



lucentis





LOS LIBERTADORES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

Acreditación Institucional en Alta Calidad

La Fundación Universitaria Los Libertadores es una Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional

Presidente del Claustro

Juan Manuel Linares Venegas

Rectora

Ángela María Merchán Basabe

Vicerrector Académico

Vladimir Ballesteros Ballesteros

Vicerrectoría de Proyección Social y Relaciones

María Angélica Cortés Montejo

Vicerrector Administrativo y Financiero

Carolina Iannini Uribe

Decano Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Álvaro Luis Mercado Suárez

Director del programa de Administración del Turismo Sostenible

Eduardo Garzón Lombana

Director de los programas de Economía y Contaduría Pública

Daniela Gaitan Cotrino

Director del programa de Administración de Empresas a Distancia

Diana Geraldine Jiménez García

Revista Lucentis No. 14

ISSN digital: 2500 – 5618

Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Contacto:

revista.lucentis@libertadores.edu.co

Cra. 16 No. 63A - 68

COMITÉ EDITORIAL

Rosa Eugenia Reyes Gil

Editora

Melva Inés Gómez y José Vidal Castaño

Programa de Economía

Diana Geraldine Jiménez

Programa de Administración

Ana Milena Luengas

Programa de Administración Turística y Hotelera

Paula Navarro Pérez

Programa de Contaduría

Sandra Bohórquez Pacheco

*Facultad de Ciencia Económicas,
Administrativas y Contables-Cartagena*

Coordinadora Editorial

Heidy Lisbeth Giral Huertas

Diseño de Portada y Contenidos

Edward Efrén Melo Gómez

Lucentis es una revista que se proyecta como un espacio de comunicación de la comunidad universitaria a partir de la expresión, el fomento y la divulgación de productos académicos inéditos.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO

00

Editorial.

Dra. Rosa Eugenia Reyes Gil. Directora.

PAG 6

01

¿Cómo fortalecer las capacidades dinámicas de las mipyme de servicios de asesoría y consultoría para afrontar tiempos de crisis?*Leidy Johana Lancheros Gómez*

PAG 9

*Programa Administración de Empresas
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

02

La vida empresarial después de una pandemia.*Ivonne Andrea Herrera Mendieta*

PAG 20

*Programa Administración de Empresas
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

03

Estrategias de ajustes razonables enfocado en 10 atractivos turísticos de patrimonio arquitectónico religioso de la ciudad de Bogotá para la población en condición de discapacidad visual*Michelle Camila Peñuela Segura y
Paola Andrea Mosquera Sicuamia*

PAG 24

*Programa Administración Turística y Hotelera
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.*

04

Festividad del día de los difuntos en las comunidades Kamsa e Inga*Jessica Jazmín Marín Tapiero y
Leidy Lorena Herrera Herrera*

PAG 28

*Programa Administración Turística y Hotelera
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

05

Economía digital. Presente y futuro, revisión de caso: Colombia Y Chile*Maryuri Daniela Henao Toro y
Johan Fabian Ruiz Hernández*

PAG 33

*Programa Contaduría Pública
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

06

La economía digital y su impacto tributario*Natalia Beltrán Martínez, Lizeth Camacho Palomino
y Vanessa Muriel Agudelo*

PAG 40

*Programa Contaduría Pública
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

07

La bioeconomía en el cacao en Colombia: cambios en productividad y sostenibilidad*Brayan Nicolas Torres Acevedo*

PAG 46

*Programa Economía
Universidad de La Salle.*

08

Economía naranja: Retos y oportunidades para Colombia en el mercado chino*Andrés Felipe Méndez Díaz, Leidy Carolina
Ricaurte García y Danna Carolina Roncancio*

PAG 52

*Programa Economía
Fundación Universitaria Los Libertadores.*

09

Política Editorial e Instrucciones a los autores

PAG 56

000



000

EDITORIAL**REVISTA LUCENTIS. NÚMERO 14.
JULIO DICIEMBRE 2022.**

Dra. Rosa E Reyes Gil
Directora de la Revista Lucentis

***Fortaleciendo competencias
investigativas en nuestros
Semilleros de Investigación***

La Revista Lucentis de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, con el apoyo de la Dirección de Investigaciones de la Fundación Universitaria Los Libertadores, tiene el inmenso placer de presentar a todos sus distinguidos lectores la publicación del No. 14 de nuestra revista.

La Revista Lucentis se concibe como un espacio que propicia el encuentro entre los estudiantes de los diferentes Programas Académicos de las Facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables del país, para comprender y plantear problemas económicos y sociales que incentiven el debate, enriquezcan la formación de los estudiantes e inspiren la construcción del pensamiento crítico a partir del proceso de investigación.

Lucentis es una revista semestral de carácter académico y de acceso abierto cuyo contenido es generado por los estudiantes de los Programas de Contaduría Pública, Administración y Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Fundación Universitaria Los Libertadores y de otras universidades del país.

La revista recibe productos académicos relacionados con estas áreas, pertenecientes a cualquier corriente de pensamiento y provenientes de cualquiera de nuestras instituciones de Educación Superior. Los productos académicos susceptibles de ser publicados son: Artículos de investigación, Artículos de reflexión, Ensayos, Resultados de prácticas académicas, Presentaciones en eventos científicos para estudiantes y entrevistas.

En este sentido, la Revista Lucentis se concibe como un instrumento muy útil para la divulgación de los productos de investigación generados por los estudiantes que sigan la ruta investigativa planteada por la Fundación Universitaria Los Libertadores desde su Dirección de Investigación. En este contexto, los Semilleros de Investigación y los Cursos virtuales que los respaldan, constituyen una importante actividad que forma e incentiva a los estudiantes en el importante proceso de la investigación científica.

El presente número recoge algunos de los trabajos de investigación y reflexión presentados en el Semillero de Investigación para Estudiantes Semilleristas – SIES del año 2021. En ellos se encuentran reflejados los aportes generados por algunas investigaciones que han surgido de los Semilleros de Investigación de varias universidades del país. De manera general, presenta una variedad de tópicos de estudio que demuestran el progreso de la investigación en el seno de las Facultades de Economía y Ciencias afines en Colombia.

La Fundación Universitaria Los Libertadores espera que la lectura de este número sea del interés general del lector y despierte el deseo primario por la investigación y la participación en las próximas ediciones de la Revista Lucentis.

Pueden comunicarse con nosotros por el correo electrónico:

revista.lucentis@libertadores.edu.co

De igual modo, los invitamos cordialmente a leer los artículos publicados en el enlace <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/36>

01

**¿CÓMO FORTALECER LAS
CAPACIDADES DINÁMICAS DE LAS
MIPYME DE SERVICIOS DE ASESORÍA
Y CONSULTORÍA PARA AFRONTAR
TIEMPOS DE CRISIS?**

01

¿CÓMO FORTALECER LAS CAPACIDADES DINÁMICAS DE LAS MIPYME DE SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA PARA AFRONTAR TIEMPOS DE CRISIS?

Leidy Johana Lancheros Gómez
ljlancherosg@libertadores.edu.co

*Programa Administración
de Empresas
Fundación Universitaria
Los Libertadores.*

RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo analizar los mecanismos que tienen las mipyme de servicios de asesoría y consultoría para fortalecer las capacidades dinámicas con las cuales cuentan al momento de afrontar tiempos de crisis, que requieren reconfiguración de la organización y adaptación al cambio. Esta investigación se enmarca en una metodología cualitativa, que se encarga de identificar cómo fueron afectadas las empresas en algunas recesiones económicas del pasado, la influencia que tienen las diferentes capacidades dinámicas y su aplicación en las organizaciones para sobrellevar tiempos difíciles o crisis económicas, lo anterior nos lleva a conocer las especificidades de las empresas de servicios de asesoría y consultoría, para proponer algunas recomendaciones a estas Mipymes, de esta manera proteger su mano de obra, dar correcta gestión al conocimiento que en ella se encuentra, bajo una dirección estratégica que promueva el compromiso y motivación de todo su equipo de trabajo.

Palabras clave: Mipyme, Capacidades dinámicas, Crisis, Consultoría y asesoría.

ABSTRACT

This research project has a purpose to analyze the mechanisms that MSMEs have for advisory and consulting services to strengthen the dynamic capacities they have when facing times of crisis, which require reconfiguration of the organization and adaptation to change. This research is framed in a qualitative methodology, which is in charge of identifying how companies were affected in some economic recessions of the past, the influence that different dynamic capacities have and their application in organizations to cope with difficult times or economic crises. It takes us to know the specificities of the advisory and consulting service companies, to propose some recommendations to these MSMEs, in this way protect their workforce, give proper management to the knowledge that is in it, under a strategic direction that promotes the commitment and motivation of all your work team.

Keywords: MSME, Dynamic capacities, crisis, Consulting, and advice.

INTRODUCCIÓN

En un país como Colombia cuya economía emergente contiene tanto potencial de crecimiento y desarrollo, correspondiente a las empresas con mayor presencia en el sector productivo, manufacturero y de servicios, las Mipyme; pequeñas y medianas organizaciones con ciertos límites comerciales y financieros, pero que aun así, tienen identidad, cultura y espíritu emprendedor que buscan su permanencia en el mercado y desean sobrevivir a esta contingencia global que vive la humanidad: el virus del covid-19.

Esta investigación se enmarca en una metodología cualitativa, que se encarga de analizar cómo fueron afectadas las empresas en algunas recesiones económicas del pasado, incluyendo pandemias y epidemias que afectaron fuertemente la salud pública y la economía mundial, provocando fuertes impactos negativos en la producción y permanencia de las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales por sus propios medios tuvieron que renovar, adaptarse y aprender del dinamismo del mercado.

Se busca identificar la influencia que tienen las diferentes capacidades dinámicas, las cuales son: capacidad de innovación, capacidad de absorción, capacidad de aprendizaje y capacidad de adaptación, todas ellas influyen de forma considerable en la reconfiguración de una organización y su correcta aplicación garantiza su éxito y permanencia en el mercado, sobrellevando tiempos difíciles que le exigen observar a su entorno, analizar su competencia, y lo más importante entender a sus consumidores potenciales, lo anterior nos lleva a conocer las especificidades de las empresas de servicios de asesoría y consultoría en las cuales se enfoca la investigación.

Las MiPymes de servicios de consultoría y asesoría tienen la particularidad de ser organizaciones cuyo poder y toma de decisiones

se encuentran estrictamente centralizados y es en su mano de obra donde se encuentra el conocimiento, podría decirse que, el éxito de estas micro, pequeñas y medianas empresas, depende del manejo y la gestión que se le dé a este a nivel organizacional, teniendo en cuenta la importancia de mantener a todos los colaboradores capacitados en cada una de las disciplinas a las que se dedique, actualizados con información veraz y con claridad en las responsabilidades asignadas, sin dejar de lado el aspecto motivacional que influye notablemente en el desempeño de la labor.

Es importante también tener como punto de referencia algunas de las estrategias empresariales empleadas por algunas compañías en tiempos de pandemia, basándonos en el estudio de diferentes casos de empresas citadas en la presente investigación, donde cada una de ellas ha encontrado su punto de apoyo y/o alguna herramienta clave para continuar prestando su servicio o llevando de alguna manera su producto a sus clientes, sin perder su esencia de ser, y dejando el alto la propuesta de valor con la cual se identifica y se diferencia de las demás, de esta manera conocer cuáles de ellas se pueden poner en práctica en el desarrollo de la actividad económica de las Mipyme de consultoría y asesoría en Colombia, en estos tiempos de aislamiento social, donde el único contacto con el mundo exterior se logra a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarca en una metodología de tipo cualitativa, cuyo enfoque principal es analizar el impacto que han tenido las crisis o pandemias de la historia, identificando estrategias a partir de distintos casos de estudio citados en el presente documento, de cómo fortalecer las capacidades dinámicas aplicadas a las Mipymes de consultoría y asesoría, para sobrellevar tiempos que exigen cambio y reconfiguración organizacional.

PRINCIPALES HALLAZGOS

ALGUNAS PANDEMIAS QUE HAN GOLPEADO LA ECONOMÍA Y SALUD PÚBLICA DE LOS PAÍSES

Una de las crisis de salud pública fue la comúnmente llamada La peste negra, originada en el año 1348, según (Martínez, s.f) esta pandemia ocasionó una fuerte crisis económica, presentando bajas cosechas y baja productividad, que limitó el abastecimiento de la población frente a una enfermedad que aún no identificaban de donde provenía y que era letal para la sociedad, causando la muerte y el contagio acelerado.

La bacteria de la peste negra se originó en las pulgas de las ratas, una enfermedad que se transmitía al hombre a través de la picadura de la pulga, que producía la inflamación de los ganglios del cuerpo humano, si no se trataba a tiempo la bacteria llegaba al pulmón generando problemas respiratorios y de esta forma era como se realizaba el contagio, de una persona a otra a través de pequeñas partículas. Se estima que la peste negra ocasionó aproximadamente del 30% al 60% de muertes en la población europea, tomando unos 200 años para la recuperación del continente con respecto al número poblacional. (Tomasi, 2020)

Algunas de las consecuencias que trajo consigo la peste negra fue una recesión con aumento de precios y bajas en los salarios, abandono de las granjas y la labor agropecuaria, depreciación de los productos agrícolas, se nivelaron las clases sociales, se exoneró el pago de tributos al monarca, entre otros. (Tomasi, 2020)

La epidemia llamada sudor inglés data del año de 1528 ocasionada en Europa, de la cual se calcula 30.000 muertes, esta enfermedad consistía en una sudoración excesiva acompañada de escalofríos y fiebre alta, que se contagiaba con mayor facilidad a los hombres, esta epidemia dejó como consecuencia la escasez de la mano de obra y de alimentos, paralizó el comercio e introdujo algunas medidas de aislamiento social y cuarentena. (Tomasi, 2020)

La viruela, considerada la segunda pandemia más fuerte de la historia, era una enfermedad infecciosa altamente contagiosa, se considera erradicada de la humanidad a través de la vacunación (Tomasi, 2020), las repercusiones económicas que tuvo esta enfermedad en la sociedad fue la pérdida en cantidad y calidad de mano de obra puesto que el mayor número de contagio se presentó en los esclavos, los cuales tuvieron que ser aislados a las afueras de las ciudades para evitar la interrupción de las actividades comerciales. (Santos & Thomas, 2011)

Como ya se ha visto anteriormente, las enfermedades pandémicas y su impacto principal en la tasa de mortalidad, ha generado económicamente a nivel mundial y regional según el comportamiento de contagio, una gran afectación en la mano de obra reflejada desde los tiempos de la esclavitud, hasta los días actuales del Covid-19, siendo las clases sociales bajas y medias, con pocos recursos quienes sufren en primer nivel las consecuencias de una pandemia. ¿Y que conforman o a que se dedican estas personas de dichos estratos sociales? Según (González González & Bermúdez, 2010) la mayoría de las unidades productivas en Colombia son mipyme superando los 1.2 millones y siendo las responsables del 60% del empleo del país, lo que significa que son las personas de clase social media – baja quienes las conforman.

LAS MIPYME Y SU IMPORTANCIA EN LA ECONOMÍA DE UN PAÍS

Navarro (2020) afirma que, desde el punto de vista del Estado mexicano, las mipyme son una importante fuente de generación de empleo y riqueza en el país, por tal razón debe ser una prioridad del Estado protegerlas, pues son las empresas que presentan más dificultades en los tiempos de crisis sanitaria por su menor ingreso, menor capacidad de ahorro, baja capacidad de endeudamiento, cuentan con pocos recursos para hacer uso de las nuevas tecnologías como el e-commerce, además, el riesgo latente de desaparecer del mercado.

Las MiPymes tienen ciertas limitaciones que en la mayoría de los casos están relacionadas con su desaparición del mercado, puesto que así como nacen y se crean micro y pequeñas empresas, con esa misma rapidez desaparecen, gracias a su baja capacidad de modernización e inversión en la innovación, falta de asesoría, mal manejo administrativo, talento humano no calificado e incluso desconocimiento de mercados potenciales, y el más común es la falta de capital financiero que respalde sus necesidades de cambio, actualización e implementación de las nuevas tecnologías (Armendáriz Martínez, Vázquez Lúndez, De la Garza Cienfuegos & Jiménez Martínez, 2017).

En un caso de estudio realizado por (Armendáriz Martínez, Vázquez Lúndez, De la Garza Cienfuegos, & Jiménez Martínez, 2017) en México, las MiPymes encuestadas, demostraron que los conocimientos en administración son muy básicos, sin embargo, a medida que crecen estas empresas se ven obligadas a capacitar a su personal pero, los resultados demuestran que hay poco interés por parte de los microempresarios para hacer dicha preparación, lo cual las lleva a retroceder en los procesos y en el peor de los escenarios las lleva a cerrar su operación. Por otro lado, en el estudio de caso se analiza también algunos factores clave para el éxito de las MiPymes que son: definir de forma clara y específica las funciones de los trabajadores, de esta manera poder capacitarlos, dar un buen acompañamiento y dirección por su fundador en la mayoría de los casos, teniendo en cuenta que el poder de este tipo de organizaciones es estrictamente centralizado.

Es importante hacer entender a los empresarios que deben adquirir enfoques que les permitan la adaptación y permanencia durante una pandemia, aferrarse un poco a la creatividad y a la innovación, para hacer uso de las tecnologías que se tenga a la mano para potencializar su fuerza de ventas, no obstante, como lo señala (Navarro, 2020), también es recomendable que las personas que encabezan la toma de decisiones, se mantengan al tanto

de la información y los beneficios que brindan los gobiernos a sus microempresarios, para conocer a cuales es posible aplicar.

Existen varios aspectos para clasificar a las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel mundial, dichos aspectos son: empleo, ventas y activos, cada país adopta el que mejor le convenga a su economía, a continuación se muestra cómo se clasifican las mipyme en Latinoamérica cuantitativamente según la OCDE por el número de trabajadores que en ella se encuentren, lo cual demuestra que la mano de obra es vista como primera fuente para definir la clasificación de las MiPymes (Saavedra & Hernández, 2008). Por otra parte, según (Saavedra & Hernández, 2008), en Colombia los parámetros para clasificar las MiPymes se rigen bajo la ley 590 Ley para el fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, expresada de la siguiente manera.

La participación de las MiPymes en los diferentes sectores varía de acuerdo a sus habilidades de adaptación y desarrollo, pues (Saavedra G, & Hernández C, 2008) define que el sector de comercio y servicios cuenta con mayor participación de las micro, pequeñas y medianas empresas por su bajo nivel de exigencia en cuanto a condiciones de entorno y normatividad para el desarrollo de su actividad, caso contrario sucede en el sector de manufactura, cuya operación exige capital, tecnología en maquinaria y mano de obra especializada.

Teniendo en cuenta los lineamientos anteriores y la participación que tienen las MiPymes en la economía de los países, se puede afirmar que son organizaciones que se enfrentan al constante cambio y al dinamismo de los mercados, a pesar de contar con un pequeño músculo financiero, menor número de colaboradores, cuya capacitación no es en su mayoría sobrecalificada, con la implementación de tecnología que está a su alcance y no es la más actualizada, aun así estas empresas benefician la sociedad y el entorno económico donde se encuentren, brindando empleo y oportunidades de desarrollo.

MIPYME DE SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA

Una de las ventajas que poseen las empresas de consultoría y servicios de asesoría en tiempos de pandemia, es que en el desarrollo de su actividad es necesario el aislamiento social, pero no le exige como primer requisito una planta física donde se encuentren todos los empleados consumiendo insumos de protección, cuyo gasto en algunos de los casos puede llegar a exceder la producción bruta de la compañía (Mundial, 2020).

El teletrabajo es una alternativa que no todas las empresas logran implementar con tanta facilidad, como lo hacen las mipyme de servicios, convirtiéndose en una fuerte ventaja competitiva, además de anteponer el bienestar de sus colaboradores, se recomienda tener en cuenta aspectos como, conocer con claridad las funciones y los procesos, a esto se ve muy ligado las habilidades de las personas y la asignación de tareas, definir dos actividades que se consideran claves: la dinámica de comunicación a través de los diferentes medios o aplicaciones electrónicas y las metas u objetivos, midiendo resultados para posteriormente evaluar (Navarro, 2020).

Se podría decir que la materia prima y el éxito de las empresas de consultoría y asesoría se encuentra en el conocimiento, las habilidades y destrezas que poseen los empleados, para desenvolverse en diferentes situaciones, aprovechando la ventaja competitiva que es contar con un talento humano diferente e inimitable. La capacitación y el entrenamiento que requieren estas personas se convierte en una fuente de motivación tanto para los individuos como para la compañía, pues les brinda ayuda, confianza en sí mismos, mejora en su desempeño y satisfacción con la labor encargada, por otra parte, la organización verá el avance reflejado en los resultados como: equipos de trabajo sólidos, metas alcanzadas y un entorno cálido para trabajar (González Tirado, Cota Valenzuela, Olachea Parra, Morales Cervantes & Urías Murrieta, 2012).

Las mipyme de consultoría cuentan con una amplia demanda de sus servicios, puesto que muchas otras organizaciones carecen de métodos que contribuyen a la identificación de metas y procesos de evaluación, es allí donde se requiere de la asesoría de entidades especializadas en guiar y proporcionar estrategias para potenciar el rendimiento y dar apoyo en tiempos de cambio.

Por lo anterior, es relevante el conocimiento que poseen las personas de una organización cuya función es asesorar y guiar a otros, lo que significa que la información que ellos transmitan en la prestación de sus servicios debe ser veras, actualizada y efectiva, lo cual se cultiva a través de la capacitación, de esta manera se prepara contribuyendo al desarrollo personal, laboral y profesional de cada colaborador de la organización, teniendo en cuenta que se debe realizar un análisis previo a la capacitación, para conocer las falencias y llegar puntualmente a los vacíos de conocimiento encontrados, a esta actividad (González Tirado, Cota Valenzuela, Olachea Parra, Morales Cervantes & Urías Murrieta, 2012) lo llama Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC).

El valor agregado de la consultoría es la mejora en los resultados que brinda a otras empresas, a través de la resolución de problemas, aportación de estrategias de gestión de la información teórico-prácticas, con la finalidad de incrementar la productividad y la competitividad de dicha organización, es un servicio que se presta bajo contrato y en un límite de tiempo determinado, con la ayuda de un equipo de trabajo capacitado para asesorar de forma objetiva las falencias en el proceso del desarrollo de la operación, incrementando habilidades tanto de los trabajadores como de los empresarios (González Tirado, Cota Valenzuela, Olachea Parra, Morales Cervantes & Urías Murrieta, 2012).

La consultoría tiene la ventaja de ser aplicada a cualquier sector económico, pues su función es definir políticas de gestión y hacerlas

aplicables en la organización, es importante aclarar que el consultor debe tener manejo del campo que se esté trabajando, de esta manera la solución se obtiene a través de procesos de percepción de la realidad misma de la organización en términos de conocimiento y para el cliente será confiable la toma de decisiones o las propuestas realizadas con idoneidad en la disciplina (González Millán, Rodríguez Díaz & Duarte, 2011).

Según el caso de estudio expuesto en (González Millán, Rodríguez Díaz & Duarte, 2011), una investigación realizada en el Valle de Sugamuxi en Boyacá, analizando las mipyme de diferentes sectores económicos como: agricultura, pesca, minería, industria manufacturera, construcción, comercio, hotelería, transporte, educación, etc. Todas ellas según la encuesta reconocen que requieren de servicios de consultoría y/o asesoría, puesto que en las diferentes áreas de trabajo como lo son ventas, producción, administrativa, contable o mercadeo cuentan con dificultades en sus procesos y un gran porcentaje de ellas manifestó no contar con un consultor interno que contribuya con el análisis de las deficiencias y fortalezas de las personas, además de los equipos de la organización para implementar alternativas de solución.

El caso anterior demuestra que la tercerización de los servicios de asesoría y consultoría se realiza con mayor frecuencia, dado que como se mencionaba corresponden a servicios que se prestan por contratación y en un tiempo determinado, la capacidad económica de las mipyme no está diseñada en su mayoría para la contratación de un consultor dedicado de tiempo completo a la organización, pero... ¿Cómo hacer que estas personas, asesores y consultores presten un servicio completo, de calidad y confiable, para que el cliente se sienta satisfecho y aun mejor, se sienta feliz con los resultados que obtuvo de dicha asesoría, brindando a su vez grandes beneficios a la compañía?, existen métodos internos que contribuyen a estructurar y preparar a las organizaciones y a sus colaboradores para afrontar

diversas situaciones donde se requiera adaptación, absorción, innovación y aprendizaje.

LAS CAPACIDADES DINÁMICAS

Las capacidades dinámicas son una serie de recursos que adoptan las organizaciones para afrontar los cambios y las constantes actualizaciones que le impone el dinamismo del mercado, y todos los agentes que en el interactúan. Esto hace que la empresa tenga la necesidad de renovar sus habilidades competitivas y de esta manera garantizar no solo su permanencia sino la calidad en la oferta de sus bienes o/y servicios.

Los enfoques que tienen las capacidades dinámicas pueden ser de construcción (capacidad de absorción), de innovación (capacidad de innovación) y contingente (capacidad de adaptación y capacidad de aprendizaje), dichos enfoques son diferentes, pero se relacionan entre sí para adoptar estrategias que se convertirán en la fuente de la ventaja competitiva de la organización. (Garzón Castrillón, 2015)

Se describen a continuación las características de cada una de los tres enfoques que poseen las capacidades dinámicas de una organización según (Garzón Castrillón, 2015): el enfoque de construcción se basa en la transformación de rutinas que desarrollan tareas específicas, genera nuevas estrategias que crean valor, evolución y combinación de los recursos, involucrando productos y procesos que deban someterse a la adaptación del mercado, implementando estrategias que, para su competencia sea difícil de copiar, este enfoque se encarga de centrar el aprendizaje mostrando efectividad y optimización de tiempo en el proceso de innovación, a través de la técnica de prueba y error aplicada a las actividades operativas.

El enfoque de la innovación se caracteriza por las habilidades que tiene la organización para generar nuevas soluciones a las situaciones cambiantes, actualizar su conocimiento base, orientarse a la creación de nuevos productos y procesos que optimicen los recursos,

además de eso la innovación requiere también el aprendizaje de los errores y reinventarse hacia los modelos de negocio viables, que contribuyan al desarrollo de los objetivos colectivos. (Garzón Castrillón, 2015)

Con relación al enfoque de contingencia (Garzón Castrillón, 2015) afirma que, se lleva a cabo para obtener una alineación entre el contexto y la organización, requiere de estrategias para adoptar el cambio cuando el entorno lo exige o cuando la organización lo amerita, se caracteriza también por orientarse a la búsqueda de alianzas y estrategias que identifican nuevas oportunidades que benefician la organización, logrando que los recursos y las necesidades del mercado cambiante se encuentren en la misma dirección para el alcance de objetivos.

Las organizaciones requieren de acelerar el ritmo de aprendizaje organizacional para alcanzar metas difíciles y para ello es fundamental manejar el direccionamiento estratégico en la alta dirección, comprometiéndose desde el liderazgo a motivar y enfocar a su grupo de trabajo hacia el desarrollo de competencias que generen, renueven y dinamicen los ritmos de cambio del entorno, teniendo en cuenta que “estos conceptos se integran en una visión de la estrategia gerencial como procesos de aprendizaje colectivo que generan capacidades internas distintivas difíciles de imitar” (Garzón Castrillón, 2015)

LAS CAPACIDADES DINÁMICAS Y SU APLICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Las capacidades de absorción, aprendizaje, innovación y adaptación son las habilidades que desarrollan las organizaciones, y que, combinándolas, logran modificar su estructura base, con el fin de entender e interiorizar las necesidades de un mercado cambiante, de esta manera comprender las exigencias del entorno para transformarse a través de estrategias que le permitan fortalecer su valor e incluso mejorar sus habilidades competitivas (Garzón Castrillón, 2015)

Para abordar la aplicabilidad de las capacidades dinámicas es necesario hablar sobre el término de dirección estratégica, ya que involucra la coordinación y el desarrollo de competencias de forma simultánea, que influyen en la toma de decisiones y en la directriz que reciben los empleados, al momento de asimilar algún cambio que se produzca dentro de la organización (Rivera & Figueroa, 2013).

Se debe tener en cuenta que en el mundo actual se cuenta con la “existencia de elementos como la tecnología, protección de propiedad intelectual, invención de nuevos modelos de negocio, creación de activos intangibles, innovación abierta, flexibilidad y descentralización en la toma de decisiones” (Rivera & Figueroa, 2013) con el fin de facilitar al interior de la organización, la reestructuración que amerite según las exigencias del entorno y en el momento que se requiera.

Con la aplicación del internet y automatización de los procesos, puede verse un claro ejemplo del cambio adaptativo que vivieron las organizaciones, pues la implementación de las nuevas tecnologías obligaba a las empresas a aprender del entorno, viendo resultados significativos, optimizando recursos y observando la eficacia en la operación y el desempeño (Silva Casas & Estrada Domínguez, 2019)

Una de las limitaciones que poseen las pymes en México identificada por (Silva Casas & Estrada Domínguez, 2019) es la escasez de inversión en el talento, pues es necesario capacitar a las personas que desde la universidad se preparan para desempeñar labores en una empresa, que de alguna manera debe adaptarse a la implementación de las nuevas tecnologías, bajo diferentes estrategias como el conocimiento y manejo de las capacidades tecnológicas, que le permitan desarrollar habilidades de innovación y creación de valor que las diferencie. Afirmando que el avance tecnológico industrial podría dar lugar al surgimiento de nuevas carreras de ingeniería en los siguientes cinco años, pues las necesidades de adaptación serán más complejas de abordar.

El objetivo principal de la aplicación de las capacidades dinámicas en la reconfiguración de las competencias bajo estrategias específicas, implementadas ya sea en los procesos o en la capacitación del talento humano, es generar una o varias ventajas competitivas, difícil de copiar por la competencia. Y estas estrategias implementadas en las mipyme de servicios de consultoría y asesoría, involucran directamente el conocimiento y los aprendizajes organizacionales donde se interioriza la información.

Con base en dichas ventajas competitivas que deben desarrollar las mipyme, es decir deben innovar y proponer un valor extra a sus consumidores, de esta manera se puede decir que logran un proceso evolutivo y de adaptación para alcanzar el éxito y aprovechar tanto oportunidades como amenazas a partir de la observación del comportamiento de su entorno (Rivera & Figueroa, 2013)

El estudio de caso que expone (Rivera & Figueroa, 2013) citando a ASOS.COM una empresa no tradicional por su mecanismo de operación, pero que en la actualidad tiene presencia a nivel mundial, cuya actividad económica es el comercio textil por internet, es decir emplea diferentes plataformas en cinco idiomas, para llevar sus productos a consumidores de 190 países y cuyo centro principal de distribución se ubica en Inglaterra. El análisis del comportamiento y éxito que ha tenido esta organización muestra las habilidades que ha adquirido a lo largo de la historia, superando distintos obstáculos que le ha presentado el entorno, tales como crisis financieras, ataques terroristas, crecimiento exponencial de la competencia, entre otros, le han llevado a adoptar medidas y estrategias de innovación en su forma de llegar al público, adaptación a los cambios que este le presenta y aprender como organización que la renovación es clave para llegar a públicos conectados a través de las tecnologías de la información.

Rivera & Figueroa (2013) concretan que el acercamiento al cliente ayuda a detectar necesidades, miedos y dolores que caracteri-

zan un consumidor potencial y que a su vez se convierten en una oportunidad para generar necesidades e implantarlas en un público específico, siempre teniendo una visión tecnológica para garantizar la sostenibilidad del negocio en la nueva era de la información, y de ello son testigos los talentos internos de las organizaciones que perciben y proponen ideas y el conocimiento en beneficio colectivo.

Para la aplicación de las capacidades dinámicas y reestructuración interna de la organización se debe sacar provecho de factores como los proveedores o aliados estratégicos que contribuyan en un plus para la prestación de servicios, se debe percibir las necesidades cambiantes del consumidor y aprovechar el conocimiento que surge a partir de dicha identificación de necesidades, generando nuevas ideas implementadas tanto en productos como en métodos y procesos. En cuanto al equipo de trabajo se requiere adoptar protocolos para toma de decisiones, descentralizando un poco el poder, definir el modelo de negocio, para que cada colaborador tenga claras sus funciones y responsabilidades identificando los límites de la empresa, por último, es clave generar lealtad y compromiso en el equipo de trabajo para que el desarrollo de la operación fluya hacia el alcance de objetivos. (Morales Rubiano, Duque Orozco, & Ortiz Riaga, 2019)

Morales Rubiano, Duque Orozco & Ortiz Riaga (2019), proponen en su caso de estudio un modelo para el fortalecimiento de la capacidad de innovación al interior de organizaciones prestadoras de servicios, consiste en la interacción entre los trabajadores a quienes se les otorgan diferentes casos empresariales en diferentes contextos y situaciones, donde deben implementar el cambio y la reconfiguración, con el fin de estimular la creatividad, el trabajo en equipo e incentivarlos a proponer posibles soluciones para dichos ejemplos a través del “taller”, una actividad que involucra participación, intercambio de conocimiento e interpretación de conceptos. El modelo concluye es siete fases: 1) identificación de fuentes de conocimiento, 2) selección de

oportunidades, 3) herramientas para la toma de decisiones, 4) creatividad, 5) generación de rutinas, 6) retroalimentación, 7) validación.

Las mipyme de servicios de consultoría y asesoría deben identificar claramente sus fuentes de conocimiento, para poder entender a su consumidor y de esta forma reconfigurar sus procesos internos, capacitar a su talento humano de tal forma que cree valor en la prestación del servicio y convertir todo el conocimiento organizacional en una fuerte ventaja competitiva difícil de imitar

CONCLUSIONES

Con el análisis de algunas de las crisis sanitarias y pandemias que han atacado la sociedad en sus diferentes contextos históricos, cuya evolución económica se ha ido presentando a medida que surgen nuevos modelos de negocio y gracias a la creatividad para innovar sacando adelante el desarrollo económico de un país, donde las MiPymes han protagonizado un papel fundamental en beneficio de la sociedad, aun siendo su mano de obra la más afectada en tiempos de pandemias; aporta su capacidad flexible de reestructurarse y reconfigurarse en tiempos de cambio a pesar de muchas de sus limitaciones y carencias de capital financiero.

Se concluye que las capacidades dinámicas son habilidades que las mipyme deben desarrollar para garantizar su permanencia en mercados cambiantes, detectando la información que su entorno le provee, a esto se le llama capacidad de absorción, identificando sus fuentes de conocimiento, con el fin de innovar internamente ya sea en procesos, productos y/o servicios, llevando a la práctica su capacidad de innovación, apoyándose en el aprendizaje y respuesta organizacional para adaptarse al dinamismo del mercado, a través de estrategias que le permitan potenciar su propuesta de valor y lograr diferenciarse de la competencia.

Se recomienda a las MiPymes colombianas fortalecer sus capacidades dinámicas, a través del entrenamiento y la capacitación de todos los colaboradores, incentivando la importancia de compartir el conocimiento organizacional para generar un aprendizaje global interno, además de la importancia de la interacción con cada uno de los colaboradores, de esta manera percibir las posibles mejoras o cambios que requieran para una mayor motivación en el desarrollo de sus labores y cumplimiento de objetivos, promoviendo la creatividad e innovación desde sus cargos laborales y aprovechamiento de las nuevas tecnologías para no llegar a su público.

Dado que la materia prima de las mipyme de servicios de consultoría y asesoría se encuentra en la gestión de conocimiento que realice en su talento humano, es recomendable llevar a cabo las practicas del teletrabajo, brindando protección a su mano de obra en tiempos de pandemia, no sin antes definir funciones, procesos y responsabilidades a cada uno, para que exista un fuerte compromiso por parte del colaborador con la empresa y el alcance de objetivos.

Por ultimo y en función del objetivo de las capacidades dinámicas, los empresarios dueños y fundadores de las MiPymes deben estar dispuestos al cambio, desarrollar habilidades y estrategias que les permita adaptarse de forma rápida y competitiva para sobrevivir a los diferentes obstáculos que impone el entorno, aprender de él y preparar a su equipo de trabajo para recibir una respuesta positiva a la reconfiguración cuando ésta se requiera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armendariz Martínez, J. F., Vázquez Lúndez, J. L., De la Garza Cienfuegos,, S., & Jiménez Martínez, D. G. (2017). Variables que influyen en el éxito de las Mipymes en la región centro del Estado de Coahuila. *Latindex*, 305-311.

Garzón Castrillón, M. A. (2015). Modelo de capacidades dinámicas. *Revista Dimensión Empresarial*, 13(1), 111-131. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i1.341>

González González, P., & Bermudez, T. (2010). Fuentes de información, indicadores y herramientas más usadas por gerentes de Mipyme en Cali, Colombia. Recuperado el 17 de 05 de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422010000300005&script=sci_art-text

González Millan, J. J., Rodríguez Díaz, M. T., & Duarte, L. M. (julio-diciembre de 2011). Necesidades de consultoría en las MIPYMEs del Valle de Sugamuxi en Boyacá. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 67-80.

González Tirado, B. D., Cota Valenzuela, L. V., Olachea Parra , L. F., Morales Cervantes , J. J., & Urias Murrieta, M. (enero-junio de 2012). Diagnóstico de necesidades de consultoría, capacitación. *La Sociedad Académica*(39), 61-82. Recuperado el 19 de 05 de 2020

L, M., Saavedra G, M. L., & Hernandez C, Y. (Julio-Diciembre de 2008). Caracterización e importancia de las MIPYMEs en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad caras contables*, 11(17), 122-134. Recuperado el 19 de 05 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>

Morales Rubiano, M. E., Duque Orozco, Y. V., & Ortiz Riaga, C. (enero-junio de 2019). Modelo metodológico para el fortalecimiento de capacidades dinámicas de innovación en mipymes. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(86), 13-33. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2286>

Mundial, B. (2020). La economía en los tiempos del Cñovid-19. *América latina y el Caribe*.

Navarro, C. A. (2020). Recomendaciones para las MIPyME ¿Qué hacer para sobrevivir a la pandemia del Covid-19? *México*.

Rivera, H. A., & Figueroa, L. S. (2013). CAPACIDADES DINÁMICAS, UNA FUENTE. *Revista Criterio Libre*, 11(19), 245-261.

Santos, G. M., & Thomas, H. (2011). Peste y contagio, esclavos y santos. Análisis socioeconómico de los problemas atribuidos a las epidemias de viruelas y sus modos de solucionarlos en el marco del comercio esclavista en el Río de la plata durante el siglo XVII.

Silva Casas, R., & Estrada Dominguez, J. E. (2019). Capacidades dinámicas en las mipymes para la adaptabilidad de la industria 4.0. *Revista Latindex*, 60-68.

Tomasi, S. N. (2020). HISTORIA DE LAS PANDEMIAS MUNDIALES Y LA ECONOMIA.

02



**LA VIDA EMPRESARIAL
DESPUÉS DE UNA PANDEMIA**

02

LA VIDA EMPRESARIAL DESPUÉS DE UNA PANDEMIA

Ivonne Andrea Herrera Mendieta
iaherreram@libertadores.edu.co

*Programa Administración de
Empresas Fundación Universitaria
Los Libertadores*

RESUMEN

Este proceso de investigación abierto está diseñado para personas interesadas en tener una adaptabilidad rápida y contundente, donde podrán adquirir consejos significativos para manejar de manera más efectiva una situación de post-pandemia, donde evidenciamos la necesidad presentada por las organizaciones para cubrir ágilmente un mercado cambiante por motivos de COVID-19 el cual ha provocado una regresión económica afectando las empresas obligándolas a realizar cambios en su ejercicio para el mejoramiento y posiblemente un crecimiento. Las necesidades cubiertas por las organizaciones tienen un antes y un después de la pandemia por el COVID-19 debemos tener claro la obligación por parte de las empresas en generar una reestructuración en los procesos para un nuevo mercado con diferentes requisitos con el compromiso de analizar todas las interacciones del entorno. Se encontraron diferentes puntos de vista de personas idóneas en el sector empresarial quienes nos comparten su mejor experiencia al respecto, adicional se complementa con el punto de vista de la escritora.

Palabras clave: Investigación, COVID-19, Post-pandemia

INTRODUCCIÓN

Se elabora un proyecto de investigación donde consta como objetivo tocar uno de los temas actuales de mayor controversia como lo es la pandemia del COVID-19. Teniendo en cuenta que es una situación que afecta al mundo de manera económica, social, cultural y poblacional encuentro que uno de los retos que hacen parte de esta situación tan escandalosa es la recogida y la caída económica de las que tienen que salir las diferentes empresas, quise realizar una mezcla entre la teoría del caos con la coyuntura actual ya que la teoría nos explica que no existe un desorden sin sentido, a pesar de que a ojos humanos, esta situación solo se ve aterradora, si nos detenemos a pensar podría también ser estratégica hallando así la manera de innovar en un tiempo de pandemia y posterior a ello.

Quizás esta situación nos obligue como empresarios a ser más preventivos, más estratégicos, más innovadores, quizás esta situación nos permite fortalecer nuestras áreas más descuidadas para así ir potencializando la compañía. También es importante sensibilizar a los funcionarios con el sentido de pertenencia de la organización, considero que todas las empresas pasan por situaciones difíciles en el transcurso de su trayectoria y es allí donde debe resaltar la responsabilidad y compromiso de los funcionarios, el trabajo en equipo y el lineamiento de objetivos organizacionales pero para esto deben ser motivados y entender la importancia de brindar la milla extra, claro que sabemos que estoy no es fácil, para eso se dan algunas ideas de motivación, cada empresa motiva a sus funcionarios según su parecer, puede ser con charlas de importantes conferencistas, activaciones de trabajo en equipo entre otros, conocemos que en esta situación la empresa no cuenta con demasiados recursos pero no importa, si navegamos en la web encontramos un sinfín de material importante para las empresas que atraviesan situaciones duras, o también se pueden realizar alianzas entre compañías donde intercambien sus servicios como una venta cruzada.

Grosso modo podemos definir que tanto la oferta como de la demanda se ven interrumpidas golpeando severamente al comercio mundial a través de la pérdida de ingresos y de ganancias debido a un alza en el desempleo y mayores dificultades para cumplir con las obligaciones de deuda. Es necesario tomar medidas por parte de las organizaciones para sobrevivir en la actual coyuntura de impactos originados por el COVID-19, para ello presentaremos herramientas para el beneficio de esta una oportunidad de crecimiento y mejoramiento para el adelanto en el desarrollo económico involucrando: la formulación de estrategias, el mejoramiento de los modelos de negocios, la incorporación de las tecnologías en los procesos.

Para concluir esta investigación busca como objetivo brindar acompañamiento a los empresarios o líderes del sector que se en-

cuentran atravesando un fuerte golpe que abarca todas las áreas de una organización y parece no tener salida. Es normal hallar un estado de pánico por parte de todos, pero de eso se trata de no dejarse contagiar por lo que destruye, armarse de valor y empezar a atacar las áreas de mayor peligro de manera estratégica, armado de buenos consejos que permitan reinventar los objetivos de la organización.

METODOLOGÍA

La metodología del presente documento es de tipo cualitativo ya que envasa consejos por medio de la literatura donde expone las mismas circunstancias desde diferentes puntos de vista.

Principales hallazgos (Preliminares – Proyecto en curso)

Se define la implementación de estrategias dividida en tres planes de acción, se resalta la importancia que representa el sentido de como una organización emplea y captura valor, se habla de la importancia que tiene la implementación de la tecnología, se fortalece el sentido de pertenencia de los empleados en tiempos de crisis y por último se citan los consejos para las empresas en tiempos de COVID-19.

CONCLUSIONES

En términos generales considero que el futuro es incierto, no sabemos qué sucederá mañana pero lo que sí sabemos es que tiene que nacer una actitud más que positiva porque si estamos vivos es porque Dios nos tiene para un propósito más adelante, es porque hemos recibido una segunda oportunidad donde podemos volver a salir adelante pero esta vez será de una manera más cuidadosa y preventiva, explotemos esta oportunidad y trabajemos fuertemente para convertirnos no solo en mejores personas sino también en líderes apasionados que aman su trabajo, aman su vida y valoran su existencia. Se presentan los principales resultados obtenidos con la investigación. En caso de ser propuesta o a proyecto a realizar, se indicarán los posibles hallazgos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso R. Aparicio F. Ballester D. Barrenechea F. Borrego B. Díaz A. Fanego I, Galán L, Gallardo V, Heredia R. López F. López S. Manfredi J. Martín G, Martín J. Matías R, Megias J. Palomares CH. Ortiz R. María E. Oviedo, Revilla B. Ugarte J. Urbano C. Vila M. (2012). 40 Ideas para que tu pyme crezca. Madrid. https://docs.google.com/document/d/17eteqnBWLjdIjzU2AZs3X-8t1hFBaigINOj_wREzQzac/edit

Marcet X. (2020) 12 cosas que las empresas pueden hacer ante el coronavirus. Recuperado el 22 de mayo de 2020 en: https://www.viaempresa.cat/es/opinion/xavier-marcet-empresas-coronavirus_2117537_102.html

Marcet X. (2020) 12 cosas que las empresas pueden hacer ante el coronavirus. Recuperado el 22 de mayo de 2020 en: https://www.viaempresa.cat/es/opinion/xavier-marcet-empresas-coronavirus_2117537_102.html

03

**ESTRATEGIAS DE AJUSTES
RAZONABLES ENFOCADO EN
10 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE
PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO
RELIGIOSO DE LA CIUDAD DE
BOGOTÁ PARA LA POBLACIÓN
EN CONDICIÓN DE
DISCAPACIDAD VISUAL**

03

ESTRATEGIAS DE AJUSTES RAZONABLES ENFOCADO EN 10 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO RELIGIOSO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ PARA LA POBLACIÓN EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD VISUAL

Michelle Camila Peñuela Segura
mcpenuela @unicolmayor.edu.co
Paola Andrea Mosquera Sicuamia
pamosquera @unicolmayor.edu.co
Programa Administración Turística y Hotelera Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

RESUMEN

La OMT (Organización Mundial de Turismo) desarrolló una iniciativa denominada: “un turismo para todos”, la cual vincula los conceptos de diseño universal y derecho al turismo, comprendiendo la importancia del turismo social que permita ser incluyente, el objetivo del presente es proponer estrategias de ajustes razonables en 10 atractivos religiosos para el acceso de personas en condición de discapacidad visual en la ciudad de Bogotá. La metodología propuesta para la investigación es de enfoque mixto, se propuso dos ciclos, en el primero se planteó toda la revisión de la literatura, en bases de datos de Web of science, Scopus y Science Direct y en el segundo ciclo el diagnóstico y propuesta de estrategias, dentro de los resultados parciales de la investigación es posible indicar la búsqueda bibliográfica en bases de datos indexadas y la alianza que se ha generado con el Instituto Distrital de Turismo, permitiendo avanzar en el trabajo de campo.

Palabras clave: Diseño universal, Ajustes razonables, Discapacidad visual, Inclusión.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolla en el marco del derecho al turismo, lo cual vincula a las personas en condición de discapacidad, ya que, al momento de visitar atractivos turísticos se encuentran con ciertas barreras que impiden que exista un diseño universal para todos.

Es por esto, que se propone formular estrategias de ajustes razonables, las cuales se definen como: “modificaciones y adaptaciones necesarias y adecuadas del ambiente físico, social y actitudinal, a las necesidades específicas de las personas con discapacidad, esto no debe imponer una carga desproporcionada o indebida cuando se requieren en un caso particular para garantizar a las personas en condición de discapacidad el goce o ejer-

cicio en igualdad de condiciones con las demás personas” (Asís Roig, y otros, 2018), en 10 atractivos turísticos de carácter religioso de Bogotá para la población en condición de discapacidad visual; Este número de atractivos se define al agrupar los atractivos en la metodología para la elaboración de inventario de atractivos turísticos; clasificado en 3 tipologías las cuales son: patrimonio cultural, sitios naturales y festividades y eventos.

Por consiguiente, el trabajo se desarrolla con énfasis en el diseño universal el cual define la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Partiendo de la estrategia “diseño para todos” (Fernández Bermejo & Tejada Cruz , 2018)

METODOLOGÍA

La metodología propuesta para la investigación es de enfoque mixto, se propuso dos ciclos, en el primero se planteó toda la revisión de la literatura, en bases de datos de Web of science, Scopus y Science Direct y en el segundo ciclo el diagnóstico y propuesta de estrategias, el diagnóstico, permite llevar un procedimiento de las necesidades que afectan el sector turístico que a su vez analiza la realidad social, en la cual se sitúa en el medio de la investigación a las personas que interactúan en el contexto y hacen parte de la cultura que se manifiesta en el territorio donde se desarrolla el trabajo de campo, (Vargas Cordero, 2009), en este caso esa realidad social son las personas en condición de discapacidad visual, con las que se trabajara, es así como este tipo de investigación reconoce como se puede llegar a esas estrategias, generando unas herramientas que sean útiles para que dichos atractivos sean cada vez más accesibles.

PRINCIPALES HALLAZGOS PRELIMINARES

Ya que es un proyecto que se está desarrollando se ha realizado la revisión de la literatura, con la recolección teórica teniendo en cuenta trabajos investigativos similares a este y revisión bibliográfica; en este proceso se ha determinado una amplia gama de artículos y libros pertinentes sobre los conceptos de accesibilidad e inclusión. Por otra parte, se ha generado un acercamiento con el Instituto Distrital de Turismo, logrando fortalecer los esfuerzos en la búsqueda de generar una investigación que pueda permitir ser aplicada a los atractivos seleccionados.

CONCLUSIONES

El tema de investigación es pertinente y necesario para el sector del turismo, teniendo en cuenta la población que puede beneficiar, existen destinos que llevan el turismo a un nivel muy alto en el cual se enfocan en brindar un turismo responsable teniendo en cuenta la sostenibilidad, de acuerdo a lo anterior, es importante mencionar que la propuesta es convertir a la ciudad de Bogotá en una “Smart cities” termino que hace referencia a ciudades modernas, innovadoras con tecnología que estén planificadas en un desarrollo urbanístico fundamentadas en la accesibilidad, diversidad e inclusión (FONTUR;CIDCCA, 2019); es así como el turismo accesible es muy importante y se debe trabajar más para mejorarlo. En Colombia y más específico en Bogotá se tienen manuales y protocolos para que esta población no tenga barreras de diferentes tipos al momento de la actividad turística, pero a pesar de estos trabajos académicos, hay una inconsistencia en lo que está escrito y lo que realmente se está aplicando en los atractivos turísticos. Por ende, las estrategias que proponemos son de ajustes razonables que mejorarán la visita y protocolos de atención al momento en que las personas en condición de discapacidad visual visiten estos atractivos.


REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asís Roig, R., Barranco Avilés, M. C., Serra, M. L., Cuenca Gómez, P., Ansuátegui Roig, F. R., Al Ali, K., & Rodríguez del Pozo, P. (2018). Aplicación de los ajustes razonables en QATAR un análisis sobre la garantía de la igualdad de las personas con discapacidad en el derecho común QATARÍ. Universidad Carlos III de Madrid, 110-126.

Fernández Bermejo, M., & Tejada Cruz , A. (2018). Turismo en Andalucía: relación entre la falta de accesibilidad en los centros históricos, la degradación urbana delos mismos y el descenso de su interés turístico. Importancia de la planificación urbana y territorial. Turismo Cultural y Accesibilidad, 183-194.

FONTUR; CIDCCA. (2019). Manual Turismo accesible “Turismo para todos”. Obtenido de Ministerio de Comercio Industria y Turismo: <https://www.turismoparatodos.co/>

04

A central rectangular box with a white border, filled with a repeating pattern of light blue chevrons pointing downwards. The text is centered within this box.

**FESTIVIDAD DEL DÍA DE LOS
DIFUNTOS EN LAS COMUNIDADES
KAMSA E INGA**

04

FESTIVIDAD DEL DÍA DE LOS DIFUNTOS EN LAS COMUNIDADES KAMSA E INGA

Jessica Jazmín Marín Tapiero
jjmarint@libertadores.edu.co

Leidy Lorena Herrera Herrera
lherrerah@libertadores.edu.co

*Programa Administración
Turística y Hotelera Fundación
Universitaria Los Libertadores.*

RESUMEN

Objetivo: Realizar una revisión bibliográfica de las festividades del día de los difuntos en el territorio latinoamericano, elementos, actividades, costumbres.

Planteamiento: La festividad del día de los difuntos en México es una de las más populares, sin embargo, se desconoce la conectividad que tiene a lo largo del continente Latinoamericano

Metodología: se realizó un análisis bibliométrico de fuentes consultadas en línea como (Science Direct, Scopus, Scielo, Dialnet, entre otras).

Resultados: se obtuvieron 42 artículos de revistas indexadas de alto nivel en los cuales describen la fiesta de los difuntos en el territorio latinoamericano, por otra parte, se obtuvo ejemplos de otros países o continentes donde también se realizan celebraciones similares.

Palabras clave: festividades indígenas, patrimonio cultural inmaterial, sostenibilidad, turismo negro, rituales.

ABSTRACT

Objective: To carry out a bibliographic review of the festivities of the day of the deceased in the Latin American territory, elements, activities, customs.

Proposal: The festivity of the Day of the Dead in Mexico is one of the most popular but the connectivity it has throughout the Latin American continent is unknown

Methodology: a bibliometric analysis of online sources such as (Science Direct, Scopus, Scielo, Dialnet, among others) was carried out.

Results: we obtained 42 articles from high-level indexed journals in which they describe the feast of the deceased in the Latin American territory were also considered examples from other countries or continents were similar celebrations.

Keywords: indigenous festivities, intangible cultural heritage, sustainability, black tourism, rituals.

INTRODUCCIÓN

La muerte es un tema que ha despertado el interés del ser humano desde tiempos atrás, se ha interpretado de diferentes posturas ideológicas, Según Pérez los seres humanos buscan venerar a los muertos y la necesidad de hablar y recordarlo, de alguna manera demostrarlo (Pérez, 2018).

Lo que se va a plantear a continuación es acerca de la celebración del día de los difuntos, en cuatros segmentos distintas: en primer lugar, desde primeros comienzos a la atribución de los difuntos; antes de la colonización, por ejemplo, según Vásquez y Rodríguez en México en los grupos indígenas se creía la muerte tendría un significado trascendental un paso más en la vida de los seres vivos y cada año se les celebra “la fiesta de las almas” así llamada por comunidades como los aymaras, quechuas, chiayas, mayas. Vásquez & Rodríguez (2009). por otro lado, en las creencias españolas se dio lugar a una práctica colectiva del día de los difuntos, un día de fiesta, en realidad dos días, el día de los santos y el día de los difuntos, ante se tenía una significación, pero ahora se redujo en una celebración.

Durante los siglos X al XIII se celebraba en distintos monasterios y comunidades un día de difuntos en fechas distintas, finalmente se acordó la celebración para el 1 de noviembre siguiendo la costumbre del culto de recuerdo, de hecho, perdura en tres o cuatro generaciones (sus hijos, nietos y bisnietos) no olvidan al difunto (Velasco, 1992). Por lo tanto, según Fernández explica que “desde que nacemos, el fin de la vida está presente el horizonte del ciclo vital” por eso el culto a la muerte en todas las civilizaciones se manifiesta a través de rituales funerarios, aunque han variado con el paso del tiempo y su objetivo a través de objetos, palabras para recordar al difunto, cada cultura encuentra en esta necesidad la más adecuada para llevarlo a término que desee atribuir al difunto (Fernández, 2019).

La caracterización de las fiestas de los Difuntos de Latinoamérica; donde se llevó el seguimiento de la fiesta en diferentes países como México, Ecuador, Perú, Bolivia y con el objetivo por entender las diferentes ideologías que se sucede después de la muerte, la identificación de los elementos, actividades y comida durante la festividad, por ejemplo, el autor Geffroy los rituales fúnebres en los andes bolivianos, se cree que los muertos están entre ellos y que pueden beber y emborracharse con los vivos, se recibe la bebida alcoholizada como la chicha en nombre del muerto. Mediante esta transferencia, se considera que el bebedor incorpora a los muertos solo con tomar al nombre del muerto (Geffroy, 2016).

Patrimonio inmaterial, fiestas y rituales; como se relaciona la gestión responsable del patrimonio territorial como una estrategia de desarrollo sostenible, y que permita la conservación para lograr un equilibrio, para ello se requiere la coordinación de todos los actores involucrados, entes gubernamentales, comunidad local, prestadores de servicios turísticos y turistas. (Vinuesa & Torralba, 2018).

Turismo y su relación con las festividades; el turismo es visto como un motor de la economía local y que lleva a vivir experiencias con diferentes culturas, tradiciones, gastronomía, etc., que despiertan cierto interés o motivan su viaje. (Domínguez & García, 2019). Actualmente, no solo la cultura motiva a los turistas a viajar, sino también, el turismo oscuro o (Dark Tourism) ya que es una modalidad que ha llamado la atención de los turistas a diferencia del turismo tradicional, despierta la curiosidad en los visitantes y turistas de ir a lugares donde han sucedido tragedias, desastres naturales, las actividades que normalmente se realizan son visitas a cementerios, casas embrujadas y campos de trabajo forzado. El común denominador de estos lugares es la relación con la muerte y el sufrimiento. (Korstanje, 2017).

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se va a utilizar un enfoque cualitativo con un método descriptivo. El desarrollo de la investigación se centra en entender un fenómeno dentro de su entorno, el análisis se deriva de la revisión de material bibliográfico de las celebraciones del día de los muertos y en países de como Chile Perú, Ecuador, Bolivia y México, complementado a través de fuentes secundarias; de una de las festividades en Cancún México, la literatura y la revisión se realizó usando artículos académicos que fueron encontrados por fuentes consultadas en línea (Scielo, Dialnet, Sciedirect, Google-scholar,), apoyados en artículos periodísticos sobre estas celebraciones, complementado con entrevistas de personas relacionadas con alguna de las comunidades indígenas Kamsá e Inga que aún conservan la tradición de esta celebración.

PRINCIPALES HALLAZGOS (PRELIMINARES)

Se encuentran algunos artículos acerca de la festividad, por ejemplo, los rituales fúnebres en los andes bolivianos, se cree que los muertos están entre ellos y que pueden beber y emborracharse con los vivos, se recibe la bebida alcoholizada como la chicha en nombre del muerto. Mediante esta transferencia, se considera que el bebedor incorpora a los muertos solo con tomar al nombre del muerto (Geffroy, 2016).

Igualmente, en La Paz, Bolivia, los habitantes cargan un cráneo que le llaman las ñañitas, dicen que les protegen de los entes negativos, cuidan sus casas, sus trabajos, además las celebraciones de las ñañitas son los mismos días del Día de los Santos les hacen altares, les dan comida, bebida y cigarrillos, también son bendecidas con agua bendita en las entradas de las iglesias (Juárez, 2010).

Con respecto a Quito, -Ecuador, en el festejo del día de difuntos, suelen acudir al cementerio uno o varios días antes para limpiar la tumba, retocar la lápida, así dan inicio al festejo

ritual de la muerte, colocan flores y coronas naturales o de materiales sintéticos, tarjetas y cartas dirigidas al muerto, les dejan la comida favorita, bebidas, juguetes, comen y beben con sus muertos, mientras comen les hablan a los muertos sobre su vida cotidiana, familiar y laboral finalmente rezan con oraciones católicas (Camacho Zambrano, 2018)

En comparación con la visión mexicana, relaciona la muerte mediante calaveras sonrientes y coloridas, esto se ha vuelto un elemento icónico de la identidad nacional, el festejo de la Noche de Muertos, llamado también Día de Muertos, es una de las identidades culturales de México más relevantes que ha cobrado importancia desde mediados del siglo XX como un atractivo turístico, siendo pioneros en algunas localidades del país, entre esas, está la isla de Janitzio en el estado de Michoacán, desde 1923 dejó de ser una celebración privada para hacer un evento público, el festejo que tiene lugar durante los días 1 y 2 de noviembre, los habitantes se dirigen al cementerio en busca de las tumbas de sus familiares en donde colocan una serie de elementos como arcos de flores, veladoras, además ofrendas de comida y bebida preferida por los difuntos. Durante el día, se observa en el cementerio el colorido de flores y en la noche un esplendor por las veladoras en donde las personas están arrodilladas o sentadas junto a las tumbas durante toda la noche con el fin de presenciar el regreso de los muertos al mundo de los vivos, lo que representa una convivencia simbólica con la muerte (Sizzo & Romero, 2018).

CONCLUSIONES

Los resultados iniciales de la investigación con relación a las celebraciones del día de los difuntos encontramos una similitud en las celebraciones en diferentes países latinoamericanos generalmente se realiza los primeros días de noviembre, las comunidades en su mayoría acostumbran a asistir al cementerio, también las ofrendas de comida, bebidas, la recibida de las almas y los rituales en su honor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Camacho Zambrano, M. (2018). Cosmovisión de la muerte en el ritual festivo del día de difuntos en cementerios de Quito y sus alrededores. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6369>

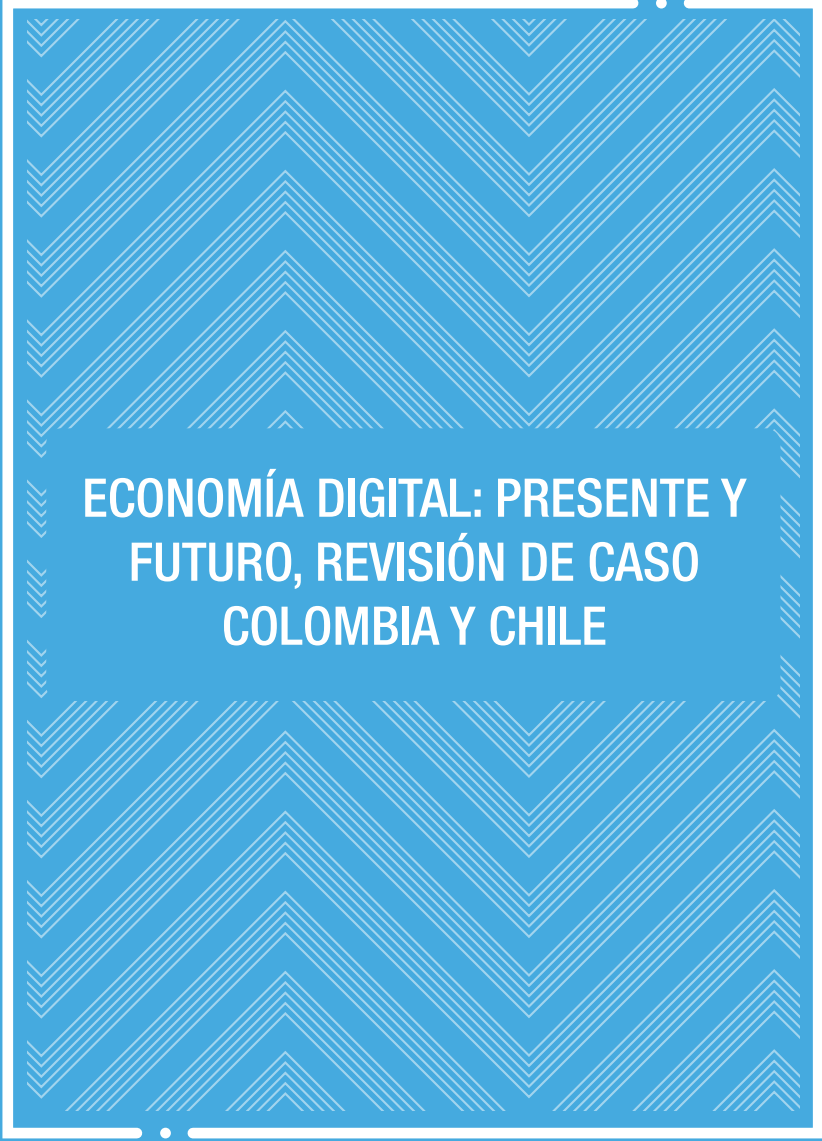
Domínguez, D. C., & García, E. G. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. *Mediaciones sociales*, (18), 5969.

Fernández, C. A. (2019). Platos y cuencos con sal: un ritual funerario de la Edad Moderna y Contemporánea en la Península Ibérica. *Munibe Antropología-Arkeologia*, (70), 335-349. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7291647>

Geffroy, C. (2016). Cuando los muertos se emborrachan con los humanos. Una etnografía de los rituales funerarios en los Andes bolivianos. *MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA*, 18, 54-69.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6086127>

05

A large rectangular area in the center of the page is filled with a decorative pattern of white, thin, parallel lines forming a series of nested, upward-pointing chevrons or zig-zags. This pattern is contained within a white border.

**ECONOMÍA DIGITAL: PRESENTE Y
FUTURO, REVISIÓN DE CASO
COLOMBIA Y CHILE**

05

ECONOMÍA DIGITAL: PRESENTE Y FUTURO, REVISIÓN DE CASO COLOMBIA Y CHILE

Maryuri Daniela Henao Toro
mdhenaot@libertadores.edu.co

Johan Fabian Ruiz Hernández
jbruizh@libertadores.edu.co

*Programa Contaduría Pública
Fundación Universitaria
Los Libertadores.*

RESUMEN

Debido a los cambios generados por las nuevas tecnologías la economía digital Colombiana se ha transformado requiriendo una mayor regulación por parte del gobierno, es importante implementar normas que permitan impulsarla, permitiendo que siga creciendo, la economía digital está transformando el mundo y el modo de hacer negocios en todos los sectores de la economía, innovando en la forma de hacer negocios para ofrecer bienes y servicios, se puede hablar de una economía digital en la medida que el internet está cambiando la visión del comercio en el futuro y la reducción de sus costos, la optimización de tiempo y esfuerzo por ende es importante establecer lo posible como los gobiernos establecen estrategias hacia una economía sustentable explotando el talento de sus comunidades y empresas y exigiendo la adopción de nuevas políticas que conlleven a una competencia de iguales condiciones frente a otros países.

Palabras clave: Economía digital, políticas gubernamentales, crecimiento económico.

ABSTRACT

Due to the changes generated by new technologies, the digital economy in Colombia has been transformed, requiring greater regulation by the government, it is important to implement rules that control its promotion, that it continues to grow, the digital economy is transforming the world and the way of doing business in all sectors of the economy, innovating in the way of doing business to offer goods and services, one can speak of a digital economy as the internet is changing the vision of commerce in the future and the reduction of its costs, optimization of time and effort therefore it is important to establish as possible as governments establish strategies towards a sustainable economy exploiting the talent of their communities and companies and demanding the adoption of new policies that entail a competition of equal conditions against other countries

Keywords: Digital economy, government policies, economic growth

INTRODUCCIÓN

Las TIC e Internet son los motores de la Economía Digital, pues contribuyen a impulsar la innovación, el crecimiento económico, generar fuentes de empleo, aumentar la productividad, potenciar la competitividad, entre otros beneficios (MINTEL/DS). El siglo XXI ha traído una nueva visión de crecimiento económico para las naciones es por eso por lo que el desarrollo de políticas específicas ha llevado a la innovación de pensamientos e ideas de negocio con el uso del internet dado los retos y oportunidades de la economía digital.

Tras el paso de los años se han implementado políticas y estrategias para la difusión de las tecnologías a pesar de estos esfuerzos no ha llegado a toda la población, las diferencias sociales, ingresos, la localización entre otras han imposibilitado la masificación del uso del internet y esto es crucial para impulsar la economía en América Latina. La Ley TIC, aprobada en julio del 2009, se ha convertido en parte fundamental de este proceso, ya que promueve el acceso de todos los ciudadanos a las tecnologías (MEDINA, 2010).

Por tanto, es necesario que el pensamiento de crecimiento económico impulse políticas que promuevan y renueven el uso de la economía digital entre sus tres ramas (infraestructura, la industria TIC, población). La introducción a la OCDE de Chile y Colombia 2010 y 2018 respectivamente ha traído un cambio de perspectivas para el desarrollo de la economía, es por eso por lo que para ambos países los lineamientos y criterios establecidos son fundamentales (OCDE, © Microsoft, 2016).

Es por ello por lo que es importante analizar su amplio contexto sus inicios, su impacto económico y social en la economía, dando alcance a la relevancia económica que trae para llegar a una economía competitiva y como las regulaciones determinan un proceso dinámico y sostenible de una economía. Este artículo desarrollará que es una economía digital, la

economía digital en el mundo y cómo las políticas gubernamentales en Colombia y Chile son fundamentales para el crecimiento económico y el desarrollo de sus comunidades.

¿QUÉ ES LA ECONOMÍA DIGITAL?

Dentro del mundo globalizado, sin lugar a duda, los avances tecnológicos constituyen un gran aporte en la configuración y progreso de las sociedades modernas. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) constituyen una herramienta poderosa para promover el crecimiento económico de los países en desarrollo. Por lo que, fomentar el adelanto económico en TIC impulsa a que los países generen por sí mismos nuevas tecnologías para mantener tasas elevadas de desarrollo (MINTEL/DS).

La economía digital es un fenómeno emergente y complejo, relacionado con la Microeconomía, la Macroeconomía y la Teoría de la Organización y de la Administración (ORLIKOWSKI, 2000). Su análisis en la actualidad es relevante ya que en opinión de varios autores y organismos internacionales la economía digital explicará el crecimiento de la economía en las próximas décadas (MARGHERIO, 1998).

Por otra parte, la economía digital es un sector de la economía que incluye los bienes y servicios en los que su desarrollo, producción, venta o aprovisionamiento dependen de forma crítica de las tecnologías digitales. Está compuesta por cuatro subsectores: infraestructuras y aplicaciones, por un lado; y comercio electrónico y nuevos intermediarios, por otro (DEL AGUILA, 2001).

Uno de los primeros autores en reconocer la nueva economía fue Machlup (1962), quien la describió con el término “industria basada en el conocimiento”. Don Tapscott revela cómo la nueva tecnología y las estrategias comerciales están transformando no solo los procesos comerciales sino también la forma en que se crean los productos y servicios. y comerciali-

zados, la estructura y los objetivos de la empresa, la dinámica de la competencia y todas las reglas para el éxito empresarial (TAPSCOTT, 1994).

En la actualidad, se puede hablar de nueva economía o de economía digital en la medida en que las TIC, en especial Internet, están transformando y lo seguirán haciendo en el futuro, la dirección y organización de empresas y la competencia entre las mismas (COHEN & DE LONG, 2000).

La estrategia del Gobierno para lograr que las TIC se conviertan en los nuevos motores que impulsan la economía nacional hacia los nuevos modelos de negocio alineados con la industria 4.0. (ALONSO, 2019). La administración pública juega su papel fundamental, pues la dirección de los proyectos públicos que guían el futuro del país recae sobre los planes de gobierno del mandatario electo y de la capacidad de ejecución de las instituciones del Estado (DAVILA, 2018).

“Para reflexionar sobre los prospectos económicos, los latinoamericanos deben consultar politólogos en lugar de economistas”, sostiene un artículo de The Economist sobre el bajo crecimiento económico reciente de Latinoamérica. La transversalidad de la tecnología en la economía ha influido en el desarrollo de políticas públicas a nivel mundial para fortalecer el ecosistema empresarial, donde los actores aprovechen los beneficios de la economía digital. (DNP, 2018).

ANTECEDENTES COLOMBIA

Para Colombia la llegada del internet en la década de los 90 comenzó como un impulso a la formación académica, tras el paso de los años las necesidades se han venido transformando para lograr una mayor productividad en las empresas y así poder ofrecer mejores productos

y servicios (ANDI-Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017), tanto así que en estudios del 2017 mostro que el 96% de las

empresas del país tienen acceso al internet y un 76% de este prestan un servicio mediante el uso del internet (MINTIC, 2017).

El impulso TIC ha llegado también a las micro, pequeñas y medianas empresas. En dos años, a través de los programas MiPyme Digital y Compartel Digital, han otorgado conectividad a más de 40.000 mipymes, de las cuales ya 2.400 disponen, además de computador y conectividad, de aplicaciones que ayudan a la eficiencia de sus negocios haciéndolos más productivos. Gracias a las herramientas de MiPyme Digital, estas empresas han logrado hacer negocios de exportación (MEDINA, 2010), el gobierno del presidente Iván Duque (Colombia) tiene la meta en su gobierno de incrementar las transacciones digitales de 87 a 290 millones (PND 2018-2022, 2019).

Ley TIC y el PND son la base de la economía nacional en los próximos años (ALONSO, 2019). La visión de Colombia es convertirse para el año 2025 en la Economía Digital líder en Latinoamérica. En el año 2018 Colombia tenía conexión de internet para el 50% de los hogares, la meta del gobierno colombiano es aumentar la conectividad al 70% de los hogares (PND 2018-2022, 2019).

El gobierno colombiano a través del Plan Nacional de Desarrollo y sus estimaciones para los años 2018-2022 ponen como uno de sus objetivos la transformación digital para el emprendimiento, desarrollo y la productividad expidiendo regulaciones transversales para el sector público y privado con la promoción de estrategias como el aumento de la conectividad de internet para los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 tomando como estrategia el mejoramiento de las conexiones a internet con una mayor velocidad además realizando incentivos para que se pueda realizar un despliegue de las redes en zonas rurales.

La visión del gobierno colombiano para el año 2030 es que “La sociedad colombiana será una sociedad digital conectada a Internet de calidad. Nos transformaremos digitalmente

mediante el uso de datos y nuevas tecnologías en la administración pública, el sector productivo y en los territorios” (PND 2018-2022, 2019).

Por tanto, podemos decir que las políticas gubernamentales en Colombia han venido incentivando la economía por medio de bajar la brecha de desigualdad en los diferentes sectores de la economía y en la población, pero se debe ser más ágil en cambios mucho con respecto a la inversión y políticas como se ha venido realizando con las TICs.

Es por eso por lo que la OCDE ha manifestado que Colombia ha tenido éxito en la reducción de la brecha digital en Colombia mediante las políticas que ha implementado, pero menciona enfáticamente que faltan más acciones (© OCDE, 2019). Lo más interesante inclusive es que la tasa de crecimiento de la economía digital en Colombia muestra cómo el país progresivamente se está alineando con los países de la OCDE (Kats, 2018).

El sector TIC para el año 2019pr registra una participación de 3,6% respecto al valor agregado nacional, para el año 2018 esta participación es de 3,7% mientras que para el período 2017 – 2019 en promedio participa con el 3,7% del valor agregado nacional (DANE, 2020)

ANTECEDENTES CHILE

Las tecnologías de información y comunicación (TIC), han cobrado especial relevancia en Chile y el mundo por ser identificadas como un medio útil y efectivo para avanzar hacia el desarrollo (EMG Consultores S.A., 2005)

En Chile varias investigaciones han mostrado que se puede conseguir un mayor impacto económico en el PIB con el cambio de políticas impulsando con estas una transformación digital para las empresas y comunidades (Accenture, Oxford Economics, 2018). Según estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago las ventas online aumentaron un 25% en 2019 y estimaron para el mes de marzo de este año, pese a la desaceleración de la economía, debía mantenerse entre un 15% y un 25% de

transacciones con uso del internet (CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO “COMITE DE COMERCIO ELECTRONICO, 2020).

Hay consenso de la visión y transformación digital para el 2030 entre varios sectores de Chile una de varias conclusiones dice que la discontinuidad de políticas implementadas por los cambios de administración es desalentadora (CONSEJO DE POLITICAS DE INFRAESTRUCTURA-CPI, 2019).

En relación con los tipos de conexión más empleados es posible señalar que, un 75,8% de las empresas que utiliza Internet, En relación con la realización de comercio electrónico, un 42,6% de las empresas que utiliza Internet realizó comercio electrónico (ya sea compras y/o ventas) durante el 2013, cifra que se eleva a 72,8% en las grandes y se reduce a 37,6% en las microempresas. En tanto, un 40,1% realizó compras electrónicas. Mientras que, sólo un 23,7% reportó haber efectuado ventas (MINISTERIO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO, 2015)

En el 2004, la industria TIC tuvo una participación del 3,4% del Producto Interno Bruto, lo que significa que el sector aportó cerca de US\$3.200 millones a la producción total del país (EMG Consultores S.A., 2005). Al comparar el valor agregado generado por las actividades de manufactura TIC con el valor agregado de la industria manufacturera a nivel nacional, se observa que Chile se ubica en rangos muy inferiores a los presentados por los países de la OCDE (EMG Consultores S.A., 2005)

METODOLOGÍA

Para esta investigación se utilizó la metodología explicativa abordando de forma objetiva la evolución entre Colombia y Chile en la forma cómo las políticas de estos países influyen en la transformación y maximizan sus economías para uso de sus habitantes y cómo planean evolucionar con las decisiones que están tomando en el presente. Ambos han tomado como referencia el modelo de la OCDE y han

venido realizando cambios importantes para potencializar el uso de la tecnología como medio para el impulso de sus economías, las mediciones que estos realizan en cada uno de sus países con sus departamentos de estadísticas han dimensionado el esfuerzo y los cambios que se requieren para llegar a maximizar el dinamismo de la tecnología y comenzar a explotar el potencial humano de sus habitantes como un nuevo método de hacer negocios y lograr para el país un crecimiento económico estable.

PRINCIPALES HALLAZGOS (PRELIMINARES – PROYECTO EN CURSO)

El cambio de gobiernos de turno ha impedido que el desarrollo de la tecnología se establezca agrandando las brechas de tiempo para lograr un dinamismo para la maximización del

uso de la tecnología como medio para hacer negocios. La brecha de desigualdad existente entre sus habitantes es uno de los factores más influyentes pues no todos tienen las mismas posibilidades de explotar el uso de la tecnología. El principal reto de Colombia y Chile es lograr que la tecnología llegue a cada uno de sus habitantes con el despliegue de la infraestructura tecnológica de calidad que propicia que mediante esta se dinamice la economía.

CONCLUSIONES

La economía digital es muy importante en la sociedad actual, a raíz de que las empresas tienen un afán de evolución para lógicamente obtener sus beneficios y rentabilidad. En Colombia la evolución ha sido más lenta que en Chile, pero la implementación de nueva regulación ayudará a avanzar en este campo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accenture,Oxford Economics. (2018). EL AVANCE DE LA ECONOMIA DIGITAL EN CHILE.
- ALONSO, G. (13 de junio de 2019). LEY TIC. (O. d. MinTIC, Entrevistador)
- ANA R. DELAGUILA OBRA, A. P. (15 AL 21 de octubre de 2001). La economía digital y su impacto en la empresa: bases teóricas y situación en España. BOLETIN ECONOMICO DE ICE N° 2705.
- ANDI-Asociacion Nacional de Empresarios de Colombia. (2017). ESTARATEGIA PARA UNA NUEVA INDUSTRIALIZACION II. En ANDI, ESTARATEGIA PARA UNA NUEVA INDUSTRIALIZACION II (págs. 38-69). Bogota: Nomos Impresores.
- CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO “COMITE DE COMERCIO ELECTRONICO. (2020). VENTAS DE ECOMMERCE SUPERARON US\$ 6.000 MILLONES EN 2019.
- COHEN, S., & DE LONG, B. y. (2000). Tools for thought: ¿What is new and important about the Economy? Working Paper 138. Berkeley Roundtable on the International Economy (BRIE).
- CPI (CONSEJO DE POLITICAS DE INFRAESTRUCTURA). (2019). PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA LA TRANSFORMACION DIGITAL DE CHILE UNA MIRADA 2030.
- DANE. (20 de marzo de 2020). Cuenta Satélite de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (CSTIC) 2018,2019. BOLETIN TECNICO. Bogota.
- DAVILA A, S. H. (18 de octubre de 2018). Política económica en Colombia: recomendaciones para el próximo gobierno. SUPUESTOS (Revista Económica).
- DNP. (2018). Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2017. Obtenido de <https://dane.gov.co>.
- EMG Consultores S.A. (2005). Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile.

Kats, R. (9 de octubre de 2018). Empresa que no se digitalice, corre el riesgo de desaparecer. (P.V. Portafolio, Entrevistador)

MARGHERIO, L. (1998). The Emerging Digital Economy. Secretariat on Electronic Commerce. U. S. Department of Commerce. Washington, D. C.

MEDINA, D. E. (28 de abril de 2010). Revolución de las TIC impulsa la competitividad de Colombia. (E. PORTAFOLIO, Entrevistador)

MINISTERIO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO. (octubre de 2015). Informe de resultados: Tecnologías de la información y comunicación en las empresas. CHILE: Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

MINTEL/DS. (s.f.). las TIC como motor de la economía digital. Obtenido de MINISTERIO DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION -ECUADOR.

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-tic-como-motor-de-la-economia-digital/>

MINTIC. (31 de diciembre de 2017). <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/>. Obtenido de http://micrositios.mintic.gov.co/abc_digitalizacion_empresas/

OCDE, © Microsoft. (27 de Julio de 2016). Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015. Ciudad de México: © Microsoft.

ORLIKOWSKI, W. J. (2000). The Truth is not out there. An enacted view of the Digital Economy. Understanding the Digital Economy MIT Press, páginas 352-380.

PND 2018-2022. (25 de mayo de 2019). ley 1955 el plan nacional de desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Bogotá, Colombia.

TAPSCOTT, D. (1994). The Digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. Nueva York: McGraw-Hill.

06

A large rectangular area with a white border containing a repeating pattern of light blue chevron lines. The pattern consists of multiple parallel lines forming a series of upward-pointing chevrons.

LA ECONOMÍA DIGITAL Y SU
IMPACTO TRIBUTARIO

06

LA ECONOMÍA DIGITAL Y SU IMPACTO TRIBUTARIO

Laura Natalia Jiménez Castañeda
nbmartinezg@libertadores.edu.co

Lizeth Camacho Palomino
lcamachop@libertadores.edu.co

Vanessa Muriel Agudelo
vmuriela@libertadores.edu.co

*Programa Contaduría Pública
Fundación Universitaria
Los Libertadores.*

RESUMEN

El comercio electrónico es una forma de comercializar productos o servicios a través de los medios electrónicos, en el caso 5 de los productos, los mismos no necesariamente implican productos en forma física, sino que también abarcan productos de software, aplicaciones web e incluso servicios de asistencia de manera remota. Luego de haber explorado la forma en que interactúan los diferentes agentes del sistema económico, es necesario explorar los medios de pago utilizados en el comercio actual puesto que identificarlos permitirá profundizar sobre la dinámica del comportamiento económico. Los desafíos que presenta la economía digital en lo referente a tributos no son ajenos al ordenamiento colombiano. En la actualidad existen, aun cuando son pocos, varios apartes de normas donde el Estado colombiano busca regular la materia. Los desafíos de la economía digital en materia de impuestos directos principalmente se evidencian en el impuesto sobre la renta y el impuesto al patrimonio o riqueza.

Palabras clave: Economía, digital, impuestos, mercados y globalización.

ABSTRACT

Electronic commerce is a way of marketing products or services through electronic means, in the case of 5 products, they do not necessarily involve products in physical form, but also include software products, web applications and even services of assistance remotely. After having explored the way in which the different agents of the economic system interact, it is necessary to explore the means of payment used in current trade since identifying them will allow us to delve into the dynamics of economic behavior. The challenges presented by the digital economy in relation to taxes are not foreign to the Colombian order. Currently, there are, even when they are few, several sections of regulations where the Colombian State seeks to regulate the matter. The challenges of the digital economy in terms of direct taxes are mainly evident in the income tax and the wealth or wealth tax.

Keywords: Economy, digital, taxes, markets and globalization.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este documento es profundizar sobre el concepto de economía digital, sus características, su regulación y el impacto que ha presentado en la sociedad en cuanto a la elusión del pago de impuestos en Colombia, enfocándonos en el impacto socio económico que la evolución de la economía digital está generando en nuestro país. Para poder lograr el objetivo se empezó con un análisis de documentos referentes a este tema, lo primero que se identificó fue el concepto como tal de Economía digital, su evolución a nivel mundial, sus características y luego enfatizarnos en los perjuicios tributarios que están relacionados con el impuesto de Renta y complementarios que es el más representativo en cuanto a carga tributaria sin dejar a un lado los impuestos indirectos.

El método empleado para llevar a cabo esta investigación es de tipo descriptivo y documental permitiendo así obtener información de calidad e importante para que se pueda fácilmente comprender y se pueda lograr el objetivo con claridad debido a que quise mezclar nuestros conocimientos en el área contable con el material de investigación.

Uno de los principales problemas del país se basa en la situación Tributaria colombiana, a raíz de esto vemos la reforma del 2016 mediante la ley 1819 aprobada en diciembre del mismo año generando bastantes cambios normativos para los siguientes periodos y una regresividad frente a la ley de financiamiento presentada en año 2018. Los expertos que elaboraron y presentaron el último proyecto de ley se enfocan en la difícil situación nacional, generando poca probabilidad de interés para la creación de empresa, ya que esta genera excesiva carga tributaria y traería un impacto al bienestar de los emprendedores.

Durante años nos hemos dado cuenta sobre el tratamiento tributario de las nuevas em-

presas las cual nos llevan a un análisis intensivo generando dificultades para entender los cambios introducidos en la norma.

Aquí es donde nace nuestro tema de investigación, la economía digital es definida como “la rama de la economía que estudia el costo marginal nulo de bienes intangibles vía internet” (Fournier, 2014, p. 7). Es decir que dicha economía es una nueva forma de empresa interrelacionada entre equipos de alta tecnología con el fin de facilitar el movimiento de información, productos y servicios entre productores y clientes (Tapscott, 1997).

Todo lo anterior se traduce en un modelo de negocio generado por la globalización y la rápida evolución de la tecnología, buscando acercar los servicios y productos al consumidor de una manera rápida y sencilla. Todo esto suena muy bien y hace que pasemos de una era análoga a digital, luego de esto viene el problema fiscal en el que se centra nuestro tema de discusión.

Se han generado inconvenientes en la aplicación de la normatividad existente en el ámbito comercial, tributario e internacional, porque la mayoría de los bienes transados son intangibles y esto hace difícil ubicar con exactitud al proveedor, al consumidor y el tipo de contrato, ello asociado a que, al ser a través de internet, las mismas se pueden realizar entre agentes ubicados en diferentes jurisdicciones, obstaculizando así determinar la legislación aplicable.

Partiendo de allí se generan incógnitas en nuestro escrito, ¿en qué afecta la elusión del pago sobre el impuesto de renta en este tipo negocio?, ¿será posible implementar un manejo tributario a este tipo de negocio?, ¿Qué hacer?

METODOLOGÍA

La presente investigación se enfoca en la economía digital orientada al área fiscal de las compañías que se encuentran en este sector, el motivo que nos llevan a realizar esta investigación es dar a conocer cómo las nuevas

tecnologías pueden influir en los diferentes sectores económicos, sociales, políticos y tributarios.

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de ampliar el campo teórico frente al tema anteriormente mencionando, buscamos que la comunidad académica indague y aporte con textos argumentativos y científicos que puedan contribuir en la búsqueda de una solución frente a los problemas fiscales que la economía digital genera en nuestro entorno empresarial.

Pretendemos con este escrito informar a los futuros emprendedores que quieren ingresar a la economía digital con actividades tales como: el comercio electrónico, servicios en línea, educación a distancia, entre otros bienes y servicios necesarios en nuestra sociedad, para que desde la constitución hasta la puesta en marcha de su empresa no violenten las leyes tributarias, sino más bien aporten a la economía y desarrollo del país.

Es factible realizar el estudio porque existen mecanismos de investigación, en la actualidad tenemos el DANE que nos da información "actualizada" y también contamos con la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en donde encontramos estadísticas de los diferentes mercados (productos y servicios) también podemos realizar entrevistas a algunos mercados digitales, pero muchas de ellas hacen a diario muchas transacciones sin ningún control.

PRINCIPALES HALLAZGOS (PRELIMINARES – PROYECTO EN CURSO)

Propuesta: ¿Cuál es la afectación fiscal de la economía digital en Colombia?

E-COMMERCE: DEFINICIÓN Y DESARROLLO

El e-commerce se reconoce como un sector importante en la economía actual, su

crecimiento es cada vez más acelerado, se estima que alrededor del mundo las ventas a través del e-commerce generan un total de 1.5 billones de dólares anuales y el crecimiento suele ser de aproximadamente un 30 % anual

en las ventas alrededor del mundo, un desarrollo notablemente exponencial (Peacock, 2015).

El e-commerce o comercio electrónico es básicamente una forma de comercializar productos o servicios a través de los medios electrónicos, en el caso 5 de los productos, los mismos no necesariamente implican productos en forma física, sino que también abarcan productos de software, aplicaciones web e incluso servicios de asistencia de manera remota (Fonseca, 2014).

El formato de comercio electrónico ha dado pasos agigantados desde la emblemática historia de Amazon, la cual es quizás la tienda en línea más conocida debido al impacto que ha tenido sobre los usuarios que se acercan a las plataformas de compras e-commerce, Amazon es una empresa pionera debido a que estableció de manera exitosa las bases para crear modelos de e-commerce (Manzoor, 2010).

No obstante, la existencia de diversas plataformas de e-commerce exitosas resulta el fruto de una capacidad de innovación por parte de la herramienta principal, el internet. Luego de que sucediera en el 2001 el desplome del mercado accionario de las telecomunicaciones y el desarrollo tecnológico, se predecían comportamientos desfavorables para un sector como el e-commerce que ya se había planteado a través de empresas retail como Sears (Manzoor, 2010).

La historia fue diferente, el e-commerce creció de manera exponencial, así como los usuarios de internet, con ello, también las empresas que comenzaron a ganar presencia en línea y que permitieron a sus usuarios conectarse con ellos de una manera más profunda e inmediata, empresas como J.C. Penney y Wal Mart se unieron a la exposición de sus productos en línea (Botha, 2012).

Solamente en 2005, cuando el e-commerce apenas tenía un par de años dentro del mercado económico, más de 110 millones de estadounidenses gastaron 142 mil millones de dólares en productos y servicios que adquirieron

a través de internet lo que representó el 18 % del PIB (Botha, 2012).

MEDIOS DE PAGO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Luego de haber explorado la forma en que interactúan los diferentes agentes del sistema económico, es necesario explorar los medios de pago utilizados en el comercio actual puesto que identificarlos permitirá profundizar sobre la dinámica del comportamiento económico.

A grandes rasgos, un medio de pago se puede definir como un acuerdo realizado entre el comprador y el vendedor al determinar la forma en que será entregada la mercancía o el servicio y el pago por ello. Este proceso siempre conlleva riesgos, pero en el contexto de comercialización, el riesgo que se asume es mayor debido al desconocimiento que puede existir sobre la contraparte o la dificultad de interactuar con él de manera personal (Schniter, 2007).

En 2014 el e-commerce en Colombia creció más del 40%. Los porcentajes de participación por sectores de las compras realizadas por internet en el Colombia en 2014 fueron publicados por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2015). El total de transacciones realizadas por medios electrónicos incluido el e-commerce de USD \$9.961 Millones que representó para el 2014 el 2.62% del PIB. Los medios de pagos más utilizados fueron tarjetas de crédito con un 55 %, pagos en efectivo en puntos autorizados (Efecty, Bancos o contra entrega) con un 34% y débitos a cuentas en un 11%.

CONCLUSIONES

En pocas palabras, luego de la aparición del internet y la globalización del mercado se ha incrementado el empleo de plataformas digitales para ofrecer bienes y servicios de todo tipo por todo el mundo. En la actualidad son muy conocidas las grandes plataformas que tienen gran parte del mercado con sus productos, ya sean educativas, de marketing, so-

ciales y de contenido audiovisual.

Los grandes beneficios, ya sea por el tiempo, la economía o la variedad y muchas de las empresas que actualmente se apoyan en la tecnología pueden reducir costos de producción lo que refleja una disminución de los precios de los bienes y servicios que ofrecen a sus demandantes para hacer más fácil el acceso a la información o sus productos.

De esta manera también se promocionan por redes sociales o directamente por la página web de cada entidad la cual es una buena manera de darse a conocer o tener más clientes debido a la cantidad de personas que están en las redes actualmente que hasta puedes generar ingresos con solo promocionar un producto o hacer que más personas sigan o compren el producto.

Beneficios:

- Amplios mercados y cambiantes
- Nuevas profesiones
- Formación continuada
- Producción flexible
- Movilidad en varias áreas de los negocios
- Grandes flujos de capital internacional
- Fusión y adquisición de empresas
- Integración de varias zonas del país
- Mejoras en la productividad
- Cambio en la importancia de los factores de producción, conocimiento e innovación con respecto al capital

Por esta misma razón las autoridades jurídicas y tributarias discuten sobre las tarifas e impuestos que pueden aplicar a este tipo de negocios debido al gran valor monetario registrado en transacciones digitales, así mismo se busca aclarar qué tipo de transacciones existen y como clasificarlas. Pero para lograr establecer una tarifa tributaria hay que organizar muy bien el sistema tributario del país, estudiar y analizar los sistemas tributarios y como

aplicarlos a los nuevos sistemas, teniendo en cuenta el constante cambio que tiene la tecnología para de esta manera fijar un sistema tributario estable.

El impacto tributario de la economía digital al no estar fijado aún ningún tipo de impuesto y de lo complicado que es dar una definición general del mismo ya que puede causar un desequilibrio en la sociedad al aplicar un sistema tributario erróneo y la gran diferencia en actualización ya que las normas tributarias no avanzan al mismo ritmo que lo hace la tecnología por esto se hacen nuevas propuestas para actualizar la legislación fiscal vigente en el momento tomando como referencia la reforma tributaria del 2016.

Con respecto al riesgo que representa este tipo de negocio debido a su modalidad ya sea al momento del pago porque se corre el ries-

go de que no sea seguro que recibas el producto y solo te roben el dinero o con el tipo de personas con las que estás haciendo un negocio, una herramienta o ayuda para estos nuevos mercados, la economía digital cuenta con nuevos elementos para un mejor desarrollo como los medios de pago como se mencionó anteriormente que ahora son de manera virtuales.

En este caso, la criptomoneda que tiene pocos años en el mercado y así como la economía digital tampoco tiene un ente central para ser regulados además el volumen de dinero que mueven los mercados digitales se incrementa año tras año incluso con las crisis económicas que se presentan a nivel mundial, lo cual podría llegar a afectar la estabilidad económica y puede ser utilizada para lavado de dinero y comercio ilícito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Botha, C. (2012). *Managing e-commerce*. Estados Unidos: Juta. Schnitzer, J. (2007). *Manual de lenguaje económico*. Munchen: Oldenbourg.

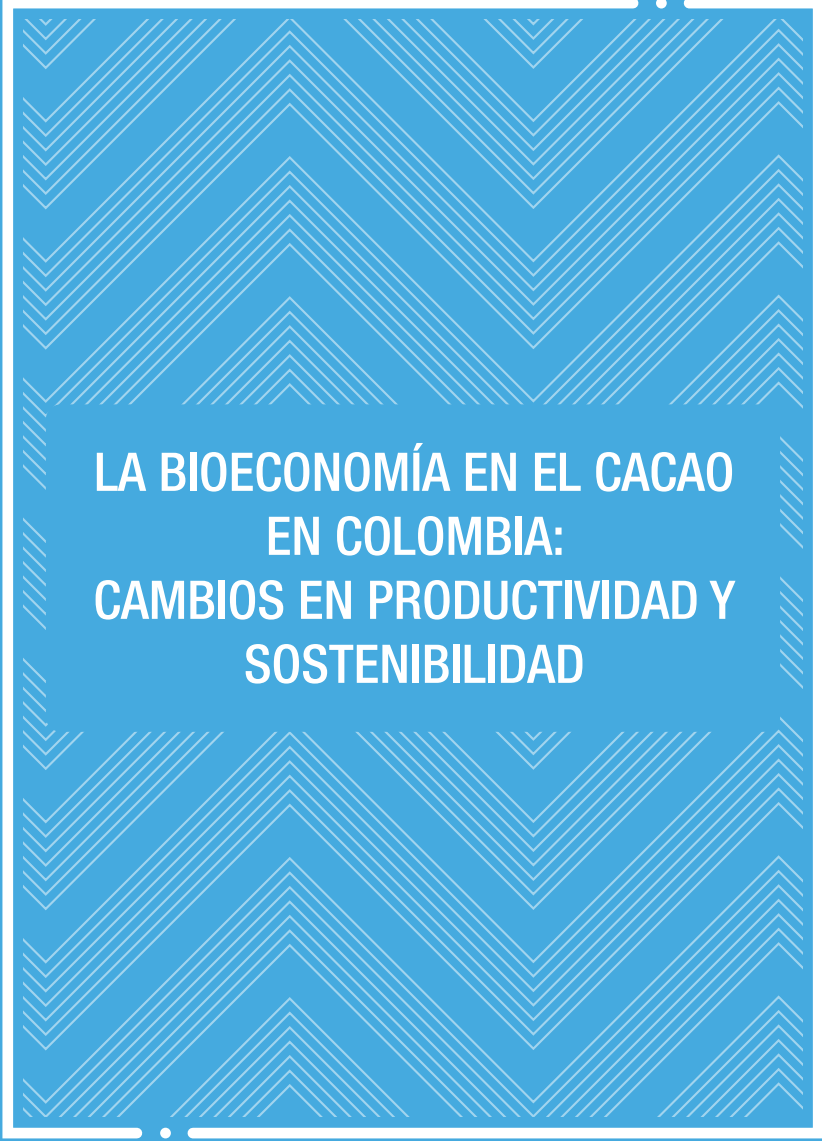
Cámara colombiana de comercio electrónico (2015). Segundo estudio de transacciones no presenciales. Colombia. <http://ccce.org.co/>

Cabrera Cabrera, O. (2017). Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos. *Revista De Derecho Fiscal*, (10), 85-101.

Fonseca, A. (2014). *Fundamentos del e-commerce*. Quito: Ern.

Fourner, L. (2014). *Merchant Sharing: Towards a zero-marginal cost economy*. Nueva York: Cornell University Library.

Manzoor, E. (2010). *E – commerce: An introduction*. Estados Unidos: Lambert. apscott, D. (1997). *Management Siglo XXI: Economía Digital*. Bogotá D.C.: McGraw-Hill.

A decorative rectangular area with a white border, containing a repeating pattern of white chevron lines on a blue background. The chevrons are arranged in a grid-like fashion, creating a textured effect.

**LA BIOECONOMÍA EN EL CACAO
EN COLOMBIA:
CAMBIOS EN PRODUCTIVIDAD Y
SOSTENIBILIDAD**

LA BIOECONOMÍA EN EL CACAO EN COLOMBIA: CAMBIOS EN PRODUCTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Brayan Nicolas Torres Acevedo
brayanntorres05@unisalle.edu.co

*Programa Negocios y
Relaciones Internacionales
Universidad de La Salle.*

RESUMEN

En Colombia y otros países destacados por la producción de cacao, se han implementado diferentes técnicas, métodos y tecnologías para mejorar los procesos de producción de cacao. Colombia siendo uno de los países que más producen cacao a nivel mundial, demuestra que su producción se realiza en muchos departamentos del país de diferentes maneras, es aquí donde se habla de la necesidad de implementar herramientas bioeconómicas para su producción. Por esto, se busca analizar la influencia de las herramientas bioeconómicas en la industria del cacao colombiano en materia de sostenibilidad y productividad. Esta investigación comprende una metodología mixta, usando variables como las cantidades exportadas, la producción, la calidad y el medio ambiente. Entre los resultados esperados se encuentra que las herramientas bioeconómicas han afectado positivamente las exportaciones de cacao, la producción del cacao y en mayor medida la calidad y el cuidado del medio ambiente.

Palabras clave: Cacao, Desarrollo Regional, Políticas Públicas, Tecnología

ABSTRACT

In Colombia and other countries well known for cocoa production, different techniques, methods and technologies have been implemented to improve cocoa production processes. Colombia, being one of the countries that produces the most cocoa worldwide, shows that its production is carried out in many departments of the country in different ways, it is here that the need to implement bioeconomic tools for its production is discussed. For this reason, it seeks to analyze the influence of bioeconomic tools in the Colombian cocoa industry in terms of sustainability and productivity. This research comprises a mixed methodology, using variables such as exported quantities, production, quality, and the environment. Among the expected results is that bioeconomic tools have positively affected cocoa exports, cocoa production and, to a greater extent, quality and care for the environment.

Keywords: Cacao, regional development, public policy, technology

INTRODUCCIÓN

El cacao es uno de los productos que cuenta con más ventajas comparativas en Colombia por condiciones climáticas del entorno (clima y humedad), así como el reconocimiento de un producto fino y de buen aroma por el mercado nacional e internacional. Sin embargo, la tecnología ha llegado a los mercados para quedarse, y así mismo, el sector cacaotero requiere de la implementación de estas herramientas. De acuerdo con Villanueva (2018) el problema del cacao radica en 7 dimensiones, estas son: tecnológica, regulatoria, de mercado, talento humano, financiación e inversión, infraestructura y ambiental.

La bioeconomía como estrategia en los diferentes campos de producción ha estado teniendo gran popularidad, pues en momentos donde el tema ambiental ha tomado gran parte de la agenda internacional, son varios los países que han querido incluir este concepto dentro de sus estrategias nacionales. De acuerdo con Henry & Pahun (2014) la bioeconomía pasó de ser un tema visto únicamente desde el ámbito académico en el siglo XX a ser parte importante de las estrategias nacionales en el siglo XXI con la intención de promover el crecimiento económico y social.

Entonces, a pesar de ser líder en materia agrícola y gran influyente en temas de cacao a nivel mundial, Colombia se encuentra en una etapa donde necesita adaptar sus procesos a lo que la bioeconomía propone. Por esta razón, se busca analizar la influencia de las herramientas bioeconómicas en el sector cacaotero en los últimos tiempos, para así reconocer a que punto de inmersión ha llegado Colombia con este nuevo concepto innovador.

Este trabajo se divide en 3 partes, en primera instancia se explica se hace una explicación conceptual y de los antecedentes de la bioeconomía y el sector agrícola, en segunda instancia se hace un análisis cuantitativo de las exportaciones y producción de cacao en Colombia en el año 2018, después de esto se

hace una revisión cualitativa de la inmersión del concepto bioeconomía en Colombia y su impacto en términos de medio ambiente y calidad del producto en el sector cacaotero del país.

METODOLOGÍA

Para este trabajo se empleó un método mixto, en el cual en primera instancia se usó un análisis de varianza (ANOVA) para observar si existe o no influencia de la variable “Bioeconomía (1, 2, 3)” dentro de las cantidades exportadas y la producción del cacao en el año 2018.

En la segunda parte del trabajo se utilizó el método cualitativo de revisión y descripción bibliográfica con la intención de saber si la bioeconomía ha influenciado o no en aspectos de sostenibilidad como el medio ambiente y la calidad del producto.

Para realizar el método estadístico planteado en la primera parte de la metodología se utilizó el software de estadística R. La base de datos utilizada en este trabajo proviene de LEGISCOMEX, ya que es una fuente de información confiable en el cual arroja un reporte de estadísticas provenientes de fuentes primarias como la dirección de impuestos nacionales y la DIAN, además cubre un periodo de tiempo específico que abarca de enero de 2018 hasta diciembre de 2018.

Esta base de datos está compuesta por las exportaciones de Colombia durante ese periodo de tiempo en productos como aceites crudos de petróleo o de minerales, hullas térmicas, café sin tostar y descafeinado, oro, gaseoles, coches y semicoches de hulla, bananas o plátanos frescos, fueloils, ferroníquel, demás aceites livianos, entre otros.

La muestra extraída de la base de datos se enfoca en las exportaciones del cacao, por lo que se decidió hacer un filtro de la base original, tomando la partida arancelaria 1801 (cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado), 1803 (pasta de cacao, incl. desgrasada) y 1805 (cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante). Se decidió escoger estas

partidas arancelarias ya que sé considero que lo más exporta en Colombia en materia de cacao es la materia prima sin procesar Dentro de esta muestra podemos encontrar variables como:

VARIABLES

Las principales variables que contiene la base de datos utilizada son: razón social de exportador, razón social de importador, descripción de la partida arancelaria, cantidad exportada, peso en kilos netos, peso en kilos brutos, país de destino, departamento origen y bioeconomía (1, 2, 3). Esta última destaca un análisis nominal por departamentos mediante un rango de 1 a 3, donde 1 será un bajo nivel de implementación de bioeconomía a la producción de cacao, 2 un nivel medio y 3 un nivel alto de implementación.

Se incluyó una variable de desarrollo propio la cual fue el proceso bioeconómico en los departamentos de origen, ya que es el enfoque de estudio presentado en la investigación. Como se evidencia, estas variables identifican características de la exportación del cacao en el 2018 y permiten relacionarlo con la productividad de este en el territorio nacional. Al final

de la investigación se identificará si el proceso bioeconómico departamental realizado por las empresas privadas es una variable fundamental a la hora de asociarlo con las exportaciones totales del año.

PRINCIPALES HALLAZGOS (PRELIMINARES – PROYECTO EN CURSO)

Se hizo un análisis de varianza con el método estadístico (ANOVA) en donde se observaron dos bases de datos, en la primera de ellas y en la que se enfoca la investigación como se mencionó anteriormente, se escogieron dos variables: Bioeconomía (1, 2, 3) y cantidades exportadas, con la intención de observar si hay influencia o no de la bioeconomía en las cantidades exportadas de cacao en el año 2018. La segunda base de datos se usó con la intención de observar de manera rápida si la producción se ve influenciada por la bioeconomía, en esta se escogieron dos variables igualmente: producción y bioeconomía, con la intención de observar si hay influencia o no de la bioeconomía con la producción de cacao en el año 2018. A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

CANTIDADES EXPORTADAS – BIOECONOMÍA

```
> modelo3 <- aov(`Cantidad(es)` ~ `Bioeconomia (1, 2, 3)`)
> summary(modelo3)
              Df Sum Sq Mean Sq F value Pr(>F)
`Bioeconomia (1, 2, 3)` 1 3.712e+09 3.712e+09 2.808 0.102
Residuals 38 5.022e+10 1.322e+09

> pairwise.t.test(cantidades$`Cantidad(es)`, cantidades$`Bioeconomia (1,
2, 3)`, p.adjust.method = "bonferroni")
      Pairwise comparisons using t tests with pooled SD
data: cantidades$`Cantidad(es)` and cantidades$`Bioeconomia (1, 2, 3)`
      1      2
2 1.00 -
3 0.26 0.76
P value adjustment method: bonferroni
```

Al aplicar el modelo ANOVA observamos en la puesta inicial que el p.valor es mayor al valor de significancia de 0.05, por esta razón se nos da una muestra inicial de que la media de las dos variables observadas no tienen relación la una con la otra. Es decir, la bioeconomía no tiene influencia sobre las cantidades exportadas, pues así se aumenten las herramientas bioeconómicas, las ventas de cacao se mantienen iguales.

De igual manera, se decidió observar esta relación con mayor profundidad con la prueba de contrastes, en la que como era de esperarse se encontró que no había relación entre los factores 1, 2 y 3, pues ninguno está debajo de los niveles de significancia.

PRODUCCIÓN – BIOECONOMÍA

```
> modelo4 <- aov(`Producción(t)` ~ Bioeconomia)
> summary(modelo4)
              Df Sum Sq Mean Sq F value Pr(>F)
Bioeconomia  1  22676      22676  0.56  0.455
Residuals   209 8468815  40521
> pairwise.t.test(productividad$`Producción(t)`, productividad$Bioeconomia, p.adjust.method = "bonferroni")
Pairwise comparisons using t tests with pooled SD
data: productividad$`Producción(t)` and productividad$Bioeconomia
  1      2
2 0.049 -
3 0.429 0.664
P value adjustment method: bonferroni
```

Posteriormente, se decidió observar de manera rápida otra variable en la que tal vez la bioeconomía si podía influir, esta variable es la producción de cacao, para ello se utilizó un método similar al de las exportaciones, el cual fue un modelo ANOVA de análisis de varianzas.

Como se observa en los comandos, los resultados no son del todo diferentes, pues a pesar de encontrar un p.valor menor a 0.05 en la relación de las medias de los grados 1 y 2 de bioeconomía, el resultado está casi al mismo grado que el nivel de significancia, además, los otros valores no encuentran relación entre si y el modelo general, el p.valor es aún más alto al nivel de significancia que el modelo anterior.

Esto demuestra que al igual que las cantidades exportadas, la producción no se ve influenciada por el implemento de herramientas bioeconómicas en los procesos de recolección y trato de cacao, es decir, se sigue produciendo el mismo cacao a pesar de tener mayor tecnificación en las personas y las maquinarias.

CONCLUSIONES

Al principio de nuestra investigación, queríamos identificar si la bioeconomía es una variable relevante a la hora de explicar el incremento de las exportaciones de cacao a nivel nacional, así como el incremento de la producción de cacao en el año 2018. Nuestro análisis bibliográfico mostraba que unos departamen-

tos invertían más en proyectos bioeconómicos que otros, por lo que nuestra hipótesis inicial era que tenía que influir en algo esta variable.

Sin embargo, al momento de hacer nuestro análisis metodológico a través de una prueba Anova, que nos relacionaba la variable creada por nosotros (Bioeconomía) con las variables (cantidad exportada) y (producción), nos dimos cuenta de que en el modelo no había diferencia estadística significativa. Por lo que podemos deducir que en el año 2018 no hay diferencia estadística significativa entre los departamentos que han implementado herramientas bioeconómicas en su producción para saber si influyo en la exportación de cacao en el año 2018.

Este modelo solo analizó la relación entre el proceso bioeconómico de algunos depar-

tamentos de Colombia con la producción del año 2018. Por lo que no se quiere concluir que la bioeconomía no sirve, ya que esta puede que influya en variables que no se trataron en este estudio como la calidad del medio ambiente, mejoras en la calidad laboral de los trabajadores, incremento o disminución de los costos de herramientas bioeconómicas, entre otros.

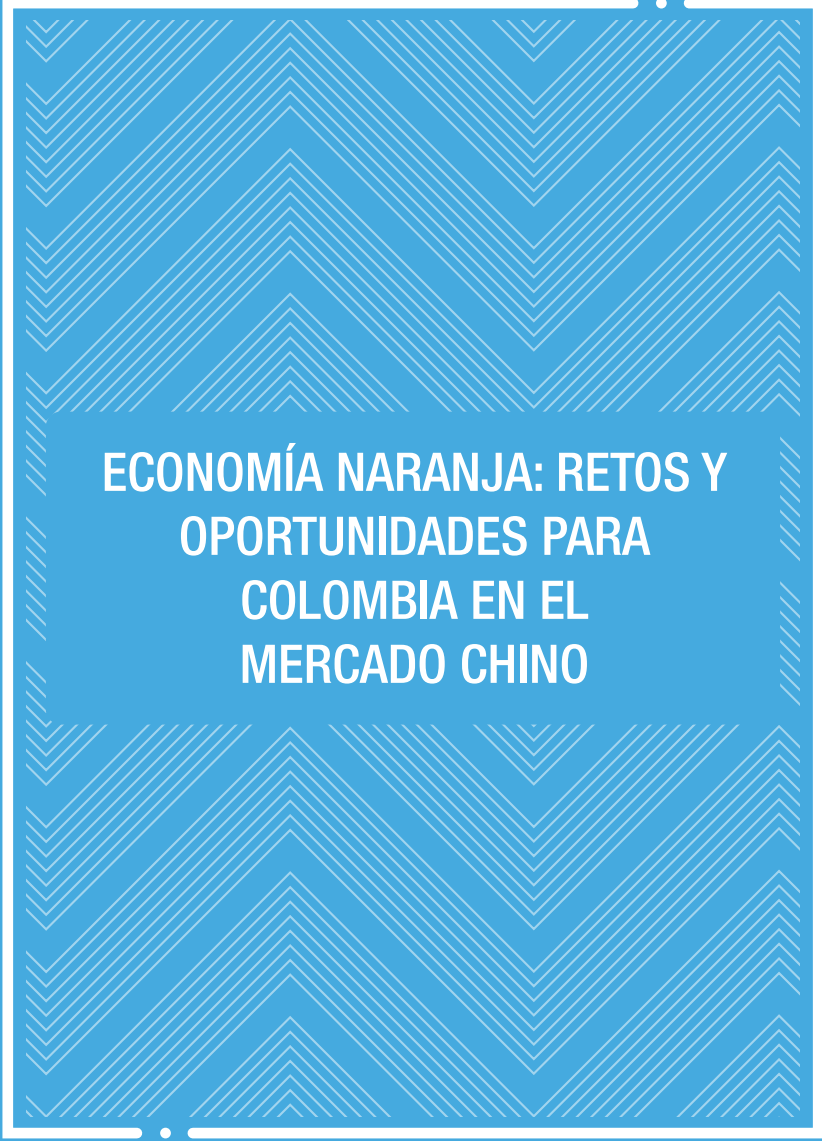
Puede que en un futuro la aplicación de la bioeconomía en el sector del cacao influya de manera significativa en la cantidad producida o en la cantidad exportada, pero hasta ahora en el año 2018, no tuvo un impacto relevante o significativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Henry, G., & Pahun, J. (2014). La Bioeconomía en América Latina: oportunidades de desarrollo e implicaciones de política e investigación. Buenos Aires, Argentina: Revista de la facultad de ciencias económicas y sociales.

Villanueva M. (2018). Estudio sobre bioeconomía como fuente de nuevas industrias basadas en el capital natural de Colombia fase II. Recuperado de https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/ejes-tematicos/Bioeconomia/Informe%202/ANEXO%201_An%C3%A1lisis%20sector%20agr%C3%ADcola.pdf

08

A large rectangular area with a white border contains a decorative pattern of white, parallel, V-shaped lines pointing downwards, creating a textured, geometric background for the title.

**ECONOMÍA NARANJA: RETOS Y
OPORTUNIDADES PARA
COLOMBIA EN EL
MERCADO CHINO**

08

ECONOMÍA NARANJA: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA COLOMBIA EN EL MERCADO CHINO

Andrés Felipe Méndez Díaz
afmendezd@libertadores.edu.co

Leidy Carolina Ricaurte García
lricaurteg@libertadores.edu.co

Danna Carolina Roncancio
dcroncanciog@libertadores.edu.co

*Programa Economía. Fundación
Universitaria Los Libertadores.*

RESUMEN

El propósito del presente artículo es explorar una alternativa para mejorar y reforzar las relaciones comerciales entre Colombia y China, identificando las opciones de crecimiento en el ámbito comercial a partir de oportunidades en el ámbito cultural por cuenta de lo que en la actualidad se identifica como economía naranja. El ámbito cultural evoluciona permanentemente con el objetivo de ofrecer experiencias reales a los viajeros y turistas, y esto hace que la economía naranja tenga el potencial de aumentar y fortalecer las relaciones directas entre Colombia y China, encontrando una oferta turística basada en la autenticidad y en la creatividad centrada en la cultura como motor de desarrollo.

Palabras clave: Comerciales, China, Colombia, Economía.

ABSTRACT

The purpose of this article is to explore an alternative to improve and reinforce trade relations between Colombia and China, identifying growth options in the trade field based on opportunities in the cultural field on account of what is currently identified as an economy orange. The cultural field is constantly evolving with the aim of offering real experiences to travelers and tourists, and this gives the orange economy the potential to increase and strengthen direct relations between Colombia and China, finding a tourist offer based on authenticity and creativity centered on culture as an engine of development.

Keywords: Commercial, China, Colombia, Economy.

INTRODUCCIÓN

Colombia adolece de una economía exportadora poco diversificada, la cual durante varios años ha limitado su expansión en el comercio internacional. La cuenca del pacífico y China en particular, se presentan como una opción para poder explorar nuevas alternativas de negocios y posibilidades para la exportación.

tación de más productos colombianos, distintos a los ya tradicionales.

El propósito del presente trabajo es explorar una alternativa para mejorar y reforzar las relaciones comerciales entre Colombia y China, identificando las opciones de crecimiento en el ámbito comercial a partir de oportunidades en el ámbito cultural por cuenta de lo que en la actualidad se identifica como economía naranja. Por ende, en el marco de lo que se define como desarrollo sostenible y teniendo en cuenta los avances tecnológicos más recientes, se considera fundamental poder establecer escenarios para la innovación, con el objetivo de generar nuevos ingresos y posibilidades comerciales a partir de los retos y oportunidades que brinda la economía naranja.

Para poder avanzar en lo planteado será fundamental una revisión de las relaciones comerciales y diplomáticas de Colombia con China, identificando cuales han sido los avances y cuáles han sido los escollos, estableciendo con ello retos y oportunidades en las relaciones entre los dos países. De otra parte, se realizará una revisión de los principales avances de la economía naranja en la Cuenca del Pacífico, con particular interés en China, y se establecerá un comparativo con los principales pasos que se han dado para el desarrollo del concepto en Colombia.

Finalmente, y luego de la revisión documental planteada, se espera poder identificar coincidencias, situaciones potenciales y oportunidades en relación con posibles espacios para impulsar las relaciones comerciales entre Colombia y China a partir de productos nuevos

El ámbito cultural evoluciona permanentemente con el objetivo de ofrecer experiencias reales a los viajeros y turistas, y esto hace que la economía naranja tenga el potencial de aumentar y fortalecer las relaciones directas entre Colombia y China, encontrando una oferta turística basada en la autenticidad y en la creatividad centrada en la cultura como motor de desarrollo. Por ello se considera pertinente y oportuno abordar este tema para contribuir

a la discusión y aportar desde el semillero de investigación del OCTC, elementos que sirvan para avanzar en la construcción de estrategias para diversificar nuestra canasta exportadora.

METODOLOGÍA

A través de la revisión documental de artículos propuestos sobre la economía naranja, sobre las alianzas comerciales de china y Colombia, en base a ello se hace un estudio de aproximación para identificar como fortalecer las relaciones comerciales de los países citados anteriormente; frente a lo anterior también cabe recalcar el propuesto de que se busca que la economía naranja se potencialice, para ello usamos datos y estadísticas para observar el desarrollo que se ha manejado a través del tiempo.

Las gráficas o estadísticas empleadas en el desarrollo de este proyecto amplifican y dan más claramente una idea del procedimiento que se lleva a cabo, para que las situaciones anteriormente propuestas den resultados más notables.

PRINCIPALES HALLAZGOS (PRELIMINARES – TRABAJO EN CURSO)

Durante el estudio de este proyecto se hizo un análisis de la importancia de la cuenca del pacífico en el desarrollo de la economía colombiana, aparte de ello se analizó las relaciones comerciales y culturales de Colombia y China, mediante la economía naranja. Esta revisión nos permitió establecer unas bases más sólidas para proponer una estrategia para el impulso de aquellas relaciones comerciales tan necesarias para una economía colombiana que está en vía al desarrollo tanto a nivel económico como cultural.

CONCLUSIONES

Lo expuesto a lo largo de este trabajo permite concluir que Colombia tiene falencias con respecto a su limitada canasta de exportaciones, por muchos años se ha buscado una diversificación la cual no se ha podido lograr, debido al poco apoyo de parte del gobierno al cambio. Colombia debe aumentar su canasta

exportadora, y no solo por exportación de materia primera, sino también con productos ya fabricados.

Por otro lado, la economía naranja no es otra cosa que la prueba tangible de que el talento, la creatividad y la cultura también permiten obtener ganancias si se gestionan de manera correcta, son una fuente de progreso para las comunidades y para nuestro país, la cual requiere de una estrategia multisectorial, con participación de diversas entidades de

gobierno, nacional y local, del sector privado y el sector asociativo que sea capaz de promover, acompañar y rentabilizar el talento colombiano.

El propósito de este proyecto es captar esos recursos y mostrar las diferentes estrategias y oportunidades que brinda la Economía Naranja y proveer el interés en el mercado acerca del valor y potencial de este tipo de actividades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bancoldex. https://uploads-ssl.webflow.com/58c5b8748712539d1de79645/5d273a-1ced63e3253128db69_11.%20Bancoldex%20%E2%80%A2%20Juliana%20Martinez%20%E2%80%A2%20PPT.pdf

Comunicación Académica. Chile. http://comunicacionacademica.uc.cl/images/recursos/espanol/escritura/recurso_en_pdf_extenso/17_Como_elaborar_una_conclusion.pdf

09

A decorative rectangular area with a white border, containing a repeating pattern of light blue chevron lines. The text is centered within this area.

**POLÍTICA EDITORIAL
E INSTRUCCIONES
PARA LOS AUTORES.**

09

LUCENTIS: LA REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

POLÍTICA EDITORIAL E INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES.

1. Sobre Lucentis

LUCENTIS es una revista de carácter académico y de acceso abierto cuyo contenido es generado por los estudiantes de los programas de Contaduría Pública, Administración y Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

LUCENTIS, se proyecta como un espacio de comunicación de la comunidad universitaria a partir de la expresión, el fomento y la divulgación de productos académicos inéditos. Su enfoque se concentra en el encuentro y retroalimentación estudiantil, para comprender y plantear soluciones a los problemas económicos y sociales, todo enmarcado en un contexto académico que incentive el debate, enriquezca la formación de los estudiantes e inspire la construcción del pensamiento crítico y propositivo.

La revista recibe productos académicos concernientes a las áreas de Economía, Administración y Ciencias Contables pertenecientes a cualquier corriente de pensamiento. **Los productos académicos susceptibles de ser publicados son: Artículos de investigación, Artículos de reflexión, Ensayos, Resultados de prácticas académicas y entrevistas.**

La versión final de la revista estará disponible en acceso abierto en el repositorio de la Institución. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/36>

2. Enfoque y alcance

La Revista LUCENTIS es un medio de divulgación de acceso abierto sin ánimo de lucro y con fines enteramente académicos, cuyo principal interés es crear una comunidad donde participen estudiantes de las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, provenientes de nuestra institución y de otras instituciones de educación superior a nivel nacional. Buscamos que se propicie la discusión en torno a los diferentes problemas que atañen a la Sociedad Colombiana y al ámbito internacional, convirtiéndose en una plataforma para la difusión del trabajo y los esfuerzos intelectuales de los estudiantes y sus profesores.

Los productos académicos susceptibles de ser publicados son: Artículos de investigación, Artículos de reflexión, Ensayos, Resultados de prácticas académicas y entrevistas. También se contempla la publicación de números especiales que recojan los productos generados en eventos académicos específicos.

3. Proceso de evaluación por pares

El Comité Editorial asignará en su reunión ordinaria que tiene lugar la primera semana de cada mes, los pares evaluadores (dos evaluadores por manuscrito) a los manuscritos enviados al correo revista.lucentis@libertadores.edu.co

Los evaluadores cuentan con un plazo de 20 días, a partir de su designación, para emitir un concepto que puede ser: **publicable, publicable sujeto a correcciones o no publicable.**

En caso de que el concepto sea publicable, se le notificará al autor y el artículo pasará directamente a proceso de corrección de estilo.

En caso de que el concepto sea no publicable, se le notificará al autor y se le hará envío del artículo con los comentarios de los evaluadores, esto con el fin de que el autor, si así lo desea, pueda realizar al artículo los cambios pertinentes y enviarlo de nuevo para aplicar a otro proce-

so de evaluación.

En caso de que el concepto sea publicable sujeto a correcciones, se le notificará al autor y se le hará envío del artículo con los comentarios de los evaluadores. El autor cuenta con 20 días a partir de notificado el concepto para realizar las correcciones y remitir el artículo corregido a la revista. Los evaluadores lo revisarán y emitirán un nuevo concepto (en máximo 15 días) que puede ser publicable, en caso de que el autor haya realizado las correcciones pertinentes, o no publicable, en caso de que el autor no haya realizado las correcciones.

Nota

En todos los casos, después de notificado el concepto, el autor puede solicitar reunirse con los evaluadores de su artículo para hablar sobre los comentarios. **No obstante, el concepto es definitivo y solo podrá cambiarse tras otra evaluación del artículo.**

Los plazos pueden variar a discrecionalidad del Comité Editorial, lo cual será informado oportunamente al autor.

4. Instrucciones para autores

- La revista LUCENTIS recibe artículos en español e inglés.
- Las contribuciones deben ser inéditas (de autoría propia) y no deben haber sido publicadas

4.1. Formato general del artículo

El artículo debe estar en fuente Times New Roman, 12 puntos; texto a interlineado 1,5 y justificado, excepto en tablas o figuras; márgenes de 2,5 cm y una extensión entre las 3.000 y las 10.000 palabras (máximo 30 páginas).

- Los documentos de Artículos de investigación, Artículos de reflexión, Ensayos, Resultados de prácticas académicas, tendrán una extensión de máximo 30 páginas.
- Las entrevistas y notas periodísticas tendrán una extensión entre 1000 y 3000 palabras.

Los autores de artículos de investigación deberán enviar sus trabajos completos, con una extensión máxima de 30 páginas siguiendo las siguientes pautas:

1. Título en español e inglés: una extensión no mayor a 15 palabras
2. Resumen en español e inglés: una extensión no mayor a 300 palabras
3. Palabras clave y Key words: Máximo 5 palabras
4. Introducción (contexto de la investigación, objetivo del proyecto y estructura del documento)
5. Metodología (enfoque, métodos, muestra e instrumentos)
6. Resultados/Discusión (Para trabajos en proceso y proyectos resultados esperados)
7. Conclusiones
8. Referencias (Formato APA)

Las pautas que deberán seguir los autores para el envío de sus Ensayos son las siguientes:

1. Título del ensayo: Es preciso y da cuenta del objetivo del ensayo.
2. Introducción: La introducción no superará una página. Allí se debe ambientar el tema, plantear la hipótesis de trabajo y establecer las partes en las que se divide el ensayo y qué

se alcanzará en cada una de las ellas.

3. Desarrollo del ensayo: Generalmente el ensayo se puede dividir en dos partes, dependiendo del alcance del tema.

- Primera parte: incluye la presentación de las diferentes ideas y propuestas de diversos autores de la bibliografía sobre el tema del ensayo.
- Segunda parte: incluye la posición de los autores del ensayo con base en las ideas de los autores discutidos en la primera parte.

4. Conclusión: Se debe llegar a una conclusión, la cual debe ser coherente con el alcance del ensayo que se plantea en la hipótesis de trabajo incluida en la introducción.

5. Referencias: El ensayo debe citar y referenciar los libros, revistas y ensayos de carácter científico, en inglés y en español, siguiendo el sistema de citación APA.

4.2. Origen del artículo

Esta información debe ir inmediatamente después del título en una nota al pie en forma de asterisco (*). Allí debe especificarse si el artículo es producto de una investigación, trabajo de grado, ensayo o ponencia. Si es un producto investigativo, debe establecerse el nombre del proyecto, la institución que lo apoya y el código de registro (si lo tiene). En el caso de un trabajo de grado debe constar el título académico al que se optó y el título o área general del trabajo. Si es producto de una ponencia, además del requisito de no haber sido publicado a manera de memorias, debe consignarse el nombre del evento, la institución que lo financió, la fecha de realización, la ciudad y el país en que tuvo lugar.

4.3. Información sobre los autores

Los artículos no deben contener los datos del autor, éstos se deben adjuntar por separado en una comunicación dirigida al director de la Revista donde se incluyan: nombres y apellidos de los autores, afiliación institucional, correo electrónico y número de contacto, teniéndose en cuenta la política de protección de datos personales. Además, en la carta se debe manifestar que los autores están de acuerdo en participar en el proceso editorial y autorizan la eventual publicación de su trabajo en la revista LUCENTIS.

Si el artículo es producto de una investigación financiada por una institución se debe presentar el nombre de la institución y de ser necesario declarar que no existe conflicto de intereses.

Los autores de los artículos aceptados autorizan la utilización de los derechos de autor a la Fundación Universitaria Los Libertadores; Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, para incluir su escrito o artículo en la revista LUCENTIS.

4.4. Resumen y palabras clave

El artículo debe estar acompañado por un resumen analítico y las palabras clave.

El resumen debe ser escrito sin sangría, en tercera persona y en tiempo presente, en donde se establezca la pregunta a la cual responde el escrito, la tesis defendida por el autor, el enfoque teórico-metodológico y las conclusiones más relevantes. Igualmente, se pueden resaltar los aspectos más originales de la propuesta en contraste con estudios anteriores sobre el tema en cuestión.

El Resumen no debe sobrepasar las 300 palabras y debe incluir un máximo de cinco (5) palabras clave que pongan en evidencia los temas y conceptos principales del artículo.

4.5. Citas en el texto

Las referencias bibliográficas se harán en el cuerpo del texto entre paréntesis, según las Normas APA, última edición, en las que conste el apellido del autor, el año de publicación y la página.

Forma básica para la citación indirecta: el apellido del autor y la fecha de la obra se incluyen en paréntesis dentro de la oración, (Cf. Montoya, 1997).

Forma básica para la citación directa: el apellido del autor y la fecha de la obra se incluyen en paréntesis dentro de la oración, agregando el número de la página, (Montoya, 1997, p. 143).

Según la Norma Técnica Colombiana NTC-5613, las comunicaciones personales, observaciones no publicadas y artículos presentados en eventos y no publicados, se citan solamente cuando proporcionan información esencial que no disponible en fuentes públicas. Como no proporcionan datos recuperables no deben ser incluidas en la lista de referencias. Se deben referir en una nota al pie de página, en la misma hoja del texto.

4.6. Notas al pie de página

Estas se emplean fundamentalmente para hacer aclaraciones o aportar datos adicionales, las únicas referencias bibliográficas en nota al pie serán los documentos legales. De igual forma, se utilizan para citar fuentes de archivo o históricas; comunicaciones personales, observaciones no publicadas y artículos presentados en eventos y no publicados.

4.7. Referencias bibliográficas

La citación de las referencias bibliográficas deberá realizarse al final del artículo en una sección aparte bajo el título Referencias. Estas incluyen solo las fuentes que sustentan la investigación y que se utilizaron para la preparación del trabajo, a diferencia de la bibliografía que incluye las fuentes que sirven para profundizar en el tema. De acuerdo con las normas APA solo requiere las referencias conforme a las siguientes consideraciones: orden alfabético por la primera letra de la referencia; las obras de un mismo autor se ordenan cronológicamente.

4.7.1. Material impreso

Libros:

Apellido, A.A. y Apellidos, A.A. (Año). Título. Ciudad: Editorial.

Con editor:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (ed.) o (eds.). (Año). Título. Ciudad: Editorial.

Antología o compilación de artículos:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título del capítulo. En: Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (ed.) o (eds.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial.

Artículos de revistas:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título del artículo. Nombre de la Revista o título de la publicación, volumen (número), pp. xx-xx.

Artículos de periódicos:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año, mes día) Título del artículo. Título del periódico, pp. xx- xx.

Antología o compilación de artículos:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título del capítulo. En: Apellido, A.A. y Apellido, A.A.

(ed.) o (eds.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial.

Artículos de revistas:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título del artículo. Nombre de la Revista o título de la publicación, volumen (número), pp. xx-xx.

Artículos de periódicos:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año, mes día) Título del artículo. Título del periódico, pp. xx- xx.

Ponencias:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Fecha). Título de la ponencia. En A. Apellido del presidente del congreso (Presidencia), Título del simposio o congreso. Simposio o conferencia llevada a cabo en el congreso Nombre de la organización, Lugar.

Memorias:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título de la ponencia. En: nombre editor o compilador (eds.) o (eds.), Título del evento (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial.

Escritos no publicados:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título. Manuscrito inédito.

Si es una tesis:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título de la tesis (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Nombre de la institución, Lugar.

Normas jurídicas:

Son normas jurídicas las leyes, los reglamentos, las órdenes ministeriales, los decretos, las resoluciones y, en general, cualquier acto administrativo que genere obligaciones o derechos. La forma básica, según Norma Técnica Colombiana 5613, es:

JURISDICCIÓN (país, departamento o municipio, en mayúsculas fijas). MINISTERIO O ENTIDAD RESPONSABLE (en mayúsculas fijas). Designación (Ley, Resolución, Decreto, etc.) y número de la norma jurídica. Fecha de la norma jurídica (día, mes, año). Nombre de la norma jurídica (si lo tiene). Título de la publicación en que aparece oficialmente. Lugar de publicación, (coma) Fecha de publicación. Número. Paginación.

Fuentes de archivo:

“Título del documento” (lugar y fecha, si aplica), Siglas del archivo, Sección, Fondo, vol./ leg./t., f. o ff. La primera vez, se cita el nombre completo del archivo y la abreviatura entre paréntesis.

En las referencias bibliográficas debe citarse así:

Nombre completo del archivo (sigla), Ciudad-País. Sección(es), Fondo(s).

Informe técnico:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título. (Informe Núm. xxx). Ciudad: Editorial.

4.7.2. CD-ROM

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Fecha). Título (Versión). [Software de cómputo]. Lugar de publicación: Casa Publicadora.

4.7.3. Cibergrafía

Internet:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año de publicación). Título del artículo. Nombre de la página

web (URL) o Digital Object Identifier (DOI). Recuperado de: especifique la vía.

Publicaciones periódicas:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año de publicación). Título del artículo. Título de la publicación,

volumen (número), pp. xx-xx. Recuperado de <http://xxxxxxxxxxxxxxxx> o doi: xx.xxxxxxx.

Artículo de publicación diaria en la web:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año de publicación). Título del artículo. Título de la publicación.

Recuperado de <http://xxxxxxxxxxxxxxxx>.

Libros:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título. [Versión de nombre de la fuente electrónica]. Recuperado de <http://www.xxxxxx.xxx>.

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título. [Versión de nombre de la fuente electrónica]. doi: xxxxxxxxx.

Capítulo de libro:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (ed.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial. Recuperado

de <http://www.xxxxxxxxxxxxxxxxx>.

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título del capítulo o entrada. En Apellido, A.A. y Apellido,

A.A. (ed.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial. doi: xxxxxxxxx.

Tesis en la web:

Apellido, A.A. y Apellido, A.A. (Año). Título de la tesis (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Nombre de la institución, Lugar. Recuperado de <http://xxxxxxxxxxxxxxxx>.

4.8. Tablas y figuras

Las tablas y figuras que acompañen los artículos deben ser enviadas separadamente en formato editable. Deben tener un encabezado, estar numeradas e indicar la fuente de procedencia. Si son elaboración propia, el autor debe mencionar la fuente de datos.

4.9. Abreviaturas

Las abreviaturas deben ir entre paréntesis después de ser enunciadas por primera vez en el texto del trabajo. Luego se utilizará únicamente la abreviatura.

4.10. Propiedad intelectual

Los documentos deberán ser inéditos y no podrán ser sometidos a consideración simultánea de otras publicaciones.