles de Centroamérica. Recuperado el 5 de julio de 2017, de. <http://www.bionica.info/biblioteca/ManualCulturaTuristica.pdf>

Mulder, K (2007). Desarrollo Sostenible para Ingenieros. Barcelona, España. Recuperado el 11 de enero de 2017, de https://books.google.es/books?id=9F11TI_uMMAC&printsec=frontcover&dq=desarrollo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=sb2xVMTFB5fdsATvp4CwAw&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q=desarrollo%20sostenible&f=false

OCDE. (2014). Recuperado el 10 de enero de 2017, de www.oecd.org/centrodemeico/estadisticas/

Plan sectorial de turismo. (2014). Plan sectorial de turismo 2014 – 2018: Turismo para la construcción de paz, Recuperado el 3 de abril de 2017, de. http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file

Pérez, L (2007). *Los desarrollos de la sustentabilidad: desarrollo, consumo y ambiente*. Buenos Aires, Colihue. Recuperado el 11 de enero de 2017, de https://books.google.es/books?id=jk77LWgX6doC&pg=PA101&dq=origen+del+desarrollo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=O9CxVM7AE5b_sATfgIGgCg&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q=origen%20del%20desarrollo%20sostenible&f=false

Simposio sobre Ética y Desarrollo Sustentable, (2002). Manifiesto por la Vida por una Ética para la sustentabilidad. Bogotá, Colombia. Recuperado el 9 de enero de 2017, de www://ucimexico.mx/campusvirtual/moodle/pluginfile.php/11925/mod_book/chapter/627/ManifiestoPorLaVida.pdf

Stoott, L. Ramil, X. (2014). Metodología para el desarrollo de estudios de caso. Centro de innovación en tecnología para el desarrollo humano. Universidad Politécnica de Madrid.

España. Recuperado el 23 de julio de 2017. De. http://www.itd.upm.es/wp-content/uploads/2014/06/metodologia_estudios_de_caso.pdf

UNESCO (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial Cultural*. Organización de las naciones unidas para la educación la ciencia y la cultura. Paris, Francia.

Recuperado el 11 de enero de 2017, de

<https://books.google.es/books?id=GbjfBAAAQBAJ&pg=PA23&dq=antecedentes+filosóficos+del+Desarrollo+Sostenible,&hl=es&sa=X&ei=kJ2xVNe3MaexsASGx4GoCw&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q=antecedentes%20filosóficos%20del%20Desarrollo%20Sostenible%2C&f=false>

ENCUENTRO SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Gestión ambiental y responsabilidad social en medianas empresas de los municipios de Fusagasugá y Girardot

María Camila Franco Arévalo e-mail: camicamifrancoa@hotmail.com

Yuri ximena vargas sierrae-mail: yuyis1795@hotmail.com

Mg. Noe Jimenez Rodriguez. Investigador principal proyecto convocatoria interna. Grupo Arado.

Elizabeth Ann Escobar Cazal, Universidad de Cundinamarca. elizanne21@yahoo.com.

Docente Investigador Programa Administración de Empresas, Fusagasugá.

María Cristina Velásquez Ardila, Universidad de Cundinamarca. cristinavardila@hotmail.com. Docente Investigador Programa Administración de Empresas, Fusagasugá.

RESUMEN

La falta de estrategias relacionadas con la responsabilidad social y ambiental por parte de los empresarios ha conllevado a que sus procesos productivos generen contaminación ambiental, afectando los ecosistemas sociales y naturales. Por este motivo se plantea el siguiente proyecto de investigación, que tiene como propósito, conocer las acciones que implementan actualmente las empresas de los municipios de Fusagasugá y Girardot para mitigar el impacto ambiental o manejar adecuadamente los recursos naturales. Posee un enfoque mixto y en concordancia con el propósito, el tipo de investigación es un estudio de caso, de nivel es descriptivo. Como resultados esperados, se tienen en primer lugar obtener un diagnóstico sobre la gestión ambiental que cumplen los empresarios de las medianas empresas y las acciones que implementan en el tema de la responsabilidad social. En segundo lugar, caracterizar las estrategias que contribuyen al desarrollo sostenibles de las medianas empresas, unidades de estudio.

Palabras claves

Medio ambiente, Sociedad, Medianas Empresas, Responsabilidad, Estrategias.

Eje tematico. Entorno Economico y Ambiental.

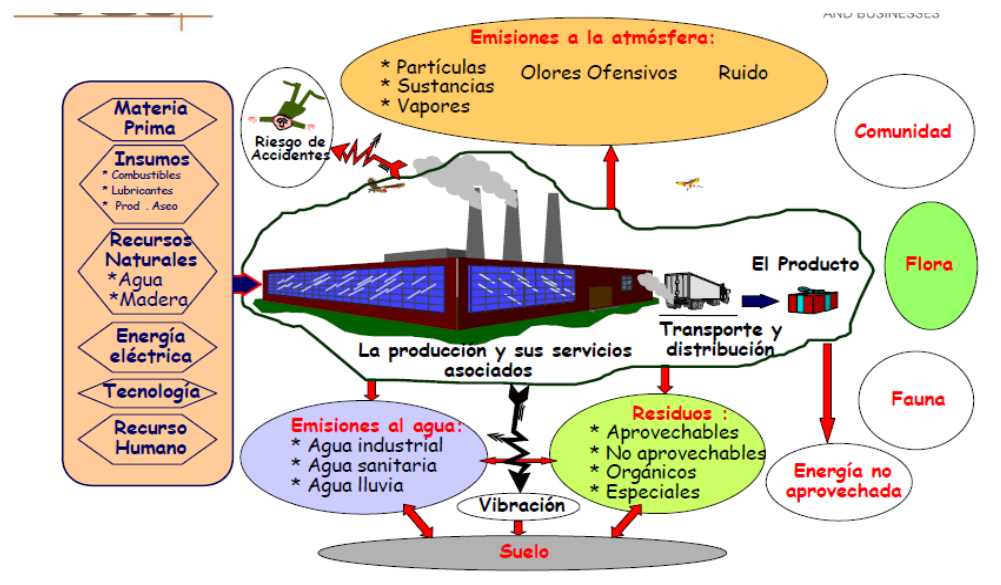
INTRODUCCIÓN

Actualmente la economía en Colombia, está predominada por las Medianas Empresas, donde producto de sus actividades, han afectado directamente el medio ambiente que les rodea, impactando considerablemente los recursos naturales, la calidad de vida de las personas y el desarrollo social.

Este hecho no solamente sucede en Colombia, también pasa a nivel mundial. Los daños ambientales son evidentes, un ejemplo de ello, es el caso de la contaminación del recurso hídrico, por residuos químicos que generan algunas industrias, llegando a aguas dulces, alterando el ecosistema, que de una u otra forma afectan a la población. Otro caso es, que cabe resaltar, es que más del 80% de las personas que viven en áreas urbanas, se encuentran expuestas a la contaminación del aire, según expuso la Organización Mundial de la Salud (OMS), donde más de 3.000 ciudades en 103 países, superan los niveles de contaminación atmosférica.

Pero no solo los humanos están

seres se viendo



© SGS SA 2012 ALL RIGHTS RESERVED. Figura 2: Aspectos Ambientales. Fuente: SGS Academy

afectados por la contaminación producida por las empresas, sino que también, las especies de vida animal y vegetal, los ecosistemas naturales, que, a nivel global, han sufrido las consecuencias, muchas veces irreparables, como es su misma extinción, o también, mutaciones genéticas que afectan bienestar de la humanidad.

De aquí surgen preguntas como ¿Qué acciones institucionales están implementando las empresas, para mitigar el impacto ambiental y cumplir con su responsabilidad social? ¿Cuáles estrategias organizacionales de carácter ambiental o de responsabilidad social están creando las empresas para mejorar la calidad de vida de la población?

Actualmente las estrategias sociales y ambientales se han convertido en una prioridad de las organizaciones a nivel global, debido que buscan rescatar la conciencia ambiental, social, cultural y ética, en sus propias organizaciones, constituyéndose en una modalidad de innovación y competitividad en el entorno empresarial. Además, muchas políticas gubernamentales, buscan que las empresas, se comprometan con el mejoramiento y cuidado del medio ambiente, o que implementen acciones que lleven a mejorar la calidad de vida y de la sociedad.

Ante estas situaciones, el siguiente proyecto busca analizar que están haciendo las medianas empresas frente a la protección del medio ambiente, específicamente, pretendiendo identificar la situación ambiental y el grado de sostenibilidad (económico, social y ambiental) de las medianas empresas que se encuentran ubicadas en los municipios de Fusagasugá y Girardot. Esto, con el fin de reconocer, las estrategias de gestión ambiental y de responsabilidad social por parte de dichas empresas y las acciones institucionales que están implementando para mitigar el impacto ambiental y cumplir con su responsabilidad social.

FUNDAMENTO TEÓRICO

Según Iparraguirre (2009), la teoría desarrollista, se ha venido apartando de la visión puramente economicista, para establecer una clara subordinación, del crecimiento económico, a los objetivos del desarrollo sostenible, donde el crecimiento económico, no debe ser el fin de las políticas de los países, sino el medio, que facilite el desarrollo de los seres humanos.

Algunos otros autores, sugieren que a la par de la producción de bienes o servicios, la empresa debe incorporar un conjunto de actividades y acciones adecuadas al manejo integral del sistema ambiental dentro y fuera de la empresa, conocido como, *Sistema de Gestión Ambiental*, -SGA- entendida como, “la estrategia mediante la cual se organiza las actividades antrópicas que afectan al ambiente, con el fin de lograr una adecuada calidad de vida, previniendo o mitigando los problemas ambientales”. (Eco campus, s.f.).

1. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Franco y Arias, (s.f.) en su trabajo estado del arte de los sistemas de gestión ambiental y procesos de producción más limpia en empresas del sector productivo de Pereira y Dosquebradas, citando a Esteban, (1994), y a Ortega y Rodríguez, (1994, p.24), comenta que el S.G.A., es un conjunto de acciones que permitan lograr la máxima racionalidad en el proceso de toma de decisión relativa a la conservación, defensa, protección y mejora del ambiente, mediante una coordinada información interdisciplinaria y la participación ciudadana.

También se entiende, como el conjunto de actuaciones y disposiciones encaminadas a lograr el mantenimiento de un capital ambiental suficiente para que la calidad de vida de las personas y el capital natural sean los más elevados posibles. Se traduce en actividades, medios, técnicas e investigaciones que permiten conservar los elementos de los ecosistemas y sus relaciones.

Es así, como como en el ámbito mundial y nacional, se crea una norma técnica sobre la gestión ambiental, para que las empresas tengan un derrotero que les permitan guiar o implementar acciones tendientes a mitigar, prevenir o proteger el medio ambiente y los recursos naturales.

Dicha norma es la NTC ISO 14001:2015, cuyo propósito es proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. Esta norma especifica requisitos que permitan que una organización logre los resultados previstos que ha establecido para su sistema de gestión ambiental.

La norma NTC 14001, se ajusta a los requisitos de la ISO internacional, para todas las normas de los Sistemas de Gestión. Los requisitos incluyen una estructura de alto nivel, texto básico idéntico y los términos comunes con definiciones muy básicas que han sido diseñadas para beneficiar a los usuarios de aplicación de múltiples normas de sistemas de gestión ISO. Este estándar internacional no incluye requisitos específicos para otros sistemas de gestión, como puede ser la calidad, la salud y la seguridad laboral, además de la energía o la gestión financiera. (ICONTEC internacional, 2015)

A través de los sistemas de gestión ambiental, las organizaciones han logrado incorporar la componente ambiental. Estos, constituyen un instrumento con gran potencial para alcanzar un comportamiento ambiental adecuado y eficaz, a pesar de que hasta ahora ha primado la mejora de la imagen de la empresa y la competitividad de la misma frente a otras empresas de su sector de actividad (CABALLERO, 2014)

El sistema de gestión ambiental es la orientación de una organización para lograr una estabilidad y equilibrio con el medio ambiente previniendo impactos ambientales, emanaciones, vertidos, contaminación y mal aprovechamiento de los recursos naturales, esto por medio de una estructura organizada, responsable, planificando actividades, procedimientos, procesos y recursos para desarrollar, implementar, revisar y mantener la política ambiental.

Para que un sistema de gestión ambiental sea preciso, debe tenerse en cuenta (BRIO Y JUNQUERA, p.106 (2010):

- Fuerzas externas: como la regulación, las demandas de los consumidores y clientes, y las reacciones de la comunidad
- Fuerzas internas: como los empleados, y de modo especial, el personal técnico y de la planta de operaciones
- Oportunidades de marketing: por ejemplo, difundiendo el contenido reciclable de su producto y de su envase
- Necesidad de perfeccionamiento continuo: ya que las revisiones medioambientales pueden referirse tanto al diseño de los productos como a los sistemas de producción.

Según Latorre, citado por Rafael Muriel (2010), explica que la Gestión Ambiental, puede considerarse como una tarea que comprende la evaluación, planificación, puesta en marcha, ejecución y evaluación del conjunto de acciones físicas, financieras, reglamentarias, instituciones, de participación, concertación, investigación y educación, con el fin de mejorar la calidad ambiental objeto de acción, en este caso el entorno de la empresa.

En los últimos años, a la par de la incorporación del sistema de gestión ambiental en la empresa, ha surgido la idea de que los administradores de empresas, tengan un

pensamiento ambiental y sostenible, lo que ha conllevado a surgir el concepto de “gerencia ambiental”, el cual ha sido implementado bajo diferentes perspectivas y con diversos enfoques. Sin embargo, recientemente se ha relacionado su importancia con el desarrollo económico y social. De esta manera las empresas, buscan ahora ventajas a través de estrategias de producción más limpia y desarrollo de los productos sostenibles; para estos, las empresas han estimulado la gestión ambiental en las empresas, implementando distintos programas y herramientas con sus propios enfoques y metas específicas (FORERO Y MUÑETON, 2016).

En estos contextos, la empresa siempre tiene que adaptarse, debe estar enfrentándose constantemente al cambio de la demanda de los consumidores, de la tecnología y de la legislación. En este sentido el medio ambiente es el último cambio.

Rubio, (2002), comenta que las Percepciones Empresariales en torno al Medio Ambiente se observan desde distintas perspectivas:

- Oportunidad de Negocio
- Indiferencia
- Elemento Integrado en la Gestión

Agrega la autora, que el interés por los temas medioambientales ha alcanzado a todos los estamentos de la sociedad, y la preocupación por los problemas medioambientales no queda restringida a los consumidores. Dice, que las Actitudes de la Dirección hacia el medio ambiente pueden clasificarse en seis categorías:

- Altruista: Protege el medio ambiente porque está convencido.
- Positiva con Planes: Hace planes positivos para proteger el medio ambiente como cuestión de buena gestión empresarial.
- Positiva sin Planes: Reconoce la necesidad de hacer algo, pero no tiene planes.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) entendida como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, va cobrando cada vez mayor importancia en la gestión empresarial como un activo intangible cuya gestión genera ventajas competitivas en la empresa y favorece el desarrollo sostenible.

La emergencia del concepto de RSC está relacionado directamente con la emergencia de nuevos valores en la sociedad que se van a centrar fundamentalmente, en la importancia otorgada a los aspectos sociales en la organización (OLABE, 2002; GALLARDO, Y CASTILLA, 2005).

El objetivo de la RSC es el suministro de elementos de dirección y gestión orientados a innovar y mejorar el impacto de las empresas, de forma que éstas generen externalidades socialmente responsables (AECA, 2004).

La estrategia define la dirección a tomar una vez se acuerda cuál será la misión, cuales los valores de la entidad y finalmente se fijan las estrategias que den forma al futuro del sistema. Si la empresa incluye la responsabilidad social en todo el proceso, estará diciendo que no sólo es importante para alcanzar los objetivos, sino que también importa cómo se alcanzan (GARCÍA, 2011)

La literatura consultada, establece diferentes clasificaciones de las teorías y enfoques de RSE, entre ellos se cuenta a Lantos (2015), que analiza cuatro benchmarks de compromiso de recursos en actividades de responsabilidad social:

- 1) Visión de generación de ganancias como fin único: La misma está encuadrada en el ámbito económico de la RSE, en donde la generación de ganancias es el fin único de la empresa y su único deber con la sociedad es respetar las leyes vigentes (normas explícitas). Aquí la idea es generar el máximo de utilidades mientras se respeten las leyes.
- 2) Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado: La segunda corresponde también es una visión económica de la RSE, pero además de cumplir la ley, la empresa se entiende como una entidad que respeta tanto las leyes como las normas tácitas dadas por el entorno en que se desenvuelve.
- 3) Visión de bienestar social: En esta visión se lleva la ética a un nivel superior, donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y hacerse responsable de él (gestión de externalidades negativas), integrando en esta visión las relaciones existentes con los diversos grupos de interés de una empresa.
- 4) Visión de empresa al servicio de la comunidad: esta visión corresponde a una visión altruista donde la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar en la sociedad (derramar beneficios sociales).

Emilia Garcia Arthus (2011), en su libro sobre *La Responsabilidad Social en el ámbito de la Teoría del capital Intelectual*, explica que se han formulado cuatro (4) enfoques sobre la RSC, a saber:

Primer Enfoque : Teorías Instrumentales

Quispe, Castellanos, & Valenzuela, (2015), comentan que las Teorías Instrumentales, apuntan al estudio de las actividades sociales que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial. Para este primer enfoque, las empresas buscan desarrollar actividades de RSE siempre que estas acciones estén ligadas a la obtención de mayores beneficios económicos para sus accionistas. Bajo este enfoque, existe una relación directa entre RSE y creación de riqueza y sólo el aspecto económico de la interacción entre la sociedad y la empresa es el que importa al momento de llevar a cabo el negocio.

En este sentido, la ejecución de actividades socialmente responsables con la intención de mejorar la percepción del cliente, es considerada por los autores como un intercambio, en el sentido de que se entregará responsabilidad social a cambio de que los clientes entreguen

una percepción de productos de mayor calidad, valoración de marca y mejora en la reputación, entre otros aspectos. Las empresas al ser responsable socialmente obtienen una mejor imagen, buena reputación, sentido de lealtad, respeto y responsabilidad.

Por otro lado, Lutz, R. (1996), citado por Quise y otros, establece que debe ser un proceso de percepción, deliberación y capacidad de adaptación para definir recursos y capacidades sociales que pueden generar ventajas competitivas para las empresas. Es decir, la idea fundamental de esta vertiente es que existen capacidades dinámicas, con las cuales se pueden crear nuevos recursos, modificarlos, combinarlos o integrarlos, para evolucionar y crear nuevas estrategias generadoras de valor.

Segundo Enfoque : Teorías Integradoras

En este enfoque Emilia Garcia, (2011), describe como se desarrollan una serie de estudios que buscan explicar el desarrollo de actividades de RSE por el deseo de integrar diversas demandas sociales.

Citando a autores como Vogel, (1986) y Wilcox, (2005), explican cómo entre estas demandas destaca el cumplimiento de las leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa. El cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas por una sociedad representan las instituciones que estructuran las interacciones políticas, económicas y sociales. Bajo este enfoque de estudio de RSE, las empresas deben respetar las instituciones establecidas en cada sociedad.

Mientras que citando a Carroll, comenta que dicho autor, plantea que para la existencia de una definición de RSE, que englobe todos los aspectos que se deben considerar, debe incluir las categorías económica, legal, ética y discrecional, en el sentido de "intención deliberada" del desempeño del negocio.

1. Responsabilidades Económicas: Los negocios están en primer lugar y su fin último es obtener utilidades. Asimismo, las empresas tienen la responsabilidad de producir los bienes y los servicios que la sociedad necesite, de modo que pueda lograr maximizar las ganancias para sus dueños y accionistas.

2. Responsabilidades Legales: Las sociedades modernas se desarrollan bajo reglas, leyes y regulaciones en general predispuestas para que sean cumplidas por los diferentes negocios. En sí mismos, los requisitos legales reflejan qué comportamientos son considerados como importantes y válidos para la sociedad, por lo que la empresa debería por definición cumplirlos para poder lograr sus objetivos económicos.

3. Responsabilidades Éticas: Propone que un comportamiento ético no necesariamente está escrito en la ley y puede que no necesariamente vaya a favor de los intereses económicos de la empresa. En estas responsabilidades se consideran factores como la equidad, justicia, imparcialidad, respeto de los derechos de los individuos y no hacer daño a la comunidad. Bajo esta mirada se expresan una serie de normas sociales que, si bien no están

explícitamente destacadas en leyes, son normas tácitas que igualmente deben cumplir las organizaciones.

4. Responsabilidades Discrecionales: Carroll considera a esta última responsabilidad como aquella puramente voluntaria y guiada por el deseo de la compañía en hacer contribuciones sociales que no están incluidas en los mandatos económicos, ni en las leyes o en la ética. En este nivel se incluyen contribuciones filantrópicas de las cuales no se esperan retribuciones para la compañía y que no son esperadas por la comunidad.

Tercer Enfoque. Teorías de Carácter Político

Este enfoque enfatiza el poder social que adquiere la compañía en la medida que se ve inserta en una sociedad. Particularmente, los estudios al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participa, el cual viene dado por el poder e influencia que tiene cada empresa sobre la economía.

Como explica García (2011), bajo esta mirada la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.

Agrega la autora, que el enfoque empírico tiene relación con todo aquello que es observable de antemano a la hora de fijar o establecer reglas de conducta (lo que es). Esto quiere decir que no se realiza un juicio de valor para establecer parámetros de conducta, sino que primero se observa lo que ocurre en la realidad de las relaciones o interacciones entre individuos. Para el caso de los negocios, se adoptan normas en base al comportamiento real de las organizaciones, tanto en su forma de tomar decisiones, como en su modo de llevarlas a cabo, ante lo cual no se establece la idea de una imposición de normas predefinidas mediante alguna clase de juicio valórico.

Prosigue explicando, que el enfoque normativo, por su parte, se refiere a aplicar reglas en base a un parámetro ideal o a paradigmas preestablecidos que pueden no guardar relación con la manera en que realmente funcionan las organizaciones o las relaciones entre personas (lo que debe ser). Los conceptos normativos implican ideas que no necesariamente se dan en la práctica ni en las estructuras de negocios existentes. Esto quiere decir que se realiza un análisis ex-antes de lo que se espera con respecto a la ética, para luego aplicarlo, o de alguna manera exigirlo, a los agentes o individuos involucrados.

Cuarto enfoque: Teorías sobre la Ética y la Moral en los Negocios

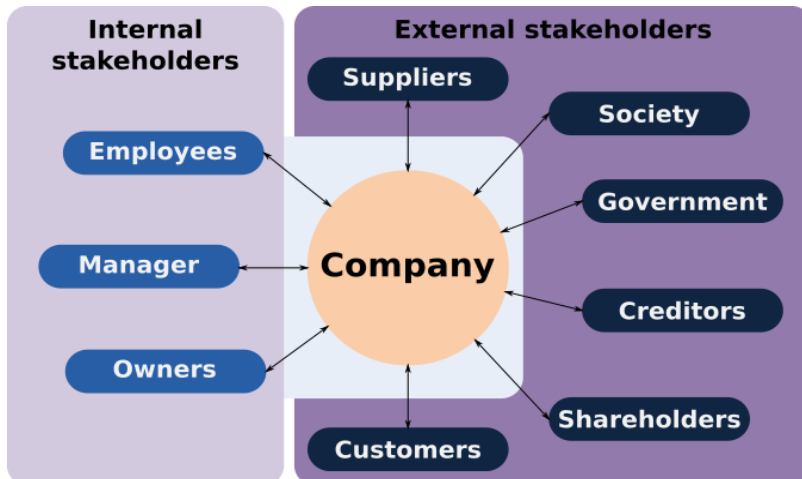
En este enfoque se analiza el desarrollo de las actividades de RSE en respuesta al cumplimiento de derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de la fuerza de trabajo, el respeto por el medio ambiente, la preocupación por un desarrollo sustentable, considerando actividades de negocio que presten atención al progreso tanto de las generaciones presentes como las futuras. De forma particular, el análisis está basado en el desarrollo de acciones correctas en beneficio del bien común.

Freeman, citado por García (2011), enfatiza que se debe entender a los diversos grupos de interés, más allá de ver la competencia por los recursos dispersos y limitados, donde la razón fundamental de la actividad económica tiene que ver con la red que se forma entre los distintos actores y la colaboración y cuidado entre todos, propone que cada actor involucrado directa o indirectamente en las actividades de la empresa es parte del eslabón que agrega valor y bienestar para todos. En este sentido se definen a los grupos de interés como:

1. Stakeholders en sentido amplio : Cualquier grupo o individuo que puede afectar los objetivos de la organización o quien es afectado por las actividades que realiza la empresa. Algunos ejemplos Grupos políticos, grupos de presión, agencias de gobierno, asociaciones de comercio, competidores, uniones, todos los empleados, segmentos de clientes, dueños y accionistas.
2. Stakeholders en sentido restringido: Cualquier grupo o individuo con el cual la empresa interactúa y de los cuales depende para poder sobrevivir. Algunos ejemplos. Empleados, clientes, proveedores, instituciones financieras, dueños y accionistas y, en general, todos los grupos asociados en un sentido restringido.

Asimismo, Freeman, clasifica a los Stakeholders en dos nuevas dimensiones:

1. Primera: Se relaciona con los intereses que tiene un Stakeholders con la empresa en dos ámbitos, de capital y económico. Dueños y accionistas tienen intereses de capital. Clientes y proveedores tienen un interés económico.
2. Segunda: Tiene relación al poder, el cual va desde el poder formal de los Stakeholders (poder político) hasta el poder económico de los clientes y de otros grupos directamente interesados en las actividades de la empresa. En este sentido, se define como poder económico a la habilidad de los grupos que pueden influir en las decisiones de mercado. Asimismo, se define poder político a la habilidad de los grupos para poder afectar procesos políticos que afectan las actividades de la empresa.



Tomado de [https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_theory#/media/File:Stakeholder_\(en\).svg](https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_theory#/media/File:Stakeholder_(en).svg)

METODOLOGÍA

El trabajo de investigación “*Gestión Ambiental Y Responsabilidad Social En Medianas Empresas de los Municipios de Fusagasugá y Girardot*”, posee un enfoque mixto, ya que se manejan variables cualitativas y cuantitativas. Es cuantitativo, porque se tienen en cuenta datos numéricos que se generan de las encuestas que se aplicaran a las empresas tomadas como muestra de estudio. Y es cualitativo debido porque algunas de las variables se presentarán los resultados en términos de caracterizar, dichos fenómenos observados.

El tipo de investigación es un estudio de caso, de nivel descriptivo, lo cual permitirá identificar las estrategias que utilizan las diferentes empresas orientadas hacia la sostenibilidad empresarial y sus acciones de cumplimiento en la responsabilidad social corporativa.

En cuanto a la población y muestra, se tomará el número de medianas empresas registradas en las Cámaras de Comercio de Fusagasugá y Girardot. Para la muestra, se tendrá en cuenta la fórmula estadística de tipo finita de la población total, que en principio deberá corresponder a un 30% de las organizaciones, las cuales serán seleccionadas aleatoriamente, y sobre las cuales se aplicarán los diferentes instrumentos de recolección de información (la observación participativa, la encuesta y la entrevista).

Respecto a las técnicas de recolección de información se tendrán en cuenta tres tipos, a saber: la observación, la encuesta y la entrevista. Para la primera técnica, el instrumento de recolección de información que se tendrá en cuenta será un diario de campo, en el que se registrarán datos de los procesos administrativos relacionados a la responsabilidad social y ambiental de las empresas de los municipios de Fusagasugá y Girardot, como complemento a esta técnica se utilizará como instrumento el registro fotográfico.

Para la segunda técnica se diseñará e implementará un formulario compuesto de 15 preguntas, de tipo cerrada y de opción múltiple. Este se aplicará a la muestra del 30% de las empresas que se encuentran en estos municipios.

Y finalmente la tercera técnica será diseñar un formulario semiestructurado de un máximo de 5 preguntas abiertas, la cual se aplicará a dos empresas por municipio, después de ser aplicados los instrumentos de recolección de información se procederá a tabularlos y analizarlos, utilizando para ello el programa de Excel.

En cuanto al proceso metodológico, se llevará a cabo (5) en cinco fases, en forma sistemática y cumpliéndose tareas en cada una de estas, así:

FASE I.

Las actividades que se llevarán a cabo serán: consulta de literatura, consulta a expertos en sistemas, en temas de Gestión ambiental y responsabilidad social corporativa.

FASE II.

Selección de los indicadores y parámetros de valoración de estrategias ambientales y de responsabilidad social. Estudio y selección de medianas empresas. Establecimiento de base de datos. Contactos iniciales.

FASE III.

Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de información Encuestas y entrevistas. Visitas a empresas con experiencias significativas. Toma de videos y material fotográfico.

FASE IV

Sistematización y procesamiento de datos. Análisis de resultados. Edición de video. Informes de avance. Presentación en eventos académicos.

FASE V.

Elaboración de informe final. Socialización de resultados para la apropiación social. Publicación del video.

BIBLIOGRAFÍA

AECA. (2004). *La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <http://aeca.es/old/tienda/rs3.pdf>

Brío González Jesús Ángel del y Junquera Cima de villa Beatriz. (2010). La Implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental ISO 14001 en la Empresa Española: Un Análisis de Casos. Tomado on line de [file:///C:/Users/ferney/Downloads/Dialnet/ImplantacionDeUnSistemaDeGestionMedioambientalIS-565135%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ferney/Downloads/Dialnet/ImplantacionDeUnSistemaDeGestionMedioambientalIS-565135%20(1).pdf)

CABALLERO R., Estefanía. (2014). Viabilidad e impacto de la Implantación de Sistemas Certificados en Organizaciones Nacionales e Internacionales. Consultado online.

<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/70599/fichero/4.sistemas+de+gesti%C3%B3n+medioambiental.pdf>

ECOCAMPUS. (s.f.) conceptualización de gestión ambiental. Consulta on line de: <https://www.uam.es/servicios/ecocampus/especifica/gestion.htm>

FORERO Salazar Julieth y MUÑETON Rincón Andrea; (2016). Formulación del Sistema de Gestión Ambiental NTC ISO 14001:2015 en la Empresa IRCC LTDA. Tomado de: <http://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9490/>

FRANCO V. Pablo & ARIAS V. Juan Luis. (s.f.) Estado de Arte de los Sistemas de Gestión Ambiental y Procesos de Producción más Limpia en Empresas del Sector Productivo de Pereira y Dosquebradas. Universidad Católica de Pereira. (PDF).

GARCÍA A. Emilia. (2011). *La Responsabilidad Social en el ámbito de la Teoría del capital Intelectual*. coruña: Atlantic Review of Economics. Obtenido de http://www.unagaliciamoderna.com/eawp/coldata/upload/vol2_2011_rsc.pdf

ICONTEC. (2015). *NTC- ISO 14001*. Bogotá D.C: ICONTEC. Obtenido de https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

IPARRAGUIRRE, A. M. (2009). *Formación del capital humano*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009>.

MURIEL Rafael Darío. (2006). Artículo Ideas Sostenibles, espacio de reflexión y comunicación en Desarrollo Sostenible. Consultado on line de: http://www.ficad.org/lecturas/lectura_uno_primera_unidad_gads.pdf

PEDRAZA, G. (2012). *Teoría Ambiental*. Obtenido de <http://teoadministrativas1.blogspot.com.co/2012/05/teoria-ambiental.html>

QUISPE, D. A., CASTELLANOS, v. O., & VALENZUELA, J. E. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Bolivia: Editora Presencia SRL. Obtenido de <http://www.kas.de/wf/doc/22089-1442-4-30.pdf>

RUBIO C. Victoria. (s.f.). La gestión ambiental en la pequeña y mediana empresa. *Departamento de industria y medio ambiente. Cámara de comercio, industria. y navegación de Castellón. EspaP DF)*