



XI JORNADA DE INVESTIGACIÓN 2020

"Una mirada Internacional"

SUSCRIPCIONES Y RETRANSMISIONES EN:

 <https://bit.ly/2T7rFkQ>

 **23-24**
DE JUNIO



TRANSMISIÓN EN VIVO
POR: You 

CONTENIDO

GENESIS PRINCIPIO DE UVA.....	2
<i>Fuente: Elaboración propia.....</i>	14
PERCEPCIÓN DEL RIESGO DE ACCIDENTALIDAD Y NIVELES SATISFACCIÓN ENTRE CONDUCTORES DE TRANSPORTE PÚBLICO COLECTIVO INFORMAL TIPO CAMPERO EN CARTAGENA DE INDIAS	19
INFLUENCIA DE LA ASISTENCIA EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA 2015I - 2019II.	35
IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE MERCADERÍAS JUSTO & BUENO EN EL BARRIO TORICES-PASEO DE BOLÍVAR, ESTRATO 1 Y 2 DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.	49
IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA EN HOGARES DE CARTAGENA.....	65
HABILIDADES BLANDAS EN EL DESARROLLO DEL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN	82
INFLUENCIA DE LAS TIC EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS A DISTANCIA: CASO CENTRO TUTORIAL DE SAN JUAN DE NEPOMUCENO UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.....	92
2012-2017 TIEMPOS DE GOBIERNO Y GOBERNABILIDAD EN LAS DIMENSIONES SOCIOPOLÍTICAS. CASO: CARTAGENA DE INDIAS	105
ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA FABRICA PRODUCTORA DE TORTAS DE MAÍZ “ENCANTOS DEL MAÍZ”	119
DISEÑO DE LAS POLÍTICAS DE SEGURIDAD DEL PACIENTE EN LA E.S.E HOSPITAL SAN FRANCISCO DE CIÉNAGA DE ORO.	135
IMPLEMENTACIÓN DE UNA DESPULPADORA DE FRUTAS COMO PLAN DE NEGOCIO PARA LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE FRUTA.....	143
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE PALETAS DE YUCA “YUCCA COOL”	155
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCES Y POSTRES TÍPICOS EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ- CÓRDOBA	169
BANCARIZACIÓN DE LAS MIPYMES FRENTE A LAS POLÍTICAS DE PENETRACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO COLOMBIANO, EN EL BARRIO SANTA ELENA III DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA, A TRAVÉS DE ALTERNATIVAS DE APROVECHAMIENTO Y FORTALECIMIENTO	176
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS DIGITALES PARA EL MEJORAMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO, EN PYMES DE LA CIUDAD MONTERÍA.....	183

GENESIS PRINCIPIO DE UVA

Jani Marina González Cantillo

Kelly Johana Galván Romero

Hernán Arturo Guevara Galvis

Tutor: Estrella del Carmen Camacho Alvis

RESUMEN

Este trabajo está relacionado con base a la elaboración de GENESIS PRINCIPIO DE UVA, una mermelada de uva isabella, con edulcorante natural Stevia y trocitos de aloe vera, con el cual buscamos incentivar a la comunidad en general a consumir un producto con ingredientes naturales, Ya que no contienen azúcares añadidas, permitiéndoles degustar de este delicioso producto.

Por esta razón se hace necesaria la implementación de este producto el cual aportará nutrientes saludables a nuestro organismo. Este será presentado en frascos de vidrio, ofrecidos en empaques individuales para garantizar una mayor inocuidad, adherida a la tapa se encontrará la etiqueta, además de un colgante donde se presentarán las propiedades del producto. Se busca aprovechar en la mermelada la posibilidad de eliminar el azúcar añadida la cual termina siendo perjudicial para la salud, aunque la Stevia es más dulce que el azúcar, no eleva la insulina en la sangre, permitiendo su consumo a las personas con diabetes, obesidad, o con enfermedades cardiovasculares. Introduciendo un endulzante natural como lo es la Stevia que aporta de esa manera a conocer las alternativas saludables y “GENESIS Principio de uva, sería una sana y deliciosa opción.

Teniendo en cuenta que con la creación de este producto estaremos satisfaciendo las necesidades de consumir un alimento que aporta al mercado un producto

de calidad, rentable y con un alto nivel de desarrollo, pues con la producción y comercialización de este producto estaremos aportando no solo a la economía de la región sino a la salud de los consumidores.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se ha elevado el consumo de alimentos azucarados así como las enfermedades causadas por el azúcar, esta es una de las razones por la cual podemos ver la importancia de implementar productos saludables a nuestra canasta básica familiar. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a los adultos reducir el consumo de azúcar a 5% de la ingesta calórica diaria equivalente a los 25 gramos diariamente. Actualmente existen cantidades de productos apetecibles de los cuales muchos de ellos son elaborados con ingredientes altos en niveles de azúcares, los cuales atrofian nuestro sistema metabólico, generando enfermedades como la diabetes y la obesidad. Esta es una de las razones por las cuales nos hemos decidido elaborar productos GENESIS PRINCIPIO DE UVA, una mermelada saludable que satisface con los requerimientos para su comercialización y aporta a la salud de sus consumidores.

OBJETIVO GENERAL

✓ Producir y comercializar mermeladas de uva Isabela con edulcorante natural Stevia y trocitos de aleo vera, aprovechando de esta manera los beneficios nutritivos que brinda esta materia prima.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar por medio de un estudio de mercado que tan factible sea la producción y comercialización de GENESIS principio de uva, mermeladas de uva isabella con endulzante natural Stevia y trocitos de aloe vera, en el municipio de Planeta Rica - Córdoba.
- Determinar por medio de un estudio técnico la localización de la planta productora de GENESIS principio de uva, en el municipio de Planeta Rica - Córdoba.
- Evaluar la factibilidad económica y financiera de GENESIS principio de uva en la implementación del producto.
- Analizar el impacto ambiental que generará GENESIS principio de uva, teniendo en cuenta la responsabilidad legal por la producción del producto.

METODOLOGÍA

ESTUDIO DE MERCADO

Al realizar un estudio de mercado en el lugar de Planeta Rica Córdoba se puede evidenciar que cuenta con establecimientos donde comercializan mermeladas tradicionalmente, a las cuales es notable ver su alto contenido en azúcares añadidas, perjudiciales para nuestra salud por esto hemos decidido producir GENESIS principio de uva, con el fin de apoyar a aquellos que quieren adoptar estilos de vida saludable, consumiendo productos deliciosos y agradables a su paladar.

Factor diferenciador: Nuestro producto es la elaboración de una mermelada la cual tiene como ingredientes la uva Isabela, la cual será endulzada con Stevia, la cual

tiene un poder endulzante 300 veces superior al azúcar tradicional, no contiene calorías y además no aumenta los niveles de glucosa en la sangre, además le serán añadidos trocitos de aloe vera, algo innovador en estos alimentos y en la parte de la etiqueta en cada producto habrá una receta adicional.

Mercado objetivo

El municipio de Planeta Rica, se encuentra localizado al sur oriente del departamento de Córdoba, limitando al norte con los municipios de Montería, San Carlos y pueblo nuevo; al sur con Monte Líbano; al oeste con los municipios de Tierralta y al este con Buenavista, teniendo en cuenta su ubicación cuanta con grandes establecimientos comerciales y supermercados conocidos, por lo tanto el mercado objetivo de este proyecto será todos aquellos que estén interesados en consumir nuestro producto entre 18 y 60 años aproximadamente.

Población: Para este estudio se tiene en cuenta a la población del municipio de Planeta Roca en el departamento de Córdoba, entre 18 a 60 años con un total de 28.010 personas. Sexo masculino y femenino, de estratos I, II, III, IV, V.

Donde se realizó un total de 182 encuestas y el Porcentaje de aceptabilidad de interés por las mermeladas GENESIS PRINCIPIO DE UVA es de 19.046 equivalentes a 68%.

$$28.008 * 12(\text{meses}) = 336.096$$

ANALISIS DE PRECIOS

$$PV = \frac{CU}{(1-R)} \quad PV = \frac{2900}{(1-15)} = \frac{2900}{0.85} = 3.411$$

PRECIO DE LA COMPETENCIA

PRODUCTO	CALIDAD	PRECIO	PUBLICIDAD
MERMELADAS OLIMPICA (200 Gr)	Regular	3.100	Solo en la tienda.
MERMELADAS LA CONSTANCIA (200 gr)	Buena calidad,	3.300	En la tienda y en redes sociales, afiches.
MERMELADAS SAN JORGE (200 gr)	Excelente calidad	3.490	Buena, está en las páginas de redes sociales y google

Fuente: elaboración propia

Lanzar al mercado nuestro producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración, una rápida acogida o hacerlo rápidamente conocido.

Estrategias de promoción y publicidad

Para la publicidad del producto se ha considerado el uso de páginas web en Facebook, Instagram, afiches, degustaciones, voz a voz, y volantes.

ESTUDIO TECNICO

Mediante este análisis se determina la función de producción con uso eficiente y eficaz de los recursos disponibles para satisfacer la demanda de GENESIS PRINCIPIO DE UVA, para lo cual se necesita, localización de plata, la identificación de la maquinaria, equipos, insumos, materia prima, suministros, tecnologías, procesos, recursos humanos y proveedores, entre otros.

Tamaño del proyecto

De las encuestas realizadas para estudiar el mercado se puede decir que existe una alta demanda potencial que en magnitud es igual al tamaño mínimo del proyecto por lo que hay que tomar en consideración la demanda futura.

Por otro lado, teniendo en cuenta la localización elegida para llevar a cabo esta propuesta, se considera que es un lugar que potencializará el tamaño del proyecto, ya que proporciona accesos idóneos para la obtención de los servicios necesarios para llevar a cabo el plan de producción. Donde hay una medida del terreno de 9 metros de ancho x 20 metros de largo.

Macro localización: Ubicado en el departamento de Córdoba.

Micro localización: Una de las primeras consideraciones cuando se construye a esta planta es la identificación de su ubicación. Considerando los diversos factores, como los físicos, los geográficos y la infraestructura disponible, en el municipio de Planeta Rica, Córdoba, en el barrio Gonzalo Mejía.

Descripción del proceso.

La materia prima e insumos utilizados son proporcionados por diferentes proveedores de la siguiente manera: en los corregimientos de Nueva Lucía y León del Medio Córdoba el Aloe vera, en el valle del Cauca la uva isabella y la Stevia en Marialabaja Bolívar. .

Recepción de fruta: Se reciben la uva isabella y es transportada por medio de carros de carga hasta el lugar de almacenamiento, según su sección.

Pesado de la materia prima: Se empieza el proceso de elaboración con el pesado de la materia prima, para lo cual se requiere de balanzas digitales, y el registro del seguimiento de cada material. **Acondicionamiento de la materia prima:** Una vez pesados las uvas se llevan a una zona de adecuación, en la que se aplica un proceso de lavado y desinfección. **Cocción:** En una marmita con agua a una temperatura de 100 °C durante 15 a 25 minutos. **Enfriamiento:** Con agua limpia, pudiendo ser sumergidos en la misma.

Extracción de residuos de pulpa: la extracción manual de la uva se realiza de manera rápida y cuidadosa, con el fin de evitar cualquier tipo de contaminación de la misma, bien sea por la proliferación bacteriana debido a la temperatura de procesamiento o por contaminación. **Envasado:** la mezcla de la cocción se lleva a una mesa grande y se procede a envasar en los frascos de vidrio. **Esterilización:** se procede a colocar la mermelada envasada en olla con agua caliente para iniciar el proceso de esterilización. **Etiquetado:** se procede a realizar el etiquetado de los envases.

Distribución de la planta operativa

La empresa contará con un local que mide 9 metros de ancho por 20 de largos distribuidos de la siguiente manera:

Área de entrada y desinfección, Oficina, Área de casillero y vestidor, Baños, selección de materia prima para cocción, cocción de materia prima, enfriamiento para envasar, envasado y etiquetado y refrigeración, Zona de cargue y descargue, Baño

Esta estará siendo arrendada por un valor de \$ 900.000 mensuales. La cual se verá así:

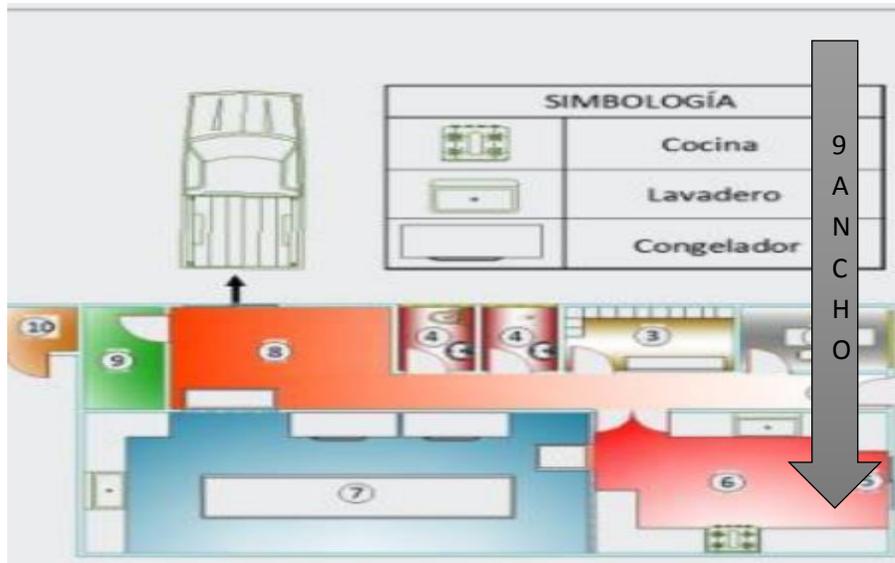
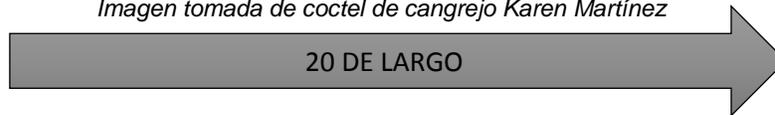


Imagen tomada de coctel de cangrejo Karen Martínez



FACTORES FIJOS Y FACTORES VARIABLES

FACTORES FIJOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1	1.700.000	1.700.000
SECRETARIA	1	890.000	900.000
ARRIENDO	1	900.000	2.120.000
MANO DE OBRA	2	1.060.000	1700.000
PERSONAL DE VENTAS	1	890.000	890.000
TOTAL	6	4.550.000	6.500.000

Fuente: elaboración propia

FACTORES VARIABLES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
MATERIA PRIMA	1	1525.000	1525.000
AGUA	1	60.000	60.000
GAS	1	80.000	80.000
ENERGIA ELECTRICA	1	220.000	220.000
TOTAL	4	1.885.000	1.885.000

Fuente: elaboración propia

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Aportes de accionistas: Una forma de obtener financiamiento que no obliga a la empresa a tener que pagar intereses ni a devolver el dinero. Esta forma de obtener estos recursos es responsabilidad de los accionistas con unos aportes de \$45.000.000 de pesos los cuales nos ayudarán para la materialización del proyecto.

Bancos: Una forma común de obtener financiamiento, aunque más difícil, de acceder son los bancos, los cuales podrían solicitar algunos requisitos como determinada experiencia en el mercado y, en caso de tratarse de un monto elevado, garantías que podrían estar conformadas por activos de la empresa. Estaremos requiriendo un préstamo por \$20.000.000 de pesos.

ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero pretende establecer los resultados financieros en las decisiones de negocio en la empresa GENESISI PRINCIPIO DE UVA. Con el cual se busca diagnosticar la situación financiera y presentar las conclusiones de este y poder interpretar los datos de la situación económica de la empresa.

COSTO OPERATIVO: capital de trabajo, costos operativos.

COSTOS ADMINISTRATIVOS.

CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DETALLES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1	1.700.000	1.700.000
AGUA	1	60.000	60.000
GAS	1	80.000	80.000
ENERGIAELECTRICA	1	220.000.	220.000
TOTAL			2.060.000

Fuente: elaboración propia

CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS DE VENTAS			
DETALLES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SALARIO	1	890.000	890.000
TOTAL GASTOS DE VENTAS			890.000

Fuente: elaboración propia

COSTO DE INVERSIÓN TOTAL Y CAPITAL DE TRABAJO

TOTAL INVERSIONES Y CAPITAL DE TRABAJO	
INVERSIONES	CAPITAL DE TRABAJO
23.880.000	\$ 7.495000

Fuente: elaboración propia

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	0	1	2	3	4	5	6
VENTAS		127.000.000	\$152.000.000	222.000.000	286.000.000	378.000.000	
otros		0	0	0	0	0	
Gatos operacionales		\$2.950.000	\$4.200.000	\$7.045.500	\$8.535.000	\$9.799.000	
Costos de producción.		\$4.545.000	\$5.100.000	10.000.000	12.000.000	19.000.000	
Depreciación		\$1.956.800	\$1.956.800	\$1.956.800	\$1.956.800\$	\$1.956.800	
UAI		\$116.560.000	\$140.477.396	\$205.592.458	\$267.340.711	\$351.609.622	
Impuesto causado 33%		\$38.464.800	\$46.357.540	\$ 67.845.511	\$88.222.434	\$116.031.175	
impuesto pagado		0	\$84.447.594	\$101.131.944	\$149.408.459	\$192.630.494	\$258.113.614
depreciación		\$1.956.800	\$1.956.800	\$1.956.800	\$1.956.800	\$1.956.800	
valor de rescate						\$ 11.508.482	

Inversión inicial	-23.880.000						
flujo neto de caja	-23.880.000	\$118.516.800	\$142.434.196	\$78.500.000	\$80.000	\$68.000.000	\$ -258.113.614

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{VNA} \$ 160.543.581,28}{\text{P.V}-\text{CU}} \frac{\text{TIR}=38\%}{\frac{\text{COSTOS FIJOS } 127.000.000}{3450-2900}} = 230.909$$

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	
ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja y Banco	\$65.000.000
Inventario materia prima	\$18.300.000.
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$46.700.000
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y Enseres	\$16.994.000
Equipos de Oficina	\$3.900.000
Depreciación Acumulada	\$1.956.800
TOTAL ACTIVO FIJOS	\$18.937.200
OTROS ACTIVOS	
Diferidos	\$3.800.000
Amortizaciones	\$698.000
OTROS ACTIVOS	\$3.102.000
TOTAL ACTIVOS	\$69.637.200
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	\$2.744.785
Proveedores	\$1.525.000
Impuesto por pagar	\$15.000.000
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$19.269.785
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras A largo	\$ 17.255.315
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 17.255.315
TOTAL PASIVO	\$36.525.100

PATRIMONIO	
Capital Social	\$45.000.000
Utilidad del Ejercicio	\$29.112.100
TOTAL PATRIMONIO	\$110.637.200
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$114.567.199

Fuente: Elaboración propia

ESTADO DE RESULTADOS

GENESIS PRINCIPIO DE UVA					
ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIAS					
CUENTAS	1	2	3	4	5
Ventas	\$127.700.000	\$152.000.000	\$222.000.000	\$286.000.000	\$378.000.000
Costos de producción	\$4.545.000	\$5.100.000	\$10.000.000	\$12.000.000	\$19.000.000
Utilidad bruta	\$123.155.000	146.900.000	\$212.000.000	\$274.000.000	\$359.000.000
Gastos de operación.	\$2.809.000	\$3.156.192	\$3.759.075	\$4.745.745	\$6.350.878
Utilidad operacional	\$120.205.000	143.743.808	208.240.925	269.254.255	359.649.122
Menos gastos financieros	\$ 3.786.000	\$3.266.412	\$2.648.467	\$1.913.544	\$1.039.500
Utilidad ante impuestos	\$116.560.000	\$140.477.396	\$205.592.458	\$267.340.711	\$351.609.622
Menos provisión para impuesto de renta (33%)	\$38.464.800	\$ 46.357.540	\$ 67.845.511	\$ 88.222434	\$ 116.031.175
utilidad neta del ejercicio	\$78.095.200	\$ 94.119.855	\$137.746.946	\$179.118.276	\$235.578.446

Fuente: Elaboración propia

IMPACTO AMBIENTAL DE LA EMPRESA

La empresa teniendo conciencia de los daños causados por las actividades directa e indirectamente al ambiente, establecerá medidas para la mitigación del daño ambiental en el siguiente orden: Reducirá al máximo la utilización de bolsas plásticas. Los residuos de las materias primas serán donados a viveros, para abono de plantas. Los productos que no se comercialicen estaremos enviándolos al banco de alimentos del municipio. Uso eficiente de energía y ahorro al máximo de esta. Las cajas y papeles que no se usen serán llevadas a centros de reciclamiento de materiales.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el proyecto se logran evidenciar a través de los estudios expuestos. Las ventas del producto son de gran beneficio y atracción para nuestros clientes. Además estamos proyectados a expandir nuestro proyecto a nivel regional.

Es decir, lo que se espera con este proyecto es la distribución de las mermeladas **GENESIS PRINCIPIO DE UVA** a los municipios y zonas más cercanas; como Pueblo Nuevo, Montería, Cerete, San Pelayo entre otros que se encuentran en el departamento de Córdoba. Ya que, mediante el estudio de mercado y la realización del estudio financiero podemos conocer que la distribución de las mermeladas es rentable y se obtienen ganancias.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber desarrollado el estudio apropiado en este proyecto, se ha llegado a la conclusión que la elaboración de nuestro producto **GENESIS PRINCIPIO DE**

UVA mermelada de uva isabella con endulzante natural Stevia y trocitos de aloe vera, tendría una buena aceptación en el municipio de Planeta Rica Córdoba, además estamos proyectados a expandir nuestro proyecto a nivel regional, c Ya que, mediante el estudio de mercado y la realización del estudio financiero podemos conocer que la distribución de las mermeladas es rentable y se obtienen ganancias, se ha llegado a la conclusión que se necesita para su realización contar con unos elementos entre los cuales estas la localización de la planta operativa de la empresa, donde desarrollará su producto. Para esto se requiere una serie de herramientas como los factores fijos y variables los cuales contribuyen a la realización de este proyecto. Además de contar con el equipo necesario para realizar las actividades y los seguimientos del proceso de elaboración de este producto. Un aspecto importante en este proyecto es el financiamiento para su ejecución el cual consta de ahorros y aportes de terceros.

Este proyecto permitió que se hiciera un amplio conocimiento de los puntos necesarios y estratégicos en el momento de crear un producto nuevo en el mercado y analizar su factibilidad. Además, encontramos algunas ventajas como un costo de producción bajo, se dispone de materia prima.

Recomendamos que se sigan elaborando productos que no contengan azúcares añadidos, ya que de alguna manera podemos contribuir mejorar hábitos de vida saludable alimenticios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Haeussler.P.W (12 edición). (2008).matemáticas para administración y económica. México, editorial Pearson

Jhonny.M.O (4 edición). (2017).evaluación de proyectos. Colombia, editorial Ecoe ediciones

Ana.S.C. (1997).contabilidad para administradores. Universidad de Cartagena. Colombia, edición sesión de producción de medios P.E.S.D

Genérico Organización Mundial de la Salud. Visible en www.who.int/es/news-room/detail/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks

Genérico aiania. Visible en <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/mas-productos-con-menos-azucars>.

Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inflacion-total-y-meta>

Genérico Banco De La Republica, Visible en <https://www.bancodebogota.com/wps/themes/html/banco-de-bogota/pdf/productos-para-ti/tasas/2020/tasas-mayo-2020.pdf>

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14075/Resumen.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Recuperado de <https://www.coursehero.com/file/p4j3uks9/De-conformidad-con-lo-dispuesto-en-el-Art%C3%ADculo-126-del-Decreto-Ley-019-de-2012/>

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14318/Mermelada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2007). NTC 285 frutas procesadas: Mermeladas y jaleas de fruta. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación.

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

<https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Imagen tomada de aprovechamiento de la carne de cangrejo mediante

Genérico Organización Mundial de la Salud en <http://drstevi.com/la-organizacion-mundial-de-la-salud-oms-ha-puesto-en-el-punto-de-mira-los-malos-habitos-de-las-sociedades-modernas/#:~:text=La%20stevia%2C%20regula%20los%20latidos,el%20p%C3%A1ncreas%20y%20el%20h%C3%ADgado.>

PERCEPCIÓN DEL RIESGO DE ACCIDENTALIDAD Y NIVELES SATISFACCIÓN ENTRE CONDUCTORES DE TRANSPORTE PÚBLICO COLECTIVO INFORMAL TIPO CAMPERO EN CARTAGENA DE INDIAS

Gabriela Oyuela Rodríguez¹

María Margarita Guerrero Saravia²

Jesús David Vélez Rojano³

Andrés Atencio Caro⁴

Antonio Sebastián Meza Espinosa⁵

Astrid Consuelo Sarria Barrios⁶

Francisco Javier Maza Ávila⁷

RESUMEN

El objetivo fundamental de esta investigación consiste en analizar los factores de riesgo asociados y los niveles de satisfacción al oficio entre conductores de vehículos de transporte público informal tipo Campero en Cartagena de indias. Los datos relacionados con los factores de riesgo y los niveles de satisfacción, se obtendrán de un cuestionario construido por el equipo de estudiantes encargados de la investigación a partir de referencias de la Organización Internacional del Trabajo, la Organización Mundial de la

¹ Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: goyuelar@unicartagena.edu.com

² Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: mguerreros@unicartagena.edu.com

³ Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: jvelezr@unicartagena.edu.co

⁴ Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: amezam@unicartagena.edu.co

⁵ Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: atencioc@unicartagena.edu.co

⁶ Estudiante de Administración Industrial, Universidad de Cartagena. Correo: asarriab@unicartagena.edu.co

⁷ Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Cádiz. Profesor adscrito al programa Administración Industrial y al Instituto Internacional de Estudios del Caribe, Universidad de Cartagena. Correo: fmazaa@unicartagena.edu.co

Salud y la comunidad académica, que será aplicado, mediante la técnica de encuesta, a una muestra representativa de 342 personas que ejercen el oficio de conductor de vehículos tipo campero en Cartagena de Indias, asumiendo una población finita y tomando como referencia un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5,0%.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

El conjunto de informalidad y movilidad en Colombia con el transcurrir de los tiempos aumenta cada vez más sus índices de implementación en las distintas ciudades del Caribe colombiano, así mismo surge como respuesta a la supresión de rutas de medios de transportes formales que presentas ciertas zonas o sectores. De acuerdo a esto, el transporte informal representó una oportunidad en este mercado para ofrecer alternativas de sustitución ante los ciertos déficits que percibían los usuarios. Ciertamente, figuras representativas en el tema, exponen que la informalidad es uno de los principales problemas que deben solucionar las instituciones del país, ya que, de acuerdo a estudios realizado, el 70% de los municipios cuentas con transportes no autorizados. (Portafolio, 2018).

De acuerdo a estudios desarrollados, la ciudad de Cartagena se encuentra en el tercer puesto con la proporcionalidad más elevada de informalidad (CCV, 2018). Hoy en día, el servicio de vehículos camperos y mototaxis son los medios de transporte ilegal más

implementado por la población de ciertos sectores de la ciudad, donde las accesibilidades a las rutas de transportes formales son casi nulas, incluyendo el hecho que se ha convertido en el medio de supervivencia laboral para personas que, en su mayoría, son de escasos recursos (Chima, 2019). Los vehículos tipo campero (marca Jeep o Land Cruiser) son uno de los transportes publico colectivo informal con mayor número de demanda en la ciudad de Cartagena de Indias, surgiendo como respuesta a la ausencia de rutas para todos aquellos barrios aledaños al Cerro de la Popa (Bustos, 2018).

Partiendo de lo anterior, es posible afirmar que este tipo de transporte parece dar solución a la falta de transporte formal para los habitantes de la ciudad de Cartagena, estos están generando un peligro para la salud y seguridad de las sus conductores y usuarios. Además, algunos de estos vehículos tipo campero no cuentan con condiciones aptas para su circulación. Así mismo, en el último año, los accidentes de tránsito han dejado 4.213 personas fallecidas y 22.107 lesionadas, llegando al 3.9% del total de apellidos de accidentes de tránsito en la ciudad. Cartagena, es una de las ciudades del Caribe colombiano con el mayor número de personas que usan oficio de para transportarse (13%), que de cierta forma parece minimizar el problema de movilidad para los cartageneros. Sin embargo, al mismo tiempo se constituye en una problemática social: el incremento de esta labor en las vías genera un mayor riesgo para quienes se ocupan en este oficio, puesto que ocasionan un mayor número de accidentes. (Cartagena Cómo Vamos, 2019).

A partir de lo anterior, esta investigación tiene como objetivo analizar la percepción de riesgo en salud y los niveles de satisfacción entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal en Cartagena de Indias, como base para la formación de recomendaciones que contribuyan a disminuir los riesgos de accidentalidad. Se espera que los resultados generen interés en la comunidad y se integre a otros estudios que buscan contribuir a la búsqueda de soluciones a la movilidad de la ciudad de Cartagena de Indias.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la percepción de riesgo a salud y los niveles de satisfacción entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal en Cartagena de Indias, como base para la formación de recomendaciones que contribuyan a disminuir los riesgos de accidentalidad.

Objetivos Específicos

- Caracterizar a las personas que ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero -, en la ciudad de Cartagena de Indias, con especial atención a la edad, el género, el estrato socioeconómico, el tiempo de ejercicio de la actividad, los estudios cursados y nivel de ingresos.

- Analizar la percepción del riesgo a la salud entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero-en la ciudad de Cartagena de Indias.

- Analizar el nivel de satisfacción por su labor entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero-, en la ciudad de Cartagena de Indias.

- Proponer recomendaciones que contribuyan a la disminución de accidentalidad entre quienes que ejercen el oficio de transporte público colectivo informal - mediante el uso de vehículos tipo campero-, en la ciudad de Cartagena de Indias.

METODOLOGÍA

Esta investigación tiene como objetivo analizar la percepción de riesgo a salud y los niveles satisfacción entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal en Cartagena de Indias, como base para la formación de recomendaciones que contribuyan a disminuir los riesgos de accidentalidad. Los datos relacionados con los factores de riesgo y percepciones sobre lesiones causadas por el tránsito, se obtendrán de una encuesta construida por el equipo de estudiantes encargados de la investigación, a partir de los referentes de la Organización Internacional del Trabajo, la Organización Mundial de la Salud y de la literatura académica disponible. El cuestionario será aplicado, mediante la técnica de encuesta, a una población de 3.077 personas que ejercen el oficio de conductor de carros tipo Campero en Cartagena. Para el cálculo de la muestra, de forma que sea representativa de la población en estudio, se hace uso de la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{z^2 Npq}{(N-1)e^2 + z^2 pq}, \text{ en donde:}$$

p= Probabilidad de que un fenómeno ocurra.

q= Probabilidad de que un fenómeno no ocurra

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

Z= Correspondiente al nivel de confianza elegido, que en este caso será del 95%

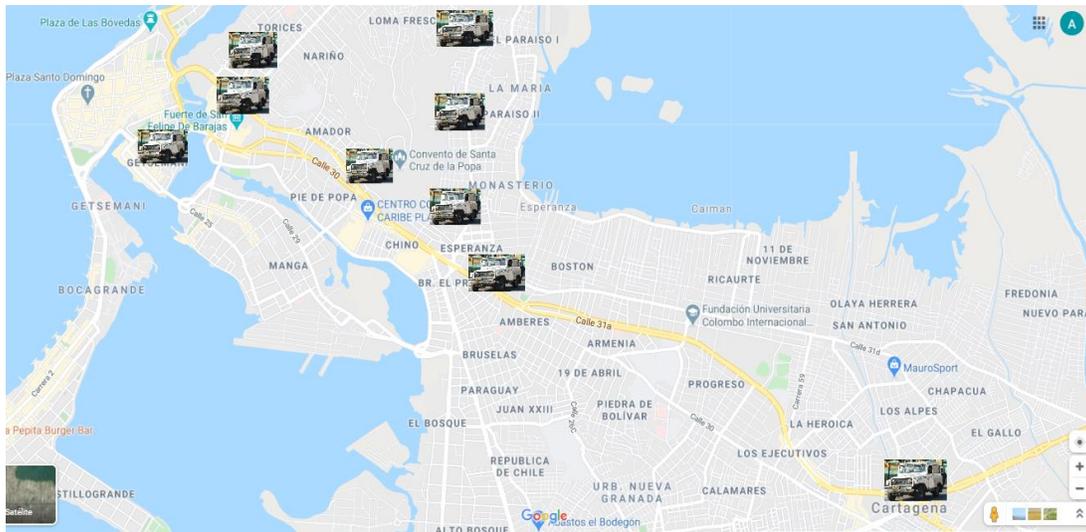
e= Error muestral permitido, que para este caso será el 5%

Para fines de nuestro análisis, se establecerá un intervalo de confianza del 95%, que da un valor de Z= 1.96 y un error muestral permitido del e= 5%. Los resultados del cálculo de la muestra, de acuerdo a los parámetros previamente definidos, arrojan que la encuesta será aplicada a un total de 342 conductores de vehículos tipo Campero.

La muestra será seleccionada mediante el muestreo aleatorio estratificado, en 9 puntos de concentración de estos vehículos colectivos tipo Campero, tomando como criterio para su selección aquellos lugares reconocidos por concentrar –a manera de estaciones– transportadores informales para ejercer su oficio, tales como el Parque de Daniel Lemaitre, Barrio Daniel Lemaitre; Estación de gasolina ESSO San Felipe, Sector San Felipe; Olímpica de torices, Barrio torices ; Estación pie de la popa, Barrio pie de la

papa; Parque la unión, Barrio La Esperanza; Caí de San Francisco, Barrio san francisco;
Bomba de combustible el Amparo; Tienda y Panadería Loma Fresca, Barrio Loma Fresca;
Megatienda la María, Barrio la María. El proceso de selección de participantes por cada una
de las estaciones se realizará aleatoriamente, otorgando la oportunidad a cada uno de los
elementos observacionales a participar en la muestra.

Mapa 1. Distribución de la aplicación de cuestionario en las estaciones de vehículos tipo Campero



Fuente: Elaboración propia, a partir de Google Maps

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INDICADORES	FUENTES
Vehículos que usan las personas que ejercen el oficio	Marca del vehículo utilizado para ejercer el transporte informal de pasajeros	Cualitativa nominal	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Antigüedad del vehículo utilizado para el transporte informal de pasajeros	Cuantitativa continua	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
Condiciones del oficio	Tiempo que lleva ejerciendo la labor	Cuantitativa continua	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INDICADORES	FUENTES
	de conductor		tipo Campero
	Nivel de ingresos por el ejercicio del oficio de conductor	Cuantitativa continua	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Número de conductores con vehículo propio	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Número de conductores con vehículo alquilado	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
Aspectos socio demográficos	Frecuencia de ejercicio del oficio del conductor	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Motivo del uso del vehiculo	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Número de conductores cabeza de hogar	Cuantitativa continua	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Edad del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa Nominal	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Genero del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa Nominal	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Estado civil del conductor de	Cualitativa Nominal	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INDICADORES	FUENTES
	vehículos tipo Campero		tipo Campero
	Lugar de residencia del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa ordinal policotomica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Lugar de nacimiento del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa ordinal policotomica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Lugar de residencia del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa ordinal policotomica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Estrado socio económico del conductor de vehículos tipo Campero	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Número de hijos del conductor de vehículos tipo Campero	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Nivel de estudios cursados del conductor de vehículos tipo Campero	Cualitativa ordinal dicotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INDICADORES	FUENTES
Nivel de satisfacción	Valoración del significado, gusto y orgullo por el trabajo que realiza	Cualitativa nominal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración de las políticas, reglas y procedimiento operativos	Cualitativa nominal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración de las relaciones con sus compañeros de trabajo	Cualitativa nominal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración de la remuneración regular por el servicio prestado	Cuantitativa continua	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración del comportamiento del usuario	Cualitativa nominal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración de las condiciones área de trabajo	Cualitativa ordinal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración del ritmo de trabajo que está sometido	Cualitativa ordinal policotómica	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Valoración del nivel de tráfico en Cartagena de Indias	Cualitativa nominal	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
Nivel de	Valoración de la	Cualitativa	Cuestionario aplicado a

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INDICADORES	FUENTES
seguridad y salud en el ejercicio	calidad de las carreteras e infraestructuras	ordinal policotomica	conductores de vehículos tipo Campero
	Números de accidentes durante el ejercicio	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Numero de lesionados por accidente	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Percepción de exposición al riesgo ambiental	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Percepción de riesgo psicológico	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Percepción de riesgo físico	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Porcentaje de enfermos por el ejercicio	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero
	Apreciación sobre el riesgo de la salud	Cuantitativa discreta	Cuestionario aplicado a conductores de vehículos tipo Campero

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS ESPERADOS

A partir en toda la información obtenida, los resultados que se pretenden alcanzar con el desarrollo del proyecto son los siguientes:

- Un informe que permita apreciar la caracterización de las personas que ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero -, en la ciudad de Cartagena de Indias, con especial atención a la edad, el género, el estrato socioeconómico, el tiempo de ejercicio de la actividad, los estudios cursados y nivel de ingresos; y esto a su vez, sirva de punto de partida para el surgimiento de nuevas ideas o hipótesis para futuras investigaciones.

- Una matriz de datos que muestre la percepción y los niveles de satisfacción, por su labor y el riesgo a la salud entre quienes ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero-en la ciudad de Cartagena de Indias.

- Un documento donde se plasmen recomendaciones que contribuyan a la disminución de accidentalidad entre quienes que ejercen el oficio de transporte público colectivo informal -mediante el uso de vehículos tipo campero-, en la ciudad de Cartagena de Indias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Botero, A. (2014). Diseño conceptual de un plan de movilidad urbana segura para Cartagena de Indias.

Cartagena Cómo Vamos (2019), Resultados Encuesta de Percepción Ciudadana 2019.

Cartagena de Indias: Cartagena Cómo Vamos.

Cogollo Palomino, J. D. J., Palomo Castilla, Y. E., & Guardela Vásquez, P. A. (2015).

Efectos del mototaxismo en el transporte público colectivo y la movilidad urbana en las rutas: 2, 3A, 4, 6, 7, 31, 35, Bayunca; de la ciudad de Cartagena (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

Maza Ávila, Francisco Javier., Fals Galezo, María Paula., Licona Dáger, Daniela., Espinoza

Flórez, Laura Cristina., y Safar Cano, Camila (2019), Factores de riesgo asociados a la accidentalidad entre mototaxistas de Cartagena de Indias. Cartagena de Indias:

Universidad de Cartagena. Mimeo

Maza Ávila, Francisco Javier., Daniels Puello, Amaranto de Jesús., Blanco Bello, Rosario.,

y Vergara Schmalbach, Juan Carlos (2017), El transporte informal en los municipios de Arjona, Turbaco, El Carmen de Bolívar y Magangué, departamento de Bolívar.

Cartagena de Indias. Mimeo.

BIBLIOGRAFÍA

- Castilla, C. A. A. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes pedagógicos*, 8(1), 1.
- Castro, M. G. A., Padilla, J. M. C., & Ramírez, S. M. (2009). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa. *Enseñanza e investigación en Psicología*, 14(1), 105-118.
- Chiang, M., Vega, M. C., Martín, M. J., Rodrigo, M. J. M., & Partido, A. N. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral (Vol. 2)*. Univ Pontifica Comillas.
- Forcadell, E. O. (2015). Estudio de satisfacción del usuario/a del Servicio de Atención de Trabajo Social Hospitalario. *Documentos de trabajo social: Revista de trabajo y acción social*, (55), 25-52.
- Gibson, C. D., Jolly, J. F., Vilches, A. M., & Parra, F. R. (2011). Algunas reflexiones sobre la movilidad urbana en Colombia desde la perspectiva del desarrollo humano. *Papel político*, 16(2), 485-514.
- Jans, M. (2017). Movilidad urbana: en camino a sistemas de transporte colectivo integrados. *AUS [Arquitectura/Urbanismo/Sustentabilidad]*, (6), 6-11.
- Losada, F., Barbosa, C., Martínez, L., Schilardi, M. E. G., & Navarrete, M. J. (2015). Regulación de la movilidad urbana en el Área Metropolitana de Mendoza. In *XI Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

- Romero, M. L. G. (2019). Condiciones de movilidad en colonias marginadas. Unidad territorial Atlixcáyotl, Puebla. Bitácora Urbano Territorial, 29(3).
- Palacios Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Administración de Empresas.
- Romero Pastor, L., López Valdez, B., Vargas La Serna, J. J., Reátegui Del Águila, L. C., & de La Barrera Laca, L. J(2019). Movilidad urbana en Lima y Callao caso de estudio: La autoridad de transporte urbano para Lima y Callao-ATU.
- Valencia Giraldo, K., & Barco Gómez, A. A. (2015). Determinantes de la satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio de Cartagena Solutions Propiedad Horizontal SAS (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

INFLUENCIA DE LA ASISTENCIA EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA 2015I - 2019II.

Andry Yojana Marchena Duran

Edith Patricia Melendez Gonzalez

Sindy Johana Hernandez Hernandez

Sharon Gabriela Bolivar Vasquez

Diana Milena Osorio Polo

Marcos Mauricio Verbel Peñaranda

Javier de Jesús Pinzón Redondo

Katherine Paternina Sierra

Tutor: Diofanor Acevedo Correa

RESUMEN

La creciente necesidad en el contexto educativo de identificar aspectos que interactúan como condicionantes del rendimiento educativo, ha propiciado múltiples investigaciones en esta materia. Es así, como con mayor frecuencia, surgen algunas posturas en las cuales se intenta atribuir relevancia a las variables de asistencia o inasistencia a clases. El presente proyecto se enfoca en la relación existente entre asistencia y rendimiento académico y toma en consideración un análisis de caso al interior de la Universidad de Cartagena, cuyo objetivo es analizar la influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera 2015I-2019II de la Facultad de Ciencias Económicas, así como los factores que intervienen en la inasistencia de los estudiantes a las tutorías programadas. Para ello se realizará un estudio descriptivo no

experimental y de corte secuencial. Se recopilarán las calificaciones de la plataforma institucional, seguidamente se construirá una base de datos, y se aplicarán pruebas para comparar resultados. Para la identificación de los factores asociados a la inasistencia de los estudiantes a las tutorías programadas, estos se encuestarán mediante un cuestionario que estudiará su percepción, correspondiente a la dimensión personal, académica, factores socioeconómicos y abarcando la dimensión institucional. Para determinar la correlación existente entre los niveles de inasistencia y el rendimiento académico, se planteará un análisis institucional de correlación bivariada. Con este proyecto se espera reconocer las áreas de oportunidad que permitan sugerir políticas y estrategias para motivar a una mayor asistencia y aprovechamiento de las tutorías.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción

La predicción y explicación del rendimiento académico y la investigación de los factores relacionados con éste constituyen un tema de suma importancia en la educación superior (Ruban y McCoach, 2005), por lo que el rendimiento académico es un predictor importante del rendimiento en otros niveles de educación y de otros resultados laborales importantes, como el rendimiento laboral y el salario (Kuncel et al 2005; Fenollar et al., 2007).

Cabe señalar, que los resultados del sistema universitario se miden principalmente por el éxito académico alcanzado en sus alumnos, la idoneidad de sus graduados, entre otros indicadores como los programas de investigación y la proyección social, los cuales nacen con los aportes de sus profesionales; de ahí la importancia de monitorear sus resultados académicos, conociendo para ello los factores que mayor incidencia representan en los resultados académicos de los estudiantes y diseñar estrategias de intervención desde donde a la universidad le corresponde. Sin embargo, muchos factores pueden ser manipulados desde la responsabilidad de la universidad, pero también es cierto que hay otros que no son de la competencia universitaria.

En la educación a distancia las tutorías juegan un papel importante, ya que bajo esta modalidad se pretende formar profesionales autónomos en relación a aspectos propios de la organización del tiempo y del método de aprendizaje, convirtiéndolas en espacios de socialización e interacción, en el cual el personal docente orienta a la población estudiantil en la consecución de sus metas. Además de la flexibilidad y dinamismo de las tutorías presenciales, estas tienen como objetivos orientar al estudiante a evacuar sus dudas sobre los materiales, motivarlo para el estudio a distancia, propiciar el trabajo con el análisis de casos, verificar que el estudiante comprenda lo estudiado, socialización de experiencias y comunicación interpersonal entre el docente y el alumno y entre los estudiantes (Dey, 2018). Bajo esta modalidad, son programadas siete tutorías presenciales distribuidas a lo largo del periodo académico (Lora, 2013).

En este sentido, investigaciones han examinado el papel de la asistencia como uno de los determinantes del éxito en la educación superior, considerando que asistir a clase es una actividad importante en la vida de un estudiante universitario y puede tener implicaciones significativas en la carrera universitaria y más allá. Por lo tanto, esta relación entre la asistencia y el aprendizaje de los estudiantes resulta especialmente interesante (Gabalán Coello & Vásquez Rizo, 2017).

En relación, estudios realizados por Lukkarinen et al. (2016), confirman que a pesar de un pequeño grupo de estudiantes tiene éxito en el examen a pesar de no haber asistido, descubrieron que hay un grupo clave de estudiantes para quienes la participación en

eventos de enseñanza es, de hecho, un predictor significativo del rendimiento. Estos resultados son relevantes para profesores y estudiantes por igual. Pudiéndose usarse como un medio para motivar a los estudiantes a asistir a la enseñanza, porque la asistencia está demostrablemente relacionada con los resultados del aprendizaje. También, se pueden utilizar para proporcionar orientación a aquellos estudiantes que no pueden o no desean asistir a la enseñanza: el estudio independiente puede ser posible, esto, por supuesto, depende del curso en cuestión, pero requiere una madurez considerable, planificación y proactividad en la búsqueda de información. Además, los resultados pueden tener un efecto motivador en los docentes: su enseñanza en las tutorías sí importa para los resultados del aprendizaje.

Asimismo, investigaciones en el área de economía, observaron relaciones positivas entre la asistencia y el rendimiento académico, a través de correlaciones estadísticamente significativas, donde estudiantes con una alta asistencia obtuvieron calificaciones más altas que quienes presentaron baja o ninguna asistencia (Chen & Okediji, 2014). También, Yao & Chiang (2011), por medio de un estudio de correlación de Pearson entre la asistencia a clase y las calificaciones globales en clases de informática encontraron una alta correspondencia positiva entre las dos variables.

De igual manera, Bartual y Poblet (2009), reportan en sus estudios que la asistencia tiene un grado alto de injerencia en la etapa de aprendizaje y su resultado académico, explicando que la continuidad en la asistencia incrementa el porcentaje de aprobación de un curso. Conclusiones similares fueron señaladas por Park y Kerr (1990), Crawford et al. (2003) y Expósito y De la Iglesia-Villasol, (2010), en donde se mostraba una

fuerte asociación entre asistencia / ausentismo y el posterior éxito / fracaso académico en la asignatura.

Por todo lo anteriormente mencionado, el presente proyecto tiene como objetivo analizar la influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera durante el periodo académico 2015I-2019II, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, así como los factores que intervienen en la inasistencia de los estudiantes a las tutorías programadas. De esta manera, se espera que al identificar dicha influencia e identificar los factores asociados se contribuya al apoyo de una planificación estratégica de acciones para motivar a una mayor asistencia y aprovechamiento de las tutorías.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera 2015I-2019II.

Objetivos específicos

- Determinar el rendimiento académico de los estudiantes del Programa Administración Financiera de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, 2015I-2019II.

- Identificar los factores que intervienen en la inasistencia de los estudiantes del Programa Administración Financiera de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, 2015I-2019II.
- Proponer estrategias para motivar a una mayor asistencia y aprovechamiento de las tutorías.

METODOLOGÍA

Se realizará un estudio descriptivo no experimental y de corte secuencial, siguiendo la metodología establecida por Gabalán Coello & Vásquez Rizo (2017) y Acevedo et al. (2015), con modificaciones. La población estudio comprenderá a los estudiantes de pregrado que cursaban asignaturas de último semestre (primero a décimo) en del Programa Administración Financiera de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, Sede Piedrade Bolívar, en el periodo académico 2015I-2019II.

Caracterización de los estudiantes del programa administración financiera

Siguiendo la metodología establecida por Acevedo et al. (2015) y teniendo en cuenta el Reglamento Estudiantil de la Universidad de Cartagena, el cual establece que, para la evaluación del rendimiento académico de los estudiantes, se tiene en cuenta la siguiente escala: excelente (4,5) a (5,0); muy bueno (4.0) a (4.4); bueno (3.5) a (3.9); regular (3,0) a (3,4);deficiente (2.0) a (2.9) e insuficiente menos de (2.0). Se conformará una base de

datos con los promedios académicos por semestre de los estudiantes del Programa Administración Financiera de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, durante el periodo 2015I-2019II. Ahora bien, los datos de los estudiantes como: género, calificaciones académicas y otros de la hoja de vida, serán extraídos de la Plataforma Educativa de Registro Académico de la Universidad de Cartagena SMA, la cual es de acceso exclusivo para los docentes de las distintas facultades de dicha institución.

Instrumentos para identificar los elementos en torno a los niveles de inasistencia que intervienen en el rendimiento académico

Se aplicará una encuesta con treinta preguntas que representan variables sobre la inasistencia a las tutorías programadas, siguiendo la metodología establecida por Ibarra & Michalus, (2010) y Hernández, (2016). Se empleará la escala tipo Likert donde el valor de 5 = Totalmente de acuerdo y 1 = Totalmente en desacuerdo.

La encuesta se estructura en bloques. El primero de ellos hace referencia a la formación previa del estudiante (opción de acceso a la Universidad y tipo de centro de estudios de secundaria), el segundo está centrado en su opinión sobre el Programa (contenidos e interés). En el tercero, se pregunta por la utilidad del material depositado en el Campus Virtual y en la plataforma. En el último bloque cuestiones en torno al trabajo del estudiante (asistencia a tutorías presenciales en la Universidad, asistencia a tutorías extras, horas reales dedicadas al estudio, horas que consideran deben dedicar a estudiar).

Posteriormente, se identificarán los elementos y se establecerán relaciones en torno al posible impacto que tendrían los niveles de asistencia en el rendimiento académico de estudiantes (en este ejercicio el rendimiento académico se determinará por medio del promedio acumulado al final de cada semestre). De esta manera, para determinar la correlación existente entre los niveles de inasistencia y el promedio acumulado, se plantea un análisis institucional de correlación bivariada (a través del estimador de Pearson), como lo plantea Gabalán Coello & Vásquez Rizo (2017), con el fin de determinar de manera preliminar si existe algún tipo de asociación entre los niveles de inasistencia (suministrados en encuesta mencionada arriba) y los rendimientos académicos obtenidos.

Análisis de datos

Después de obtener la información, se construirá una base de datos en el programa EXCEL, y posteriormente en el Programa Estadístico para Ciencias Sociales, IBM SPSS © - versión 19.0. Se analizarán los promedios y frecuencias con sus respectivas desviaciones estándar. Se realizará un análisis de varianza (ANOVA) a los promedios obtenidos, para hallar las diferencias estadísticas y como post hoc se aplicará la prueba de Tukey al 5% ($p \leq 0,05$).

RESULTADOS ESPERADOS

Identificación de los principales factores que intervienen en la inasistencia de los estudiantes del Programa Administración Financiera de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, 2015I-2019II.

Influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera 2015I-2019II.

Contribución al apoyo de una planificación estratégica de acciones para motivar a una mayor asistencia y aprovechamiento de las tutorías.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto *Influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera 2015I - 2019II*, fue inscrito bajo la modalidad de proyecto formulado, por lo que aún no se cuenta con resultados que den respuesta a la(s) pregunta(s) problema(s) planteada(s). Conviene señalar, que una de las ventajas del presente proyecto es que la Universidad de Cartagena, actualmente no cuenta con un análisis de la influencia de la asistencia en el rendimiento académico de estudiantes del Programa Administración Financiera en el periodo académico 2015I-2019II, de la Facultad de Ciencias Económicas, así como los factores que intervienen en la inasistencia de los estudiantes a las tutorías programadas. Por lo que, identificar dicha influencia e identificar los factores asociados dará como resultado una valiosa contribución para el apoyo a una planificación estratégica de acciones que contribuyan a motivar a una mayor asistencia y aprovechamiento de las tutorías. Sin embargo, entre las limitaciones del estudio (desventaja) se tiene el no contar con un listado de asistencias por tutorías, lo cual genera que esta variable quede sujeta a respuestas en las encuestas realizadas a los estudiantes. Se recomienda

para futuros estudios llevar una planilla de asistencia por tutorías, haciendo claridad que ésta si bien no es obligatoria, se tendrá en cuenta para investigaciones dentro del Programa de Administración Financiera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, D., Tirado, D. F., & Montero, P. M. (2015). Perfil de Aprendizaje y Rendimiento Académico en una Asignatura de Química en Modalidad a Distancia y Presencial en dos Programas de Ingeniería. *Formación universitaria*, 8(6), 39-46.
- Bartual, T. y Poblet, M. C. (2009). Determinantes del rendimiento académico en estudiantes universitarios de primer año de economía. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 2(3), 172-181.
- Calderón Badilla, Yency, Herrero Villarreal, Diana, & Andrés Jiménez, Carmen. (2017). Fortalezas y debilidades de las tutorías en educación universitaria a distancia: resultados de talleres con tutores de ciencias exactas y naturales. *Cuadernos de Investigación UNED*, 9(1), 179-184.
- Chen, J., and T.F. Lin. 2008. Class attendance and exam performance: A randomized experiment. *Journal of Economic Education* 39 (3): 213–27.
- Chen, Q. y Okediji, T. O. (2014). What is behind class attendance in college economics courses? [¿Qué hay detrás de la asistencia a clases en los cursos de economía en la universidad?]. *Applied Economics Letters*, 21(6), 433-437.
- Crawford, J., Dale, L. y Toney-McLin, P. (2003). Student performance factors in economics and accounting [Factores de rendimiento de los estudiantes de economía y contabilidad]. *Allied Academies International Conference*, Las Vegas, Estados Unidos.

Dávila, Nancy; García-Artiles, M^a Dolores; Pérez-Sánchez, José M^a; Gómez-Déniz, Emilio (2015). Un modelo de regresión logística asimétrico que puede explicar la probabilidad de éxito en el rendimiento académico. *Revista de Investigación Educativa*, 33(1), 27-45.

Dey, I. (2018). Class attendance and academic performance: A subgroup analysis. *International Review of Economics Education*, 28, 29–40.
doi:10.1016/j.iree.2018.03.003)

Documentos de Condiciones de Calidad para la renovación del registro calificado del Programa Administración Financiera (2015). Universidad de Cartagena.

Expósito, E. G., & De la Iglesia-Villasol, M. C. (2010). Valoración de los profesores y asistencia a clase de los alumnos. ¿ Existe relación causal?. *Investigaciones de Economía de la Educación*, 50(5), 995-1016.

Fenollar, P., Román, S., & Cuestas, P. J. (2007). University students' academic performance: An integrative conceptual framework and empirical analysis. *British Journal of Educational Psychology*, 77(4), 873-891.

Gabalán Coello, J., & Vásquez Rizo, F. E. (2017). Rendimiento académico universitario y asistencia a clases: Una visión. *Revista Educación*, 41(2), 16-32

Godínez, E. S. (2017). Efecto de la asistencia a tutorías en una asignatura del Diplomado en Administración de Empresas de la UNED. *Innovaciones educativas*, 19(27), 30-40.

Hernández, C. A. H. (2016). Diagnóstico del rendimiento académico de estudiantes de una escuela de educación superior en México. *Revista Complutense de Educación*, 27 (3), 1369-1388.

- Kuncel, N. R., Credé, M., & Thomas, L. L. (2005). The validity of self-reported grade point averages, class ranks, and test scores: A meta-analysis and review of the literature. *Review of educational research*, 75(1), 63-82.
- Lora, S. A. (2013). Documento Modelo Pedagógico de la Educación a Distancia, Universidad de Cartagena.
- Lukkarinen, A., Koivukangas, P., & Seppälä, T. (2016). Relationship between class attendance and student performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 228(16), 341-47
- Marburger, D. R. 2006. Does mandatory attendance improve student performance? *Journal of Economic Education* 37 (2): 148–55.
- Park, K. y Kerr, P. (1990). Determinants of academic performance: a multinomial logit approach [Determinantes del rendimiento académico: Un modelo logístico multinomial]. *Journal of Economic Education*, 21(2), 101-111.
- Pérez, J., & Graell, S. (2004). Asistencia a clase y rendimiento académico en estudiantes de medicina: La experiencia de la Universidad Autónoma de Barcelona. *Educación médica*, 7(2), 85-89.
- Ruban, L. M., & McCoach, D. B. (2005). Gender differences in explaining grades using structural equation modeling. *The Review of Higher Education*, 28(4), 475-502.

Stanca, L. 2006. The effects of attendance on academic performance: Panel data evidence for introductory microeconomics. *Journal of Economic Education* 37 (4): 251–66.

Villalobos Monroy, G., & Pedroza Flores, R. (2009). Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico. *Tiempo de educar*, 10(20).

Yao, J. F.J. y Chiang, T. M. (2011). Correlation between class attendance and grade [Correlación entre la asistencia a clases y las calificaciones]. *Journal of Computing Sciences in Colleges*, 27(2), 142-147.

IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE MERCADERÍAS JUSTO & BUENO EN EL BARRIO TORICES-PASEO DE BOLÍVAR, ESTRATO 1 Y 2 DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Gustavo Adolfo Araque Henríquez

María Claudia Jaraba Riaño

Luis Daniel Monterroza Escorcía

Linda Lucía Ortiz Reyes

Tutor: PhD: Amalfi Del Socorro Padilla.

RESUMEN

La investigación se desarrolla en los formatos de descuento duro: Justo & Bueno, en la ciudad de Cartagena, barrio Torices-Paseo Bolívar, tomando como objeto de estudio la población de estratos 1 y 2. En esta parte de la ciudad se puede apreciar la disputa comercial, debido a la concentración de diferentes establecimientos, tales como: Olímpicas, ARA, Megatiendas y la tradicional Tienda de Barrio. Por ello, este trabajo busca la caracterización, comportamientos y hábitos de compras de sus residentes, teniendo en cuenta ingresos, estrato socioeconómico, nivel de escolaridad entre otros datos; para llegar a estos se aplicará el método de recolección de información ENCUESTA estructurada con los tipos de preguntas necesarias, donde se utilizara la escala de valoración denominado ESCALA DE LIKERT, incluyendo preguntas de carácter cualitativo para estimar perspectivas particulares acerca del impacto social que ha tenido la comunidad, luego de establecimiento de estos formatos.

Esta investigación se enmarca dentro la tipología de investigación de alcance DESCRIPTIVO (Hernández, Fernández, & baptista, 2014) con enfoque CUALITATIVO-CUANTITATIVO, es así como se determinan las variables a trabajar, teniendo como base los referentes teóricos, tales como: teorías del mercado minorista, teoría del consumidor.

Los formatos Justo & Bueno han logrado una gran aceptación en el mercado, y lo que se evidencia en esta investigación es el impacto social y económico que estas mercaderías han provocado en las áreas donde operan.

Palabras claves: impacto, descuentos duros, consumidores, caracterización

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es producto de un proceso de observación que da nacimiento a un interés colectivo, en lo que concierne a las dinámicas sociales detrás de un sistema comercial disruptivo que penetra el mercado del Retail colombiano para finales del 2010, pero que específicamente, para efectos de este trabajo, se empieza a conocer en la ciudad de Cartagena para el año 2015, el cual inicia con una estrategia de mercado consistente en “captar a los consumidores de los estratos socioeconómicos bajo y medio bajo y luego a sectores de estrato medio, alto y el centro histórico, lo que les permite atraer clientes locales y extranjeros” (Londoño & Navas, 2018)

La primer tienda de bajo costo en incursionar en Cartagena de indias fue tiendas ARA, de origen portugués, que pasó de 9 tiendas en su primer año de operación a 33 en 2019, dando muestra de su crecimiento exponencial. Uno de los últimos en llegar y en el que

se centró la investigación fue el formato Justo & Bueno, pese a lo cual logró mostrar muy buenos resultados económicos, siendo este quien completa la lista del top 11 de las 1000 empresas más grandes del país con una facturación en ventas de 769.465 millones, esto según el ranking elaborado por la Superintendencia De Sociedades (Guevara, 2018).

Debido a su poco tiempo operando en el mercado y por las características novedosas que poseen estos formatos, por ejemplo el hecho que sus establecimientos comerciales combinen las ventajas de una tienda de barrio y las bondades de formatos de autoservicio con precios bajos, resulta oportuno estudiarlo con el fin de conocer la reacción que tienen los consumidores y las alteraciones sociales y económicas en las áreas de influencia de la ubicación de las tiendas que conllevan la introducción de estos nuevos formatos, específicamente en el barrio objeto de estudio Torices-Paseo Bolívar.

Por lo antes expuesto se formula la siguiente pregunta de investigación diseñada y orientada a mostrar una tendencia en los patrones de consumo de la población objeto de estudio, de estratos 1 y 2, esta es: ¿Cuál es el impacto socioeconómico de las mercaderías Justo & Bueno sobre los barrios Torices-Paseo de Bolívar perteneciente a estratos 1 y 2 de la ciudad de Cartagena de Indias D.T y C?

OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar el impacto socioeconómico de las Hard Discount (Justo & Bueno) en los barrios de estrato 1 y 2 en la ciudad de Cartagena (Torices-Paseo Bolívar)

Objetivos específicos

- Describir el comportamiento del consumidor de acuerdo a la estructura socioeconómica y adquisitiva de los estratos 1 y 2 de la ciudad de Cartagena
- Identificar la relación motivación-beneficio en lo referido a la migración de clientes de las tiendas de barrio y de las grandes cadenas de supermercados ya establecidas a las Hard Discount, específicamente el formato Justo & Bueno, ubicado en el barrio Torices.
- Determinar los cambios sociales y económicos que se han dado en los barrios objetivo de estudio a partir de la incursión de las tiendas de bajo costo: Justo & Bueno

Metodología

Con el fin de obtener una visión acerca de elementos y patrones de comportamiento frente a la escogencia, adquisición y consumo de artículos de consumo masivo y además, la obtención de datos que permitan hacer un análisis de la manera cómo impacta socioeconómicamente el establecimiento de un formato de tiendas de bajo costo como lo es Justo & bueno en el barrio Torices-Paseo de Bolívar, esta investigación se enmarca dentro la tipología de investigación de alcance DESCRIPTIVO (Hernández, Fernández, & baptista, 2014) con rasgo o enfoque CUALITATIVO-CUANTITATIVO.

Cabe anotar que la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Hernández, 2011). Por otro lado, la investigación cuantitativa se centra en los aspectos observables y susceptibles de cuantificación, se sirve de pruebas estadísticas para el análisis de los datos; mientras que la investigación cualitativa se orienta al estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social.

Instrumento de recolección de información, Análisis de datos y fuentes de información.

Se aplicó un método de recolección de información ENCUESTA estructurada con los tipos de preguntas necesarias (multi-respuestas, explícitas), donde se utilizó el método de medición o escala de valoración denominada ESCALA DE LIKERT, además se aplicaron preguntas de corte cualitativo que permitieron evaluar la opinión y las actitudes de la persona encuestada. Por otra parte, los datos serán analizados mediante el uso de la herramienta Excel específicamente las tablas dinámicas, el cual nos permitió observar el comportamiento de una variable respecto a otra, facilitando así la interpretación de los datos.

La recolección de la información se realizó con base a fuentes primarias constituidas por la información obtenida de los habitantes en los que se centra el estudio y secundarias siendo esta todos los documentos, teorías, tesis, estudios, artículos y demás información concerniente a las Hard Discount consultada

Delimitación, población y muestra

La investigación se lleva a cabo en el barrio Torices-Paseo de Bolívar de la ciudad de Cartagena de indias (delimitación espacial), este inició en abril de 2019 y culminó en agosto de 2019 (delimitación temporal). La población escogida fueron los habitantes de estrato 1 y 2 del barrio Torices-Paseo de Bolívar, con edades entre los 18 y 63 años, de la cual tomamos una muestra aleatoria 50 encuestados.

Presentación de resultados (Desarrollo de los capítulos):

Capítulo 1: Describir el comportamiento del consumidor de acuerdo a la estructura socioeconómica y adquisitiva de los estratos 1 y 2 de la ciudad de Cartagena

En este capítulo, se caracterizará el perfil de socioeconómico de los compradores para comprender de una mejor manera cómo la incursión de las mercaderías Justo & Bueno impacta en el barrio Torices-Paseo Bolívar.

De esta forma, se iniciará con la estratificación de la población, que, de acuerdo a la teoría de las clases (1922 [1969]) de Max Weber, es la forma en que se distribuye el poder en una comunidad. De igual manera, Littlejohn, 1972 afirma que la estratificación es la distribución desigual de bienes y servicios, derechos y obligaciones, poder y prestigio. En este sentido, conforme a los resultados de las encuestas realizadas, dicha población queda estratificada de este modo: el estrato 1, con un 28% del total de los encuestados, estrato 2 con un 60% y el estrato 3 con el 12%.

Tal estratificación, puede apreciarse en una esfera netamente económica, donde las condiciones que predominan son la posesión o la no posesión de bienes y servicios. Así, los resultados que arroja la muestra, en cuestión de ingresos, avalan lo propuesto anteriormente, siendo los estratos 1 y 2 con la mayoría de las personas que oscilan entre 1 a 2 SMMLV y menos de 1 SMMLV y la totalidad de las personas que ganan más de 3 SMMLV corresponden al estrato 3. Sin embargo, la mitad pertenecientes a el estrato 2 y 3 no tiene vivienda propia, viven arrendados y más del 80% del estrato 1 si tienen casa propia, lo cual, de algún modo desaprueba lo expuesto inicialmente.

De hecho, el factor de posesión no es el definitivo para la estratificación, puesto a que esta también se fundamenta con otros aspectos demográficos que siguen un orden jerárquico determinado por unos criterios de valoración normativos en la sociedad, como lo son el nivel de estudio o la ocupación. Entre las personas encuestadas, los únicos con nivel de estudio profesional son los correspondientes al estrato 3, la mayor parte de los tecnólogos o técnicos son del estrato 2 y que los bachilleres, mayormente son de estrato 1 y 2. Asimismo, el estrato 1 constan con más empleos informales y a medida que el estrato va aumentando el porcentaje de va disminuyendo hasta llegar a cero. Ocurre algo opuesto con respecto al empleo formal, inicia con la minoría de las personas estrato 1 y al llegar a estratos superiores aumenta alcanzando el 50 y el 60% en los estratos 3 y 2 respectivamente.

Todos estos componentes inciden en el comportamiento de los compradores, sobretodo, la parte de los ingresos, que al momento de hacer las compras la restricción de la renta condiciona al consumidor, en otras palabras, entre más ingresos más dinero es destinado a comprar. Pese a esto, hay quienes tienen gastos superiores a sus ingresos, sobretodo, las personas que adquieren menos dinero.

En este caso, la mayoría de la población invierte en compras en las mercaderías Justo & Bueno aproximadamente entre 50.000 y no más de \$300.000 sin importar sus ingresos, y la totalidad de los que, sí lo hacen, solo son el 2,7% de las personas que tienen de 1 a 2 SMMLV el cual va muy frecuentemente. Además, los compradores que invierten menos de \$50.000 son los que menos frecuentan la mercadería. Acorde a lo anterior, se puede afirmar que la frecuencia con que se compra está ligado a la cantidad de dinero que invierten en los productos de dicho establecimiento.

Capítulo 2: Identificar la relación motivación-beneficio en lo referido a la migración de clientes de las tiendas de barrio y de las grandes cadenas de supermercados ya establecidas a las Hard Discount.

En el análisis de los resultados obtenidos se identificaron todos los factores que son reconocidos como beneficios que el formato Justo & Bueno les ofrece a los consumidores y que se convierten en los motivos principales por los que estos frecuentan este lugar con una mayor intensidad comparada con las tiendas de barrio o supermercados, estos son:

PRECIO: La teoría de la Rueda Minorista (McNair 1985, Hollander 1960) expone que las tiendas de bajo costo se introducen en el mercado con precios bajos, buscando obtener la fidelización del cliente, pero poco a poco van expandiéndose y diversos factores la obligan a transformarse en nuevos formatos, por otro lado, los resultados arrojan que uno de los mayores motivos por los que se compra en este lugar se debe a los bajos precios, es por ello que podemos identificar, teniendo en cuenta la teoría, que Justo & Bueno se encuentra en una etapa de introducción y fidelización de los clientes, otro factor que ratifica esto es el poco tiempo de operación que lleva dicha tienda en el barrio.

Cercanía del lugar: La teoría de la Rueda Minorista se basa en 4 supuestos, uno de ellos dice que los compradores que son sensibles al precio están en búsqueda de mayores servicios y productos y en la proximidad del lugar, por otro lado tenemos que las tiendas de bajo costo buscan captar clientes de estratos bajos en primera instancia e ir subiendo hasta llegar al más alto, esto va acompañado de una estrategia que busca estar lo más cerca posible

de sus clientes, razón por la que encontramos un número alto de instalaciones de estos tipos en diferentes barrios de la ciudad. Los resultados demostraron que para los habitantes del barrio Torices-Paseo de Bolívar la proximidad es un factor relevante porque les permite ahorrar tiempo y dinero de transportes.

Calidad: De acuerdo a lo planteado en párrafos anteriores se pueden identificar tres tipos de consumidores (consumidores conscientes del precio, consumidores conscientes del valor, y consumidores que consideran el precio como indicador de calidad) teniendo en cuenta los resultados, enmarcamos a los encuestados como consumidores conscientes del precio y del valor, puesto que estos consideran que los artículos vendidos por Justo & Bueno son de buena calidad aunque muchas de las marcas son desconocidas para ellos, además destacan los precios bajos, y concluyen que comprar un producto más caro no tiene sentido si cumplirá la misma función que uno barato, por otro lado se descartan los consumidores que consideran el precio como indicador de calidad.

Atención al cliente: La mayoría de los encuestados expresan que la atención al cliente es un aspecto muy importante para volver al sitio de compra, debido a que hace de esta actividad un momento agradable y consideran que el trato que se les da en este lugar es bueno y es un motivo más para regresar.

Para los habitantes estos factores: precio, cercanía del lugar, calidad, atención al cliente son los que más tienen en cuenta al momento de realizar sus compras y los resultados demuestran que la percepción que tienen es que el formato de Justo & Bueno les ofrece una

serie de beneficios que son los principales motivos por el que frecuentemente compran en esta tienda de bajo costo.

Capítulo 3: Determinar los cambios sociales y económicos que se han dado en los barrios objetivo de estudio a partir de la incursión de las tiendas de bajo costo: Justo & Bueno

Los formatos Justo & Bueno y demás establecimientos de bajo costo, en virtud de atraer a sus clientes consideran la posición económica del lugar en que estos se desarrollaran, con el objeto de influir claramente en las poblaciones de bajo ingreso económico como lo es el estrato 1 y 2, los cuales en la mayoría de veces son los más afectados económicamente al momento de adquirir los bienes y servicios, esta táctica implementada por los formatos de descuentos duros le proporciona un ahorro en la renta de sus clientes, el cual puede llegar a ser utilizado en otros productos o servicios, contribuyendo a una estabilidad y progreso en el hogar, es decir, una mejor calidad de vida. Lo anterior expuesto fue producto de las respuestas cualitativas obtenidas en la encuesta realizadas en el barrio Torices-Paseo de Bolívar, las cuales fueron razón de un proceso de interpretación y que como resultado significativo se confirma que la incursión de estos formatos de bajo costo ha traído cambios económicos, lo cual confirma los planteamientos de la teoría de la rueda minorista (McNair 1985, Hollander 1960), si bien esta sostiene que estos formatos comerciales entran al mercado con los menores costos posibles con el objeto de ofrecer precios bajos, atrayendo así muchos clientes, con el tiempo, este debe cambiar la estrategia debido a la competencia creciente en busca de los mismo beneficios, recurriendo así, a las mejoras en la calidad de los productos y servicios que ofrecen; igualmente se evidencia el

cumplimiento de su primera hipótesis, en la que los compradores son muy sensibles al precio y desean conseguir unos mayores servicios, una amplia variedad de productos y la proximidad al lugar de compra, todo ello al precio más bajo.

Los cambios sociales que han presenciado los habitantes del barrio objeto de estudio se lograron determinar a partir de la investigación por medio de encuestas a personas que frecuentan estos formatos, luego de la incursión de estas nuevas tiendas, los cuales han sido realmente satisfactorios, ya que, estas tiendas han traído consigo el flujo vehicular y de personas constantemente, lo cual trazó una oportunidad comercial para las familias de los sectores donde estas tiendas están ubicadas, es decir, que la instalación de estos formatos posibilita la creación de nuevos sistemas de negocio por parte de las familias que aprovechan la circulación incesante diariamente, si bien estos empleos son informales, también es cierto que con esto las familias generan ingresos adicionales lo cual aporta al mejoramiento de la calidad de vida. Este tipo de teorías plantea que la introducción de un nuevo formato comercial es una función del cambio en las condiciones del entorno, por lo que la aparición de nuevas formas comerciales sólo tendrá éxito cuando los factores del entorno sean favorables. De igual manera, se evidencia la existencia de las relaciones de canibalismo, planteamiento de las teorías del entorno, pues en el sector donde se encuentra ubicado el formato Justo & Bueno, se puede apreciar la presencia cercana de establecimientos como: Olímpica, Megatiendas, ARA y tiendas de barrio, en donde se puede constatar la fuerte competencia; cabe señalar que se da también una relación de simbiosis, la cual hace referencia a una relación de dependencia o de beneficio mutuo, este se da entre consumidores/oferentes, debido a que el formato brinda precios bajos a sus clientes,

brindándoles rentabilidad y, estos les retribuyen fidelización y de esta manera aumentan sus compras.

Asimismo, se encuentra la presencia de las teorías combinadas, para ser exactos la teoría del paradigma de las tres ruedas de Izraeli, la cual explica la reacción de los formatos comerciales ya establecidos en el sector como consecuencia de la introducción de formas de comercio innovadoras por el extremo clásico, es decir, introduciéndose en el sector con bajo nivel de precios y servicios, la cual muestra como las hard discount penetran el mercado con bajos costos, obligando a las tiendas de barrio y a los formatos de grandes superficies a crear estrategias para mantener a sus clientes y ser competitivos.

RESULTADOS ESPERADOS

De acuerdo con los objetivos planteados para esta investigación, los resultados que se esperan obtener son: Un análisis del impacto socioeconómico de las Hard Discount (Justo & Bueno) en los barrios de estrato 1 y 2 en la ciudad de Cartagena (Torices-Paseo Bolívar), esto como eje central, por lo que para llegar a tal resultado se espera poder describir el comportamiento del consumidor de acuerdo a la estructura socioeconómica y adquisitiva de los estratos 1 y 2 de la ciudad de Cartagena, identificar la relación motivación-beneficio en lo referido a la migración de clientes de las tiendas de barrio y de las grandes cadenas de supermercados ya establecidas a las Hard Discount, específicamente el formato Justo & Bueno, ubicado en el barrio Torices y, además, poder determinar los cambios sociales y económicos que se han dado en los barrios objetivo de estudio a partir de la incursión de las tiendas de bajo costo: Justo & Bueno.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo teórico y práctico del presente trabajo concluye de manera satisfactoria gracias al cumplimiento total del objetivo general y objetivos específicos propuestos para la misma, lo cual se realizó a la luz de las teorías expuestas, de los conocimientos empíricos y sobre todo, a partir de los resultados obtenidos mediante la recolección de datos, de esta forma el estudio concluye exponiendo el impacto de los formatos disruptivos de bajo costo en el aspecto económico y social, tomando como referencia el caso de justo & bueno en el barrio torices-paseo bolívar.

Como bien se ha plasmado durante todo el desarrollo y exposición de los resultados, estos formatos, además de ofrecer beneficios y comodidades de compra a sus clientes, también les ofrecen la oportunidad de mejorar su calidad de vida, esto mediante la oferta de productos de bajo costo que suponen un ahorro y posterior reinversión del mismo en la adquisición de nuevos productos y servicios, por otro lado ofrecen mejorar a nivel de seguridad, status, y establecimientos de nuevas formas de negocio familiar en las áreas circunvecinas al almacén.

Las ventajas potenciales del presente estudio responden a que los resultados establecidos a partir de la misma muestran tendencias de orden comportamental por parte de los consumidores respecto a la experiencia de compra de estos en los formatos de descuento duro, por otro lado permiten ver que los beneficios de estos formatos va más allá de generar un ahorro a los consumidores, puesto toca la esfera social, esto puede lograr afianzar la

estrategia de estos formatos en los estratos socioeconómicos estudiados debido a la potencial fidelización de clientes que estos pueden adquirir.

Es preciso anotar que si bien se cumplieron satisfactoriamente todos los objetivos propuestos, la presente investigación se vio limitada debido a la imposibilidad de acceder a datos precisos sobre el número exacto de habitantes del barrio objetivo de estudio, por lo cual la muestra utilizada es de orden aleatoria y los resultados obtenidos se establecen en materia de tendencias.

Por último, se recomienda a los formatos de tiendas de descuento duro afianzar la estrategia de reducción de costes y reflejar la misma en el precio final de los productos ofertados, sin descuidar el ofrecimiento de otros beneficios como lo es el mejoramiento de las áreas aledañas al almacén tales como la iluminación y seguridad; esto les permitirá seguir impactando de manera positiva en los sectores en que se ubiquen estos almacenes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: pearson educación.

Sánchez, M., & Dueñas, M. (2006). *Teoria y practica de la calidad*. España: Paraninfo.

De los Reyes, J., & Salazar, E. (4 de abril de 2017). El discount y sus efectos en la economía del mercado. *Liderazgo Estratégico*. Obtenido de <http://revistas.unisimon.edu.co>

Duek, C., & Inda, G. (2006). La teoría de la estratificación social de Weber: un análisis crítico. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 5-24.

Lopez perez, J. (1989). Estratificación social: fundamentos, teorías e indicadores. *revista de psicología general y aplicada*, 385-393.

Medina, O. (2002). La relación precio-calidad en los mercados de gran consumo. *ICE-Tribuna de Economía*, 181-204.

Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación, S.A.

BIBLIOGRAFÍA

Semana, R. (21 de Enero de 2017). *La revolución de las tiendas de descuento*. Obtenido de

Revista Semana: <https://www.semana.com/economia/articulo/tiendas-de-descuento-en-colombia/512954>

Traslaviña, D. (2016). *América Retail*. Obtenido de [https://www.america-](https://www.america-retail.com/colombia/colombia-comercio-detallista-representa-el-43-de-las-microempresas-del-pais)

[retail.com/colombia/colombia-comercio-detallista-representa-el-43-de-las-microempresas-del-pais](https://www.america-retail.com/colombia/colombia-comercio-detallista-representa-el-43-de-las-microempresas-del-pais)

Cuesta Valiño, P., Penelas Leguía, A., Sarro Álvarez, M., & Gutiérrez Rodríguez, P. (2005).

Evolución de la distribución comercial en España: ¿de dónde venimos? ¿dónde vamos? *Cities in competition. XV Spanish-Portuguese Meeting of Scientific Management*, 421-436.

Guevara, L. (28 de 05 de 2018). *Las ventas de D1, Ara y Justo y Bueno son 6.5% del Retail*.

Obtenido de La República: <https://amp.larepublica.co/especiales/las-empresas-mas-grandes-de-2017/los-53-billones-que-vendieron-d1-ara-y-justo-bueno-son-65-del-retail-2731829>

IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA EN HOGARES DE CARTAGENA.

Luis Redondo Castro⁸

Martha Yáñez Contreras⁹

RESUMEN

El presente documento pretende evaluar la viabilidad técnica y económica de la implementación de sistemas de energía solar fotovoltaica en hogares de la ciudad de Cartagena-Colombia. La evaluación se realiza en tres partes, la primera es la identificación de las áreas de la ciudad potencialmente calificadas para la implementación; luego se caracterizan las áreas que se consideran aptas para la instalación; por último, se establece una relación ex-ante de costo-beneficio en la implementación. En un análisis final se determinan los barrios aptos para la implementación.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

Introducción:

En los últimos años, el cuidado del medio ambiente ha tomado mayor relevancia en los individuos, los cuales, cada vez más conscientes del problema, buscan transformar la forma en la que viven. Es una realidad que la disposición que tienen las personas a consumir energías alternativas ha tenido un crecimiento exponencial debido a que las energías convencionales ocasionan impactos negativos en el ambiente y no generan rentabilidades futuras, no obstante,

⁸ Estudiante VII semestre Economía, Universidad de Cartagena

⁹ Docente-Investigador, Universidad de Cartagena

es importante recalcar que la relación costo-beneficio de las energías alternativas cobra una notable mejora, por lo que ahora resulta más viable su implementación.

Colombia, ya está en el camino de la implementación de estas tecnologías y la generación a través de energías alternativas es cada vez más viable, constituyendo una de las mejores soluciones para atajar el cambio climático global, teniendo en cuenta que en Colombia se cuenta con una gran riqueza de recursos que permiten diversificar la matriz de energía para garantizar la estabilidad del suministro energético. (Giraldo, Vacca, & Urrego, 2018).

Cartagena al estar ubicada en el Caribe Colombiano, se caracteriza por tener un clima cálido y semiárido, la temperatura promedio del último año ha oscilado entre 31°C a 34°C. No obstante, el Caribe Colombiano posee zonas con índices de radiación solar de 6KW/m², las cuales se encuentran por encima del promedio global que es alrededor de 4,5 KW/m².

El cambio en el modo de producción de una energía convencional a una energía renovable supone efectos positivos tanto para las personas como para el medio donde se desenvuelven, visto así, analizar la viabilidad de la implementación de la energía fotovoltaica en los hogares resulta de gran relevancia, puesto que, dependiendo de la ubicación geográfica y los índices de radiación de cada ciudad, la viabilidad de la implementación varía.

El presente trabajo pretende describir como es el proceso de implementación de los sistemas de recolección de energía fotovoltaicas en los hogares de la ciudad de Cartagena, teniendo en cuenta las características que deben cumplir las zonas, y a su vez establecer una relación costo-beneficio en la implementación de los paneles fotovoltaicos.

OBJETIVOS:

Objetivo General.

Evaluar la viabilidad técnica y económica de la implementación de sistemas de energía solar fotovoltaica en hogares de Cartagena - Colombia.

Objetivos Específicos.

- Identificar las áreas de la ciudad potencialmente calificadas para la implementación de sistemas de energía solar fotovoltaica.
- Caracterizar las áreas que se consideran aptas para la instalación de sistemas de energía solar fotovoltaica.
- Establecer una relación ex-ante de costo-beneficio en la implementación de sistemas de energía solar fotovoltaica para hogares de la ciudad.

Metodología:

La metodología a aplicar para este estudio es de tipo cuali-cuantitativa. En cuanto a lo cuantitativo se elaboran a través de micro datos de temperatura y radiación, mapas para cada barrio de la ciudad que ayuden en la selección de las zonas óptimas para la implementación de los paneles, también se analizan otros tipos de mapas y datos socioeconómicos de los barrios de la ciudad, de igual modo se relacionan datos socioeconómicos, demográficos y ambientales para el análisis costo-beneficio. La parte cualitativa se observa en los distintos análisis técnicos y legales del Sistema de Energía Solar Fotovoltaica.

Se hizo uso de la base de datos SolarGis, reconocida como una de las que posee mejor precisión y confiabilidad entre las bases de datos disponibles, de esta se extrajeron los

microdatos de energía, radiación y temperatura. Los datos del clima de la ciudad fueron tomados del IDEAM, además, para obtener la información de la capacidad fotovoltaica de cada zona se acudió a la base de datos Global Solar Atlas. Para obtener las imágenes satélites se utilizaron dos fuentes, Alaska Satellite Facility y el Servicio Geológico de los Estados Unidos. Además, se hizo uso de la página de Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios (SUI) para la obtención del consumo de energía por estrato.

Para el Objetivo Específico 1 se planteó, determinar zonas aptas para el uso de paneles solares, para lo cual se analizaron 5 mapas: 1) Mapa de Radiación, 2) Mapa de Sombras, 3) Mapa de Temperatura, 4) Mapa de Pendiente y 5) Mapa de Uso del Suelo. Se analizaron los mapas individualmente para conocer aquellas zonas potenciales para la implementación de los sistemas fotovoltaicos, la selección de las zonas confluía en base a tres características que debían de tener cada barrio que se analizaba: alta radiación, bajas temperaturas y presencia de sombras media-baja. Las zonas que no cumplieran alguna de las características se descartaba como punto óptimo para la implementación.

El mapa de radiación muestra los índices de radiación que presenta la zona de estudio, la información fue extraída de la página web de SolarGis. El mapa de sombras se elabora a partir de un DEM (Modelo de Elevación Digital). El DEM se genera las curvas de nivel. Además, el mapa de pendiente, que del mismo modo se elabora a partir de un DEM y curvas de nivel. Por último, el mapa de temperatura se origina a partir de los Tmax y Tmin. Para alcanzar el objetivo específico 2, el cual es la caracterización de las zonas óptimas para la implementación de los paneles, se hizo uso de fuentes secundarias para hallar: 1) Estratos

por barrios, 2) Consumo de energía por estrato, 3) Material de los techos de las casas, 4) Viviendas por barrio.

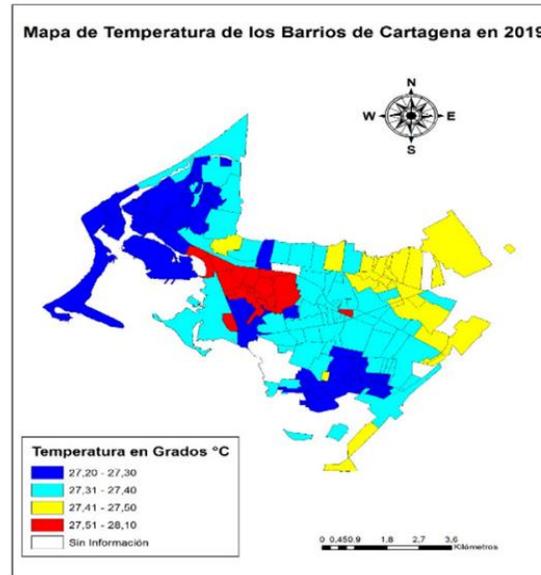
Se analizó por separado cada una de las características que tenía cada zona, estratificando los barrios potenciales para la implementación del sistema solar fotovoltaico en cada uno de sus estratos socioeconómicos, al mismo tiempo se contrastó el consumo de energía eléctrica que tenía cada estrato de la ciudad con respecto al promedio de consumo del país y se finalizó la caracterización con el análisis de las cubiertas de las zonas óptimas por medio de imágenes satelitales.

En cuanto al tercer objetivo específico, al momento de realizar el análisis costo-beneficio se hizo uso del software RETScreen, contemplando el uso promedio de energía, las oscilaciones máximas y mínimas entre los niveles de energía anual, y el precio de la energía contrastado con la implementación de energía solar fotovoltaica en un 100% como modelo de cambio entre una energía y una alternativa. Siendo así, se trabajó bajo un caso base y un caso propuesto; el caso base hace referencia al consumo de energía convencional que realiza una vivienda unipersonal, mientras que, el caso base representa el consumo de energía contemplando la implementación de los sistemas solares.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1. Cartagena al encontrarse en una zona costera ecuatorial posee características particulares que permiten la implementación de la energía solar fotovoltaica por medio de paneles de silicio policristalinos. La temperatura en las zonas costeras posee una característica especial ya que la mayor inercia térmica del agua genera aumentos o

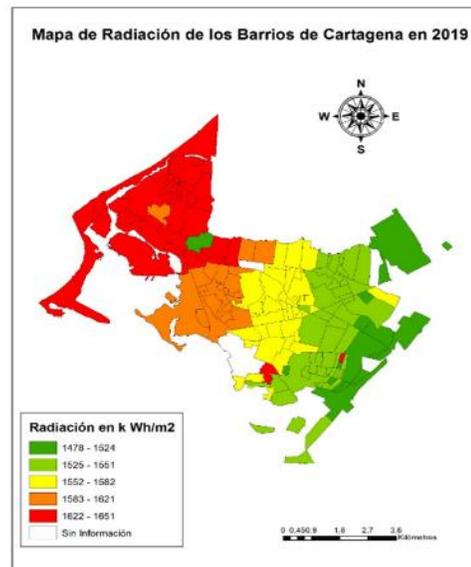
reducciones en la temperatura de los mares, lo que genera un efecto termorregulador. Aquellas zonas en donde la temperatura atmosférica es menor, la implementación de paneles solares fotovoltaicos resulta ser optima en comparación con las zonas en donde su temperatura es elevada, esto se debe a que las altas temperaturas generan una reducción de la eficiencia y provocan un deterioro en el panel.



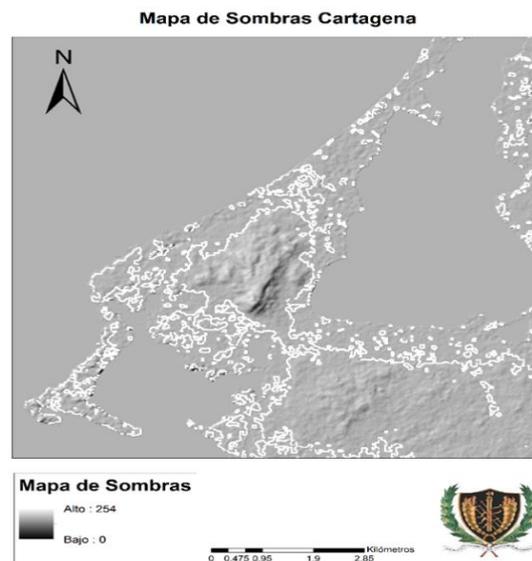
A continuación, se presentan los mapas elaborados para determinar zonas aptas:

Los barrios que presentan mayores temperaturas (27,51°C-28,10 °C) son: el Barrio Chino, Martínez Martelo, El Prado, Bruselas, Amberes, Juan XXIII, Paraguay, España, Junín, Armenia, Piedra de Bolívar, José Antonio Galán, Nueve de Abril, Las Brisas, Nueva Granada, Altos de San Isidro, Alto Bosque, Zaragocilla y Villa Sandra. Otros barrios que se pueden contemplar por sus temperaturas (27,41°C-27,5° C) son: La Esperanza, Olaya St. Ricaurte, Olaya St. Playa Blanca, El Pozón, Villa Estrella, Fredonia, Trece de Junio, Las Palmeras, etc.

La presencia de sombras es un aspecto fundamental que se debe de tener en cuenta a la hora de implementar sistemas fotovoltaicos, debido a que la presencia de estas reduce la capacidad de generación de energía que se obtendría normalmente cuando no hay presencia de sombra. Cartagena tiene la característica de poseer un nivel medio-bajo de sombras.



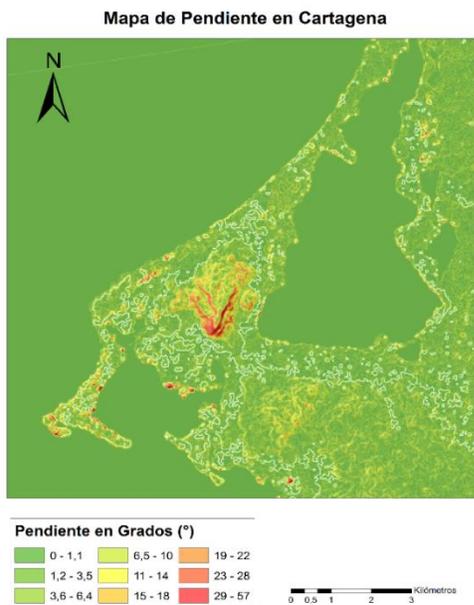
La radiación solar al provenir de las ondas electromagnéticas que se reciben del sol, cumple un factor elemental a la hora de la generación de energía ya que la generación de esta es directamente proporcional al nivel de radiación, es por esto que cuando el nivel de radiación es elevado en una zona determinada el nivel de producción de energía aumenta. Los barrios



en los que se percibe una mayor radiación (1622-1651 k Wh/m2) son: Castillo Grande, El Laguito, Bocagrande, La Matuna, Centro, Getsemaní, San Diego, El Cabrero, Marbella, Crespo, Manga, Chambacú, Espinal, Pie del Cerro, Pie de La Popa, Lo Amador, La Quinta, Barrio Chino, Martínez Martelo, El Prado, Torices, San Pedro y Libertad, La Esperanza, La

María, San Francisco, San Bernardo, Daniel Lemaitre, La Paz, etc.

La orientación e inclinación de los paneles fotovoltaicos dependen de la latitud en la que se encuentra Cartagena por lo que la orientación óptima de los paneles se encuentra en sentido Sur y el Angulo de inclinación óptimo de los paneles es de 13° . De este modo la energía obtenida por las células fotovoltaicas será el adecuado. Los barrios que cuentan con una mayor pendiente (29° - 57°) son: el Cerro de la Popa siendo este el punto más elevado de la ciudad con casi 150 metros de altura y San Bernardo. No obstante, existen otros barrios que se pueden contemplar por su pendiente ($3,01^\circ$ - $6,00^\circ$): El Laguito, Pie del Cerro, Torices, Pablo VI, Nariño, Petare, Loma Fresca, Palestina, Bruselas, Alto Bosque,



Alto de San Isidro, Nueve de Abril, Escallon Villa, etc.

Cartagena al igual que el resto de ciudades se caracteriza por contener zonas comerciales, industriales, residenciales y zonas verdes de que se encuentran en protección, pero para efectos de estudio solo se seleccionan aquellas zonas residenciales ya que son el espectro de análisis, para descartar zonas por uso del suelo se trabajó con mapas de cuerpos acuíferos, cobertura vegetal en parques y zonas verdes, zonas residenciales, comerciales e industriales; siguiendo este proceso se descartaron zonas como: Chambacu, Cerro de la popa, Henequén, nueve de Abril, las Brisas, nueva Granada, José Antonio de Galán, etc.

Luego de esta primera fase se obtienen los siguientes barrios como los potencialmente calificados para la implementación:

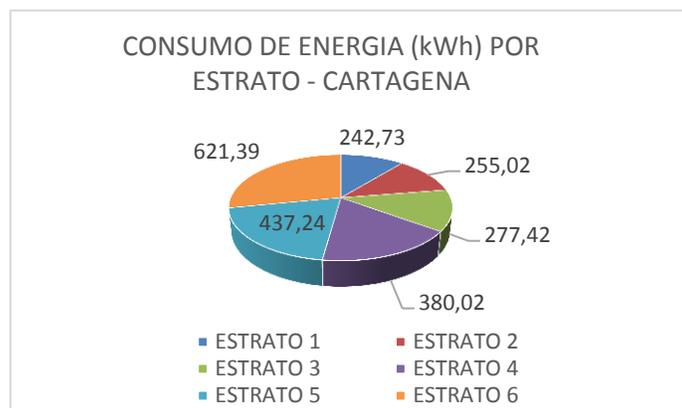
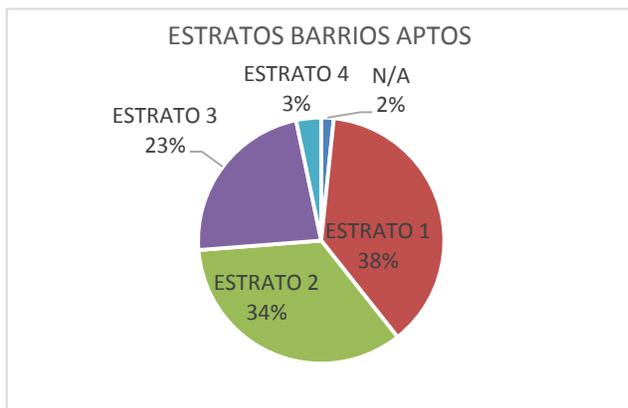
REPUBLICA DEL CARIBE	LOS CERROS	SANTA CLARA
PABLO VI - II	TESCA	EL COUNTRY
PALESTINA	LA CAMPIÑA	CALAMARES
LOMA FRESCA	DANIEL LEMAITRE	ALBORNOZ
BOSTON	SIETE DE AGOSTO	LOS EJECUTIVOS
PABLO VI - I	LA QUINTA	AMBERES
LO AMADOR	PETARE	JUAN XXIII
SAN BERNARDO	LA MARIA	ESPAÑA
VEINTE DE JULIO SUR	SAN FRANCISCO	JUNIN
LOS COMUNEROS	LA CANDELARIA	ARMENIA
CANAPOTE	JORGE ELIECER GAITAN	ZARAGOCILLA
CHAMBACU	BOSQUE	BARRIO CHINO
TORICES	REPUBLICA DEL LIBANO	EL PRADO
ESPINAL	OLAYA ST. RAFAEL NUÑEZ	MARTINEZ MARTELO
PEDRO SALAZAR	NUEVO BOSQUE	BRUSELAS
REPUBLICA DE CHILE	OLAYA ST.11 DE NOVIEMBRE	PARAGUAY
SAN ISIDRO	CEBALLOS	PIEDRA DE BOLIVAR
BOSQUECITO	ESCALLON VILLA	ALTOS DE SAN ISIDRO
SAN PEDRO Y LIBERTAD	LOS CORALES	
ALCIBIA	NARIÑO	
PARAISO II	ALTO BOSQUE	



II. Respecto a las características socioeconómicas de los barrios potencialmente aptos para implementación de estos sistemas, se presenta la siguiente información:

En la ciudad de Cartagena se contabilizaron 180 barrios de los cuales 61 resultaron ser aptos

para la implementación de paneles solares según los datos arrojados por los mapas realizados anteriormente. La figura muestra el porcentaje de barrios para cada estrato socioeconómico.

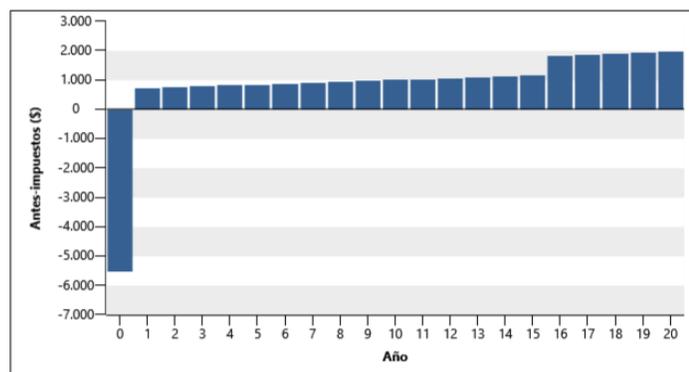


De acuerdo con el análisis de número de viviendas por barrios, se encuentra que: el promedio de viviendas en los barrios aptos es de 1800.

Finalmente, se muestra como parte fundamental del análisis, el consumo de energía (en kWh) de cada estrato de la ciudad. El consumo promedio de energía eléctrica en Cartagena aún es bajo frente al que se registra en las demás ciudades principales del país.

Por último, se hace necesario recalcar el tipo de cubierta que poseen las viviendas de estas zonas, debido a que esta característica estructural de las propiedades es un factor fundamental a la hora de la implementación. Apoyados en las imágenes satelitales que se obtuvieron gracias a los softwares se pudo constatar como en gran medida las residencias de la ciudad poseen estructuras poco resistentes (tejas de fibrocemento o zinc) para la implementación de paneles.

III. En cuanto a la relación costo-beneficio en la implementación del sistema de energía solar fotovoltaica, se realizó un ejercicio de medición para los estratos socioeconómicos 1 al 4 de la ciudad. Los ejercicios se desarrollaron con el software de gestión de energías limpias RETScreen.



Para cada estrato se muestra: la reducción bruta de emisiones y su impacto ambiental, el análisis de flujo de caja, el análisis de la viabilidad financiera con y sin beneficios ambientales.

Estrato 1:

Emisiones GEI

Caso base	4,1	tCO ₂
Caso propuesto	2,2	tCO ₂
Reducción anual bruta de emisiones GEI	1,9	tCO₂

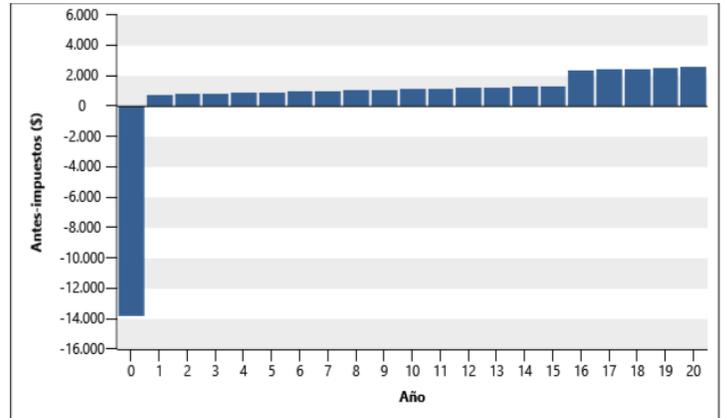
Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	15,9%
MTIR antes de impuestos - capital	%	11,8%
TIR antes de impuestos - activos	%	7%
MTIR antes de impuestos - activos	%	8%
Pago simple de retorno del capital	año	8,4
Repago - capital	año	6,8
Valor Presente Neto (VPN)	\$	1.706
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	228
Relación Beneficio-Costo		1,3
Cobertura - servicio de deuda		2,2
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-120

Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	17,4%
MTIR antes de impuestos - capital	%	12,3%
TIR antes de impuestos - activos	%	7,5%
MTIR antes de impuestos - activos	%	8,3%
Pago simple de retorno del capital	año	8
Repago - capital	año	6,2
Valor Presente Neto (VPN)	\$	2.194
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	294
Relación Beneficio-Costo		1,4
Cobertura - servicio de deuda		2,2
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-154

(contemplando beneficios ambientales)

Emisiones GEI

Caso base	4.1	tCO ₂
Caso propuesto	2.9	tCO ₂
Reducción anual bruta de emisiones GEI	1.2	tCO₂



Estrato 2:

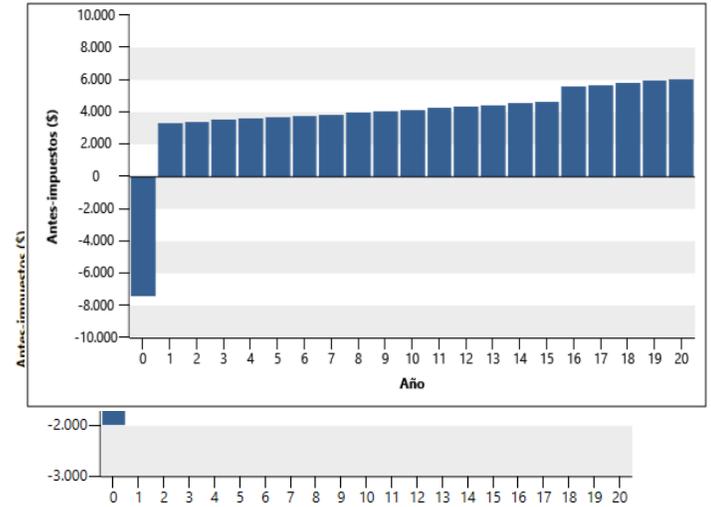
Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	5,9%
MTIR antes de impuestos - capital	%	7,1%
TIR antes de impuestos - activos	%	-0,82%
MTIR antes de impuestos - activos	%	2,3%
Pago simple de retorno del capital	año	13,1
Repago - capital	año	15,5
Valor Presente Neto (VPN)	\$	-4.478
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	-600
Relación Beneficio-Costo		0,51
Cobertura - servicio de deuda		1,2
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	503

Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	7,2%
MTIR antes de impuestos - capital	%	7,9%
TIR antes de impuestos - activos	%	-0,44%
MTIR antes de impuestos - activos	%	2,6%
Pago simple de retorno del capital	año	12,4
Repago - capital	año	14,9
Valor Presente Neto (VPN)	\$	-3.206
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	-429
Relación Beneficio-Costo		0,65
Cobertura - servicio de deuda		1,2
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	360

(contemplando beneficios ambientales)

Emisiones GEI

Caso base	4,1	tCO ₂
Caso propuesto	2	tCO ₂
Reducción anual bruta de emisiones GEI	2,1	tCO₂



Viabilidad financiera

TIR antes de impuestos - capital	%	37,8%
MTIR antes de impuestos - capital	%	18%
TIR antes de impuestos - activos	%	6%
MTIR antes de impuestos - activos	%	7,3%
Pago simple de retorno del capital	año	7,2
Repago - capital	año	2,9
Valor Presente Neto (VPN)	\$	5.468
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	732
Relación Beneficio-Costo		3,8
Cobertura - servicio de deuda		1,5
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-346

Viabilidad financiera

TIR antes de impuestos - capital	%	49,8%
MTIR antes de impuestos - capital	%	19,9%
TIR antes de impuestos - activos	%	6,4%
MTIR antes de impuestos - activos	%	7,6%
Pago simple de retorno del capital	año	6,9
Repago - capital	año	2,2
Valor Presente Neto (VPN)	\$	6.009
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	805
Relación Beneficio-Costo		4
Cobertura - servicio de deuda		1,5
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-380

Estrato 3:

(contemplando beneficios ambientales)

Estrato 4:

Emisiones GEI

Caso base	4,1	tCO ₂
Caso propuesto	1,5	tCO ₂
Reducción anual bruta de emisiones GEI	2,6	tCO₂

Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	47,3%
MTIR antes de impuestos - capital	%	18,1%
TIR antes de impuestos - activos	%	24,5%
MTIR antes de impuestos - activos	%	14,1%
Pago simple de retorno del capital	año	3,7
Repago - capital	año	2,2
Valor Presente Neto (VPN)	\$	22.103
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	2.959
Relación Beneficio-Costo		4
Cobertura - servicio de deuda		5,1
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-1.131

Viabilidad financiera		
TIR antes de impuestos - capital	%	62,7%
MTIR antes de impuestos - capital	%	19,9%
TIR antes de impuestos - activos	%	24,6%
MTIR antes de impuestos - activos	%	14,1%
Pago simple de retorno del capital	año	3,5
Repago - capital	año	1,6
Valor Presente Neto (VPN)	\$	23.146
Ahorros anuales en ciclo de vida	\$/año	3.099
Relación Beneficio-Costo		4,9
Cobertura - servicio de deuda		4,2
Costo de reducción de GEI	\$/tCO ₂	-1.185

(contemplando beneficios ambientales)

Después de los análisis costo-beneficio se verifica una sostenibilidad económica-ambiental para los hogares de los estratos 1, 3 y 4. Para los estratos 5 y 6 el ejercicio no se realizó teniendo en cuenta la capacidad de generación de energía del sistema y el alto consumo de energía de ambos estratos.

Se observa como al incluir los beneficios por descontaminación mejora la tasa interna de retorno.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo con la información suministrada por los mapas de radiación, temperatura, pendiente, sombras y uso del suelo se derivan resultados tales como anulación de algunos barrios de la ciudad que, por sus condiciones, no son completamente aptos para la instalación de sistemas solares fotovoltaicos en los techos de sus viviendas. Sin embargo, la selección de zonas óptimas no solo se puede basar en las condiciones geográficas y geotérmicas de la ciudad. Además de esto existe una serie de características que debe tener las residencias que desean implementar esta alternativa de generación de energía, como lo es

su nivel de consumo de energía, el tipo de residencia, el tamaño del tejado y la estructura del mismo. Resulta necesario esclarecer como los barrios de estratos 5 y 6 su consumo de energía eléctrica es notoriamente alto comparado con el de los demás, esto puede resultar conveniente al conocer el número de paneles que necesita cada residencia por lo que a mayor consumo de energía se deben implementar más paneles para suplir este consumo, pero debido a la gran existencia de edificios frente a hogares, se descartan ambos estratos debido a que la implementación no será óptima contemplando los reducidos espacios en los techos y el gran factor de generación de sombras.

Por otro lado, al realizar el análisis costo-beneficio se constata cómo, para tres de cuatro estratos, la implementación de energías solares fotovoltaicas resulta una alternativa viable para remplazar el consumo de energía convencional en un 100% generando una sostenibilidad económica-ambiental para los hogares de los estratos 1, 3 y 4. De igual manera, en un análisis final, se puede afirmar con base en los resultados obtenidos que 43 barrios cumplirían la caracterización y optimización del proceso de implementación de energías solares fotovoltaicas, sin contemplar los barrios pertenecientes al estrato 2. Por último, el implementar la variable ambiental dentro de los análisis financieros confirma como se aumenta la Tasa Interna Retorno y a su vez la viabilidad al examinar la relación costo-beneficio en la implementación de las energías alternativas, reafirmando la conclusión obtenida en la premisa anterior.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baitule, a. S., & sudhakar, k. (2017). Solar powered green campus: a simulation study.

International journal of low-carbon technologies, 12(4), 400-410.

<https://doi.org/10.1093/ijlct/ctx011>

Camacho, d. (2012). Implementacion de un sistema fotovoltaico autónomo móvil de

1000w dionisio josé camacho molina universidad tecnológica de bolívar facultad de ingenierías programas de ingenierías eléctrica y electrónica. Cartagena de indias.

Energía solar. (2016). Ubicación de los paneles solares. Recuperado de [http://solar-](http://solar-energia.net/energia-solar-fotovoltaica/ubicacion-paneles)

[energia.net/energia-solar-fotovoltaica/ubicacion-paneles](http://solar-energia.net/energia-solar-fotovoltaica/ubicacion-paneles)

Marianov, v., rodrigo, k., behnke, p., & de chile, s. (2011). Método para localización

óptima de centrales de energías renovables. Santiago de chile.

Owolabi, a. B., nsafon, b. E. K., & huh, j. S. (2019). Validating the techno-economic and

environmental sustainability of solar pv technology in nigeria using retscreen experts to assess its viability. Sustainable energy technologies and assessments,

36(september), 100542. <https://doi.org/10.1016/j.seta.2019.100542>

Shukla, a. K., sudhakar, k., & baredar, p. (2016). Design, simulation and economic

analysis of standalone roof top solar pv system in india. Solar energy, 136, 437-449.

<https://doi.org/10.1016/j.solener.2016.07.009>

BIBLIOGRAFÍA

GLOBAL, A. S. (2020). Atlas Solar Global. Retrieved June 5, 2020, from

<https://globalsolaratlas.info/map>

Secretaría del Senado. Ley 1955 de 2019 (2019). Santa Fe de Bogotá. Retrieved from

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1955_2019.html

Solargis. (2018). Bankable solar data for better decisions | Solargis. Retrieved June 5, 2020,

from <https://solargis.com>

Style, O. (2012). *Energía Solar Autónoma: Planificación, dimensionado e instalación de un sistema fotovoltaico autónomo*. Retrieved from

<https://books.google.com.co/books?id=cNJB5tdbcJ0C>

[&printsec=frontcover&dq=instalacion+de+paneles+solares&hl=es-](https://books.google.com.co/books?id=cNJB5tdbcJ0C&printsec=frontcover&dq=instalacion+de+paneles+solares&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjd2LPNrezpAhULUt8KHYSaD9cQ6AEIWjAG#v=onepage&q&f=false)

[419&sa=X&ved=0ahUKEwjd2LPNrezpAhULUt8KHYSaD9cQ6AEIWjAG#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=cNJB5tdbcJ0C&printsec=frontcover&dq=instalacion+de+paneles+solares&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjd2LPNrezpAhULUt8KHYSaD9cQ6AEIWjAG#v=onepage&q&f=false)

Universidad de Alaska Fairbanks. (2020). ASF Home Page | ASF. Retrieved June 5, 2020,

from <https://asf.alaska.edu/>

USAID-UPME. (2016). Invierta y Gane con Energía, Guía práctica para la aplicación de los incentivos tributarios de la Ley 1715 de 2014, 34.

HABILIDADES BLANDAS EN EL DESARROLLO DEL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

Lina María Monsalve Iturriago

Daniela Puente Montoya

Tutora: Amalfi Padilla Castilla

RESUMEN

Las habilidades blandas, también conocidas con el nombre de habilidades no cognitivas o socioemocionales, son las pertenecientes al área del comportamiento y los rasgos de la personalidad tales como la comunicación asertiva, la motivación, el liderazgo y el trabajo en equipo. Es imprescindible el desarrollo de estas habilidades en el ámbito organizacional porque comprende un proceso de interacción social y administrativa que conlleva al manejo óptimo de las relaciones productivas e indiscutiblemente las sociales en la organización.

Si bien es cierto que muchas empresas u organizaciones no desarrollan un ambiente de trabajo ameno y adecuado, esto puede ocasionar una mala comunicación entre los empleados y las distintas áreas produciendo poca relación laboral y así una posible baja en la productividad de la empresa. De acuerdo a esto, buscamos analizar de qué manera influye dentro de la organización el desarrollo de habilidades blandas en la práctica profesional del administrador de empresas.

Para esto, se desarrolló la investigación de tipo descriptiva, transversal y no experimental, de naturaleza mixta (cuanti-cualitativo). Donde se obtuvo como resultado que la mayoría de las empresas no cuentan con un grato desarrollo organizacional, donde el 62.5% de los encuestados calificó como regular el ambiente en el que se desenvuelve por

causas como la falta de comunicación que se refleja en un 68.7% y que el conjunto de habilidades blandas en su totalidad no es acogido en un 63% por los integrantes de las empresas al momento de trabajar.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción

Las habilidades blandas también conocidas con el nombre de habilidades no cognitivas o socioemocionales, son las pertenecientes al área del comportamiento y los rasgos de la personalidad tales como la responsabilidad, la comunicación asertiva, la motivación, el liderazgo y el trabajo en equipo. Ortega (2017) señala a las habilidades blandas como “aquellos atributos o características de una persona que le permiten interactuar con otras de manera efectiva” (p.12).

En el ámbito organizacional de las empresas, las habilidades blandas constituyen un elemento fundamental en el desarrollo social y productivo de estas. Es imprescindible este desarrollo porque comprende un proceso de interacción social y administrativa que conlleva al manejo óptimo de las relaciones productivas e indiscutiblemente las sociales en la organización.

Debido a la expansión e interconectividad del mundo a través de la globalización, los paradigmas laborales han tenido cambios de acuerdo a las necesidades que ha ido experimentando el entorno. Es por esto que un mundo actual tan competitivo, ya no es suficiente contar sólo con las habilidades duras para conseguir el éxito (Tito, 2016). De acuerdo a la investigación realizada por Matus & Gutiérrez (2017) “dentro de los objetivos de éxito solamente el 15% pertenece a las habilidades técnicas, mientras que el 85% estaría en el ámbito de las habilidades blandas” (p.2).

Aunque se reconoce la importancia de la enseñanza de estas habilidades existe una creciente preocupación por parte de las organizaciones y/o empresas que los jóvenes no están preparados adecuadamente en estas habilidades socioemocionales críticas.

Un estudio realizado en 2015 por la Association of American Colleges and Universities determinó que menos del 40% de los 400 empleadores encuestados cree que los recién graduados de la universidad estaban bien preparados en habilidades que son críticas para el éxito en el lugar de trabajo, incluyendo habilidades socioemocionales tales como la comunicación escrita y oral, el trabajo en equipo y la toma de decisiones éticas (Hart Research Associates, 2015).

Las habilidades blandas, junto con las habilidades cognitivas, son predictores importantes tanto para el éxito en la vida y que el desarrollo de estas habilidades puede ayudar a mejorar el rendimiento académico, las oportunidades de empleo, salario y comportamientos saludables (Miyamoto, et al., 2015; Heckman y Kautz, 2012, 2013; Kechagias, et al., 2011).

La investigación busca analizar la influencia del desarrollo de las habilidades blandas en la práctica profesional del administrador de empresas enfocadas al sector de alimentos, ubicadas en el barrio Paraguay de la ciudad Cartagena de Indias D. T. y C. Siguiendo el interrogante de ¿cómo se ve afectada la organización cuando el administrador o gerente no manifiesta las habilidades blandas al servicio de la organización? Para esto se desarrollan los siguientes objetivos:

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la influencia del desarrollo de las habilidades blandas en la práctica profesional del administrador de empresas.

Objetivos específicos:

- Reconocer la naturaleza del desarrollo de las habilidades blandas.
- Determinar qué habilidades blandas se requieren para la práctica profesional del administrador de empresas.
- Identificar los factores que potencian el desarrollo de las habilidades blandas en el administrador de empresas.

Metodología

Tipo de estudio

La investigación será descriptiva, transversal y no experimental.

El objetivo de este tipo de investigación es establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto. Se miden las características y se observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos, por lo tanto, se tendrá un método observacional ya que ninguna de estas variables será influenciada.

Así pues, en muchas ocasiones este tipo de investigación ni siquiera se pregunta por la causalidad de los fenómenos (es decir, por el "por qué ocurre lo que se observa"). Simplemente, se trata de obtener una imagen esclarecedora del estado de la situación. (TAMAYO Y TAMAYO, tipos de investigación pdf. pág. 3)

Para Sampieri (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación de un momento dado. Para fines de estudio se implementó un diseño no experimental transversal dado que se recolectaron datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente donde se desarrollan los residentes.

Diseño:

La investigación será de naturaleza mixta. Según Abbas Tashakkori y Jhon W. Creswell (2007) una investigación mixta es “aquella en la que se recogen y analizan datos, se integran hallazgos y se formulan inferencias utilizando aproximaciones o métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o programa de investigación” (p. 4).

En un primer momento se ha descrito la dinámica de cada una de las variables de estudio, como lo son la gestión del enfoque humanístico y el desarrollo organizacional del administrador de empresas. Tal y como describen Johnson y Christensen (2008), el pragmatismo es el eje central de los diseños mixtos y es lo que determina la elección del método que debe estar guiada (únicamente) por el objetivo del estudio, más

allá de la orientación cuantitativa o cualitativa del investigador.

La segunda idea se refiere a cómo ese objetivo debe plasmarse en un diseño que, desde su inicio, integra las distintas fases del estudio. Esto implica que un diseño mixto no se reduce a unir los resultados obtenidos mediante distintos métodos, sino que requiere la integración de los distintos sub-estudios (por llamarlos de alguna manera) en todas sus fases; es decir, durante el diseño, la creación de materiales, el reclutamiento de participantes, la recogida de datos y el propio análisis.

Los autores en mención señalan que los diseños mixtos permiten, a las investigadoras y a los investigadores, combinar paradigmas, para optar por mejores oportunidades de acercarse a importantes problemáticas de investigación. En ese sentido, señalan que la investigación mixta se fortaleció, al poder incorporar datos como imágenes, narraciones o verbalizaciones de los actores, que de una u otra manera, ofrecían mayor sentido a los datos numéricos. Igualmente afirman que los diseños mixtos permiten la obtención de una mejor evidencia y comprensión de los fenómenos y, por ello, facilitan el fortalecimiento de los conocimientos teóricos y prácticos.

Las técnicas que incorporamos desde el enfoque cualitativo fueron:

- La encuesta que permitió recopilar la información de la muestra de estudio.
- La observación que posibilitó la interacción social con los encuestados permitiendo ver las conductas y el sistema de relaciones sociales de la comunidad en tiempo real.
 - La entrevista abierta y guiada que dió la opción de obtener información clave por parte de los administradores, para conocer y evaluar imaginarios sobre el ambiente laboral, sin imponer reglas sobre cómo y qué responder.
 - Las historias de vida, que permitieron comprender dentro del propio contexto e historia de los sujetos los actores sociales que se observan y con quienes se interactúa.

La investigación concentra un alto componente cualitativo, debido a que incorpora elementos a través de los cuales se pretende priorizar la observación, el análisis

e interpretación de fenómenos, acontecimientos y hechos que prevalecen en el ambiente de los administradores de estas empresas.

En los Instrumentos de recolección de datos construimos un cuestionario en el que cuantificamos las variables de estudio, utilizando un conjunto sistematizado de preguntas que se dirigieron a un grupo predeterminado de personas que poseen la información que interesa a la presente investigación.

DESARROLLO DE LOS CAPÍTULOS

Marco teórico:

Para la realización del análisis de la influencia del desarrollo de habilidades blandas en la práctica profesional del administrador de empresas se trabajó un enfoque conductista y humanista, así como diversas teorías que conforman estos enfoques.

En el marco de las organizaciones, los gerentes son los que logran que se realicen las actividades pertinentes en la organización, trabajando en conjunto con las diferentes personas que conforman las divisiones o departamentos de la organización. Al campo de estudio en la disciplina económica que investiga las acciones o comportamiento de las personas en el trabajo se le conoce como comportamiento organizacional (CO). Mucho de lo que hacen los gerentes hoy en día cuando manejan personas (motivar, ordenar, dar confianza, trabajar en equipo, manejo de conflictos, etcétera), ha surgido de la investigación del comportamiento organizacional (Robbins & Coulter, 2010).

“Robert L. Katz desarrolló un enfoque para describir las habilidades gerenciales; concluyó que los gerentes necesitan tres habilidades básicas: técnicas, humanas y conceptuales” (Como cita Robbins & Coulter, 2010, p. 29).

- Las *habilidades técnicas* son el conocimiento específico del trabajo y las técnicas necesarias para realizar competentemente las tareas laborales.

- Las *habilidades humanas*, son las cuales involucran la capacidad de trabajar bien con otras personas, tanto de manera individual como en grupo. Debido a que todos los gerentes tienen que ver con personas, estas habilidades son

igualmente importantes en todos los niveles de la administración. Los gerentes con buenas habilidades humanas obtienen lo mejor de su gente. Ellos saben cómo comunicarse, motivar, dirigir e inspirar entusiasmo y confianza.

- Las *habilidades conceptuales* son las habilidades que los gerentes utilizan para pensar y conceptualizar situaciones abstractas y complejas. A través de estas habilidades, los gerentes ven la organización como un todo, comprenden la relación entre diversas subunidades y visualiza cómo encaja la organización en su entorno general.

Análisis e interpretación de datos:

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas y entrevistas realizadas se demuestra que la mayoría de las empresas no cuentan con un grato desarrollo organizacional, ya que el 62.5% de los encuestados califica como regular el ambiente en el que se desenvuelve, ya sean por causas como la falta de comunicación que se refleja en un 68.7% y que el conjunto de habilidades blandas en su totalidad no es acogido en un 63% por los integrantes de las empresas al momento de trabajar; los encuestados señalan de acuerdo a sus historias de vida que son reflexivos al momento de tomar una decisión, sin embargo, hay alrededor de un 5% que se consideraba impulsivo y han venido trabajando ese factor a lo largo de su vida laboral ya que se han dado cuenta que no es el mejor camino a tomar si se tiene el cargo de dirigir una empresa, además de eso todos los encuestados concuerdan en que el conjunto de habilidades blandas son indispensables y que hay que ponerlas en práctica y a disposición de los demás para el progreso de la empresa y se desempeñe bajo un buen ambiente de trabajo sin tensión entre los grupos, de la misma manera le atribuyen un 68.7% de importancia a las habilidades blandas y un 31,2% a las habilidades duras, lo que concuerda con lo planteado al principio del trabajo sustentado por los autores Matus & Gutiérrez (2017,p.2) de que: “dentro de los objetivos de éxito solamente el 15% pertenece a las habilidades técnicas, mientras que el 85% estaría en el ámbito de las habilidades blandas”.

RESULTADOS ESPERADOS

La investigación buscó determinar la influencia del desarrollo de las habilidades blandas en la práctica profesional del administrador de empresas, para lo cual fue necesario determinar qué habilidades son las requeridas en el campo administrativo, así como identificar los factores que potencian y hacen posible que un profesional adquiera estas destrezas y capacidades.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos, se ha podido concluir que el desarrollo de las habilidades blandas en el administrador de empresas es un proceso crucial para el buen funcionamiento de la organización, que proporciona un buen ambiente laboral y minimiza los puntos débiles de la misma. Una ventaja de esta investigación es el aporte de conocimientos sobre el tema de las habilidades blandas, el cual está teniendo auge en este momento y que aún es desconocido por muchas personas aunque básicamente se refieran a las habilidades no cognitivas o socioemocionales que surgen de los rasgos de la personalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdala, E. (2009). La evaluación de los programas de capacitación laboral para jóvenes en Sudamérica. Papeles de Población, Nueva Época Año 15, No.59, enero-marzo, pp.11-82.

Aguirre Ramírez Iván Silvestre. (2013, septiembre 2). Teoría de relaciones humanas.

Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-relaciones-humanas/>

Carlos Ernesto Ortega Santos,I Juan Pedro Febles Rodríguez,II Vivian Estrada SentíIIRev.

Cubana Edu. Superior vol.35 no.2 La Habana mayo-ago. 2016 Universidad

ECOTEC, Guayaquil, Ecuador. Universidad de las Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba.

California Office to Reform Education (CORE). (2015b). Social-emotional skills.

MCalifornia: CORE (Ficha técnica).

Charlton Emma. (2019) Estas son las 10 habilidades más demandadas de 2019, según

LinkedIn. World economic fórum agenda/2019/01

Diseño de metodologías mixtas Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. Revista arbitrada en ciencias sociales y humanidades.

Núm.60, Marzo - Agosto 2009 (renglones) Universidad Jesuita de Guadalajara

HERNANDEZ SAMPIERI R, FERNANDEZ COLLADO C, Metodología de la investigación, quinta edición, editorial MC GRAW HI, paginas 547-586

Roldàn, A. (2017) Educando para el cambio. Innovacion para la educación.

MailingRelatoria5-HeroesTALK (Medellín)-08_28-

Stoner, James (1998). Administración (sexta edición). México: Prentice hall

hispanoamericana.

BIBLIOGRAFÍA

Herrera v. Marco (2018) La importancia de las “soft skills” en el futuro. World economic

fórum agenda/2018/02 (México)Hersey, Paul and Blanchard, Ken (1964).

‘Management of Org

Psychologies online, [https://www.psicologia-online.com/el-modelo-de-liderazgo-](https://www.psicologia-online.com/el-modelo-de-liderazgo-participativo-vroom-y-yetton-1782.html)

participativo-vroom-y-yetton-1782.html

The Participative Leadership [en línea],

ChangingMinds,<http://www.changingminds.org/disciplines/leadership/styles/participative_leadership.htm> [Consulta: 01 de octubre de 2009], apud Coch, L. and French,

J.R.P. (1948). Overcoming resistance to change, Human relations, 1, 512-532.

Tannenbaum, A.S. and Alport, F.H. (1956). Personality structure and group structure: An interpretive structure of their relationship through an event structure hypothesis.

Journal of Abnormal and Social Psychology, 53, 272-280.

Tannenbaum, A.S. and Schmitt, W.H. (1958). How to choose a leadership pattern. Harvard Business Review, 36, March-April, 95-101. French, J.R.P.

Israel, J. and As, D. (1960). An experiment on participation in a Norwegian factory. Human Relations, 13, 3-19.

INFLUENCIA DE LAS TIC EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS A DISTANCIA: CASO CENTRO TUTORIAL DE SAN JUAN DE NEPOMUCENO UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.

Nelsy María Miranda Pájaro

Martha Lucía Franco Fajardo

Dayana Carolina Arias Pertuz

Tutor: Ingrid Del Carmen Blanco Hernández

RESUMEN

En la actualidad las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen una parte fundamental en la educación superior a distancia, permiten superar las barreras de espacio, ubicación y tiempo de las personas que por diversas razones o motivos no pueden asistir a un aula de clases presenciales, por su impacto en la educación, las TIC ofrecen a los estudiantes acceso a fuentes de conocimiento ilimitados, son desarrolladoras de competencias necesarias para el aprendizaje y generadoras de habilidades para la vida. Esto representa un gran reto para las universidades en cuanto a cobertura, requiriendo así la creación de nuevas metodologías y modelos que permitan a más personas acceder a la educación superior apoyadas en las TIC. En este informe se presentan los resultados obtenidos en la investigación realizada en el Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno de la Universidad de Cartagena, cuyo objetivo fue establecer las percepciones de los estudiantes a distancia sobre la influencia del uso de las TIC en su formación académica. La metodología fue de tipo descriptiva-propositiva, para lo cual se realizó una revisión bibliográfica sobre las TIC en la educación. Luego, se procedió a la elaboración para la validación de los instrumentos utilizados, y su posterior aplicación, con el respectivo análisis. Se establecieron las conclusiones y como resultado principal se obtuvo, que la percepción que tienen los estudiantes del Centro Tutorial sobre la influencia de las TIC en su formación académica es positiva, finalmente se propusieron estrategias.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

Introducción

Estamos viviendo una era de avances tecnológicos que han evolucionado de manera vertiginosa, los cambios sostenidos experimentados por la sociedad del conocimiento y la información, han incidido en las transformaciones profundas en el orden educativo. A esos cambios se suman las nuevas exigencias por parte de las instituciones que demandan respuestas ante el desarrollo vertiginoso de estas tecnologías, una respuesta es la educación superior a distancia, que basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) representan los nuevos entornos de aprendizaje autónomo y autodidacta de los estudiantes, con el apoyo y la guía de los docentes.

Dentro de un contexto educativo, las TIC son “un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información, para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos digitalizados, son instrumentos y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, y el desarrollo de habilidades” (Pividori & Buseghin, 2008). El apoyo proporcionado por las TIC genera nuevos retos para estudiantes y docentes, por tanto requiere un proceso de evaluación de los modelos de comunicación necesarios para lograr los objetivos de los procesos de enseñanza y aprendizaje y la adquisición y construcción de conocimiento (Segura, 2004).

Según el Decreto 1295 de 2010, los programas de educación a distancia en Colombia “Corresponde a aquellos cuya metodología educativa se caracteriza por utilizar estrategias de enseñanza - aprendizaje que permiten superar las limitaciones de espacio y tiempo entre los actores del proceso educativo” (Ministerio de Educación Nacional, 2010).

Las TIC han funcionado como herramientas académicas; por una parte, contribuyen a aumentar la calidad de la educación, mientras facilitan el proceso enseñanza-aprendizaje, para esta investigación se tomó como objeto de estudio el Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad De Cartagena, Institución de Educación Superior -IES- con presencia en el departamento de Bolívar y la región Caribe, de carácter público con Acreditación de Alta Calidad por parte del Ministerio de Educación Nacional –MEN-.

La investigación se centra en las percepciones de los estudiantes de la modalidad a distancia del Centro Tutorial acerca del uso de las TIC en su formación académica, así como su apreciación sobre la influencia que estas han tenido en su proceso de aprendizaje, para ello se tomó como caso de estudio los cuatro (4) programas de pregrado a distancia del Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar el conocimiento y las apreciaciones que tienen los estudiantes del Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad De Cartagena sobre la incidencia del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en su formación académica, como base para la formulación de estrategias que contribuyan a su mejora.

Objetivos específicos

- Caracterizar las herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que utiliza la Universidad de Cartagena como apoyo a la formación Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno, así como el conocimiento que tienen los estudiantes sobre ellas.
- Determinar las apreciaciones de los estudiantes del Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad de Cartagena sobre la influencia e importancia del uso las TIC en su formación académica.
- Proponer estrategias que contribuyan a un mejor uso e implementación de las TIC en la formación académica de los estudiantes del Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad de Cartagena.

Metodología

Con base en la información procesada en la investigación, se pudo ejecutar un análisis cualitativo que posteriormente se amplió con un análisis cuantitativo. Teniendo en cuenta la naturaleza y el alcance de la investigación, esta es de tipo descriptivo-propositivo,

debido a que en las diferentes fases llevadas a cabo en el diseño metodológico se realizó inicialmente la revisión bibliográfica sobre las TIC en la educación, se observó y analizó de forma detallada las TIC con las que cuenta la Universidad de Cartagena en el Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno, y cuál es la inclusión de estas en la formación ofrecida por la institución, seguido se diseñaron los cuestionarios a emplear, para su posterior aplicación a una muestra representativa seleccionada de la población estudiantil objeto de estudio, con el fin de identificar las apreciaciones que tienen los estudiantes de los cuatro (4) programas a distancia que allí se ofertan, sobre la influencia de estas en su formación académica, Posteriormente, se realizó la tabulación, análisis y diagnóstico general con base en los resultados. Por último, se formularon recomendaciones a la Universidad para el mejoramiento de la eficiencia del proceso de formación de los estudiantes.

A continuación, se especifican los programas ofertados por el Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno y las facultades en los que se encuentran adscritos (tabla 1).

Tabla 1: Programas ofertados por la Universidad de Cartagena en el Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno

IES	FACULTAD	PROGRAMA
Universidad de Cartagena	Facultad de Ciencias Económicas	Administración de Empresas
Universidad de Cartagena	Facultad de Ciencias Económicas	Administración Financiera
Universidad de Cartagena	Facultad de Enfermería	Administración en Servicios de Salud
Universidad de Cartagena	Facultad de Ciencias e Ingeniería	Ingeniería de Software

Fuente: Elaboración autores

En la tabla 2, se describe el total de estudiantes de los programas a distancia del Centro Tutorial, matriculados en el primer periodo académico del año 2019, entre tercer y noveno semestre pertenecientes a la población de la investigación.

Tabla 2: Cantidad de estudiantes matriculados entre tercer y noveno semestre en Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno de la Universidad de Cartagena en el IP académico 2019

PROGRAMA	TOTAL
Administración de Empresas	116
Administración en Servicios de Salud	197
Administración Financiera	181
Ingeniería de Software	55
Total	549

Fuente: Elaboración autores.

En la tabla 3, se especifica la muestra representativa por cada uno de los programas a distancia del Centro Tutorial para la aplicación de los cuestionarios, los cuales fueron un total de 323.

Tabla 3: Muestra Representativa

PROGRAMA	TOTAL
Administración de Empresas	54
Administración en Servicios de Salud	114
Administración Financiera	115
Ingeniería de Software	40
Total	323

Fuente: Elaboración autores

RESULTADOS

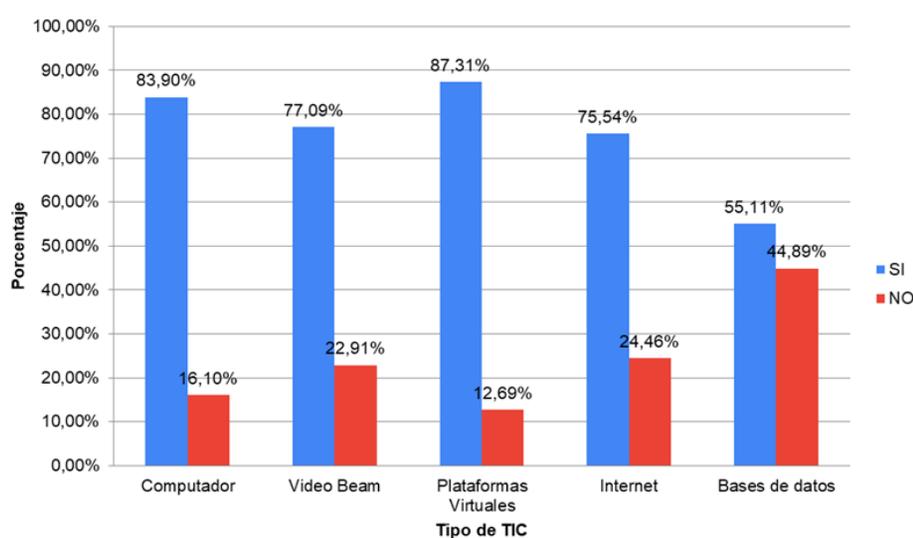
Tipos de herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación –TIC- que consideran los estudiantes se utilizan en el Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad de Cartagena.

Con base en el cuestionario aplicado a los estudiantes pertenecientes a los cuatro programas académicos de la modalidad a distancia objeto de estudio del Centro Tutorial, se obtuvo que un alto porcentaje de los encuestados tienen conocimiento acerca de la implementación de las TIC en el Centro Tutorial, respecto a los Computadores el 83,90% de la población encuestada confirmó que conoce la existencia de esta herramienta, mientras que el 16,10% de dicha población asegura no estar al corriente acerca de esto. En relación con el Vídeo Beam, el 77,09% de estos estudiantes afirman que se encuentran al tanto de la disponibilidad de este instrumento pedagógico, sin embargo, el 22,91% afirman no estar informados. En cuanto a las Plataformas virtuales, el 87,31% de los encuestados aseguran tener conocimiento acerca de la implementación de esta herramienta tecnológica por parte

de la Universidad, no obstante, el 12,69% afirman no saber nada al respecto. Acerca del uso de Internet en el Centro Tutorial, el 75,54% de la población encuestada aseveran conocer acerca del uso de este instrumento, y el 24,46% afirman no estar al tanto (gráfica 1).

También se evidencia en los datos obtenidos que, de la población estudiantil encuestada, el 44,89% aseguran no estar informados acerca de la implementación de las Bases de datos en el Centro Tutorial, siendo solo el 55,11% de estos quienes si se encuentran al tanto.

Grafica 1. Herramientas implementadas por el Centro Tutorial San Juan Nepomuceno según los estudiantes.



Fuente: Elaboración Autores.

Influencia e importancia de las TIC en la formación académica de los estudiantes del Centro Tutorial San Juan Nepomuceno de la Universidad de Cartagena

Influencia de las TIC en la correcta formación académica

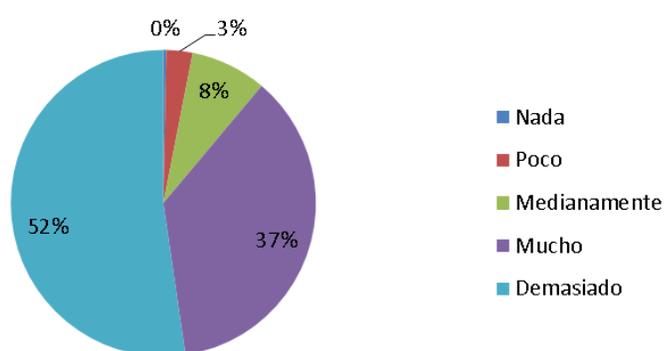
Se les preguntó a los estudiantes sobre el nivel de influencia de las TIC en su formación académica (gráfica 2). Del total de la muestra seleccionada el 52% consideró que las incidencias de las TIC en su formación académica es demasiada, el 37% coincidieron en que su incidencia era mucha, el 8% afirmó que su incidencia era mediana y el 3% consideró que ha sido poca la incidencia.

Conociendo esta modalidad de formación a distancia y al ser una institución de educación superior, esta debe contar con las todas las TIC necesarias para brindar una

excelente calidad de enseñanza-aprendizaje, que asegure la correcta formación de los profesionales que de allí egresen.

“Las capacidades que tienen estas tecnologías (...) permiten a los estudiantes ser constructores de su propio conocimiento, mediante el acceso responsable, libre, autónomo e interactivo de la información” (Colina & Bustamante, 2009). No solo se deben utilizar las TIC en los procesos, sino también, se deben comprometer tanto tutores como estudiantes en la implementación de manera integral de estas herramientas.

Grafica 2: Influencia de las TIC en la correcta formación académica de los estudiantes



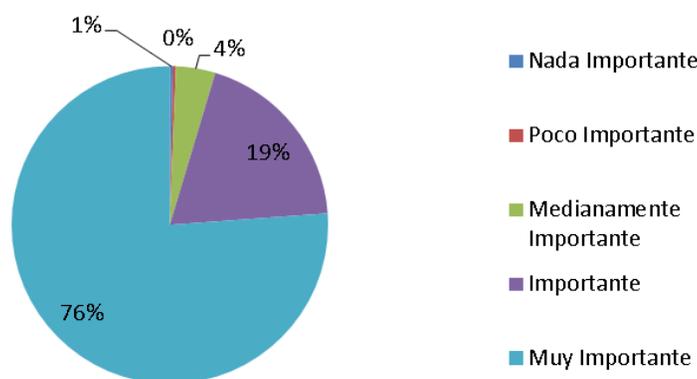
Fuente: Elaboración Autores

Importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el rol estudiantil

De acuerdo con los resultados obtenidos de los cuestionarios implementados a los estudiantes de los programas académicos de la modalidad a distancia que ofrece el Centro Tutorial, el 76% de ellos coinciden en que es muy importante en su rol estudiantil el uso e implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación, mientras que el 19% aseguran que es importante, seguido por el 4% quienes opinan que es medianamente importante, y solo un 1% señalan que es poco importante (gráfica 3). De hecho, (Rugeles Contreras, Mora González, & Metaute Paniagua, 2015) concluyen:

“Las TIC, como mediadoras del proceso de enseñanza y aprendizaje, sin duda, han generado un gran avance en los diferentes ambientes, permitiendo utilizar de forma libre todo tipo de contenidos digitales, en los que el estudiante virtual debe asumir una actitud reflexiva desde el punto de vista de su libertad con respecto a la de los demás, para lograr ser el sujeto que bajo reflexiones éticas genere preocupaciones profundas sobre las consecuencias que tienen sus propias acciones para la configuración de la sociedad. Por lo tanto, el estudiante virtual se convierte en sujeto activo de su propio aprendizaje cuyos roles, representados en autodisciplina, auto aprendizaje, análisis crítico y reflexivo, y trabajo colaborativo, permiten que su proceso educativo sea más humanizante, como un sujeto que piensa, actúa, crea y construye saberes personales y sociales”. (p. 137)

Grafica 1: Importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el rol estudiantil



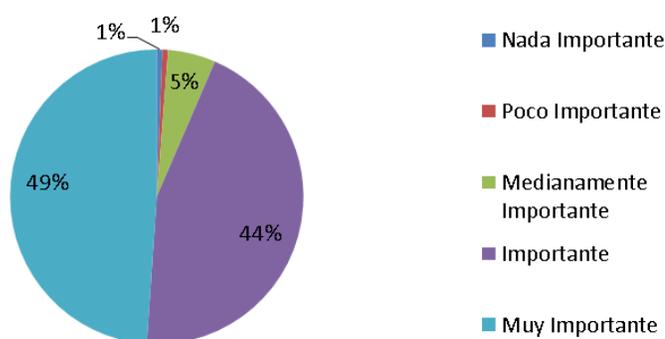
Fuente: Elaboración Autores

Grado de importancia sobre el efecto de las TIC en el rendimiento académico

“La educación a distancia tiene el reto de desarrollar sistemas tecnológicos que permitan elaborar materiales y recursos con altos niveles de interactividad para los estudiantes. Recursos con los cuales realmente sea posible convertir la interesante, aunque mera información en verdadero conocimiento” (Morer, 2002). Con base en la información que suministró la aplicación de las encuestas, es posible realizar un diagnóstico de la apreciación de los estudiantes con respecto al efecto que tienen las TIC en su rendimiento

académico. De la muestra seleccionada, el 49% aseguran que es muy importante, el 44% consideran que es importante y el 5% convergen en afirmar que es medianamente importante el efecto de las TIC en su formación académica (Gráfica 4). En consecuencia, es posible afirmar que más del 80% de los estudiantes distinguen que uno de los elementos más influyentes para lograr un buen rendimiento académico de los estudiantes, es el tener a su disposición las herramientas TIC para su formación. Existiendo la tecnología como el intermediario entre el tutor y los estudiantes, el personal administrativo del Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno de la Universidad De Cartagena, deben asegurar que sus estudiantes reciban una formación académica de calidad, con las herramientas necesarias que les permitan convertirse en profesionales integrales.

Gráfica 2: Grado de importancia sobre el efecto de las TIC en el rendimiento académico



Fuente: Elaboración Autores

Propuestas de estrategias que contribuyan a un mejor uso e implementación de las TIC en la formación académica de los estudiantes del Centro Tutorial de San Juan de Nepomuceno de la Universidad de Cartagena

“El uso educativo de las TIC fomenta el desarrollo de actitudes favorables al aprendizaje de la ciencia y la tecnología (...), el uso de programas interactivos y la búsqueda de información científica en Internet ayuda a fomentar la actividad de los alumnos durante el proceso educativo, favoreciendo el intercambio de ideas, la motivación y el interés de los alumnos por el aprendizaje de las ciencias.” (Pontes, 2005).

Teniendo en cuenta que algunos estudiantes no tienen conocimiento sobre las TIC que posee la Universidad, es recomendable que se realice una buena promoción para darlas a conocer ya que son un factor de apoyo para su formación, además, que la Universidad invierta en una mayor calidad y cantidad de estas herramientas, para lograr que tanto docentes como estudiantes tomen conciencia de la importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la actualidad.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes del Centro Tutorial, se plantearon las siguientes estrategias para mejorar el uso e implementación de las TIC:

Es necesario mejorar el acceso y cobertura del internet, siendo el internet la principal herramienta para el proceso de formación a distancia, este es el tema de mayor sensibilidad por parte de los estudiantes y docentes, ya que al no tener una red estable esto genera retrasos en el desarrollo de las investigaciones y tomado el eco que estudiantes en sus hogares no cuenta con una red de internet o esta es muy inestable, el Centro Tutorial debería brindar las garantías de competitividad para sus estudiantes.

Respecto a la estabilidad en la plataforma, una de las quejas más frecuentes de los estudiantes del Centro Tutorial fue la inestabilidad de la plataforma SMA, la cual durante partes de los períodos académicos presenta fallas en su funcionamiento, impidiendo así que se cumplan a tiempo con los ciclos de entrega y presentación de trabajos, por lo tanto, se recomendó mejorar la calidad de esta y llevar un control de su funcionamiento.

En relación con el acceso flexible a las salas de cómputo, Varios de los estuantes del centro tutorial manifestaron no tener acceso permanente a un equipo para ingresar a las plataformas y realizar sus investigaciones y trabajos. Por esto eso se propone crear horarios de acceso a las salas de computo flexible durante la semana para que los estudiantes puedan cumplir con sus trabajos e investigaciones.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A partir de los resultados de esta investigación se puede concluir que la mayoría de los estudiantes del Centro Tutorial de San Juan Nepomuceno de la Universidad de Cartagena, perciben que las Tecnologías de Información y Comunicación –TIC- han influido positivamente en su formación académica y reconocen las inversiones significativas que ha realizado la institución, tanto en infraestructura física, como en el acceso a las instalaciones, lo que ha permitido ampliación de la cobertura para la región de los Montes de María. Sin embargo, dada la importancia de las TIC en la modalidad de formación a distancia, siendo éstas las mediadoras entre los docentes y estudiantes, consideran que la infraestructura tecnológica no es la adecuada para una formación académica de calidad, dada la inestabilidad y fallas de la plataforma SMA, así como la conexión Wi-Fi lo que dificulta el acceso tanto a docentes y estudiantes para el cumplimiento eficiente de las actividades académicas.

Además, manifestaron el poco conocimiento en el manejo y uso de base de datos, herramienta importante para el aprendizaje y apoyo a los procesos de investigación; por tanto, es necesario que las directivas de la universidad realicen inversiones para dotar a este Centro Tutorial de las herramientas tecnológicas necesarias para una formación a distancia pertinente y de calidad.

Para aprovechar las bondades que ofrece las TIC en la formación académicas se podría hacer uso de la pizarra digital en los encuentros presenciales, crear comunidades virtuales y comunidades de aprendizaje, fortalecer las tutorías y foros virtuales, las actividades colaborativas en red, vídeo conferencias entre otras. Para la implementación de estas herramientas es necesaria la formación y capacitación de los docentes en el uso de estas herramientas, lo que requiere actualización continua, inversión de tiempo y la disposición para seguir aprendiendo.

De acuerdo con Colorado & Edel (2012, p. 7) “...el aspecto pedagógico de las TIC cobra relevancia sobre los recursos tecnológicos destacando que la formación inicial docente en el uso de los recursos digitales parte fundamentalmente de bases educativas que

permitan innovar en la educación y no solo en la introducción de tecnología sin fundamento didáctico...” ; se tiene que la inclusión de las TIC y su uso dentro del aula de clase depende primeramente de la estrategia pedagoga y didáctica del maestro, no obstante, para llegar a esto primero se debe implementar una reforma innovadora en el método ya anticuado de educación.

Por lo anterior, además de fortalecer los aspectos tecnológicos y de infraestructura, es necesario fortalecer los procesos académicos relacionados con la formación a distancia, cabe destacar entre éstos los procesos de evaluación centrado en el aprendizaje de los estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Colina, L., & Bustamante, S. (2009). Educación a distancia y TIC: Transformación para la innovación en educación superior. *Télématique*, 8(1), 100–122.

Colorado-Aguilar, B. L., & Edel-Navarro, R. (2012). La usabilidad de TIC en la práctica educativa. *Revista de Educación a distancia*, (30).
<https://revistas.um.es/red/article/view/232611>

Ministerio de Educación Nacional. Decreto 1295 de 2010. Ministerio de Educacion Nacional § (2010).

Morer, A. S. (2002). Educación a distancia, educación presencial y usos de la tecnología: una tríada para el progreso educativo. *Eduotec. Revista electrónica de tecnología educativa*, (15), a024-a024.

Pividori, M., & Buseghin, E. (2008). *Uso de la Tic en el aula*. Retrieved from <http://webdelprofesor.ula.ve/ciencias/sanrey/tics.pdf>

Rugeles, P., Mora, B., & Metaute, P. (2015). El rol del estudiante en los ambientes educativos mediados por las TIC. *Revista Lasallista de Investigacion*, 12(2), 132–138.
Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69542291025>

Segura, S. (2004). Modelo comunicativo de la educación a distancia apoyada en las

Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente – CUAO, Cali - Colombia. *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (17). <https://doi.org/10.21556/edutec.2004.17.533>

BIBLIOGRAFÍA

- ACESAD. (2013). La Educación Superior a distancia y virtual en Colombia: Nuevas Realidades. In *Virtual Educa*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Drenoyianni, H., & Selwood, I. (1998). Conceptions or misconceptions? Primary teachers' perceptions and use of computers in the classroom. *Education and Information Technologies*, 3(2), 87–99. <https://doi.org/10.1023/A:1009630907672>
- García, M., Reyes, J., & Godínez, G. (2017). Las Tic en la educación superior, innovaciones y retos. *RICSH Revista Iberoamericana de Las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(12).
- Méndez, M., & Aguilar, G. (2013). Quehacer docente, TIC y educación virtual o a distancia. *Apertura*, 5(2), 108-123.
- Passey, D. (2011). Implementing learning platforms into schools: an architecture for wider involvement in learning. *Learning, Media and Technology*, 36(4), 367–397.
- Pontes, A. (2005). Aplicaciones de las tecnologías de la Información y de la Comunicación en la educación científica. Primera parte: funciones y recursos. *Revista Eureka Sobre Enseñanza y Divulgación de Las Ciencias*, 2(1), 2–18.

2012-2017 TIEMPOS DE GOBIERNO Y GOBERNABILIDAD EN LAS DIMENSIONES SOCIOPOLÍTICAS. CASO: CARTAGENA DE INDIAS

Anyi Paola Peñata Cotta

Melissa Viviana Romero Malo

Tutora: Amalfi Padilla Castilla

RESUMEN

Cartagena de Indias D.T. y C. es una de las ciudades más representativas del país, con amplia aceptación turística y consiigo económica, sin embargo, durante la última década se ha evidenciado un profundo desequilibrio que azota todas las áreas fundamentales de la ciudad, especialmente en las dimensiones sociales y políticas. Esto a razón de la malversación de recursos, falta de competencias ciudadanas y de líderes locales activos que trabajen por la ciudad, motivo por el que hemos decidido emprender este proyecto de investigación que se desarrolló con el objetivo de analizar las estructuras sociopolíticas y su injerencia en el gobierno y gobernabilidad de la ciudad de Cartagena durante el periodo establecido.

Se inició con la investigación histórica de la ciudad de Cartagena, las características y elementos plasmados en el planteamiento del problema hasta mostrar el comportamiento de cada dimensión durante el periodo, esto con el propósito de realizar un análisis comparativo que permitiera observar los cambios y posibles alteraciones producidas por las situaciones irregulares que se han presentado en la ciudad.

Para el desarrollo del proyecto se usó como herramienta esencial para la obtención de información técnicas tales como: las encuestas realizadas en varios sectores de la ciudad, para observar la percepción frente a situaciones problemáticas que generan gran preocupación y desmotivación en la ciudadanía; resulta necesario afirmar que hay gran descontento con la administración, la movilidad, la seguridad y las oportunidades de empleo en la ciudad.

Palabras claves: Gobierno, gobernabilidad, Socio Políticas, dimensiones y Cartagena.

INTRODUCCIÓN

Cartagena de Indias Distrito Cultural y Turístico desde la época de la colonia fue el puerto local estratégico para el continente. El comercio de este lado del hemisferio fluía por esta zona del Caribe. Caravanas de galeones surcaban nuestros mares en aquel entonces, siglos después el puerto se llena de buques portacontenedores. Siempre es protagonista con su puerto y por el innegable monumento histórico, “la muralla”, después de 487 años de su fundación, Cartagena no solo sigue siendo estratégica, sino que su puerto es el ‘El Mejor del Caribe’ y el único de Colombia que aparece en el ranking de los 100 mejores puertos del mundo (El Universal, S.F); razones por las se convierte en una de las ciudades más queridas y deseadas por extranjeros y colombianos. Sin embargo, no todo ha sido maravilloso puesto que hay un leve repunte del desempleo y una baja inflación. Síntomas todos de un proceso de desaceleración de la economía, los resultados de las pruebas saber del Instituto Colombiano de Fomento a la Educación (ICFES) no fueron sobresalientes. Por su parte, la seguridad, medida por el número de homicidios, exhibe un aumento en Cartagena y una disminución en el resto de los municipios de la jurisdicción, sin dejar a un lado el grave descontrol administrativo presente, a causa de los periodos de alcaldía irregulares.

Mostrando así que en la ciudad incide una crisis significativa, es entonces que los investigadores de este proyecto deciden analizar e investigar, el progreso de Cartagena por medio de su administración pública.

Este trabajo investigativo propone analizar injerencias del gobierno y la gobernabilidad en las dimensiones sociopolíticas de la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C. cuestionamiento que surge de las problemáticas de gobierno, cultura y desarrollo social. De la misma forma se pretende elaborar un informe objetivo para hallar posibles causas de la crisis administrativa que atraviesa la ciudad y que azota cada área de esta. Esta

investigación se lleva a cabo a través de la investigación en bases de datos, el análisis de datos estadísticos proporcionados por entidades como el DANE y/o Cartagena Cómo Vamos, por último, el estudio de percepción y análisis de resultados sobre las encuestas realizadas en los 4 barrios escogidos (Olaya Herrera, España, Concepción y Crespo).

Durante el desarrollo del proyecto se estudiarán las dimensiones propuestas y su presencia en la ciudad, es decir, se observará cada dimensión en la ciudad de Cartagena en el marco de tiempo estipulado y sobretodo la injerencia del gobierno y gobernabilidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar las estructuras sociopolíticas y su injerencia en el gobierno y gobernabilidad de la ciudad durante el periodo 2012-2017.

Objetivos Específicos

- Caracterizar el gobierno y gobernabilidad en la estructura sociopolítica de la ciudad de Cartagena durante el periodo de objeto de estudio.
- Analizar los planes de desarrollo establecidos del Gobierno local para enfrentar los problemas presentes en la ciudad de Cartagena 2012- 2017.

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación “2012-2017 Tiempos de gobierno y gobernabilidad en las dimensiones Sociopolíticas. Caso: Cartagena de Indias”, partiendo de que es un estudio de tipo correlacional/explicativo ya que se analizó las variaciones en los puntos escogidos por medio de la medición de uno o más de sus atributos, en este caso las áreas sociales y Políticas; investigación o análisis que nos lleva al uso de técnicas y herramientas para el análisis de nuestro proyecto de Investigación tales como:

Encuestas, base de datos, bibliotecas físicas, asesorías, preguntas al texto, artículos periodísticos, encuestas de “Cartagena cómo vamos”, censos del DANE, páginas web, etc. logramos dar mayor claridad sobre el tema de investigación y los términos alrededor de este, para que toda persona al leer el proyecto pueda comprender cada parte de la investigación y los anexos agregados para la sustentación, como lo son los planes de desarrollo y estadísticas con diversos enfoques.

El diseño de nuestra investigación es de tipo correlacional debido a que se puso en contacto y en relación las diferentes áreas a trabajar (las dimensiones y las estructuras de gobierno/ gobernabilidad), utilizando información ya existente en artículos de prensa o estudios presentados por organizaciones e información que se obtuvo por medio de las encuestas.

La población y muestra a la que va dirigida nuestra investigación es principalmente a la comunidad Cartagenera y al país en general por ser un tema de interés nacional, sin embargo cabe resaltar que en la investigación se estudió la población cartagenera, residentes y los principales influyentes en las áreas a trabajar, tomando como población en las encuestas a los barrios: España, Concepción, Olaya Herrera y Crespo con el objetivo de mostrar la percepción frente a la problemática planteada en diferentes estratos socioeconómicos de la ciudad de Cartagena.

El enfoque que se plasmó en el proyecto de investigación es cuali-cuantitativo debido a que a través de artículos y estadísticas se mostró el análisis de la incidencia de la gobernabilidad en las áreas anteriormente mencionadas.

RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el presente proyecto como método para analizar la percepción de los cartageneros y residentes, se trabajó con la población de 4 barrios de la ciudad de distintos estratos socioeconómicos con la intención de ver la percepción frente a las administraciones estudiadas, determinar si hay alguna variación en la percepción de la problemática con respecto a los estratos socioeconómicos, conocer las propuestas de cambio y de cómo ayudarían a combatir las problemáticas presentes en las ciudad; a continuación se presentará un informe del resultado de las encuestas por cada barrio.

Zona Suroriental, Olaya Herrera:

Las edades de los encuestados oscilan entre los 22 - 54 años.

Ocupaciones de los encuestados: Ama de Casa, Técnico en sistemas, tecnólogo HSGQ, Turismo y Estilista, secretaria, profesora, entre otros.

Encuestados: treinta dos (32) Hombres, cuarenta (40) mujeres

Los residentes del Barrio Olaya Herrera, en respuesta unánime, consideran que las bases administrativas planteadas en la encuesta (planeación, gestión, control y dirección) son esenciales para el funcionamiento y organización de la Ciudad de Cartagena. En la calidad y eficiencia de los Alcaldes más representativos durante el periodo 2012-2017 donde la calificación de menor a mayor aceptación está representada en este orden:

- Carlos Otero
- Campo Elías Terán
- Manuel Duque
- Sergio Londoño
- Dionisio Vélez

En la pregunta tres y cuarta se obtiene un SI donde estos tienen los conocimientos necesarios del concepto de sostenibilidad y afirman que no se ven reflejadas las herramientas para este desarrollo sostenible.

Se consulta la puntuación en Empleo, Movilidad y Seguridad estando las tres en un nivel bajo de un resultado de (2).

El concepto de Seguridad, el cual se obtiene una respuesta similar en donde es sentirse protegidos, en confianza, tranquilos en su ciudad.

La calificación de la seguridad durante estos dos últimos años, se obtiene un resultado unánime de Mala, donde las personas no se encuentran seguros en su Ciudad.

El nivel de desempleo en la ciudad una calificación promedio de (3), donde se ubica en un nivel medio.

El nivel de Movilidad en la ciudad una calificación promedio de (2), donde está en un nivel bajo.

El término de pobreza según (Fiel, 2001); Donde el nivel observado por los ciudadanos es de una calificación ALTA.

La satisfacción de los ciudadanos cartageneros y residente respecto a sus necesidades básicas, donde la calificación es unánime en Insatisfechas.

Los recursos son aquellos elementos que pueden ser utilizados por el hombre para realizar una actividad o como medio para lograr un objetivo (Anzil, 2010); los encuestados respondiendo de forma unánime con un NO, ¿porque? El gobierno no invierte en los recursos naturales, humanos y financieros de la ciudad.

Para los cartageneros y residentes en la ciudad tienen opiniones divididas sobre si/no existe unas competencias ciudadanas, las personas que respondieron con un No, sienten que la población no tienen sentido de pertenencia por su tierra, lo cual no aportan y obstaculizan la mejora de la ciudad; por otro parte las personas que respondieron con un Sí, cabe decir que, aunque sean pocas las personas, existen quienes lideran distintos grupos los cuales defienden tanto la cultura como las competencias ciudadanas.

Para los ciudadanos ellos consideran que el mejoramiento de la ciudad está en fomentar la educación, el compromiso y el respeto hacia los demás.

Zona Norte, Crespo.

La edad de los encuestados oscila entre los 22 - 84 años de edad

Ocupaciones de los encuestados: Estudiante, Pensionada, Pensionada, Abogada, Docente universitario, entre otros.

Encuestados: treinta y cinco (35) Hombres, treinta (30) mujeres

De acuerdo a la pregunta número uno de la encuesta, que se hicieron en el presente barrio, algunos ciudadanos seleccionaron, que las herramientas básicas son de planeación y control para la organización de la ciudad de Cartagena; mientras que para otros seleccionaron que todas las herramientas mencionadas son básicas para dicha organización.

Se logró observar que hubo cierta inconformidad con respecto a los alcaldes, el siguiente orden se evidencia la calificación de menor a mayor aceptación de los alcaldes:

- Carlos Otero
- Campo Elías Terán
- Manuel Duque
- Dionisio Vélez
- Sergio Londoño

De acuerdo a las preguntas tres y cuatro. de la encuesta, se percibió que la población trabajada tiene conocimientos acerca de que es el desarrollo sostenible y expresan por una parte que los ciudadanos somos los que a veces no sabemos aprovechar esas herramientas, mientras que otros expresaron que el gobierno se concentra únicamente en la riqueza o adquisición de esta.

Respecto a la pregunta número cinco los ciudadanos concordaron en que la dificultad en la movilidad de la ciudad de Cartagena se encuentra en un nivel intermedio seguida del empleo, mientras que la seguridad toma el liderato considerándose como el área con mayor dificultad en la ciudad de Cartagena.

En la pregunta seis, se les pide a los ciudadanos encuestados definir con términos propios la palabra “Seguridad”, a lo cual se obtuvieron diferentes respuestas, pero que, de manera objetiva, todas expresan un solo mensaje.

Con respecto a la pregunta número, se logra observar que, para los encuestados, la seguridad en los años 2012-2017 ha sido mala.

En la pregunta número, se logra observar que el nivel de desempleo en la ciudad se encuentra en una escala de uno a cinco, en el rango de dos a tres.

Así mismo en la pregunta número nueve, se pide calificar el nivel presente respecto a la movilidad en la ciudad de Cartagena, obteniendo un resultado promedio de 3.

En la pregunta número diez, luego de haber explicado el concepto de pobreza se pide elegir el nivel presente en la ciudad de Cartagena, a lo cual fue unánime la respuesta, calificada como alta.

Relacionando el concepto de pobreza en la pregunta número once, se pide determinar si las necesidades básicas en Cartagena están satisfechas o insatisfechas. Se observa que todos los encuestados expresan que las necesidades básicas actualmente se encuentran insatisfechas.

De acuerdo a una definición del término “recursos” en la pregunta número doce, se pide responder si los recursos naturales, humanos y financieros han sido aprovechados correctamente, llegando a la conclusión colectiva de las 5 encuestas, que estos no han sido aprovechados correctamente por muchas dificultades y obstáculos que se presentan en la ciudad de Cartagena y que el mismo gobierno genera.

La pregunta número trece, se llegó a la conclusión de que, para estos ciudadanos, existen ciudadanos que, si tienen presentes esas competencias, pero así mismo hay otros que no dejan o no permiten que se avance debido a esa controversia en el intento de hacer uso de dichas competencias ciudadanas.

Como en la pregunta final, se pide que expresen de qué forma aportarían al desarrollo de la ciudad y se observa que para ellos es primordial los valores y la educación, partiendo con estos dos factores, se logra hacer un cambio en la ciudad de Cartagena

CONCLUSIÓN

Este proyecto de investigación se desarrolló con el objetivo de analizar la incidencia en la estructuras del gobierno y gobernabilidad en las dimensiones sociopolíticas de la ciudad de Cartagena de Indias D.T. y C. durante un periodo establecido desde el año 2012 hasta 2017; para demostrar esto, se inició con la investigación histórica de la ciudad de Cartagena, las características y elementos plasmados en el planteamiento del problema hasta mostrar el comportamiento de cada dimensión trabajada durante el periodo establecido; se expresa la aclaración de los conceptos claves desarrollados durante el trabajo y documentos relacionados a este en el marco conceptual para permitir la mayor comprensión del proyecto y el manejo de estos temas.

Lo anterior mencionado con el apoyo y sustento de bases de datos brindadas por la Universidad de Cartagena, bibliotecas públicas, Banco de la República, fuentes estadísticas, artículos periodísticos y prensa, etc. además se realizaron una encuestas con la intención de mostrar las distintas percepciones según los diferentes estratos socio económicos manejados, los cuales son Olaya herrera (1); España (3); La Concepción (4); Crespo (5); esto con el fin de ver la perspectiva de los ciudadanos frente a las problemáticas y situaciones presentadas en la Ciudad de Cartagena.

Se realiza el análisis del cuestionario diligenciado, donde se establece las conclusiones e ideas recolectadas, dando así posibles respuestas a las problemáticas presentadas en la ciudad en las dimensiones Sociopolíticas, y analizando las formas de ayuda de los ciudadanos o la forma en que aportan al desarrollo y mejoramiento de la ciudad en todas sus facetas; además se encontró que no hay proyectos o trabajos relacionados con el tema y que ninguna entidad o persona ha trabajado este tema a fondo, lo cual se ve reflejado en el marco referencial.

En el aspecto Social los elementos puestos en consideración son los siguientes: Pobreza, Seguridad, Movilidad, el Mercado laboral y el Desempleo. Dado este aspecto, la investigación arrojó por medio de las encuestas realizadas, datos periodísticos e informes,

la alta inseguridad en la ciudad, el nivel de desempleo percibido por los encuestados y la aceptación, o en varios casos, la desaprobación de algunos alcaldes. Los cartageneros o residentes, no se sienten seguros en su ciudad, por las riñas, pandillas, homicidios y atracos, que son diarios en la ciudad y que se observan en distintas zonas, especialmente en la zona sur; ya que los informes resaltan que en Cartagena durante los últimos años ha aumentado en gran escala, a comparación de años anteriores. Según las encuestas, este es el elemento con mayor dificultad de la ciudad, elemento que requiere de mucho trabajo para que crezcan las empresas y los ciudadanos transiten libremente sin temor a ser agredidos o despojados de sus pertenencias.

Como segundo elemento en grado de dificultad, se ubica el empleo, es decir, que se encuentra un notable grado de desempleo presente en la ciudad, si bien la tasa de empleos informales, es alta, debido a la falta de oferta de trabajo, tanto que los Cartageneros se ven en la necesidad de crear actividades informales, como el mototaxismo, comercio en calles (vendedores ambulantes) y en el peor de los casos recurrir a actividades ilegales.

Por último, de los elementos considerados con dificultades existentes, está la movilidad, la cual a pesar de ser la última, no se indica que este en buenas condiciones y que no hay inconvenientes. Según las encuestas, e informes, la movilidad en la ciudad es media, regular. Los ciudadanos no están contentos con lo que respecta a los desplazamientos, tarifas de transporte público, sistema integrado de transporte, las vías, avenidas y el funcionamiento de estas en la ciudad, debido a que sienten que no son suficientes y no dan basto a la gran demanda de transporte tanto público como privado.

REFERENCIAS

RCN Radio (2012). **El Concejo aprobó el presupuesto del Distrito de Cartagena para el 2013.** Recuperado el día 24 de septiembre de 2018 a las 19:00h, en el siguiente Link: <https://www.rcnradio.com/colombia/el-concejo-aprobo-el-presupuesto-del-distrito-de-cartagena-para-el-2013-37923>

Caracol Radio (2016). **Presupuesto 2017 de alcaldía de Cartagena será de un billón 400 mil millones.** Recuperado el 24 de septiembre de 2018 a las 21:00h, en el siguiente link: http://caracol.com.co/emisora/2016/12/11/cartagena/1481462679_369524.html

El Universal. Taborda Herrera (2017) **La Historia de cuando Cartagena se dividió en tres y se convirtió en distrito.** Recuperado el 25 de septiembre de 2018 a las 21:00h, en el siguiente link: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/la-historia-de-cuando-cartagena-se-dividio-en-tres-y-se-convirtio-en-distrito-279852>

Caracol Radio (2017). **Durante el 2016, aumento de la pobreza en Cartagena.** Recuperado el 25 de septiembre de 2018 a las 21:00H, en el siguiente link: http://caracol.com.co/emisora/2017/03/25/cartagena/1490453295_157894.html

Boletín Bolívar (2012). **Estadísticas sociodemográficas, información regional.** Recuperado el 25 de septiembre de 2018 a las 21:00H, en el siguiente link: <https://www.humanas.org.co/mini-site/pdf/3boletinBolivar.pdf>

Cartagena cómo Vamos (2014). **Presentación Evaluación calidad de vida 2014.** Recuperado el 25 de septiembre de 2018 a las 21:36H en el siguiente link: <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2015/07/Evaluaci%C3%B3n-calidad-de-vida-2014-WEB1.pdf>

Cartagena cómo Vamos (2015). **Presentación Evaluación calidad de vida 2015.** Recuperado el 25 de septiembre de 2018 a las 19:00H, en el siguiente link: <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2016/07/Presentaci%C3%B3n-ICV-2015-Cartagena-C%C3%B3mo-Vamos.pdf>

Cartagena cómo vamos (2016). **Informe de Calidad 2016.** Recuperado 25 septiembre a las 08:40h en el siguiente link: <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2017/07/Presentaci%C3%B3n-para-WEB-ICV-2016.pdf>

Cartagena cómo vamos (2017) **Informe de Calidad 2017**. Recuperado de 25 de Septiembre 2018 a las 07:50h: <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2014/11/Presentacion-Calidad-de-Vida-2017-FINAL.pdf>

Periódico El Espectador, Jhorland Ayala García, Adolfo Meisel Roca. (20 Mayo 2017) **Cartagena: La pobreza que no cesa:** Recuperado el 25 de septiembre 2018 a las 09:30h.: <https://www.elespectador.com/economia/cartagena-la-pobreza-que-no-cesa-articulo-694680>

Periódico El Espectador. Germán Gómez Polo (4 Ago. 2017) **El trasfondo político de la crisis de una cartagena que no da más.** Recuperado el 25 de septiembre 2018 a las 09:20h de: <https://www.elespectador.com/noticias/politica/el-trasfondo-politico-de-la-crisis-de-una-cartagena-que-no-da-mas-articulo-706544>

Museo Histórico de Cartagena de Indias, (20 Nov. 2014) **Nombres y títulos de Cartagena a través del tiempo.** Recuperado de 25 de septiembre 2018 a las 09:50h : http://www.muha.gov.co/noticia_nombres-y-titulos-de-cartagena-a-traves-del-tiempo-44

Periódico El Tiempo. **Las claves: los 11 alcaldes que ha tenido Cartagena en 10 años.** El Tiempo. Recuperado el 09 de Octubre 2018 a las 10:00h de <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/los-11-alcaldes-en-6-anos-que-ha-tenido-cartagena-270320>

Periódico El Universal. Ernesto Taborda Herrera (Jun 2017) **El antes y después de Cartagena, la ciudad que se transformó.** Recuperado 09 de octubre 2018 10:15h de <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/el-antes-y-el-ahora-de-cartagena-la-ciudad-que-se-transformo-254390>

Canal 1. Equipo Digital NTC-Sistema Informativo del Canal 1. (21 Ene **Cartagena podría salir de la lista de patrimonio histórico y cultural de la ciudad.** Recuperado 09 de octubre 2018 a las 11:20h <https://canal1.com.co/noticias/cartagena-seria-expulsada-de-la-lista-de-unesco>

Registradora Nacional del Estado Civil. Comunicado de prensa (2013) **Se cumplen 25 años de la primera elección popular.** Recuperado 09 octubre 2018 a las 18:00h de <https://www.registraduria.gov.co/Se-cumplen-25-anos-de-la-primera.html>

Revista Semana. **Cartagena está en su peor crisis política.** (2017). Recuperado de 09 de octubre 2018 a las 19:00h. <https://www.semana.com/nacion/articulo/cartagena-esta-en-su-peor-crisis-politica/544406>

Periódico El Heraldo. Ruber Darío Rodríguez (2017). **Cartagena con ocho alcaldes en ocho años.** Recuperado a las 9:40 am el 25 de septiembre de 2018 de:
<https://www.elheraldo.co/bolivar/cartagena-con-ocho-alcaldes-en-ocho-anos-386093>

Periódico El Tiempo, Editorial. (2018) **Una mano para Cartagena.** Recuperado a las 08:10 am el 25 de septiembre de 2018 de:
<https://www.eltiempo.com/opinion/editorial/una-mano-para-cartagena-editorial-178634>

Radio RCN, **Advierte que tasa de homicidios en Cartagena fue la más alta en los últimos 40 años.** (2018). Recuperado a las 08:30h el 24 de septiembre de 2018 de:
<https://www.rcnradio.com/colombia/caribe/advierten-que-tasa-de-homicidios-en-cartagena-en-2017-fue-la-mas-alta-en-los-ultimos-40-anos>

Periódico El Universal, Redacción Cartagena. (2018) **Según el Dane, la pobreza en Cartagena bajó 2,1 %** Recuperado a las 09:40h el 25 de septiembre de 2018:
<http://www.eluniversal.com.co/economica/segun-el-dane-la-pobreza-en-cartagena-bajo-21-274638>

Periódico El Heraldo. Alianza Uninorte con el Heraldo (2017) **Así está la pobreza en Colombia.** Recuperado a las 09:40h el 25 de septiembre de 2018.
<https://www.elheraldo.co/economia/asi-esta-la-pobreza-en-colombia-340595>

Revista Metro (2016) **En el 2015, Cartagena ocupó el nivel más bajo de progreso social,** Recuperado 25 de septiembre 2018 <https://revistametro.co/2016/11/23/en-el-2015-cartagena-ocupo-el-nivel-mas-bajo-de-progreso-social/>

Blog Apuntes Jurídicos, Jorge Machicado (2009) **¿Qué es Gobierno?** Recuperado 26 de septiembre 2018 13:50h <https://jorgemachicado.blogspot.com/2009/12/gobierno.html>

UTEL Editorial, Wanda Mirel Solorio García, (2014) **Conoce la definición de la Gobernabilidad.** Recuperado 29 de septiembre 2018 12:34h
<https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/conoce-la-definicion-de-gobernabilidad/>

Federico Anzil, (2010) **Definición de Recursos,** Recuperado 24 de feb 2019:
<https://www.zonaeconomica.com/definicion/recursos>

Alejandro Pérez, Enciclopedia Financiera. **Definición Bienes y servicios.** (2018)
Recuperado 13 de enero 2019 15:30h
Buján <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-bienes-y-servicios.html>

Comercio y Aduanas, Luis Ceballos. 2019. **¿Qué es una aduana?** Recuperado 13 de enero 2019 15:35h <http://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas/aduana/que-es-una-aduana/>

Definición ABC, **Plan de Desarrollo.** (2016) Javier Navarro. Recuperado 13 enero 2019 16:40h <https://www.definicionabc.com/negocios/plan-desarrollo.php>.

El concepto y el análisis de la gobernabilidad. (2003) Joan Oriol Prats. Recuperado 13 enero 2019 14:30h de:
https://www.ses.unam.mx/docencia/2007II/Lecturas/Mod3_Oriol.pdf

Gobernabilidad y Gobernanza. **Las relaciones intergubernamentales: concepto y marco teórico. El contexto y concepto. Características. Modelo. Estructuras.**

Recuperado 23 febrero 2019 13:20h de <http://pagina.jccm.es/ear/descarga/A1T10.pdf>

Las “3G” de la sociedad: Gobierno, Gobernanza y Gobernabilidad. LanAmericas. 2015.

Recuperado 15 de enero 2019 13:40h de: <http://www.ianamericas.org/las-3g-de-la-sociedad-gobierno-gobernanza-y-gobernabilidad/>

Revista Dinero, Danilo Niño Tarazona, 11-20-2015. **¿Cartagena la fantástica?** recuperado

22 de octubre 2018 14:50h <https://www.dinero.com/pais/articulo/el-futuro-economico-cartagena-indias-2015/216259>

CAF, Banco de desarrollo América Latina, (2013) **Qué es movilidad Urbana.** Recuperado

11 de febrero 2019 14:33h <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2013/08/que-es-movilidad-urbana/?parent=14062>

Universidad Nacional de Colombia, A. Gutiérrez, (23 oct 2012) Dossier Central, **¿Qué es la movilidad?** recuperado 20 de enero 2019, 12:22h

<http://www.bdigital.unal.edu.co/30288/1/29076-167002-1-PB.pdf>

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA FABRICA PRODUCTORA DE TORTAS DE MAÍZ “ENCANTOS DEL MAÍZ”

Karol Johana zapata Rodiño

Karen Lucia Julio Torres

Luis Ernesto Ortiz Ortiz

Pedro Rafael Buelvas Puche

Jalil Antonio Jalal Osorio

Tutor: Estrella Camacho Alvis

RESUMEN

Actualmente, la ciudad de Cereté y sus alrededores no cuenta con una fábrica que se dedique a la producción y comercialización de productos hechos a base de maíz; tales como las tortas.

Al no existir una oferta especializada de este producto, no se puede aprovechar al máximo todas las recetas que con este grano se pueden elaborar.

Con este proyecto no solo buscamos satisfacer la necesidad en una línea de alimentos ricos, nutritivos y saludables, sino también ser fuente de empleo para las madres cabeza de hogar que cuenten con el perfil en preparación de postres y de esta manera subsanar la demanda insatisfecha.

Se trabajará con productos del campo en su mayoría orgánicos a base de fibras naturales como el maíz. Este cereal es muy energético y nutritivo debido a los hidratos de carbono y a las proteínas que proporciona e influye positivamente sobre nuestro estado de ánimo, concentración, memoria y sueño gracias a sus excelentes aportes de vitamina B1 (es uno de los alimentos más ricos), B3 y ácido fólico, (cuerpo mente).

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

La idea de ENCANTOS DEL MAÍZ nace de la necesidad de ofrecerle a la población del municipio de cereté y sus alrededores, algo novedoso y favorable para la

salud, ya que el maíz es un ingrediente natural, el cual es producido en nuestro entorno y es un insumo próspero y que tiene una gran oportunidad en lo relacionado al cultivo del mismo. Al ser este un producto que se cultiva en diferentes períodos del año.

Al ser un insumo de trascendencia, aún no es de conocimiento total la gama de recetas que se pueden realizar con el maíz. Algunas de las cuales han sido descubiertas recientemente, o por lo menos estas, no son de conocimiento del consumidor.

Basados en lo anterior consideramos implementar esta nueva estrategia en el mercado actual, ya que hoy por hoy en el mercado se ofrecen productos al consumidor con altos índices de productos químicos añadidos en los conservantes, que pueden provocar graves daños a salud del consumidor, además tienen altos costos que en muchos casos no los hace asequibles para el bolsillo de una determinada población ya que son producidos por materias e insumos importadas lo que aumenta gradualmente los costos en su producción y por ende su comercialización.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer la viabilidad para el montaje de una fábrica que produzca y distribuya tortas a base de maíz de excelente calidad y precios accesibles para todos los estratos sociales del municipio de cerete y sus alrededores, con mano de obra calificada de la región, para satisfacer las necesidades de toda la población.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Hacer un estudio de mercados en el que se evalúen e identifiquen, la demanda del mercado, la oferta, los precios y el tipo de promoción.
- Analizar el proyecto, evaluando la factibilidad técnica de producción y comercialización de ENCANTOS DEL MAÍZ.
- Evaluar los estudios económicos y financieros para establecer los costos de producción.

- Alinear el proyecto con planes enfocados a la responsabilidad empresarial global, teniendo presente el impacto social y ambiental positivo que la empresa pueda generar a la comunidad.

METODOLOGÍA

ESTUDIO DE MERCADO

Definición del producto

Nuestra empresa será pionera en ofrecer productos que son derivados del maíz, cuya elaboración será certificada por todas las normas de higiene y calidad. La idea de negocio consiste en la elaboración y comercialización de un producto pastelero que tiene en cuenta el factor nutricional y saludable del mismo sin dejar de lado el buen gusto y sabor. El producto cuenta con alto nivel de beneficios ricos en hidratos de carbono, vitaminas A, B y C, fibra y sales minerales como potasio, calcio y fósforo, los que lo hace llamativo al consumidor ya que lo convierte en un alimento ideal para toda la familia.

Además de los aportes nutricionales, es un producto que ofrece beneficios en la salud de quienes lo consumen.

La procedencia del maíz es alta y se le encuentra en cualquier época del año, asegurando una gramínea con excelentes propiedades nutritivas.

Con la comercialización de TORTAS DE MAIZ se intenta generar un impacto positivo en el mercado, brindándoles la oportunidad a nuestros consumidores de disfrutar productos hechos con insumos conocidos y que además producimos en nuestro territorio como lo es el MAÍZ.

Análisis del Mercado

Para establecer el análisis de mercado de Encantos del Maíz se hizo un sondeo para determinar que los potenciales consumidores de nuestro producto Tortas de maíz

oscilan entre los 18 años en adelante. Esto da la pauta que nuestro producto puede ser degustado a partir de este límite de edad.

Los requerimientos del mercado nutritivo en nuestro país cada día son más altos, teniendo en cuenta que a lo largo de los años han surgido nuevas tendencias o hábitos alimenticios los cuales han adquirido mucha fuerza debido a que la gran mayoría de enfermedades están directamente vinculadas con los hábitos alimenticios por tanto las personas adoptan esta nueva tendencia como una alternativa para cuidar su salud, no obstante esta situación lleva a que las personas se cohíban y dejen de consumir productos de pastelería como lo son los tortas.

Este mercado aún se encuentra en desarrollo por lo cual se da la oportunidad de ingresar en el mismo; ofreciendo al cliente el beneficio de encontrar con mayor facilidad productos de esta categoría ya que en el mercado no se encuentra con facilidad productos de esta categoría, actualmente se ofrecen en su gran mayoría productos caseros y de ventas informales.

Población Objeto de estudio

El presente proyecto se pretende realizar en el municipio de Cereté y sus alrededores; por lo tanto, se tomarán como objeto de estudio todas las personas a las cuales podamos llegar en nuestra investigación el municipio y municipios vecinos, para lo cual se tendrá en cuenta todos los estratos socio-económicos.

Dicha población está conformada por todas las personas que en su hábito alimenticio actual predomina el gusto por consumir alimentos sanos y ricos en nutrientes, y que además ofrezca un producto innovador y les permita conservar su rutina de alimentación saludable.

Con esto se pide llegar a las personas que buscan el mercado un producto de pastelería diferente y saludable que les ofrezca muchas garantías y además de satisfacer su paladar contribuya al mejoramiento de la salud, Cuyo poder adquisitivo sea de cualquier

nivel, ya que se ofrecerá a precios asequibles para cualquier tipo de población, los cuales pertenezcan a un rango de edades entre los 18 años en adelante.

Tamaño de la muestra.

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos en nuestro proyecto de tortas de maíz.

Para el cálculo de la demanda se realizó una encuesta con un pequeño porcentaje de la población, es decir unos 2828 hogares con las edades estimadas, si se tiene en cuenta que el promedio de habitantes por hogar es de 4 personas, se toma como objetivo esta población.

Después de realizadas las encuestas en la población muestra obtuvimos una aceptación al producto cercana al 80% de las 199 encuestas aplicadas.

Nuestra demanda será de 10 tortas diarias que correspondería a una demanda mensual de 300 tortas.

Población	2828
80 % 2028	2262
Aceptación	80%

$2262/15$ (días) = 151
$151/ 15$ (días) = 10
Nuestra demanda diaria será de: 10 tortas
$10*30$ días (mes) = 300 Tortas mensuales

Fuente: Elaboración propia

Precio de venta

Realizamos el analizamos de la competencia directa en pastelería en cuanto a precios, el mercado que manejan y la calidad del producto que ofrecen obteniendo como punto medio en sus precios de 32.500 pesos.

$$p \frac{\text{costo unitario}}{1 - \% \text{ rentabilidad}}$$

$$p \frac{14.936}{1 - 25\%} = \frac{14.936}{0,75} = 19.982$$

Fuente: Elaboración propia

ESTUDIO TÉCNICO

El tamaño del proyecto

Este proyecto inicialmente está enfocado en satisfacer la demanda insatisfecha teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de mercado e iniciar en produciendo con una capacidad diaria de 10 tortas aproximadamente, la cuales tendrán un peso de 500gr por unidad.

Tamaño de la planta

El local para la producción y comercialización de ENCANTOS DEL MAÍZ estará ubicado en la zona céntrica del municipio de Cereté, se utilizará un local que cuente con un área aproximada de 15 metros de frente y 10 de fondo, que corresponde a un área adecuada para la producción de nuestro producto TORTAS DE MAIZ.



Fuente: Elaboración propia

Proceso de producción

El proceso de producción consiste en la transformación de materia prima en un producto terminado; para lo cual es necesario llevar a cabo un proceso técnico que consiste en detallar cada operación que se realiza para obtener ese resultado; desde que se adquiere la materia prima hasta que el producto sale terminado y listo para su comercialización.

Equipos y herramientas

Para llevar a cabo el proceso de producción de 10 tortas diarias se requiere equipos y herramientas para automatizar el procedimiento.

TABLA N°1

Cantidad	Maquinaria y equipo	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estufa	\$ 235.000	\$ 235.000
1	Nevera	\$1.499.000	\$1.499.000
1	Licuadaora	\$ 219.000	\$ 219.000
1	Batidora	\$1.200.000	\$1.200.000
1	Horno industrial	\$6.356.000	\$6.356.000
2	Tazas medidoras	\$ 17.900	\$ 35.800
2	Set de cucharas medidoras	\$ 22.900	\$ 45.800
3	Espatulas	\$ 28.000	\$ 84.000
1	Bacula	\$ 199.900	\$ 199.900
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$9.874.500

Fuente: Elaboración propia

Materia prima

TABLA N°2

MATERIA PRIMA Y INSUMOS	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAIZ	15	LIBRAS	\$ 1.500	\$ 22.500
LECHE	10	LITROS	\$ 1.500	\$ 15.000
HUEVOS	30	UNIDAD	\$ 300	\$ 9.000
MARGARINA	2	LIBRA	\$ 5.000	\$ 10.000
POLVO DE HORNEAR	1	LIBRA	\$ 7.500	\$ 7.500
SAL	1	LIBRA	\$ 1.000	\$ 1.000
ENDULZANTE NATURAL	3	LIBRA	\$ 1.500	\$ 4.500
TOTAL MATERIA PRIMA E INSUMOS				\$ 69.500

Fuente: Elaboración propia

Clasificación de los factores fijos y variables

TABLA N°3

FACTORES FIJOS			
FACTOR FIJO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARRIENDO	1	\$ 450.000	\$ 450.000
MANO DE OBRA	2	\$ 980.657	\$ 1.961.314
PERSONAL DE VENTA	1	\$ 980.657	\$ 980.657
ADMINISTRACIÓN	1	\$ 1.370.754	\$ 1.370.754
LEGALIZACIÓN	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000

Fuente: Elaboración propia

TABLA N°4

FACTORES VARIABLES			
FACTOR VARIABLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ENERGIA	1	\$ 180.000	\$ 180.000
GAS	1	\$ 55.890	\$ 55.890
AGUA	1	\$ 48.920	\$ 48.920
MATERIA PRIMA	1	\$ 69.500	\$ 69.500

Fuente: Elaboración propia

Mano de obra necesaria para la producción

Para iniciar formalmente el proyecto ENCANTOS DEL MAIZ requiere inicialmente un capital humano constituida por 5 personas distribuido de la siguiente manera, un administrador de local, una persona encargada de la caja, 1 vendedor de mostrador, 2 pasteleros, personal encargado de la cocina dedicados a preparar 20 tortas diarias.

Organigrama o estructura organizacional



Fuente google imágenes

La estructura plana es la más adecuada para el tamaño de la empresa, creando un ambiente de trabajo ágil, basado en la efectividad con un equipo de trabajo participativo en las acciones de la organización.

Micro localización

La empresa ENCANTOS DEL MAIZ se ubicará en un lugar estratégico de la ciudad de cerete en donde nuestros clientes puedan acceder al local de forma fácil y segura, donde se integren muchas vías principales de acceso.



Fuente: google maps

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero consiste en demostrar y analizar la posibilidad financiera de ENCANTOS DEL MAIZ considerando el monto de la inversión requerida, sus estados financieros e indicadores de valoración económica y financiera que permitan establecer su viabilidad y puesta en marcha.

✓ Presupuesto de inversión

TABLA N°5

CAPITAL DE TRABAJO			
INVERSIONES FIJAS			
Estufa	1	\$ 235.000	\$ 235.000
Nevera	1	\$ 1.499.000	\$ 1.499.000
Licuadaora	1	\$ 219.000	\$ 219.000
Batidora	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Horno industrial	1	\$ 6.356.000	\$ 6.356.000
Tazas medidoras	2	\$ 17.900	\$ 35.800
Set de cucharas medidoras	2	\$ 22.900	\$ 45.800
Espatulas	3	\$ 28.000	\$ 84.000
Bascula	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Computador	1	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
Caja registradora	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Vitrina mostrador	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Mesas	4	\$ 175.000	\$ 700.000
Sillas	10	\$ 50.000	\$ 500.000
silla para cajera	1	\$ 85.000	\$ 85.000
Silla para administrador	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Escritorio	1	\$ 120.000	\$ 120.000
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 13.759.500

Fuente: Elaboración propia

Activos diferidos

TABLA N°6

COSTO DE INVERSIÓN	
ACTIVOS DIFERIDOS	
Descripción	V/R TOTAL
Gastos de Publicidad	\$ 1.500.000
Gastos Notariales	\$ 1.000.000
Adecuaciones	\$ 2.300.000
TOTAL	\$ 4.800.000

Fuente: Elaboración propia

Gastos administrativos

TABLA N°7

COSTOS DE INVERSION			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Definición del factor	Cantidad necesaria	Valor unitario	Valor total
Arriendo	1	\$ 450.000	\$ 450.000

Fuente: Elaboración propia

Costos operativos

TABLA N°8

COSTOS OPERATIVOS				
CAPITAL DE TRABAJO				
DETALLE	UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAIZ	340	LIBRA	\$ 1.350	\$ 459.000
LECHE	300	LITROS	\$ 1.500	\$ 450.000
HUEVOS	900	UNIDAD	\$ 300	\$ 270.000
MARGARINA	60	LIBRAS	\$ 3.000	\$ 180.000
POLVO DE HORNEAR	3	KILO	\$ 15.000	\$ 45.000
SAL	15	LIBRA	\$ 1.000	\$ 15.000
ENDULZANTE NATURAL	90	LIBRA	\$ 1.500	\$ 135.000
MANO DE OBRA	3		\$ 980.627	\$ 2.941.881
TOTAL COSTOS OPERATIVOS				\$ 4.495.881

Fuente: Elaboración propia

Gastos Administrativos

TABLA N°9

CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Definición	cantidad	valor unitario	Valor Total
Energía	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Gas	1	\$ 55.890	\$ 55.890
Agua	1	\$ 48.920	\$ 48.920
Salario administrativo	1	\$ 1.370.754	\$1.370.754
TOTAL			\$1.655.564

Fuente: Elaboración propia

Gastos de Ventas

TABLA N°10

CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS DE VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SALARIOS	1	\$ 980.657	\$ 980.657

Fuente: Elaboración propia

Costos de inversión total y capital de trabajo

TABLA N°11

TOTAL INVERSIONES Y CAPITAL DE TRABAJO	
INVERSIONES	CAPITAL DE TRABAJO
\$ 19.009.500	\$ 7.132.102

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto Operativo o de capital de trabajo

TABLA N°12

PRESUPUESTO OPERATIVO /CAPITAL DE TRABAJO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 7.132.102	\$ 7.485.312	\$ 8.629.843	\$ 9.492.828	\$ 1.044.211

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de la inversión

TABLA N°13

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 19.009.500	\$ 20.910.450	\$ 23.001.495	\$ 25.301.644	\$ 27.831.808

*Fuente: Elaboración propia***Presupuesto de ingreso**

TABLA N°14

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑO 1			
TORTAS DE MAÍZ			
MES	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL DE LAS VENTAS
1	300	\$ 20.000	\$ 6.000.000
2	320	\$ 20.000	\$ 6.400.000
3	340	\$ 20.000	\$ 6.800.000
4	360	\$ 20.000	\$ 7.200.000
5	380	\$ 20.000	\$ 7.600.000
6	400	\$ 20.000	\$ 8.000.000
7	420	\$ 20.000	\$ 8.400.000
8	440	\$ 20.000	\$ 8.800.000
9	460	\$ 20.000	\$ 9.200.000
10	480	\$ 20.000	\$ 9.600.000
11	500	\$ 20.000	\$ 10.000.000
12	520	\$ 20.000	\$ 10.400.000
TOTAL INGRESOS AÑO 1			\$ 98.400.000

Fuente: Elaboración propia

Estado de situación financiera

TABLA N°1

	1
ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	\$ 39.864.823
Inventarios de materia prima	\$ 22.612.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 62.476.823
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y Enseres	\$ 11.774.500
Equipos de Oficina	\$ 1.985.000
Depreciación Acumulada	\$ 1.375.950
TOTAL ACTIVO FIJOS	\$ 12.383.550
OTROS ACTIVOS	
Diferidos	\$ 4.800.000
Amortizaciones	\$ 960.000
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 3.840.000
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 78.700.373
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	\$ 2.609.577
Proveedores	\$ 5.885.460
Impuesto por pagar	\$ 10.978.053
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 19.473.090
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras A largo	\$ 17.390.423
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 17.390.423
TOTAL PASIVO	\$ 36.863.513
PATRIMONIO	
Capital Social	\$ 35.000.000
Utilidad del Ejercicio	\$ 7.836.860
TOTAL PATRIMONIO	\$ 42.836.860
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 79.700.373

Fuente: Elaboración propia

Flujo de caja proyectado

TABLA N°16

Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 98.400.000	\$ 108.240.000	\$ 119.064.000	\$ 130.970.400	\$ 144.067.440
Egresos:						
Costo de producción		\$ 51.962.572	\$ 57.158.829	\$ 62.874.711	\$ 69.162.182	\$ 76.078.400
Gastos de Administración y Ventas		\$ 31.634.652	\$ 34.798.117	\$ 38.277.928	\$ 42.105.720	\$ 46.316.292
Depreciación de Muebles y Enseres y Equipo de Oficina		\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950
Amortización de Activo Nominal Diferido		\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Gastos Financieros		\$ 4.300.000	\$ 3.738.941	\$ 3.057.254	\$ 2.229.005	\$ 1.222.682
Utilidad Antes de Impuesto		\$ 12.466.826	\$ 13.947.104	\$ 15.575.411	\$ 17.366.548	\$ 19.336.798
Impuesto 33%		\$ 4.114.053	\$ 4.602.544	\$ 5.139.886	\$ 5.730.961	\$ 6.381.143
Utilidad después de Impuesto		\$ 8.352.773	\$ 9.344.560	\$ 10.435.525	\$ 11.635.587	\$ 12.955.655
Depreciación Total		\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950	\$ 1.375.950
Amortización de Activo Diferido		\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
inversion inicial	-\$ 19.009.500					
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 19.009.500	\$ 6.016.823	\$ 7.008.610	\$ 8.099.575	\$ 9.299.637	\$ 10.619.705

Fuente: Encantos del maíz

Estado de resultado proyectado

TABLA N°17

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Cuentas	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 98.400.000	\$ 108.240.000	\$ 119.064.000	\$ 130.970.400	\$ 144.067.440
Costo de producción	\$ 51.962.572	\$ 57.158.829	\$ 62.874.711	\$ 69.162.182	\$ 76.078.400
Utilidad Bruta	\$ 46.437.428	\$ 51.081.171	\$ 56.189.289	\$ 61.808.218	\$ 67.989.040
Gastos de Administración y Ventas	\$ 31.634.652	\$ 34.798.117	\$ 38.277.928	\$ 42.105.720	\$ 46.316.292
Utilidad Operacional	\$ 14.802.776	\$ 16.283.054	\$ 17.911.361	\$ 19.702.498	\$ 21.672.748
Gastos Financieros	\$ 4.300.000	\$ 3.738.941	\$ 3.057.254	\$ 2.229.005	\$ 1.222.682
Utilidad Antes de Impuesto	\$ 10.502.776	\$ 12.544.113	\$ 14.854.107	\$ 17.473.493	\$ 20.450.066
Impuesto de Renta (33%)	\$ 3.465.916	\$ 4.139.557	\$ 4.901.855	\$ 5.766.253	\$ 6.748.522
Utilidad del Ejercicio	\$ 7.036.860	\$ 8.404.556	\$ 9.952.252	\$ 11.707.240	\$ 13.701.544

Fuente: Elaboración propia

TIR punto de equilibrio

TABLA N°18

TIR	29%
VAN	\$11.283.688,11

Fuente: Elaboración propia

Punto de equilibrio

$$Q = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE}$$

$$Q = \frac{98.400.000}{20000 - 6950} = \frac{98.400.000}{13050 * 30} = 7,54$$

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

Después de realizar el estudio financiero para la creación de ENCANTOS DEL MAIZ se puede observar que la Tasa Interna de Retorno de la inversión para este proyecto es del 29%, siendo un porcentaje atractivo, teniendo en cuenta que dicho porcentaje indica que la inversión retornaría rápidamente; así mismo el Valor Presente Neto arroja un resultado positivo, es decir, el dinero invertido generara la utilidad esperada, lo que hace viable el proyecto y garantiza su crecimiento.

CONCLUSIÓN

Emprender no es solamente tener una idea o ver algo en donde nadie ve oportunidades, por medio de este proyecto se pudo concluir que emprender va más allá de eso, es lograr plasmar esa idea sobre el papel de una manera lógica, coherente y coordinada integrado por todas las áreas de la administración de empresas.

Con este plan de negocios y su implementación se tienen grandes expectativas de éxito, principalmente debido a que la población objetivo es muy amplia, es decir afuera existe un mercado por abarcar.

El plan de mercado ayudo a establecer los requerimientos técnicos, especiales que debe tener el negocio para su éxito, por eso se le dio importancia a los atributos del producto que es novedoso, nutritivo, rico y saludable. La esencia del negocio se basa en crear y comercializar un producto especial, así satisfaciendo las necesidades del mercado objetivo, frente al vacío que presenta otras empresas de producción y comercialización que no dan este servicio.

REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA

- Purple Cow © Seth Godin, 2002 © de la traducción, ORMOGRAF, 2008 © Centro Libros PAFP, S. L. U., 2008 Gestión 2000 es un sello editorial de Centro Libros PAFP, S. L. U. Grupo Planeta, Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)
- McDaniel, Carl Jr. y Roger Gates. Investigación de mercados, 10a. edición ISBN: 978-607-522-853-2
- HERNANDEZ, Abraham. VILLALOBOS, Alejandro. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Paraninfo, 2004.

LOCK, Dennis. Project Management. Gower Publishing, Ltd. 2007.

RANDOLPH W., Alan. Gerencia de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill

Graeme Drummond, John Ensor, and Ruth Ashford, Strategic Marketing: Planning and Control, Third edition

Advertising & Promotion Chris Hackley and Rungpaka Amy Hackley, 4th Edition
Copyright © 2009, Elizabeth Parsons and Pauline Maclaran. Published by Elsevier
Contemporary Issues in Marketing and Consumer Behaviour

W. ALAN RANDOLPH University of Baltimore BARRY Z. POSNER Santa Clara
University GERENCIA DE PROYECTOS Cómo dirigir exitosamente equipos de
trabajo

Carlos S, Ronald R, Alexandra S, Carlos S, Maria Teresa M (2017). ANÁLISIS DE
ESTADOS FINANCIEROS “La clave del equilibrio gerencial”. Grupo COMPAS.

DISEÑO DE LAS POLÍTICAS DE SEGURIDAD DEL PACIENTE EN LA E.S.E HOSPITAL SAN FRANCISCO DE CIÉNAGA DE ORO.

Mileidys Isabel Ortega Ortega

Samira Irene Zabala Coronado

Noemí de Jesús Villalobos Contreras

Linda Lorena Toro Guevara

María Guadalupe Hoyos Jiménez

Tutor: Ricardo Elías Hoyos Pernet.

RESUMEN

A lo largo del tiempo la salud ha constituido una de las necesidades básicas importantes en la vida de las personas. El paciente, su seguridad y la atención del paciente es sin duda lo más importante de entidades de salud como clínicas y hospitales, ofrecer métodos y procesos eficientes para la minimización de riesgos de sufrir un imprevisto en el proceso de atención constituye un problema, el cual implica directamente en la atención de los pacientes.

A través de la observación que se realizó en la E.S.E Hospital San Francisco de ciénaga de oro, logramos evidenciar que la institución no cuenta con una política de seguridad del paciente, lo que ocasiona inconvenientes técnicos y de atención en los servicios que presta esta entidad de salud a la comunidad en general, por lo tanto, la no existencia de esta herramienta, implica que no se está generando una atención en salud segura, ya que para el grupo investigador es un problema, porque se pueden presentar eventos adversos, que se denomina, cualquier lesión no intencional causada por la atención en salud, ya sea un mal procedimiento, una orden medica e historia clínica mal formulada, una falla en la identificación del paciente, que a su vez puede complicar su enfermedad, y de la misma manera causarle la muerte.

Y de esta manera llevarnos a crear un plan de acción de mejoramiento con el fin de mitigar los riesgos en la atención en salud, esto será posible gracias a estudios cualitativos, descriptivos que se pueden llevar a cabo por medio de métodos de recolección de datos como lo son: una entrevista que se le puede ejecutar a la persona encargada del área de calidad de esta E.S.E, una encuesta de tipo cerrada que se le puede practicar al personal asistencial de esta entidad de salud y la observación planteada por medio del ente investigador.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

La seguridad de pacientes, es un componente clave de la calidad asistencial, ha adquirido gran relevancia en los últimos años tanto para pacientes y sus familias, que desean sentir seguridad y confianza en los cuidados sanitarios recibidos, como para gestores y profesionales que desean ofrecer una asistencia sanitaria segura, efectiva y eficiente. Los efectos no deseados ligados a la atención sanitaria representan una causa de elevada morbilidad y mortalidad en todos los sistemas sanitarios. Los daños que pueden ser ocasionados a pacientes en el ámbito asistencial, y el coste que éstos suponen, son de tal relevancia que las principales organizaciones de salud, así como diversas agencias y organismos internacionales, han desarrollado estrategias para proponer planes, acciones y medidas legislativas que permitan controlar los eventos adversos evitables en la práctica clínica.

Por otro lado, en el documento de *Lineamientos para la implementación de la política de seguridad del paciente en la República De Colombia* se plantea que: En Colombia se está impulsando una Política de Seguridad del Paciente, liderada por el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención en Salud, orientada a prevenir la ocurrencia de situaciones que afecten la seguridad del paciente, reducir y de ser posible

eliminar la ocurrencia de eventos adversos para contar con instituciones seguras y competitivas internacionalmente.

LOS OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar una política de seguridad del paciente, para mitigar los riesgos en la atención en salud, a través de lineamientos enfocados en las fallas del servicio, fomentando una cultura de seguridad del paciente, educativa y no punitiva, con el fin de brindar un servicio con calidad y eficiente a los pacientes en la E.S.E.HOSPITAL SAN FRANCISCO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reducir la incidencia de incidentes y eventos adversos, mediante el desarrollo de metodologías y la adopción de herramientas prácticas que mejoren las barreras de seguridad.
- Crear y fomentar un entorno seguro de la atención, a través de guías instructivas y avisos informativos y de servicios.
- Educar, capacitar, entrenar y motivar el personal para la seguridad del paciente, por medio de capacitaciones por parte del área de calidad.

METODOLOGÍA:

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realizaron estudios cualitativos tomando por medio de una observación detallada que se le aplicó la E.S.E Hospital San Francisco de Ciénaga de oro, con el fin de saber si esta entidad cumplía con los objetivos en relación con los lineamientos de las políticas de seguridad del paciente.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada de tipo Descriptivo porque se busca establecer las diferentes incidencias que tiene en la atención al paciente del E.S.E **HOSPITAL SAN FRANCISCO DE CIENAGA DE ORO**, la falta de una guía con los lineamientos de las políticas de seguridad del paciente.

POBLACIÓN

Se encuentra conformada por enfermeras auxiliares, jefes de enfermería, médicos y gestor de calidad de la E.S.E HOSPITAL SAN FRANCISCO DE CIENAGA DE ORO.

MUESTRA

La muestra está constituida por 30 personas que corresponde a 17 enfermeras auxiliares, 4 jefes de enfermería, 8 médicos y 1 gestor de calidad de la E.S.E Hospital San Francisco De Ciénaga De Oro.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas a utilizar son:

ENCUESTA: La encuesta que se aplicará será de tipo cerrada, ya que se busca recolectar información con respecto a opiniones las cuales nos van a ayudar a tener una visión clara con respecto a la importancia de que una entidad de salud cuente con una política de seguridad del paciente, la cual va dirigida al personal asistencial que son 8 médicos, 17 auxiliares de enfermería y 4 jefes de enfermería.

OBSERVACIÓN: El tipo de observación que se va a utilizar es la observación ajena, por lo que nosotras como investigadoras estableceremos un análisis directo, ya que es nuestra tarea realizar la identificación del problema. Esta va dirigida al entorno físico de la E.S.E Hospital San Francisco.

ENTREVISTA: La entrevista que realizaremos se hará al personal correspondiente al área de calidad. En esta entrevista se busca recolectar información de los empleados correspondientes a esta área, que nos permitirán conocer y determinar el alcance de la auditoria interna, realiza a los diferentes procesos de atención al paciente San Francisco. El tipo de entrevista que vamos a realizar es de tipo estructurada, ya que se prudente tener una idea clara a través de preguntas cerradas en la cual los entrevistados darán respuestas concretas sobre lo que preguntemos.

RESULTADOS ESPERADOS.

Partiendo de la información obtenida a través de la observación realizada a la ESE, se logró identificar que esta entidad no cuenta con una guía de protocolos y por lo tanto no cumple con los objetivos para prestar un servicio de atención en salud, por lo que se optó realizar el siguiente plan de acción de mejoramiento.

CRONOGRAMA PROGRAMA AUDITORIA MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD						
E.S.E. HOSPITAL SAN FRANCISCO – Mayo 2020						
Objetivo: mejorar y garantizar la calidad de los servicios con apoyo de los estándares de calidad, a través de los procesos del programa de auditoria del mejoramiento de la calidad (PAMEC)						
Que Hacer	Quien	Cuando		Donde	Por Que	Como
		Inicio	Fin			
Formulación del plan de mejoramiento	Área de calidad	09/05/2020	15/06/2020	ESE Hospital San Francisco	Con el fin de diseñar políticas de seguridad del paciente	
Selección y priorización de procesos a mejorar	Área de calidad	09/05/2020	15/06/2020	ESE Hospital San Francisco	Son objeto de mejoramiento y la base para elaborar los planes de mejoramiento.	
Ejecución del plan de mejoramiento	Área de calidad	09/05/2020	15/06/2020	ESE Hospital San Francisco	Par a que tengan claro las políticas de seguridad del paciente	

Evaluación al desarrollo del plan	Área de calidad	09/05/2020	15/06/2020	ESE Hospital San Francisco	Permite conocer si las medidas son efectivas
Aprendizaje organizacional	Área de calidad	09/05/2020	15/06/2020	ESE Hospital San Francisco	La institución se actualiza y se autoevalúa.

CONCLUSIONES

Después de la realización de este trabajo de investigación se evidencio de manera observacional que la entidad E.S.E Hospital San Francisco, ubicada en el municipio de Ciénega de Oro, no cuenta con unos lineamientos claros, los cuales son necesarios y permiten establecer los objetivos correspondientes a las políticas de seguridad del paciente.

Si no se cumple con los lineamientos generales de las políticas de seguridad del paciente es probable que la atención que reciban los usuarios sea deficiente, que el paciente no se sienta seguro con los demás actores, como los médicos y demás profesionales. También es probable que no se implementa de manera adecuada las metodologías y herramientas prácticas, soportadas en la evidencia científica disponible para diseñar técnicas de atención en salud hacia la desarrollo de una atención en salud segura para el paciente y la comunidad perteneciente al municipio de Ciénega de Oro.

RECOMENDACIONES.

Se le recomienda a la E.S.E HOSPITAL SAN FRANCISCO tener en cuenta los lineamientos de políticas de seguridad del paciente plasmado en el plan de acción de mejoramiento sugerido por el grupo de investigación, para que de esta manera puedan mejorar la calidad de atención.

Se le hace la sugerencia al encargado del área de calidad de la .E.S.E HOSPITAL SAN FRANCISCO la realización de capacitaciones al personal asistencial sobre la implementación de este plan de acción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BIOIMAGEN. (S.F). *SEGURIDAD DEL PACIENTE*. Obtenido de <http://www.bioimagen.com.co/images/documentos/seguridad-del-paciente.pdf>
- Cantillo Villarreal, E. (2007). Seguridad de los pacientes. Un compromiso de todos para un cuidado de calidad The patient's safety. A commitment for a high quality care. *Revista Científica Salud Uninorte. Revista de la División de Ciencias de la Salud de la Universidad del Norte*, 23 N°2 enero-junio de 2007.
- COLMEDICA. (2020). *Política de seguridad del paciente*. Recuperado el 2020 de 05 de 15, de Sitio web COLMEDICA: <https://www.colmedica.com/Paginas/Centros-medicos-politica-seguridad-paciente.aspx>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,, (1993). *LEY 100 DE 1993*. Bogotá: Diario Oficial No. 41.148 de 23 de diciembre de 1993.
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,, (2003). **LEY 872 DE 2003**. Bogotá: Diario Oficial 45418 de enero 2 de 2004
- Diccionario del Español de México. (s.f.). *LINEAMIENTO*. Obtenido de s.f.: <https://dem.colmex.mx/ver/lineamiento>
- Emprende Pyme. (2018). *Políticas de seguridad*, Última actualización del portal: 11/05/2020. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/politicas-de-seguridad.html>
- MedlinePlus. (2020). *Incidencia*, actualizada 02 junio 2020. Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002387.htm>
- Ministerio de Salud. (1996). *Resolución 04445*. Bogotá: Ministerio de Salud.
- MINSALUD. (2020). *Seguridad del paciente*, actualización: lunes, 8 de junio de 2020. Recuperado el 2020 de 05 de 15, de <https://www.minsalud.gov.co/salud/CAS/Paginas/seguridad-del-paciente.aspx>
- OMS. (2019). *Seguridad del paciente*. Recuperado el 2020 de 05 de 16, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/patient-safety>
- Ospina Sánchez, B. (2012). *LA SEGURIDAD DEL PACIENTE UN RETO DE CIUDAD*. Santiago de Cali: Secretaria de Salud Pública Municipal de Cali. ISBN 978-958-57547-9-9.
- Pérez Porto, J. (2008). *Definicion.de: Qué significa lineamiento*. Obtenido de <https://definicion.de/lineamiento/>

Prado Cuellar, M., Rizo Ruiz, A., Díaz, P., & Hoyos Rodriguez, A. (2014). *SEGURIDAD DEL PACIENTE UN COMPROMISO INSTITUCIONAL PARA UN ATENCION MAS SEGURA*. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES. ESPECIALIZACIÓN ADMINISTRACIÓN EN SALUD.

REPÚBLICA DE COLOMBIA. (2008). *LINEAMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA DE SEGURIDAD DEL PACIENTE EN LA REPÚBLICA DE COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/CalidadAtenci%C3%B3nEnSalud/LINEAMIENTOS%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20POL%C3%8DTICA%20DE%20SEGURIDAD%20DEL%20PACIENTE%20EN%20LA.pdf>

Revista Academia Nacional de Medicina . (2020). *Modelo conceptual y definiciones básicas de la política de seguridad del paciente*. Obtenido de Revista Academia Nacional de Medicina. Academia M. 081: <https://encolombia.com/medicina/revistas-medicas/academedia/va-81/respuestadelministerio1/>

Roldos Arosemena, E. X. (2012). *Blog:Gestion de Calidad*. Obtenido de Sitio de blogspot: <http://calidadtes.blogspot.com/2012/01/calidad.html>

Román, A. (2012). Guías clínicas, vías clínicas y protocolos de atención. Clinical guidelines, clinical pathways and protocols of care. (E. o.-N. Unported., Ed.) *Revista Biomédica Revisada Por Pares. online*.

Vincent , C., & Amalberti, R. (2016). *Título original: Safer Health Care: Strategies for the Real World. Seguridad del Paciente. Estrategias para una asistencia sanitaria más segura*. Madrid: Editorial Modus Laborandi, S. L.

Wikipedia. (2020). *Entidad promotora de salud*, última vez el 19 may 2020 a las 02:30.

Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Entidad_promotora_de_salud

IMPLEMENTACIÓN DE UNA DESPULPADORA DE FRUTAS COMO PLAN DE NEGOCIO PARA LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE FRUTA.

Wendy Jhoanna Pineda González
María José López Martínez

Tutor: Ricardo Elías Hoyos Pernet

RESUMEN

Este plan de negocio se encuentra enfocado en la implementación de una despulpadora de frutas para su comercialización y distribución en el municipio de Ciénaga de Oro Córdoba, en donde se pretende generar ventajas competitivas que hagan sostenible un modelo de negocio orientado a satisfacer la demanda del consumidor actual, que tiene un ritmo de vida agitado y que busca salud, conveniencia y placer en los alimentos que consume.

Se realizó esta investigación debido a que se encontró un problema en el municipio de Ciénaga de Oro, la falta de una mejor comercialización y distribución de los productos que los agricultores cultivan (frutas). Teniendo en cuenta la observación de los entornos de mercado que se ubican en este municipio, escogimos una zona de bastante comercio que es la plaza de mercado, por lo cual se espera una rentabilidad muy oportuna.

Impulsados en ofrecer productos de gran jerarquía a un precio asequible se pone en marcha la idea de crear un producto cien por ciento natural sin conservantes que beneficie la salud de las personas, ofreciendo al público un producto rico en vitaminas y de gran calidad para el paladar de los consumidores. Las personas podrán disponer de estas pulpas de fruta en todo tiempo por que serían procesadas en épocas de cosecha para utilizarlas cuando haya poca disponibilidad de ellas y la demanda aumente. Se realizó un estudio de mercado para determinar por medio de encuestas el comportamiento de los consumidores de la competencia y proveedores para posteriormente determinar estrategias de comunicación y promoción (marketing) para cumplir metas, finalmente en este estudio se procedió a determinar la demanda insatisfecha.

El presente estudio se realizó con el objetivo de estudiar las garantías que trae la implementación de una despulpadora de fruta como plan de negocio para la comercialización de esta los cuales demostraron que el proyecto es completamente factible, ya que arroja resultados positivos.

El diseño metodológico que se utilizó fue de tipo descriptivo ya que permite hacer encuestas y tabulaciones de información de los resultados identificando una problemática. Los resultados esperados fueron positivos porque se determina que el mercado potencial está dispuesto a adquirir la pulpa de fruta y además no existe ninguna competencia directa en el municipio, por lo tanto, el plan de negocio se hace rentable y viable.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

INTRODUCCIÓN

El consumo de frutas se ha convertido en un aporte de gran contribución a la salud de las personas, su diversidad en colores y sabores da un panorama amplio de los nutrientes que las frutas brindan para mejorar la calidad alimenticia que la gente necesita. Con el paso de los años la sociedad ha buscado satisfacer las necesidades humanas, facilitando de una manera cómoda la preparación de alimentos con productos innovadores y de alta calidad que brinden beneficios a los consumidores.

La fruta siempre ha sido considerada fuente de alimentación saludable gracias a sus componentes nutricionales. En el mercado actual se encuentra una gran variedad de frutas que pueden ser adquiridas en diferentes presentaciones como lo son: pulpa de fruta, fruta fresca, pulpa congelada entre otras.

El desarrollo del trabajo planteado inicialmente fue tomado con gran interés, no solo por la investigación de los temas propuestos establecidos por la carrera de administración, si no por el aprendizaje a través de la lectura y recolección de la

información, estadísticas mediante la virtualidad, con lo cual se pudo complementar concepciones que se tienen sobre la iniciativa y emprendimiento de un negocio.

Emprender negocio es una aventura en muchas facetas. Encontrar que satisfaga a una mayoría, como llegar a ellos, integrar la idea con la realidad, mejorarla, encontrar los recursos económicos suficientes no solo para ese empujón si no para mantener una estabilidad en el transcurso de sus primeros meses, y buscar una fidelización óptima para poder perdurar en el tiempo. Por estas conjeturas se puede decir que no cualquiera llega a su meta, ya que las cualidades de un emprendedor a un que no sean mágicas si muestran un marcado proceso de audacia riesgo y capacidad de lucha. El planear ayuda a tener control sobre el desarrollo de actividades, y deben dejar la enseñanza y el análisis de lo trabajado, también que los costos estén acorde a presupuestos pactados.

Con base a lo anterior se realizó una propuesta de un plan de negocio que involucra la comercialización y distribución de pulpa de frutas en el municipio de Ciénaga de oro, esto con el fin de suplir las necesidades de la región innovando en la forma en la que se consume tradicionalmente, fomentando el crecimiento económico y desarrollo empresarial en el departamento Por otro lado esta propuesta plantea grandes retos y oportunidades de desarrollo para el aseguramiento de calidad de producción, desarrollo económico.

OBJETIVO GENERAL

Determinar las garantías que trae la implementación de una despulpadora de fruta como plan de negocio para la comercialización y distribución de pulpa de fruta en el municipio de Ciénaga de oro Córdoba.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad que trae la implementación de una despulpadora de fruta como plan de negocio para la distribución y comercialización de pulpa de fruta en el municipio de Ciénaga de oro-Córdoba.

- Verificar que beneficios trae la implementación de una despulpadora como plan de negocio para la para la distribución y comercialización de pulpa de fruta en el municipio de ciénaga de oro.

- Establecer lineamientos, requerimientos y costeo para la comercialización y distribución de la pulpa de frutas en el municipio de Ciénaga de oro- Córdoba.

- Contribuir a satisfacer las necesidades de las personas en el mercado local referente al consumo de pulpas de frutas, optimizando recursos y reduciendo

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

Para lograr los objetivos planteados, se realizó una investigación de tipo cualitativo y de revisión documental de tema, la investigación cualitativa toma forma en el curso del estudio, por tanto, no se formulan variables o suposiciones previas, sino que desarrolla preguntas antes, durante o después de la recolección y el análisis.

Se desarrolló una metodología con inducciones a partir de la lectura de varios analistas y economistas, quienes tienen más experiencia sobre estos temas, según refieren Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2004), la investigación cualitativa toma forma en el curso del estudio, por tanto, no se formulan variables o suposiciones previas, sino que desarrolla preguntas antes, durante o después de la recolección y el análisis. Los autores indican: “Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y, después, para refinarlas y responderlas (o probar hipótesis)” (p.12). Se seleccionó la investigación de enfoque cualitativo ya que se considera que es la que permite generar interpretaciones a partir de la información recolectada sobre la implementación de una despulpadora como plan de negocio para la distribución y comercialización de pulpa de frutas en el municipio de ciénaga de oro, Córdoba.

En el proceso inductivo, la información recopilada sobre el tema en estudio constituye la guía para construir los objetivos y finalmente, establecer una apreciación

consolidada que dé respuesta al problema y objetivos de la investigación. Este material constituye el punto de partida referencial para el análisis crítico y la fijación de una postura sobre el tema. De acuerdo a lo anterior, el desarrollo del estudio también se fundamenta en una investigación documental o bibliográfica, la cual se establece a partir de la revisión de fuentes primarias o directas que: “. proporcionan datos de primera mano. Ejemplos de éstas son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales, videocintas, foros y páginas de Internet, etcétera” (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, ob. cit. p.55).

Específicamente, los documentos consultados fueron artículos en revistas indexadas como: proyectos realizados anteriormente y páginas web con diversidad de autores para abordar los diferentes análisis y estrategias. Desde el punto de vista comercial y teniendo en cuenta los aspectos positivos y negativos para garantizar una óptima funcionalidad y poder cumplir los objetivos planteados.

La investigación se realizó en el mercado público de ciénaga de oro el cual se encuentra ubicado en el casco urbano del municipio, cuenta con un total de 30 locales de los cuales 15 son utilizados para la venta de legumbres, verduras y frutas, 10 son negocios En los que se ofrecen diferentes productos dentro de estos vegetales como verduras, frutas, especias, tubérculos en mayor cantidad. También Encontramos 5 negocios ambulantes donde se venden bebidas refrescantes y jugos naturales.

ESTRATEGIAS

Estrategias de promoción: al momento de lanzamiento de nuestro producto, se realizarán promociones para el agrado de los clientes y la buena aceptación. Estas promociones se harán en tiempos variables, es decir, no se realizarán periódicamente para no generar malos hábitos en nuestros clientes.

Estrategia de comunicación: en las estrategias de comunicación a implementar, utilizaremos la emisora local “latina estéreo” para difundir y lograr que el público en general capte la información deseada, así mismo, la publicidad voz a voz es muy importante teniendo en cuenta que es un municipio donde este método de publicidad es muy efectivo.

Enfocarse en las necesidades de los clientes

MÉTODO

El método de investigación es descriptivo porque permite conocer técnicas como son las encuestas, entrevistas, revisión de documentos que provienen de diferentes fuentes de consulta. Los datos recogidos en estos cuestionarios permiten tabular la información de los resultados e identificar la problemática identificada.

Para el presente proyecto se tuvo en cuenta la investigación descriptiva, por lo que permite hacer análisis del tema de investigación de manera sistemática donde se recogen los datos de una hipótesis y resumen la información de manera cuidadosa y luego ser analizada a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyen al conocimiento.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN

Las técnicas empleadas en la investigación son:

Observación: la observación que se llevara a cabo en esta investigación es de tipo directa ya que nos permite recolectar datos de información sobre las necesidades de los clientes con respecto a la pulpa de fruta.

Encuesta: la encuesta que se llevara a cabo en el proyecto de investigación es descriptiva de tipo cerrada, a través de una tabulación, ya que se pretende especificar las necesidades, gustos y preferencia de los clientes de ciénaga de oro; con respecto a los diferentes tipos de pulpas de frutas esta encuesta se realiza a un total de 40 personas tanto comerciantes como consumidores de la plaza de mercado.

Recopilación documental: el desarrollo del estudio también se fundamenta en una investigación documental o bibliográfica, la cual se establece a partir de la revisión de fuentes primarias o directas que proporcionan datos de primera mano. Específicamente, los documentos consultados fueron artículos en revistas indexadas como: proyectos realizados anteriormente y páginas web con diversidad de autores para abordar los diferentes análisis y estrategias. Desde el punto de vista comercial y teniendo en cuenta los aspectos positivos y negativos para garantizar una óptima funcionalidad y poder cumplir los objetivos planteados.

POBLACIÓN

La población de la investigación se encuentra conformada por comerciantes, vendedores ambulantes en la plaza de mercado del municipio de Ciénaga de Oro Córdoba.

MUESTRA

La muestra está constituida por de 30 locales de los cuales 15 son utilizados para la venta de legumbres, verduras y frutas, 10 son negocios En los que se ofrecen diferentes productos dentro de estos vegetales como verduras, frutas, especias, tubérculos en mayor cantidad. También Encontramos 5 negocios ambulantes donde se venden bebidas refrescantes y jugos naturales.

DISEÑO DE LA PROPUESTA:

IMPLEMENTACIÓN DE UNA DESPULPADORA DE FRUTA COMO PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PULPA DE FRUTA EN EL MUNICIPIO DE CIENAGA DE ORO – CÓRDOBA.

Si bien, las frutas nos proporcionan componentes nutricionales muy importantes, los cual nos ayuda a que tengamos una vida saludable y que podamos tener una calidad alimenticia que todos debemos tener para nuestro desarrollo integral.

Siguiendo este orden de ideas, es importante resaltar la gran biodiversidad que el Municipio de Ciénaga de Oro – Córdoba posee en relación a la misma, pero que

comprendido en el marco de la comercialización y distribución de las frutas no ha sido explotado al máximo, debido a la inexistencia de herramientas que faciliten el proceso de extracción de las pulpas; es por dicha razón que esta propuesta va dirigida al mejoramiento de la comercialización y distribución por medio de la implementación de una despulpadora de frutas la cual genere un alto índice de rentabilidad y un menor costo a los vendedores primarios, optimizando los recursos y reduciendo costos.

Por lo tanto, se ha tomado de base un objetivo principal como mecanismo alternativo de resolución del problema y que contribuirá a la economía del plan de negocio en el Municipio de Ciénaga de Oro y es:

OBJETIVO: formular el plan de negocio para la comercialización y distribución de las frutas por medio de la incursión de la herramienta (despulpadora de fruta) para rentabilidad y sostenibilidad de la economía para el plan de negocio en el Municipio de Ciénaga de Oro – Córdoba.

Por otra parte, este objetivo antes mencionado se llevará a cabo por medio de la implementación de una serie de actividades o estrategias comerciales que ayuden a despertar el interés de toda la población por esta nueva propuesta de intervención. Por consiguiente, encontramos una serie de actividades o estrategias tales como:

ESTRATEGIAS DE MARKETING: La implementación de esta técnica se hace con la intención de estimular el interés por toda la población y generar un alza en el índice de demanda, con referencia a la despulpadora de frutas, como herramienta fundamental para la economía de dicha comunidad y para el plan de negocio. Lo antes mencionado se ejecutará por medio de:

- ✓ Canales informativos locales (emisora latino estero).
- ✓ Periódicos.
- ✓ Murales.
- ✓ Pasacalles.
- ✓ Portales digitales. (Facebook, instagram, whatsapp, etc.)

ACTIVIDADES

1. Demostración y funcionalidad de la despulpadora de frutas y sus beneficios.
2. Ejecución de talleres informativos (charlas): Con la finalidad de sensibilizar al consumidor de que existen otros mecanismos para la extracción de la pulpa de frutas que generan rentabilidad y que al mismo tiempo puede reducir costos.

RESULTADOS ESPERADOS

Tras el planteamiento del proyecto de investigación se espera obtener:

- Información financiera del plan de negocio.
- Información sobre la maquinaria a utilizar.
- Información sobre cuánto y cómo se puede producir a demás Obtener los costos administrativos del plan de negocio.
- Obtener información útil a través de encuestas con el fin de descubrir las preferencias del consumidor.
- Suplir las necesidades del consumidor, teniendo como base las preferencias, gusto y en cuanto a la cantidad de pulpa de frutas consumidas.

CONCLUSIONES

Al momento de realizar esta propuesta, hemos podido identificar las capacidades agrícolas que tiene el municipio de Ciénaga de oro, y su contribución, a mediano plazo y largo, a la salud de las personas del municipio, mediante el consumo de fruta despulpada; puesto que se ha podido conocer más de cerca el potencial que tiene ésta zona del caribe colombiano, convirtiéndose así en una buena oportunidad de negocio, pero al mismo tiempo la oportunidad de brindarle a los lugareños y visitantes, un producto del campo, a su hogar, económico y práctico para el consumo humano, supliendo así una necesidad primaria, como lo es el consumo de fruta y los beneficios de la misma.

Nuestro producto lo daremos a conocer, en primer lugar, colocando en conocimiento de las personas, la gran cantidad de beneficios nutricionales que contiene el

producto que se les ofrece, un estudio de mercadeo y publicidad, y de paso el apoyo a un grupo de jóvenes emprendedores que están dispuestos a ofrecer un servicio a cada uno de los hogares Cienagueros. Luego de poner en funcionamiento la planta despulpadora, estaremos en la capacidad de formar a otros jóvenes de la región sembrando en ellos también el deseo de emprender, y con ello ofrecerles una mejor calidad de vida, mediante el desarrollo económico y empresarial, suyo propio, y de sus familias.

De esta manera, colocaremos todo nuestro potencial a funcionar y sacaremos adelante nuestra empresa, cada día, posicionando nuestro producto como uno de los mejores del mercado.

RECOMENDACIONES

A las personas que están pensando en desarrollar proyectos relacionados con la implementación de una despulpadora de fruta para la comercialización y distribución de esta, se les sugiere:

- estar actualizado en las tendencias de consumo para mayor satisfacción de los clientes y saberles llegar a estos.
- Efectuar un estudio económico y financiero detallado, con el fin de dar Mayor solidez a la viabilidad del proyecto.
- Establecer un equipo de promotoras, las cuales estén dando a conocer el Producto en los puntos de venta y así mismo controlen que se cumplan con la Reglamentación sanitaria.
- Se debe realizar una investigación de mercados dirigida al mercado local Con el fin de determinar la viabilidad de generar estrategias frente a este.

La implementación de una despulpadora de frutas como plan de negocio, es decir, la creación de una unidad productora de pulpa de fruta, no solo depende de contar con la infraestructura necesaria para realizar las actividades de producción, distribución, comercialización y administración, ni de la consecución del capital para iniciar las

operaciones; es un proceso más complejo que abarca la reestructuración organizativa y la formulación de nuevas políticas dentro de la investigación. Que tengan por objeto no solamente la función de ánimo de lucro, sino comercial, sentando para eso las bases para su ejecución.

La formulación y puesta en marcha de este tipo de proyectos benefician en gran medida la economía regional ya que se convierten en propulsores de desarrollo gracias a la inversión que se realiza En cuanto a recursos físicos, financieros y sobre todo humanos; además el óptimo aprovechamiento de los productos agrícolas y la agro industrialización, se traduce en la producción de bienes de alta demanda y con un grado de tecnificación que brinda confianza y expectativa al consumidor final.

BIBLIOGRAFÍA

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación*. (p. 12,

55). Recuperado de:

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Suasnavas Gutiérrez, I. L.; Zambrano Cisneros, A. M. (2010). Plan de negocios para la producción comercialización y distribución de pulpa base de frutas tropicales orgánicas a nivel nacional e internacional (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito. Disponible en:

<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1741/1/UDLA-EC-TINI-2010-15.pdf>

Octavio, E. (2003, Junio 9). Estudio para la constitución de una planta dedicada a la producción, comercialización y distribución de la pulpa de la ciruela en la población de Campeche. Disponible en:

<https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/2636>

Gladys, R. & Julio, C. (Marzo del, 2011). Transformación y comercialización de pulpa y néctar de piña en la modalidad de producción por outsourcing con la asociación municipal de usuarios campesinos - amuc, en el municipio de Santander de Quilichao

cauca. Tomado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1305/2011-25P-35.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE PALETAS DE YUCA “YUCCA COOL”

María Alejandra Benítez Ayala

Abel Eduardo Martínez Acevedo

Diana Luz Pacheco Olea

María José Petro Soto

RESUMEN

El proyecto YUCCA COOL paletas de yuca se establecerá en el Municipio de San Pelayo – Córdoba, con la finalidad de crear un nuevo producto natural elaborado con un tubérculo cosechado y cultivado en la región. De esta manera apoyamos a los campesinos de la región generando una mayor demanda del producto.

El objetivo de este proyecto de inversión es determinar el estudio de prefactibilidad para la puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de paletas a base de yuca en el Municipio de San Pelayo – Córdoba.

La metodología para utilizar

Hernández, Fernández y Batista (2014) indican que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar las teorías.

Con base en el concepto anterior, en este proyecto el enfoque cuantitativo se aplicó a los resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta para determinar la viabilidad de la aceptación y la metodología empleada en la formulación, ejecución, y control del proyecto de inversión de capital.

El proyecto cuenta con gran ventaja frente a sus competidores, pues el precio es exequible y libre de preservantes y colorantes; de igual forma tiene altos niveles de innovación pues es un producto con un sabor no convencional en el mercado.

Este plan de inversión está integrado por estudiantes de décimo semestre de administración de empresas de la Universidad de Cartagena sede Cereté, quienes serán los socios capitalistas y gestores del proyecto. Conformando una sociedad comandita simple en la cual los participantes harán aportes económicos de montos iguales y laborales en la empresa.

Para la puesta en marcha del proyecto de inversión YUCA COOL paletas de yuca en el Municipio de San Pelayo – Córdoba se requiere de una inversión inicial de \$15.000.000 millones.

Después de realizar el estudio económico – financiero para la creación de la empresa se puede observar que la tasa interna de la inversión (TIR) es del 39,2%, siendo este un buen porcentaje indicándonos que la inversión retornará rápidamente. De igual forma el valor presente neto (VNA) nos muestra un resultado positivo lo que indica que dinero invertido genera la utilidad esperada, lo que hace viable el proyecto y garantiza su crecimiento.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción

Con este plan de negocio buscamos demostrar la factibilidad de elaborar paletas a base de yuca, siendo esta una idea innovadora en el mercado, pues no tenemos competidores directos que se dediquen a la fabricación de paletas a base de yuca; por lo anterior, YUCCA COOL busca diferenciarse con sus paletas artesanales resaltando el sabor natural de la yuca. Llegando al mercado con un producto fabricado bajo altos estándares de calidad, aprovechando la demanda de la materia prima. (Castro, 2009)

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar el estudio de pre factibilidad para la puesta en marcha para una empresa productora y comercializadora de paletas a base de yuca en el Municipio de San Pelayo -Córdoba.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Hacer un estudio de mercado que permita calcular la demanda del Municipio de San Pelayo.
- Realizar un estudio técnico que especifique todos los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Hacer un estudio económico y financiero que calcule la rentabilidad del proyecto.

METODOLOGÍA

ESTUDIO DE MERCADO

Definición del producto: nuestro producto a ofrecer es una deliciosa y nutritiva paleta elaborada a base de yuca, que es sembrada en la región; sumado a esto, posee beneficios nutricionales, contiene vitaminas C y K, minerales, calcio y potasio; además de un bajo porcentaje de grasa lo que la convierte en un alimento nutritivo para toda la población. (Rodríguez, 2010)

El mercado: al analizar el mercado local de San Pelayo, se identificó que los productos ofrecidos en la línea de helados son los sabores tradicionales tales como: fresa, nata, vainilla, chocolate, entre otros. Por lo que se identificó la posibilidad de innovar en la línea de paletas elaborando y comercializando un producto nutritivo, económico, de fácil acceso y con un sabor no convencional. (Padilla, 2011)

La encuesta: para la realización de la encuesta se tomó una muestra de 304 personas entre las edades de 10 a 60, de ambos sexos y con una estratificación social de uno

(1) a tres (3). El resultado obtenido nos muestra que la población frecuentemente consume helado. Así mismo les parece innovadora y atractiva nuestra idea de negocio; ante lo anterior se puede concluir que la idea de negocio es viable en nuestra población y tiene aceptabilidad en el mercado. (Rodríguez, 2010)

Cálculo de la demanda: Se calcula la demanda de paletas de yuca en el Municipio de San Pelayo, de acuerdo con los resultados de la encuesta realizada podemos decir que de las 304 encuesta nos dieron resultados favorables para la viabilidad del proyecto 239, con estos datos hacemos el cálculo de la demanda del proyecto: (Urbina, 2013)

Población	1.900
Aceptación	75%
1.900 x 75%	1.400

1.400 x 4 (mensuales)	5.600
Demanda potencial mensual	5.600 unidades

Precio de venta:

COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	964
% Utilidad	0,25
PV	1500

Analizamos la competencia en cuanto al precio, calidad del producto, segmento en el mercado, los procesos productivos y los proveedores, obteniendo como resultado que nuestro producto es competitivo en cuanto a la calidad y el precio ante la competencia siendo este un producto innovador.

Análisis de la mezcla de mercado (4ps).

Producto	<p>Características: producto natural a base de yuca</p> <p>Estilo: paletas</p> <p>Marca: YUCCA COOL” paletas de yuca</p> <p>Empaque: empacado en bolsa</p> <p>Tamaño: 100gr.</p> <p>Garantía: producto apto para el consumo humano</p> <p>Servicios: punto de venta y servicio a domicilio</p>
Precio	<p>Público: \$1500</p> <p>Plazos: ventas de contado.</p>
Plaza	<p>Canales: se utilizarán canales de distribución indirectos ofreciendo un porcentaje del 20% a los intermediarios.</p> <p>Cubrimiento: inicialmente se posesionará el producto en el municipio de San Pelayo, luego se buscarán distribuidores en los municipios de Cotorra y Cereté.</p> <p>Lugares: en San Pelayo estará el punto de venta directa</p> <p>Inventario: el proyecto inicia con un promedio de 187 paletas diarias, con proyecciones de expandir las ventas con distribuidores.</p> <p>Subcontratación de servicios de domicilios para la entrega.</p> <p>Almacenamiento: contamos inicialmente con un congelador y un área de almacenamiento de la materia prima.</p>
Promoción	<p>Online: presencia en redes sociales, Instagram y Facebook para informar, persuadir y comunicar al cliente todo lo relacionado con YUCCA COOL a través de contenido digital interactivo.</p> <p>Offline: activación de marca en el punto de venta, eventos y actividades para captar la atención de los clientes potenciales.</p> <p>Vayas y pendones publicitarios.</p>

	Relaciones públicas. Charlas y conferencias en colegios, empresas o entidades públicas sobre los inicios del proyecto y la importancia de innovación y desarrollo del producto.
--	---

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño de la planta: el proyecto YUCCA COOL se determinó un tamaño óptimo para la planta de 4x4, ya que es la medida necesaria para la producción según las unidades a producir y el espacio para la distribución necesarias.

Distribución: área de almacenamiento, de producción, de control de calidad, área de servicio y distribución, servicio de aseo y de desechos. (Urbina, 2013)

Proceso de producción:

Etapa	Tiempo de duración	Responsable
Selección del producto	10 minutos	Producción
Pelado y lavado de la yuca	30 minutos	Producción
Cocción de la yuca	1 hora	Producción
Licuada de la yuca con los demás ingredientes	20 minutos	Producción
Se vierte la mezcla en los moldes para paletas	15 minutos	Producción
Se les colocan los palitos de paleta a la mezcla en los moldes	10 minutos	Producción
Se lleva al congelador donde debe estar a -20 C°	3 horas	Producción
Se procede al empacado	1 minutos por paletas	Producción

Factores fijos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Licadora Oster xpert R2G 2 litros	2	323.900	\$ 647.800
Electrolux Congelador horizontal 200 lts dual blanco	1	749.000	\$ 749.000
Mesón Clásico Liso 180x60 cm con Poceta Izquierda Mezclador Acero Inoxidable Socoda	1	404.900	\$ 404.900
Estufa de sobremesa 2 puesto acero inoxidable gris 2120	1	119.900	\$119.900
Balanza electrónica	1	119.900	\$ 119.900
Computador All in One Lenovo Ideacentre AIO 330 -20AST 19.5 pulgadas AMD A6 4GB 500GB	1	1.129.900	\$ 1.129.900
impresora hp laserjet p1102w a blanco y negro	1	569.900	\$ 569.900
Adecuación de la empresa	1	1.700.00	1.700.000
Registro cámara de comercio	1	250.000	250.000
Estudio de suelo	1	150.000	150.000
Registro INVIMA	1	170.000	170.000
		TOTAL	\$ 6.011.300

Micro localización

Para la micro localización de la planta se propone estar ubicado en el Municipio de San Pelayo Barrio San Martín calle 3 carrera 2ª – 25. Al momento de la selección del lugar se tuvo en cuenta la aproximación a los clientes, la cercanía para la adquisición de la materia prima, la accesibilidad de la casa para la elaboración y comercialización del producto y que cuenta con los servicios necesarios como son electricidad, agua potable y gas. (Janneth A, 2018)

Financiación del proyecto:

Para la puesta en marcha del proyecto de inversión YUCCA COOL PALETAS DE YUCA en el Municipio de San Pelayo, los integrantes del proyecto realizaremos aportes iguales de 3.750.000 cada uno, provenientes de los ahorros de cada uno para un total de 15.000.000.

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Financiación: el proyecto será financiado íntegramente por los inversionistas sin tomar deudas.

Método de evaluación: para determinar la viabilidad del proyecto calculamos la tasa de interés del retorno (TIR) y el valor actual neto (VNA).

Tabla 1			
<i>Capital de trabajo</i>			
Costos operativos			
Unidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1	Materia prima	4.195.900	\$ 4.195.900
1	Mano de obra	1.007.303	\$ 1.007.303
TOTAL, COSTOS OPERATIVOS			\$ 5.203.203
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)			

Tabla 2			
<i>Gastos administrativos y de ventas</i>			
Unidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1	Arriendo	350.000	\$ 350.000
1	Papelería	8.000	\$ 8.000
1	Servicios públicos	250.000	\$ 250.000

1	Salarios y Prestaciones	1.007.303	\$ 3.021.909
TOTAL, COSTOS OPERATIVOS			\$ 3.629.909
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)			

Tabla 3	
<i>Total, inversiones y capital de trabajo</i>	
Inversiones	Capital de trabajo
\$3.741.300	\$8.833.112
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)	

Tabla 4			
<i>Proyecciones de ventas</i>			
PROYECCIONES DE INGRESOS AÑO 1 Y 2			
Paletas YUCCA COOL			
MES	PRECIO	UNIDADES	TOTAL, VENTAS
1	\$ 1.500	5600	\$ 8.400.000
2	\$ 1.500	5600	\$ 8.400.000
3	\$ 1.500	5600	\$ 8.400.000
4	\$ 1.500	6440	\$ 9.660.000
5	\$ 1.500	6440	\$ 9.660.000
6	\$ 1.500	6440	\$ 9.660.000
7	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
8	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
9	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
10	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
11	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
12	\$ 1.500	7728	\$ 11.592.000
13	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
14	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
15	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
16	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
17	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
18	\$ 1.600	8655	\$ 13.848.576
19	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
20	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
21	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
22	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
23	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
24	\$ 1.600	9000	\$ 14.400.000
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)			

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 5					
<i>Estado de situación financiera</i>					
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja	\$ 8.284.259	\$ 10.473.701	\$ 13.319.975	\$ 17.020.132	\$ 21.830.335
Inventarios de materia prima	\$ 10.679.640	\$ 10.283.687	\$ 18.548.528	\$ 12.190.210	\$ 7.728.106
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	\$ 18.963.899	\$ 20.757.388	\$ 31.868.503	\$ 29.210.342	\$ 29.558.441
ACTIVOS FIJOS					
Muebles y Enseres	\$ 2.041.500	\$ 1.889.830	\$ 1.709.660	\$ 1.517.500	\$ 2.041.500
Equipos de Oficina	\$ 1.699.800	\$ 1.359.840	\$ 1.019.880	\$ 679.920	\$ 339.960
Activos Diferidos	\$ 1.816.000	\$ 1.362.000	\$ 908.000	\$ 454.000	\$ 0
Depreciación Acumulada	\$ 3.209.180	\$ 2.677.060	\$ 2.144.940	\$ 1.612.820	\$ 1.080.700
TOTAL, ACTIVO FIJOS	\$ 2.348.120	\$ 1.934.610	\$ 1.492.600	\$ 1.038.600	\$ 1.300.760
TOTAL, DE ACTIVOS	\$ 21.312.019	\$ 22.691.998	\$ 33.361.103	\$ 30.248.942	\$ 30.859.201
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Utilidad del Ejercicio	\$ 6.312.019	\$ 7.691.998	\$ 18.361.103	\$ 15.248.941	\$ 15.859.201
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 21.312.019	\$ 22.691.998	\$ 33.361.103	\$ 30.248.941	\$ 30.859.201
TOTAL, PASIVO+ PATRIMONIO	\$ 21.312.019	\$ 22.691.998	\$ 33.361.103	\$ 30.248.941	\$ 30.859.201
Nota. (Benítez, et al; 2020)					

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 6						
<i>Flujo de caja</i>						
Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 123.732.000	\$ 169.491.456	\$ 177.288.063	\$ 184.379.585	\$ 191.386.010
Egresos:						
Costo de producción		\$ 62.438.436	\$ 96.005.640	\$ 100.805.922	\$ 110.627.751	\$ 114.831.606
Gastos de Administración y Ventas		\$ 50.662.908	\$ 60.795.490	\$ 47.867.777	\$ 49.782.488	\$ 51.674.223
Utilidad Antes de Impuesto		\$ 10.630.656	\$ 12.690.326	\$ 28.614.364	\$ 23.969.346	\$ 24.880.181
Impuesto 33%		\$ 3.332.517	\$ 4.012.208	\$ 9.267.141	\$ 7.734.285	\$ 8.034.860
Utilidad después de Impuesto		\$ 7.298.139	\$ 9.487.581	\$ 12.333.855	\$ 16.034.012	\$ 20.844.215
Activos Diferidos		\$ 454.000	\$ 454.000	\$ 454.000	\$ 454.000	\$ 454.000
Depreciación		\$ 532.120	\$ 532.120	\$ 532.120	\$ 532.120	\$ 532.120
INVERSION INICIAL	\$ 15.000.000					
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 15.000.000	\$ 8.284.259	\$ 10.473.701	\$ 13.319.975	\$ 17.020.132	\$ 21.830.335
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)						

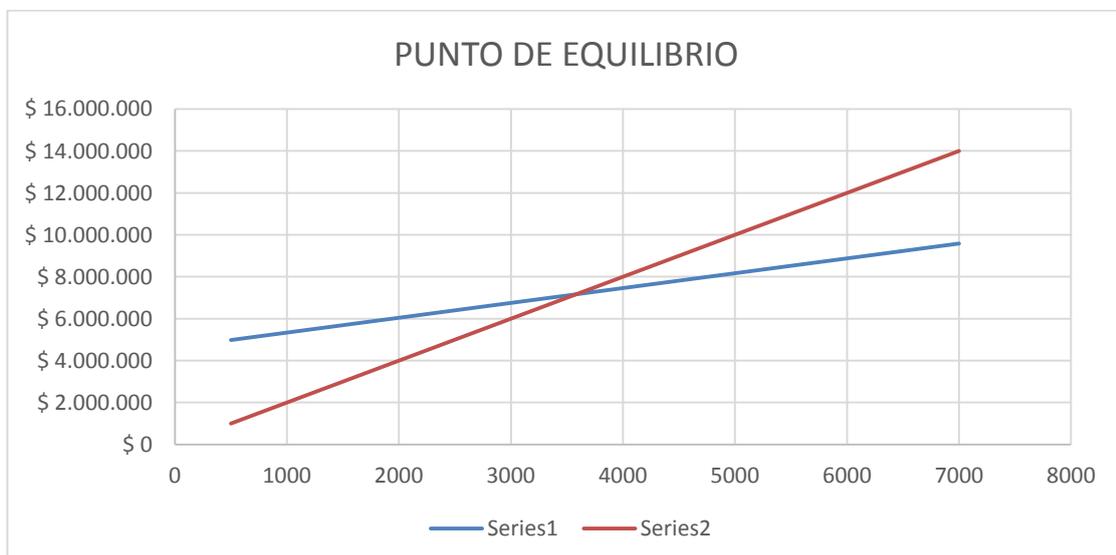
ANALISIS DE VIABILIDAD DEL PROYECTO

TIR	39,2%
VAN	\$ 34.275.213

La Tasa Interna de Retorno de la inversión para este proyecto es del 39,2% un porcentaje bastante llamativo para los inversionistas, lo que traduce en que la inversión retornaría rápidamente y recuperarían fácilmente su inversión, además dicho porcentaje es mayor a la tasa de retorno que ellos esperan; por su parte Valor Actual Neto arroja un resultado de \$34.275.213 es decir, el dinero invertido generara la utilidad esperada; finalmente, el Numero de periodos guarda relación con el tiempo establecido por los socios para la puesta en marcha, estabilización y recuperación de la inversión; esto indica que el proyecto es viable.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para el proyecto de inversión de YUCA COOL corresponde al valor en el cual no se pierde ni se gana, es decir, se obtiene una utilidad de \$0 (Urbina, Evaluación de proyectos octava edición , 2017)



En ese sentido, el punto de equilibrio para YUCA COOL corresponde a:

Tabla 7	
PE	3.583
Ventas	\$ 7.165.963
Costos de venta	\$ 2.536.751
Utilidad Bruta	\$ 4.629.212
Costos y gastos fijos	\$ 4.629.212
Utilidad Neta	\$ 0
Nota. (Benítez, <i>et al</i> ; 2020)	

El punto de equilibrio para YUCA COOL es de 3.583 unidades, lo cual corresponde a \$7.165.963 en ventas mensuales, con ingresos por este valor obtiene una utilidad de \$0 es decir que YUCA COOL debe vender al menos 3.583 unidades para poder cubrir sus costos y gastos fijos sin tener pérdidas.

RESULTADOS

En el Municipio de San Pelayo se presentan factores que pueden determinar nuestro proyecto como lo es una elevada oferta de la materia prima “yuca”, es tanta la producción de este cultivo que el mercado local queda pequeño ante la cantidad de yuca que se produce, por lo tanto, los cultivadores han tenido pérdidas, puesto que hay una baja demanda ante la cantidad ofertada del producto en mención, lo que puede ocasionar que nuestros campesinos opten por no cosecharla. Por lo anterior nuestra idea de negocio va encaminada en la innovación de un producto a base de yuca.

CONCLUSIONES

El proyecto de la empresa YUCCA COOL se crea con la finalidad de elaborar un producto natural propio de la región, que además de ser cremoso y refrescante brinda un excelente valor nutricional y sobre todo que cumple con todas las normas de calidad, nuestra misión es ganarnos la confianza del cliente y que este se sienta a gusto y satisfecho con lo que consume.

FUTURAS INVESTIGACIONES

Se concluye expandir el mercado a otros Municipios como Loricá, Cereté, y Cotorra para seguir abarcando el mercado y ser más viable el proyecto.

REFERENCIAS

Benitez, P. P. (2020). *Estado de situación financiera* . cerete .

Castro, A. M. (2009). *proyecto de inversión evaluación y formulación* . punta santa fe
mexico: freelibros.

Janneth A, M. I. (2018). *proyectos de inversión: un enfoque practico*. Espoch.

Maria alejandra Benitez, M. J. (2020). *estado de resultado*. Cerete .

Padilla, M. C. (2011). *formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe ediciones.

Rodriguez, V. (2010). *Fformulación y evaluación de proyectos* . Colombia: Limusa.

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos septima edición* . Mc Graw Hill.

Urbina, G. B. (2017). *Evaluación de proyectos octava edición* . McGrawHill.

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE DULCES Y POSTRES TÍPICOS EN
EL MUNICIPIO DE CERETÉ- CÓRDOBA.**

Andrés Madera Torres

Kelly Susana Reyes Caballero

Sandra María Vergara Mira

Tutor: Ricardo Elías Hoyos Pernet

RESUMEN

Este emprendimiento busca crear una empresa productora y comercializadora de dulces y postres típicos en el municipio de Cereté - Córdoba, que contribuya al desarrollo económico y personal. Queremos brindarle a los ceretanos un espacio agradable donde se puedan ofrecer este tipo de dulces y postres en todo momento, serán nutritivos, exquisitos, saludables y con un precio asequible. Manejaremos diferentes clases de dulces y postres, entre ellos que sean aptos para diabéticos, cumpliendo con todas las normas legales, sanitarias y técnicas.

Cereté cuenta con 95.357, aplicando el método descriptivo pretendemos que todos sus habitantes accedan a nuestros productos, sin necesidad de esperar ocasiones o fechas especiales para poder consumirlos. Con la implementación de este proyecto, se pretende generar alternativas de desarrollo empresarial para la región, se desarrollará un análisis de los diferentes aspectos del producto, como son la producción, la competencia,

la distribución etc. Se desea incursionar con innovación y calidad, mediante la ayuda de estrategias de mercadeo de bajo costo, pero de gran impacto para lograr su posicionamiento en el mercado.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

INTRODUCCIÓN

Este informe de investigación está compuesto por el título del proyecto, los nombres de autores y asesor, el resumen de la investigación realizada, seguida de la descripción de la investigación, ésta la conforma la introducción, los objetivos planteados, la metodología aplicada, los resultados esperados, las conclusiones y recomendaciones de la propuesta y sus referencias bibliográficas.

Este proyecto empresarial busca promover el consumo diario de dulces y postres típicos en Cereté, en un espacio agradable y cómodo donde los puedan encontrar. Teniendo en cuenta que estos productos generalmente se encuentran en las festividades municipales, con esta idea de negocio buscamos que los habitantes de Cereté tengan un punto fijo donde degustar estos dulces y postres.

OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa productora y comercializadora de dulces y postres típicos en Cereté-Córdoba y que cuente con un lugar agradable donde los habitantes puedan encontrar este tipo de productos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar a través de este; factores como la demanda, oferta, precios, canales de distribución, estrategias de publicidad y promoción de los productos que se ofrecerán en el municipio de Cereté.

- Elabora un estudio técnico que permita verificar la rentabilidad que tendrá la creación de esta empresa a través de su localización, producción y comercialización de estos productos en el municipio de Cereté.

- Identificar los recursos tecnológicos, financieros y humanos requeridos para la creación de una empresa productora y comercializadora de dulces típicos en el municipio de Cereté.

- Definir el perfil del equipo empresarial y del personal requerido para la creación de esta empresa.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación en el que está basado este proyecto es el de Investigación Mixta, porque nos permite recolectar y analizar datos tomados de un objeto de estudio con el fin de describir las características y comportamientos mediante un análisis. Se tomarán datos estadísticos cuantitativos para el muestreo y a partir de la información obtenida se realizará un análisis cualitativo.

METODO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se encuentra enfocado en un método de investigación descriptiva, que consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular, utilizaremos una metodología apropiada para recaudar la información general necesaria para la puesta en marcha de este proyecto y luego analizar los datos reunidos y descubrir la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de dulces y postres típicos ubicada en el municipio de Cereté.

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Este emprendimiento inició como una propuesta para la elaboración de un proyecto de investigación sobre la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de dulces y postres típicos ubicada en el municipio de Cereté, con la finalidad de que el municipio cuente con un lugar en donde se pueda comprar este tipo de productos. Esta empresa estará ubicada en el centro comercial Gran avenida, localizado en la Transversal 7, en este municipio, se alquilará un local en donde se pueda brindar a los cereteanos un producto tradicional de la región y de buena calidad; para poder introducir esta empresa en el mercado partimos de diferentes objetivos, iniciando por realizar un estudio de mercado, se recopilará información, a través de observación directa, realización de encuestas y entrevistas a los habitantes, que nos permita conocer que tanta demanda y oferta tendrían estos productos, de igual forma este estudio nos ayudará a determinar cuál sería el precio apropiado y que canales de distribución se necesitarían para idear esta empresa; el grupo investigador identifica que va a utilizar el canal directo corto ya que en este solo interviene el fabricante y el consumidor final. También realizaremos un estudio técnico que nos permita conocer los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de estos productos y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requerida. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Para realizar este estudio técnico, lo primero que haremos es verificar si el producto a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción, luego determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación, especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación. A su vez

identificaremos los recursos tecnológicos necesarios para la puesta en marcha de este emprendimiento a través de este medio se pretende cumplir con los objetivos, algunos de los recursos que se necesitarán son: licuadora, estufa, horno, cucharones, batidores, refrigeradores, ollas, moldes de diferentes tamaños, etc., para la higiene del personal se utilizará, gorros, guantes y tapabocas. Los anteriormente mencionados son recursos tecnológicos tangibles, los recursos intangibles son fundamentales para poder llevar a cabo el desarrollo de esta empresa, entre estos utilizaremos el internet, para la publicidad y contactos, los recursos financieros se identificarán en la medida que se ponga en marcha la empresa, el recurso humano de ésta se conformará por 5 personas al comienzo para la producción y comercialización de los dulces y postres típicos. Por otra parte, el perfil del equipo será de la siguiente manera, 3 personas encargadas de la producción y empaque de los productos, 1 persona encargada de la comercialización, y 1 persona que se encargará de la parte administrativa y publicidad como tal, para iniciar solo requeriremos estas personas, a medida vayamos viendo la aceptación y beneficios de la empresa se involucrarán más.

Estableceremos precios accesibles con promociones, además de vender en un local del centro comercial gran avenida, también se realizará la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán y venderán estos productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia los hogares que lo soliciten ya que tendremos venta a domicilio. La estrategia de productos, en este proyecto de producción y comercialización de dulces y postres típicos de alta calidad, vendría en su empaque original que permitirá conservar su estado y para el fácil reconocimiento de la empresa llevara el logo que la distinguirá. Finalmente, la estrategia de promoción y publicidad se hará según los análisis de los avances tecnológicos que se han generado con el paso del tiempo hasta la actualidad, los medios de comunicación han sido los más recurridos al momento de promocionar un producto nuevo, un bien y/o

servicio. Teniendo en cuenta esto, uno de los medios previos a utilizar sería la entrega de “Flayers” con el fin de promover y dar a conocer todos los productos a impulsar al mercado. Otro de los medios propuestos a utilizar son las redes sociales se creará una “fanspage” y cuenta en Instagram, Facebook, ya que estas últimamente han sido tendencia a nivel mundial, con el fin de promocionar dichos productos. Una de las estrategias de promoción más recurrida en el mercado y con un gran éxito es “paga 1 y lleva 2” o “Por la compra del segundo producto lleva el tercero a mitad de precio”, estas son estrategias que no se pueden dejar a un lado ya que generan gran impacto en el público.

RESULTADOS ESPERADOS

1. Después de realizar un estudio de mercados, se espera conocer la demanda, oferta, establecer los precios, definir que canales de distribución se escogerá, las estrategias y promoción de los productos a ofrecer.

2. Se espera conocer el mejor punto de localización, y después de aplicar la encuesta esperamos que la población objeto de estudio pueda aceptar esta propuesta de emprendimiento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- A partir de la observación directa se pudo obtener información sobre la demanda de dulces y postres típicos importante dentro de los restaurantes como en pastelerías del municipio de Cereté, donde se pretende brindar nuestros exquisitos productos y así aumentar el número de dulces típicos en Cereté Córdoba, ofrecidos, para expandir la variedad gastronómica de cada barrio del departamento para así ofrecer mayores beneficios a los clientes y Mantener unos precios tanto competitivos como asequibles ante la competencia.

- En la realización de este proyecto recopilamos mucha información necesaria para conocer la materia prima, el mercado y la industria en la cual queremos

incursionar y así abrir líneas de negocio que abarque más regiones del departamento, para obtener mayor parte del mercado de restaurantes, colegio, empresa, cafetería, y de esta manera tener una mayor diversificación de productos en el sector cumpliendo conjuntamente con las expectativas de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2017. Actualizado: 2019.

Definición de: Definición de dulce (<https://definicion.de/dulce/>)

- Real academia española. sitio web: www.rae.com

• HISTORIA DE LA COCINA. Algo de gastronomía colombiana por Cecilia Restrepo (en línea). (febrero de 2011). Disponibles en: <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/gastrocolombia.htm>.

• INDUSTRIA ALIMENTICIA. Confitería y snacks (en línea). (septiembre de 2010). Disponible en: http://www.industriaalimenticia.com/Archives_Davinci?article=1062.

• Martínez, Catherine (25 de septiembre de 2017). «Investigación Descriptiva: Tipos y Características». Lifeder.

• Sapag, N. & Sapag R. (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.

• Castelló, Y.T. & Martínez del Río de Redo, J.M. (2000). Delicias de antaño. *Historias y recetas de conventos mexicanos*. Ciudad de México: Landucci.

BIBLIOGRAFÍA

- El sabor de Colombia. Antonio Montaña. Villegas Editores. 2006
- Martínez Torres, Omar Alejandro (1984) Análisis económico, México.

Astra ediciones. Última edición: 23 de enero de 2020. Cómo citar: "Demanda". Autor: María Estela Raffino.

**BANCARIZACIÓN DE LAS MIPYMES FRENTE A LAS
POLÍTICAS DE PENETRACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO
COLOMBIANO, EN EL BARRIO SANTA ELENA III DEL
MUNICIPIO DE MONTERÍA, A TRAVÉS DE ALTERNATIVAS DE
APROVECHAMIENTO Y FORTALECIMIENTO.**

Aníbal Alfredo Cabrales Mercado

Carlos Alberto Mass Guerra

Johana Patricia Carranza Trillos

Yesica Paola Piedrahita Torreglosa

Tutor: Ricardo Hoyos Pernet

RESUMEN

La creación de nuevas empresas en Colombia siempre ha sido un caso problemático para los micro, pequeños y medianos empresarios. Las talanqueras burocráticas, el exceso de trámites administrativos y la consecución de fuentes de financiación son los obstáculos más recurrentes a los que se tiene que enfrentar aquel que quiera montar su propia empresa en el país. Sin embargo, el crecimiento del renglón de las MiPymes ha obligado al Gobierno a tomar medidas para el fomento de la estructuración de nuevas empresas. La generación de empleo, el pago de impuestos y la competitividad de la nación frente a otros países, son aspectos que motivan a las instituciones gubernamentales a establecer políticas tendientes a brindar apoyo a las MiPymes.

Un caso particular es el que surge en la localidad Santa Elena III de la ciudad de Montería, ubicado hacia el oriente de la ciudad, donde han surgido una serie de urbanizaciones y barrios que perfilan esta zona como una de las de mayor crecimiento poblacional y es, en proyecciones de la alcaldía de la ciudad, uno de los referentes en cuanto a nuevas áreas de expansión urbana e industrial

En esta medida, han surgido los barrios El Limonar, Bonanza, Villa Caribe, Villa Sorrento, Villa Fátima, como los más antiguos, y recientemente Monteroble, Santa Elena I, II y III, Portal de Navarra, Villa Natalia, entre otros.

Es necesario, como futuro empresario, conocer el nivel de bancarización que tienen las empresas de la localidad Santa Elena III, con el fin de poder llevar a este sector a alcanzar niveles competitivos en la ciudad de Montería y en la región.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

A través de una caracterización inicial de las MiPymes del barrio Santa Elena III de la ciudad de Montería, donde se logre identificar de manera clara y eficiente el nivel de bancarización actual del sector comercial de la localidad, se pretende generar un punto de partida para el correcto y total aprovechamiento de las políticas financieras formales generadas desde el sector bancario, destinadas al fortalecimiento del renglón de las micro, pequeñas y medianas empresas; con esto se pretende generar alternativas reales para los microempresarios, que los acerquen a un estado estable en sus negocios y que coadyuven al logro de sus objetivos particulares.

La presente investigación se desarrolla con base en los fundamentos teóricos derivados de estudios realizados por parte de colaboradores de las Naciones Unidas y el

Banco Mundial, en consonancia con la normativa vigente en el país para el apoyo, fomento, desarrollo y consolidación del segmento de las MiPymes.

Se espera poder realizar una contribución significativa a la comprensión de las dinámicas que afectan las relaciones entre las entidades financieras y sus clientes del sector MiPymes.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de bancarización de las MiPymes de la localidad Santa Elena III de la ciudad de Montería, frente a las políticas de penetración del sector financiero en el renglón comercial, formulando alternativas viables de aprovechamiento y fortalecimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el nivel de conocimiento de los microempresarios de la localidad acerca de la oferta de productos financieros, disponible en el mercado, para la micro, pequeña y mediana empresa.
- Indicar el nivel de acceso de las MiPymes del sector comercial a los productos financieros disponibles.
- Describir en qué medida las MiPymes de la localidad de Santa Elena III del municipio de Montería usan de manera adecuada, completa y eficiente los productos financieros colombianos del sector comercial.
- Identificar las mejores herramientas para la formulación de alternativas de aprovechamiento y/o fortalecimiento del acceso al sector financiero de las MiPymes de la localidad de Santa Elena III.

METODOLOGÍA

El desarrollo del presente proyecto de investigación se hará desde un enfoque cualitativo con corte descriptivo, con la intención de analizar las empresas objeto de estudio y poder realizar algún aporte constructivo en los casos y aspectos necesarios. Esto teniendo en cuenta que lo que se persigue es realizar una caracterización de las MiPymes de la localidad Santa Elena III frente a las políticas de penetración del sector financiero.

En el desarrollo de la investigación se toma como población el total de MiPymes (no necesariamente legalmente constituidas) del barrio Santa Elena III y sus barrios vecinos (de influencia): Bonanza, Santa Elena I y II, Santa Teresa. Esta inclusión se hace con base en la clasificación de las empresas en Colombia (Ley 590 de 2000) y en la caracterización de la localidad, donde solo algunas empresas alcanzan el nivel de mediana.

Se aplicará una encuesta de diagnóstico, con el fin de conocer el nivel de conocimiento y utilización de los productos financieros formales, entre las empresas seleccionadas en la muestra; esta herramienta consta de 10 preguntas cerradas, las cuales brindaran el sustento para la elaboración de propuestas, con alcance local, que permitan el fortalecimiento del sector comercial del sector.

Se realizarán entrevistas a los niveles directivos y gerenciales de las MiPymes de la localidad de Santa Elena III, con el fin de determinar las necesidades de este renglón económico frente al sector financiero formal; se diseñará una entrevista estructurada con máximo 5 preguntas, la cual se realizará a los propietarios o administradores de las micros, pequeñas y medianas empresas.

RESULTADOS ESPERADOS

- En el marco del proyecto de investigación y como resultado de su ejecución, se esperan los siguientes resultados:
 - Aumento del uso de productos financieros adaptados a las necesidades de los empresarios de la localidad de Santa Elena III de Montería, en el segmento de las MiPymes.
 - Apalancamiento en los productos financieros disponibles en el mercado para aumentar la productividad de las MiPymes de la localidad.
 - Impacto en la localidad de Santa Elena III sobre el aprovechamiento de las ventajas que brinda el uso de productos financieros.
 - Implementación de un plan educativo para los empresarios de la localidad de Santa Elena III, que permita masificar el uso de productos y herramientas financieras en las MiPymes del sector.
 - Caracterización de las MiPymes de la localidad en términos de: conocimiento de sus dueños sobre los productos financieros del sector formal, utilización de productos financieros, ventajas competitivas en el uso de productos financieros.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Si bien es cierto que se ha avanzado bastante en la fundamentación de un marco conductual que favorece el acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas al sector financiero formal, a través de productos pensados, estructurados, desarrollados e implementados especialmente para este renglón productivo, no lo es menos que el acceso

de las MiPymes a este conjunto de estrategias es aún muy limitado y deben hacerse ingentes esfuerzos para generalizar y masificar el uso de los productos financieros.

En el caso particular de las MiPymes del sector de Santa Elena III, de la ciudad de Montería, a la luz de los planteamientos conceptuales y teóricos se tiene que:

La mayoría de las empresas del sector conoce de algunos productos financieros del sector formal.

Si bien existe un conocimiento incipiente de los productos financieros del sector formal, su uso no está debidamente generalizado y se están dejando de aprovechar oportunidades de crecimiento para las mipymes de la localidad.

A pesar de los esfuerzos que se realizan para que el renglón de las mipymes alcance un nivel altamente competitivo, es necesario desarrollar estrategias más agresivas de penetración del sector financiero en la localidad, priorizando aquellas que involucren un componente de educación y formación adecuada a los empresarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuerdo No. 029 del 30 de diciembre de 2010. “Por medio del cual se revisa y se ajusta el POT de Montería 2002 – 2015. Artículo 34.

FERRARO, Carlo (2011). Eliminando barreras: el financiamiento a las pymes en América Latina (Compilación). Santiago de Chile: Naciones Unidas. p. 13.

GALLARDO, Yolanda & MORENO, Adonay. Aprender a investigar: Módulo 3

Recolección de la información. 3 ed. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. 1999. p. 108.

STEPHANOU, C y RODRÍGUEZ, C. (2008). Colombia. Financiamiento bancario para las pequeñas y medianas empresas (Informe). Washington D.C.: Banco Mundial. p. 53.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Aprender a investigar: Módulo 2 La investigación. 3 ed. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. 1999. p. 44.

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS DIGITALES PARA EL MEJORAMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO, EN PYMES DE LA CIUDAD MONTERÍA.

Deimer David Doria Pastrana

Elvia María González Hernández

Luz Aideth López Hoyos

Daniela Mercado Paternina

Tutor: Ricardo E. Hoyos Pernet

RESUMEN

En la actualidad las herramientas online, como las redes sociales (WhatsApp, Facebook, etc.) y plataformas digitales diseñadas para el comercio, se han convertido en uno de los elementos fundamentales para contribuir con el desarrollo comercial de cualquier tipo de negocio. Observando la necesidad de brindar a las empresas este tipo de herramientas, surge la idea de plantear un proyecto de Diseño e implementación de estrategias publicitarias digitales para el mejoramiento de comercialización de calzado, en pymes de la ciudad montería, para tal proyecto se lleva a cabo una investigación de tipo descriptivo, ya que permite caracterizar el objeto de estudio mediante el reconocimiento de técnicas como son las encuestas, entrevistas y revisión de documentos y derivados de distintas fuentes de consultas; para este caso se utilizan encuestas y revisión de consulta bibliográfica, como resultados se puede reflejar que al apoyarse de un riguroso diagnostico a la población que comercializa calzado en la ciudad de Montería, nacen argumentos sólidos que permiten direccionar el accionar sobre las empresas que realmente necesitan de un asesoramiento, y así se obtienen mejores resultados al momento de una ejecución.

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción

Se ha evidenciado que, en la actualidad, es muy importante para una empresa o negocio, el manejo e implementación de herramientas publicitarias digitales, debido a la red de comunicación que se ha posicionado a nivel mundial, denominada “Internet”; un mundo globalizado que cada día se rinde ante el poderío que representa pertenecer a dicho entorno, en donde las personas denominadas internautas, buscan solución a necesidades de todo tipo, como alimentarias, ropa y calzado, elementos de entretenimiento, actividades artísticas y musicales, y todo objeto denominado bien mueble e inmueble que se pueda comercializar.

Por otra parte, las personas buscan lo que necesitan cada día de una forma que le brinde mayores facilidades y/o comodidades; todo esto en pro de dar un mayor aprovechamiento al tiempo libre con que cuentan, pues cada vez los empleos actuales son más exigentes y absorbentes y el tiempo para compartir con la familia y amigos prima en las prioridades.

Es así que surge la necesidad de brindar herramientas que apoyen a las empresas y negocios Pymes en su objetivo de posicionarse como marca en el mercado. (Paula Obeso. 2020) quien publica en un bloc, “se entiende que las herramientas digitales con que se cuenta en la actualidad son muy valiosas, por el auge y utilización que tienen en la actualidad. Algunas de estas, como las redes sociales y aplicaciones de comunicación entre las que se destacan “*Instagram, Facebook, WhatsApp*”, las cuales son usadas constantemente por las personas en el día a día, ya que ven en estas una ventana para conocer más personas y estar enterado de todas las tendencias actuales a nivel de productos de belleza, ropa, gimnasios, escuelas de música, y hasta temas empresariales”.

El desarrollo del trabajo, es de gran importancia, pues permite conocer y tener un mayor manejo de procesos investigativos, mejoramiento del análisis y producción de textos, manejo de herramientas digitales y la práctica del desarrollo de proyectos que luego serán vitales en la vida laboral.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar estrategias publicitarias digitales para el mejoramiento de comercialización de calzado en pymes de la ciudad de Montería.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar estudio de marketing para diagnosticar las necesidades de la comercialización de calzado en la ciudad de Montería.
- Determinar el nivel de conveniencia de utilizar las redes sociales y plataformas virtuales en la comercialización de calzado.
- Diseñar métodos alternativos para la recolección de datos que permitan dar a conocer la demanda que tienen los consumidores en la compra de calzado en la ciudad de Montería.

METODOLOGÍA

Esta investigación es un proyecto formulado que busca desarrollarse a partir de un estudio minucioso mediante el método de investigación descriptivo, ya que permitirá caracterizar el objeto de estudio mediante el reconocimiento de técnicas como son las encuestas, entrevistas y revisión de documentos derivados de distintas fuentes de consultas.

La investigación pretende realizarse en el sector del comercio de calzado en la ciudad de Montería, el cual supone que se concentra en su mayoría en el centro de la

ciudad y otra parte minoritaria en los distintos locales de los centros comerciales, del cual se estima que cuente con más de 20 empresas formales en la comercialización de calzado. De igual forma, también se cuenta con un número considerable de personas independientes que se dedican a esta actividad.

Por lo tanto, los datos recolectados en la investigación permitirán tabular la información de los resultados e identificar las necesidades que tienen las PYMES o personas naturales en cuanto a nuevas estrategias de Marketing Digital.

Las técnicas de recolección de datos que se emplearán en la investigación serán:

- Fuentes documentales: para apoyar el desarrollo de estudio, se recurre a investigación documental y bibliográfica, específicamente en proyectos ya realizados con anterioridad y consultas de artículos en revistas con diferentes aportes de autores en lo referente a las técnicas y estrategias comerciales.
- Encuesta: la encuesta que ha de ser aplicada en la investigación será de carácter descriptiva con preguntas cerradas, en las cuales se busca reflejar información básica de las necesidades de comercialización de calzado para las PYMES en la ciudad de Montería.

RESULTADOS ESPERADOS

El comercio electrónico permite replantearse los objetivos en la empresa, con un claro direccionamiento estratégico, facilitando crear nuevos productos y mercados, nuevos canales de distribución y reducir el coste de las actividades empresariales (Illanes, 1999). El mercado presenta un hecho cambiante y las empresas deben ir en medida de su aprovechamiento; de hecho, el crecimiento de una empresa depende en gran medida de su innovación. Dicho lo anterior, de este proyecto se espera tener resultados en:

- Necesidades comerciales: se espera que las Pymes de la ciudad de Montería reconozcan sus necesidades y den valor a un nuevo entorno comercial, con el que pueden generar competencias y mejores resultados.

- Lo conveniente o no de los medios digitales: se espera que favorablemente que sea mayor la necesidad de usar los medios digitales como estrategia de comercialización, y que con ello las Pymes de la ciudad observen cambios favorables en las utilidades. Por ende, los medios digitales deben ser sustancialmente más convenientes.

- Bases de recolección: se espera una base de información, determinada por las diferentes fuentes de recolección con el fin de conocer cuáles son las expectativas de las personas naturales de la ciudad con respecto al mercado. Se tomaría como base para generar un cambio en el pensamiento de las empresas comercializadoras.

-

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través de esta investigación se podrá realizar un análisis del aspecto comercial con que cuenta el sector del calzado ofertado por las pymes de la ciudad de montería. Es así como se ha podido reflejar a través de un planteamiento del problema; como existen deficiencias en lo concerniente a la existencia de tiendas online, y páginas web, del sector antes mencionado; por tal motivo se planteó en la descripción del problema, que el proceso de comercialización de un producto, está diseñado para desarrollarse en varias etapas; partiendo desde la oferta a los clientes potenciales, a través de un mostrador, en el cual puede ser observado, probado y luego comprado. Todo este proceso de la oferta y demanda, ha venido sufriendo constantes cambios, puesto que cada día el tiempo con que cuenta un cliente para realizar una compra, en el establecimiento comercial es mucho más limitado; cada vez que existe en la actualidad, un mayor tiempo de ocupación en lo laboral, tiempos en la movilidad de un lugar a otro, además del compartir con la familia y amigos. Es así como a través de una pregunta problema, se

muestra la falencia existente, que se expresó de la siguiente forma, ¿Cómo implementar estrategias publicitarias digitales para el mejoramiento de comercialización de calzado, en pymes de la ciudad montería?

Con las anteriores bases expresadas, se procedió a redactar unos objetivos que se deben ejecutar para poder obtener unos posibles resultados; teniendo como principal objetivo Diseñar e implementar estrategias publicitarias digitales para el mejoramiento de comercialización de calzado en pymes de la ciudad de Montería.

Siguiendo este orden de ideas, procedimos a realizar estudios a nivel teórico de las personas que habían escrito acerca de los temas relacionados al comercio digital, así como legislaciones que ayudaran a dar directrices al respecto.

Para este proyecto formulado se utilizarán técnicas de diagnóstico tales como encuestas, gráficas y mapas conceptuales, así como estudios de marketing que permitirán observar cuáles serán las personas o pymes que podrían necesitar los servicios de estrategias publicitarias digitales y así dar un mejor aprovechamiento de los recursos físicos, humanos e intelectuales para llevar a cabo esta propuesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Obeso, P. (2020). *Redes sociales: qué son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing*. Blog [Rock Content]. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>

Fernández, A. (2015). *Comercio Electrónico (E-commerce): aproximación bibliométrica y económica*. Recuperado de: http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3740/TFMUEX_2015_Fernandez_P_ortillo.pdf?sequence=1

BIBLIOGRAFÍA

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de:

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Facundo, A. (2013). *Elaboración de un plan de Marketing para la empresa de calzado*

Avilés. Recuperado de:

https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12117/Tesis_final_de_graduaci%C3%B3n.-Facundo_Antun.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maidana, E. (2014). *El Marketing según Kotler*. Recuperado de:

<https://www.puomarketing.com/27/19578/marketing-segun-kotler.html>

Ferrari, V. (2017). *El Comercio Electronico en Colombia: Barreras y Retos de la*

Actualidad. Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/36499/FerrariZamoraVanna2018..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

