

REVISTA

INNOVAITFIP

ISSN Impreso: 2619-6328

ISSN En línea: 2619-3558



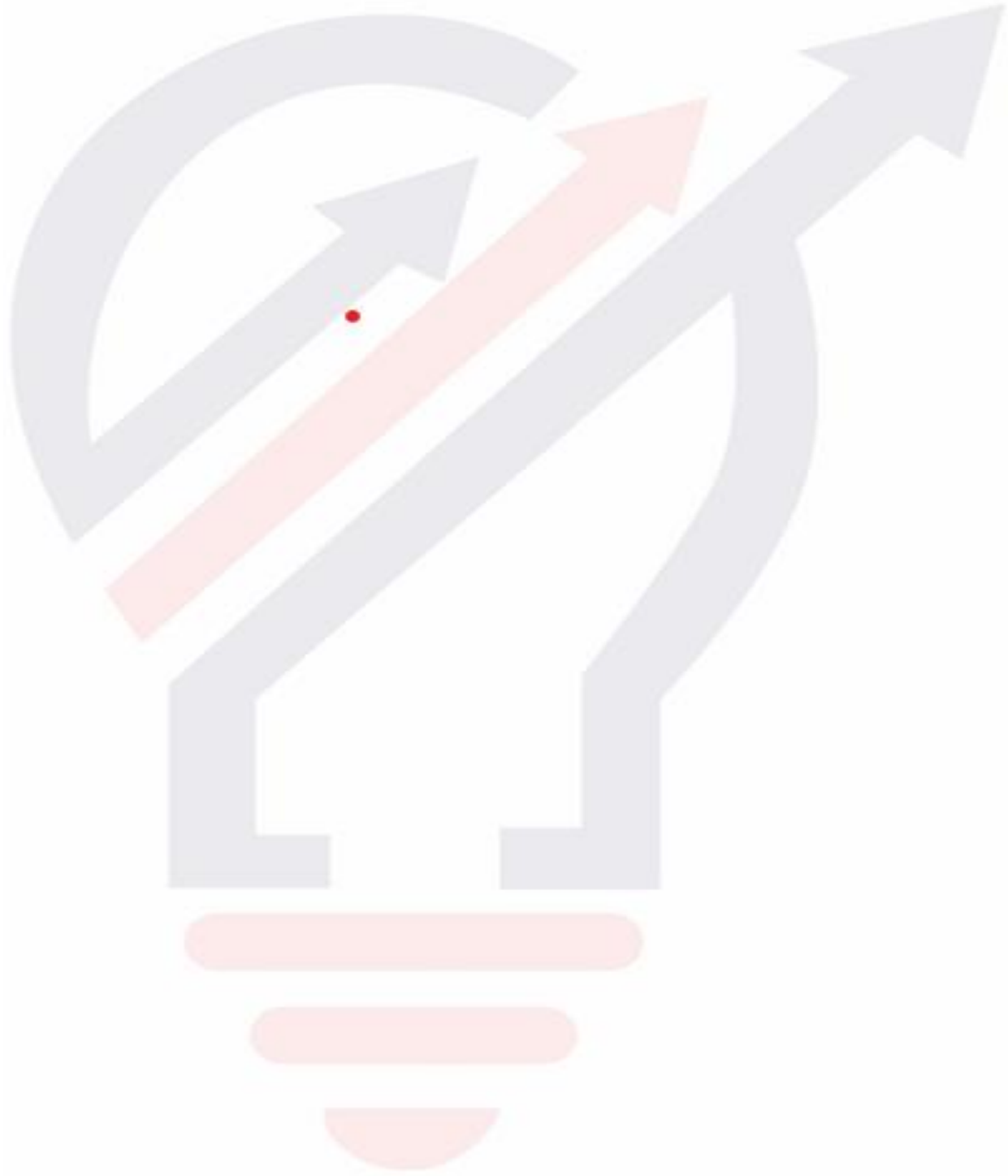
Vol. 8 No. 1

Enero-Junio 2021

El Espinal - Tolima - Colombia

Edición Semestral



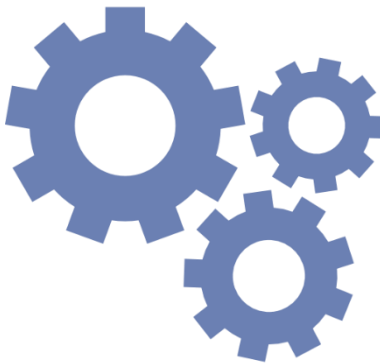


ISSN Impreso: 2619-6328
ISSN En Línea: 2619-3558

REVISTA
INNOVAITFIP



ISSN Impreso: 2619-6328
ISSN En línea: 2619-3558



VOL 8 No. 1

Enero – Junio 2021
El Espinal – Tolima – Colombia
Edición semestral

www.doi.org/10.54198/innova08

INSTITUTO TOLIMENSE DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL “ITFIP”

REVISTA INNOVA ITFIP

Revista científica de la Facultad de Economía Administración y Contaduría

RECTOR

Mg. Mario Fernando Díaz Pava

VICERRECTOR ACADÉMICO

Mg. Orlando Varón Giraldo

DECANA FACULTAD ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA

Mg. Ruth Erika Morales Lugo

EDITORA

Mg. Elizabeth Palma Cardoso

Docente e Investigadora ITFIP, Colombia

Derechos reservados de autor

Cada artículo es responsabilidad de su autor y no refleja la posición de la revista y no comprometen la opinión de la Institución de Educación Superior “ITFIP”. Se autoriza su reproducción total o parcial en cualquier medio, incluido electrónico, siempre que se cite el autor y la publicación, con su dirección electrónica exacta.

Revisión y Estilo

María Edith Guevara Feria

Diseño de portada

Luis Ambrosio Velásquez y Ángel Santiago Sandoval Palma

Volumen 8, Numero 1. Enero – Junio 2021

ISSN Impreso: 2619-6328

ISSN En línea: 2619-3558

INSTITUTO TOLIMENSE DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL “ITFIP”

www.itfip.edu.co

Carrera 1a. Calle 18. Contiguo Barrio Arkabal

Tel: (8) 2483501 – 2480014

Apartado aéreo: 087. Espinal, Tolima, Colombia

Comité Editorial y Científico

PhD. Hugo Macías Cardona
Doctor en Administración
hmacias@udem.edu.co
Universidad de Medellín
Colombia

PhD. Adolfo Carbal Herrera
Doctor en Administración
acarbalh@unicartagena.edu.co
Universidad de Cartagena
Colombia

Mg. Alain Castro Alfaro
Magister en Dirección de la Alta Dirección
Editor Revista Científica AGLALA,
alaincastroa@gmail.com
Corporación Universitaria Rafael Núñez,
Colombia

PhD. Sergio Roberto Da Silva
Doctor en Administración
sergioroberto@auditaconsultoria.com
Fundación de Especialistas de Sistemas Integrados de
Información
Brasil

PhD. Ibrahim Amhed León Téllez
Doctor en Ciencias Económicas
ileont@udg.co.cu
Universidad de Granma
Cuba

PhD. Azucena Cecilia Calderón
Doctora en Ciencias Administrativas con énfasis en Recursos Humanos.
Magíster en Administración de Empresas
azucena.calderon@unachi.ac.pa / azucecal@gmail.com
La Universidad Autónoma de Chiriquí
Panamá

PhD. Claudia Cintya Peña Estrada
Licenciada en Administración
Doctora en Gestión Tecnológica e Innovación
claudiacintya@hotmail.com
Universidad Autónoma de Querétaro
México

PhD. José Feliz García Rodríguez
Doctor en Finanzas Públicas
División Académica de Ciencias Económico Activas
Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del
Conacyt . jfgr55@hotmail.com
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

México
PhD. Mayra Vieira Cano
Doctora en Administración de Empresas
mvieiracano@gmail.com
Universidad Pontificia Bolivariana
Colombia

PhD. José Antonio Robles Hernández
Doctor en Administración: Ciencias Sociales y Activas.
96jarobles@gmail.com
Universidad Autónoma de Querétaro
México

Mg. Isabel Ortiz Serrano
Licenciada en Ciencias Sociales
Magister en Educación
ITFIP, Colombia

PhD. Yaqueline Román Castaño
Doctor en Administración: CEU San Pablo
yaquel44@gmail.com
Universidad de Medellín
Colombia

Mg. Jaime Adolfo Romero
Magister en Finanzas. jfgr55@hotmail.com
Universidad Piloto. Colombia

PhD. José Raimundo Oliveira Lima
Magister en gestión integrada de organizaciones
Doctor en Educación y contemporaneidad
joseraimundouefs@hotmail.com / zeraimundo@uefs.br
Universidad Estatal de Feira de Santana (UEFS)
Brasil

PhD. José Antonio Canchola González
Magister en innovación para el desarrollo empresarial
PhD en Innovación Educativa.
antonio.canchola@hotmail.com
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de
Monterrey, ITESM
México

PhD. Herry Llocilla Gonzáles
PhD en Innovación Educativa
Magister en Innovación para el desarrollo empresarial
hllocilla@ucv.edu.pe
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de
Monterrey, ITESM
Perú

Coordinación de traducciones
Rodrigo Daniel Gámez Pitre
Profesional en Finanzas y relaciones internacionales
Magister en Gerencia Empresarial. Nivel ingles C2
rgamez@uniguajira.edu.co
Colombia

CONTENIDO

EDITORIAL 7-10

ADMINISTRACIÓN

PRÁCTICAS DE CULTURA ORGANIZACIONAL A DISTANCIA DESDE UNA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.
Brianda Guadalupe González Vega, Alejandra Morales Vargas, Yarene Itzel Marín Jimeno y Miriam Liliana Barajas Ruíz 12-18

DIAGNÓSTICO DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE EMPRESAS DE LA ENTIDAD QUERETANA: PERSPECTIVA DEL TALENTO HUMANO.
Gerardo González Trujillo, Deyanira Cruz Manzano 19-32

COINCIDENCIAS Y DIVERGENCIAS ENTRE LAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN HUMANA ADELANTADAS POR LOS DIRIGENTES-EMPRENDEDORES Y LOS DIRIGENTES-EMPLEADOS EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ, COLOMBIA.
Carlos Hernán Cubillos Calderón, José Vicente Montealegre González y Alberto Delgado Cortés 33-46

PROSPECTIVA TECNOLÓGICA

LA PROSPECTIVA TECNOLÓGICA COMO UNA CAPACIDAD DINÁMICA EN LOS CENTROS DE INVESTIGACIÓN. CASO DE ESTUDIO.
Carla Patricia Bermúdez Peña, Francisco Flores Agüero 48-66

ECONOMÍA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE CHOCOLATE QUESADA EN DIFERENTES SECTORES DE LA ZONA SUR DE BOGOTÁ
Salome del Pilar López-Peña, Johan Stiven Morales Aguilar y Sergio Camilo Rojas González 68-75

ESTADO ACTUAL DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR PETROQUÍMICO-PLÁSTICO DE CARTAGENA EN TIEMPOS DE COVID-19
Shirley Cabarcas Acuña, Dawin Alfonso López Pérez 76-96

TÉCNOLOGIA Y EDUCACIÓN

METODOLOGÍA MEDHIVE: DESARROLLO DE COMPETENCIAS DIGITALES EN EL CONTEXTO EDUCATIVO
Américo Sirvente, Tamara Abigail Bitar y Iris Jiménez Pitre 98-105

NORMAS DE PUBLICACIÓN DE LA REVISTA INNOVA ITFIP 106-115

TRES DESAFÍOS PARA LA INVESTIGACIÓN EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN EN AMÉRICA LATINA

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.01

 **Fernando de Almeida Santos¹**

Las revistas científicas han jugado un papel importante en el registro histórico y la difusión de la investigación en América Latina. Este hecho consiste en un movimiento mundial que requiere un importante crecimiento en la cantidad y calidad de las revistas científicas.

Latindex (2021), que consiste en una red de instituciones que trabajan de manera coordinada para recopilar y difundir publicaciones científicas seriadas producidas en Iberoamérica, cuenta actualmente con 29.794 revistas en línea.

En ese sentido, es evidente que este crecimiento demuestra inversión y preocupación por la investigación científica, por lo que tenemos que continuar con las acciones para garantizar la innovación y el impacto social.

La investigación como principio científico y educativo forma parte de todo el proceso emancipatorio, en el que se construye el sujeto histórico autosuficiente, crítico y autocrítico, participante y capaz de reaccionar contra la situación del objeto y no cultivar al otro como objeto. La investigación como diálogo es un proceso cotidiano que es parte integral del ritmo de vida, producto y motivo de los intereses sociales en la confrontación, la base del aprendizaje que no restringe la mera reproducción; En el sentido más simple, puede significar saber, conocer, informarse para sobrevivir, enfrentar la vida conscientemente. (Demo, 2006. P.42-to 43).

EDITORIAL

¹ Doctor en Ciencias Sociales con Postdoctorado en Ciencias Contables, en la Pontificia Universidad de São Paulo (PUC-SP), Master en Administración General, Licenciado en Administración de Empresas, en Ciencias Contables y en Administración del Gobierno, Miembro del Colegio de Contadores de Sao Paulo - CRC-SP (2108-2021), Actualmente es Coordinador del Máster en Ciencias Contables en la PUC-SP Investigador en NUPE – Centro Universitario ENIAC. Brasil <https://orcid.org/0000-0002-1716-2802>

Con una población de casi 1 billón de personas, distribuidas en 35 países, América Latina necesita fomentar la investigación aplicada, especialmente en las áreas de Gestión.

Cabe destacar que las áreas relacionadas con la gestión son fundamentales para el desarrollo de los países y para asegurar la competitividad de las instituciones. Administración, Ciencias Contables, Marketing, Administración Financiera y áreas afines, son Ciencias Sociales que solo tienen sentido a través de la aplicación, por lo que de la misma manera la investigación necesita ser aplicada.

Los países de América Latina necesitan de estas ciencias, cuya mayor prueba son las dificultades burocráticas que requieren soluciones para que la sociedad crezca.

Para demostrar la necesidad de soluciones, presentamos la tabla 1, que contiene las posiciones de los países sudamericanos, según la dificultad para hacer negocios, presentada en el ranking mundial de Doing Business 2020.

| Rank | Economy | DB score |
|------------|---------------|----------|
| 59 | Chile | 72.6 |
| 67 | Colombia | 70.1 |
| 76 | Peru | 68.7 |
| 101 | Uruguay | 61.5 |
| 124 | Brazil | 59.1 |
| 125 | Paraguay | 59.1 |
| 126 | Argentina | 59.0 |
| 129 | Ecuador | 57.7 |
| 134 | Guyana | 55.5 |
| 150 | Bolivia | 51.7 |
| 188 | Venezuela, RB | 30.2 |

Fuente: Doing Business 2020 (worldbank.org).

Concretamente, en Brasil, el área tributaria es muy burocrática, ya que existen miles de leyes y regulaciones, con más de 90 impuestos complejos y diferentes interpretaciones, lo que dificulta el desarrollo de las empresas y permite miles de procesos legales anualmente.

Tenemos el desafío de implementar y actualizar las Normas Internacionales de Contabilidad. Los procesos se han iniciado durante años, a través de la legislación local, las normas transnacionales y las propuestas globales, pero la implementación completa requiere conocimiento, investigación y revisión de la legislación nacional y los procesos comerciales internos.

La tecnología tiene que estar presente en el día a día de todos y la información es parte de las empresas, el estado y la vida de las personas. Las áreas orientadas a la gestión deben desempeñar este papel de contribuir a las transformaciones sociales. Las revistas científicas suelen desempeñar este importante papel, ya que muestran cómo se puede aplicar la ciencia.

Así que es hora de avanzar y preocuparse por cómo es posible contribuir aún más a la sociedad. Para continuar con esta mejora continua de la investigación, tenemos algunos desafíos, destacando:

- a) **Desarrollar y estandarizar formas de medir** los impactos sociales: El número de publicaciones y el número de citas son banderas de impacto, pero ¿Cuál es el número de personas beneficiadas? ¿Cuál es la posibilidad de integrar investigaciones internacionales? ¿Cuál es la contribución al desarrollo humano? ¿Cuál es la forma y el contenido de la innovación? ¿Qué investigación se centra en los servicios que hoy en día es el sector más importante de la sociedad?
- b) **Asegurar la internacionalización, a través de redes de investigación y publicaciones en otros idiomas:** La internacionalización es una realidad de varios países y centros de investigación, tenemos que seguir siendo competitivos en un entorno donde hay disputas en los mercados globales y de alta tecnología.
- c) **Mejorar, internacionalizar y ampliar el impacto de las instituciones educativas:** Las instituciones educativas deben estar más cerca de la sociedad, especialmente de las empresas públicas, privadas y del tercer sector, con proyectos de investigación, enseñanza y extensión cada vez más aplicados y efectivos.

Creo que estos son los 3 principales desafíos para las áreas de gestión en América Latina.

Referencias

Demo, Pedro. (2006). Pesquisa: principio científico e educativo. 12. Ed. São Paulo: Cortez, 2006.

Latindex (2021). Descripción.
<https://www.latindex.org/latindex/descripcion>

The World Bank. (2021) Doing Business 2020.
<https://www.worldbank.org/en/home>







ADMINISTRACIÓN



PRÁCTICAS DE CULTURA ORGANIZACIONAL A DISTANCIA DESDE UNA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DISTANCE ORGANIZATIONAL CULTURE PRACTICES FROM A CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERSPECTIVE

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.02

 Brianda Guadalupe González Vega¹
 Alejandra Morales Vargas²
 Yarene Itzel Marín Jimeno³
 Miriam Liliana Barajas Ruíz⁴

Cómo citar este artículo: González Vega, B. G., Morales Vargas, A., Marín Jimeno, Y. I. & Barajas Ruiz, M. L. (2021). Prácticas de cultura organizacional a distancia desde una perspectiva de responsabilidad social empresarial, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 12 – 18



Recibido: enero de 2021. **Aprobado:** mayo de 2021

Resumen

La situación ocasionada por la COVID-19 ha propiciado el desarrollo tecnológico, así como la transformación, adaptación e innovación en los procesos organizacionales a distancia, permitiendo que las y los trabajadores realicen sus labores vía remota. El presente proyecto analiza prácticas de Cultura Organizacional a distancia desde una perspectiva de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Se utilizó la metodología estudio de caso mediante la aplicación de un cuestionario a 21 estudiantes de la carrera Técnico Superior Universitario, Área Capital Humano, de la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ), México. Los resultados previos muestran un listado de rasgos y prácticas para mantener y propiciar una Cultura Organizacional a distancia en la que se practique la RSE.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresaria. (RSE) Prácticas de cultura organizacional.

¹ Maestra en Docencia Universidad Tecnológica de Querétaro. (UTEQ) Cuerpo Académico "Innovación Tecnológica para el Desarrollo de Negocios" (UTEQ). México. Correo electrónico: brianda.gonzalez@uteq.edu.mx Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4636-921X>

² Universidad Tecnológica de Querétaro. (UTEQ) Técnico Superior Universitario en Administración área Capital Humano Colaborador del Cuerpo Académico "Innovación Tecnológica para el Desarrollo de Negocios" (UTEQ), México. Correo electrónico: alemorales.v@outlook.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9476-325X>

³ Maestra en Administración con especialidad en Finanzas. Profesor de Tiempo Completo en Universidad Tecnológica de Querétaro. (UTEQ) Coordinadora del Cuerpo Académico "Innovación Tecnológica para el Desarrollo de Negocios" (UTEQ), México. Correo electrónico: yarene.marin@uteq.edu.mx, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1360-1000>

⁴ Doctorado en administración por la Universidad de Celaya-Guanajuato. mbarajas@uteq.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8973-6003>

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 12-18. JUN. 2021

Abstract:

The situation caused by COVID-19 has led to technological development as well as transformation, adaptation and innovation in remote organizational processes, allowing workers to perform their work remotely. This project analyzes remote Organizational Culture practices from a Corporate Social Responsibility (CSR) perspective. The case study methodology was used by applying a questionnaire to 21 students of the Higher Technical University career, Human Capital Area, of the Technological University of Querétaro (UTEQ), Mexico. The previous results show a list of tarots and practices to maintain and promote a remote Organizational Culture in which CSR is practiced.

Keywords: Corpórea Social Responsibility. (CSR) Organizational culture practices.

Introducción

El presente documento tiene como finalidad abordar las prácticas de cultura organizacional a distancia desde una perspectiva de Responsabilidad Social Empresarial. Debido a las circunstancias actuales provocadas por la pandemia¹ de la COVID-19² es importante analizar los cambios en los procesos organizativos y educativos, los cuales han incentivado una modificación cultural e innovación empresarial, estas, en conjunto con las nuevas tecnologías. De igual modo, es importante mostrar el desarrollo de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) que impacten de forma positiva en aspectos culturales, sociales y medioambientales para las empresas, que ayuden a alcanzar objetivos comunes y a una gestión eficaz y eficiente del negocio. (Díaz et al., 2018).

En ese sentido, tomando como punto de partida la relevancia e importancia que ha adquirido la RSE, es necesario promoverla y seguir los parámetros que permiten situar a estas empresas socialmente responsables, así como el desarrollo de las mismas.

De manera tal, se vuelve relevante visibilizar las propuestas del estudiantado universitario el cual se encuentra en el mundo laboral, considerando que tales estudiantes representan el capital humano en formación dentro de las organizaciones.

Materiales y métodos

El presente proyecto de investigación tiene como referente un diseño metodológico abierto, en el que se complementa la revisión teórica, así como la aplicación de instrumentos que den cuenta de la problemática abordada. La metodología desarrollada es estudio de caso.

¹ OMS, (2020), Se llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad

² OMS, (2020), La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo

Dentro de un estudio de caso la información se puede adquirir de forma cualitativa o cuantitativa, en documentos, entrevistas, observación directa y objetos físicos, permitiendo comprobar y comparar una o más hipótesis, así como confirmar teorías existentes, además las investigaciones pueden ser descriptivas o exploratorias, dependiendo lo que se pretenda conseguir.

“El estudio de casos se caracteriza porque presenta especial atención a cuestiones que específicamente pueden ser conocidas a través de casos. El caso puede ser simple o complejo y puede ser un niño, una clase, o un colegio” (Buendía, 1998, p. 257).

Marco Teórico:

La cultura organizacional es considerada como el conjunto de conductas, valores, creencias, hábitos y comportamientos que distinguen a una organización de las demás, la cual se crea mediante un proceso de socialización con un grupo de individuos que mantienen relaciones formales e informales y que comparten intereses en común (Dominguez, 2009). Lo anterior, respondiendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales, los cuales permiten que las y los trabajadores tengan un sentido de pertenencia dentro de la organización, provocando así efectos positivos (o no), además, de generar mayor compromiso, lealtad, mejorando la calidad y productividad dentro de la empresa.

Por tanto, la cultura organizacional refleja una amplia contextualización de la empresa, misma que se puede relacionar con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que pueda tener la organización.

Sobre la perspectiva anteriormente planteada, nos encontramos con Vallaey (2007) quien refiere a la Responsabilidad Social Empresarial como aquella exigencia ética y una estrategia racional de desarrollo para la inteligencia organizacional, en donde se pide que las organizaciones respondan por sus acciones y consecuencias en el mundo y responder a los diversos grupos interesados o afectados.

Desde la conceptualización que marca Vallaey (2007), se entiende que las organizaciones deben posicionarse bajo dos perspectivas, la primera de ellas tiene como base el responder por la “excelencia”, la “democracia” y la “ecología”, donde se enfatiza las pretensiones (calidad de sus productos y servicios, rendición de cuentas, reportes, evaluación, así como los estándares, normas y auditoría externa) y los impactos (cuidado, prevención, respeto, análisis de impactos, amortización con el entorno) también, deben responder a buscar el mejoramiento continuo, dividiéndose en sus partes interesadas (diálogo y negociación, participación, solución de conflictos, Transparencia, confiabilidad y satisfacción de necesidades), y sus partes afectadas (anticipación de riesgos, política sostenible a largo plazo, visión ética global).

Por su parte, Cajiga (2020), en el Centro Mexicano para la Filantropía (CMEFI) reconoce que: La responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 12-18. JUN. 2021

las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (p. 4)

Por tanto, la cultura organizacional, así como la RSE se encuentran ligadas a las prácticas que la organización realiza.

“La cultura comprende valores compartidos, hábitos, usos y costumbres, códigos de conducta, políticas de trabajo, tradiciones y objetivos que se transmiten de una generación a otra” (Chiavenato, 2009, p. 120). La cultura se puede definir como el conjunto de normas, de estilo, valores y formas de pensar que caracterizan el comportamiento, posicionamiento del personal en todos los niveles de la empresa, las actuaciones de la dirección, el estilo de la dirección, la forma de asignar recursos, la forma de organizar esa corporación, así como la imagen de la empresa. De esta forma la cultura empresarial se recoge y se manifiesta en símbolos, rituales, tabúes, mitos y otras manifestaciones donde los valores están ordenados por una preferencia jerárquica (Leyva Granados, 2008, p. 30).

Resultados y Discusión

Los resultados del apartado Datos generales encontramos que el 33% de los estudiantes corresponde al género masculino y el 67% al femenino. En cuanto a la edad, el promedio es de 25 años.

Respecto a la actividad que se realiza, el estudiantado pudo elegir más de una opción, dando como resultado que el 100% realiza estadías, mientras que 52% trabajan en empresa, así mismo, el 23% realizan proyecto de investigación y el 4% todas las anteriores.

Siguiendo con el apartado de datos generales, a la pregunta “¿Durante el periodo de contingencia (Ocasionado por la COVID 19) realizaste Home Office, ya sea en tu trabajo o estadía?”, el 76% realizó home office mientras que el 24% no. Además, el 52% contesta que no existen momentos para trabajar en conjunto o esclarecer dudas y el 48% restante afirma que sí.

Así mismo, las herramientas que utilizan para realizar Home Office el 100% utilizan internet para desempeñar sus actividades laborales o de estadía, lo que permite afirmar que toda la población encuestada hace uso de las nuevas tecnologías. 57% utilizan computadora, 38% hacen uso de softwares, 9% emplean celular y posteriormente el 5% asume que todas las anteriores.

Las respuestas en torno al proceso de cambio ocurrido a causa de la presente pandemia, los resultados muestran, en general, que la mayoría sufre tensión en mayor o menor medida ocasionada por la pandemia de la Covid-19, ya que el 38% se sienten estresados o abrumados, así mismo un 28% presionados, 24% expresan otras respuestas, 14% se sitúan nostálgicos y tristes, un 9% de los estudiantes se sienten optimistas y finalmente otro 9% expresan que experimentan sentirse mal.

En cuanto al segundo apartado de la encuesta, la pregunta ¿Conoces cuál es la misión, visión y valores (Filosofía organizacional) de la empresa? Los resultados indican que la mayoría de las y

los estudiantes (76%) conoce la filosofía organizacional impartida dentro de la empresa donde labora, mientras que el 19% no la conoce, y finalmente, el 5% restante no cuenta con filosofía organizacional. Está es de gran importancia, ya que si los colaboradores la conocen y se sienten identificados con ella será más fácil que se cumplan las políticas, objetivos y metas planteadas.

Continuando con la estructura del instrumento, el 90% de los estudiantes refiere que dentro de la organización donde labora se promueve el respeto a las y los empleados, tan sólo el 10% restante revela lo contrario. Por lo tanto, esto quiere decir que la mayoría forma parte de una organización donde se promueve una cultura de respeto, en la cual valoran al personal. Esto concuerda con lo que dice (Domínguez, 2009).

En el apartado de Responsabilidad Social Empresarial, donde se encuentran las siguientes respuestas en torno a la pregunta “¿Qué entiendes por Responsabilidad Social Empresarial?” Las y los estudiantes tienen diversas concepciones del significado: es la responsabilidad del empleado (18%), sustentabilidad dentro de la organización (18%), lo que la empresa devuelve a la sociedad (18%), el compromiso/compromiso con la sociedad (9%), lo que se hace dentro de la empresa, (4.5%), no sé el concepto (4.5%), prácticas voluntarias que promuevan equilibrio social, económico y medioambiental (4.5%), respeto y buena convivencia (4.5%), mejorar al personal (4.5%), reducir costos (4.5%), acciones y funciones de los empleados (4.5%) conciencia (4.5%).

Mientras que la pregunta ¿Consideras que la empresa en la te encuentras actualmente promueve la Responsabilidad Social Empresarial? El 48% asume que dentro de la organización donde labora la Responsabilidad Social Empresarial se promueve mientras el 52% restante lo niega.

Los tipos de programas que se implementan dentro de la organización, la mayoría (33%) alude que no se implementan programas que apoyen el equilibrio ambiental dentro de la organización donde laboran, siendo algo preocupante ya que, 14% expresa que se realizan campañas ambientales, otro 10% nos dice que es a través de selección de desechos, dinámicas así mismo un 10% opina no conocer los programas que se implementan, 5% no dice que es mediante reciclaje y uso de energías limpias y los tipos de programas, el 5% del estudiantado indica que los programas son mediante dinámicas grupales, así como convivencias festivas, 2% alude no saber, otro 2% expresa que no se implementa ningún programa y otro 2% responde que es mediante la reducción de la jornada.

De igual manera para continuar con el análisis, respecto a la pregunta ¿Dentro de la organización donde laboras se generan oportunidades basadas en la inclusión, equidad y desarrollo profesional? muestra que el 71% de los y las estudiantes indica que dentro de la organización donde labora existen y se crean oportunidades de inclusión, equidad y desarrollo profesional, finalmente 29% lo negó. En cuanto al ¿Cómo? La mayoría (95%) del estudiantado no respondió, 19% dice que no existen, mientras un 14% comenta que las oportunidades generan son mediante planes de carrera, seguido por 9% que indica es motivando al personal, 5% comenta que hay inclusión, respeto y creación de actividades, así mismo 5% expresa que la empresa es nueva.

Así mismo, a la pregunta ¿Qué propones para mejorar la Responsabilidad Social Empresarial de la organización en la que te encuentras? los resultados indican que el estudiantado propone desarrollar programas externos (13.5%) e internos (4.5%), campañas de concientización (9%), así mismo cumplir con la normatividad establecida (9%), desarrollar programas que contribuyan a disminuir el impacto ambiental (9%), así como brindar mayor información al personal sobre los beneficios de implementar la RSE (4.5%), basarse en un manual (4.5%), de igual modo continuar con lo que se implementa (4.5%), opina que debería existir mayor liderazgo (1%), así como fomentar la participación de todo el personal de cada uno de los departamentos que conforman la organización (4.5%) y finalmente (4.5%) no respondió.

Conclusiones

La RSE surge como respuesta al impacto que tienen las organizaciones tanto en su contexto interno como externo. De manera tal, es de suma importancia considerar las prácticas de cultura organizacional como elemento esencial para propiciar la RSE en donde se engloban cinco ámbitos (Sarmiento, 2011, p.7): “ética empresarial, medio ambiente, compromiso con la comunidad, marketing responsable y calidad de vida”. De esta forma la RSE impulsa ese compromiso de impacto que tiene la empresa.

Sobre la misma perspectiva, Román (2008) considera que la RSE:

Es entendida como la respuesta que la organización debe dar a las expectativas de los sectores con los cuales ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.

Significando que esto cubre un ámbito interno, por tal, la importancia de mostrar estas prácticas de cultura organizacional que desarrolla el estudiantado universitario en vista que son futuras y futuros profesionistas conscientes y críticos respecto a su contexto tanto empresarial, social y comunitario.

Referencias

Buen día, L. (1998). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en psicopedagogía.

Cajiga, J. (2020). Centro mexicano para la filantropía Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones (Segunda edición ed.). Obtenido de

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dinamica_en_las_organizaciones.pdf

Diana, L. (2017). Dos cuestiones clave para consolidar una cultura organizacional de la RSC: El modelo de organización y el liderazgo responsable. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/34877/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

- Díaz, M., Palma, E., Leiva, F., Varón O., Alarcón, A. y Sandoval, L. (2018) “Avances de investigación en ciencias económicas, administrativas y contables” Editorial: Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP 187 pp. ISBN: 978-958-59986-4-3. Recuperado de: <https://n9.cl/40xmf>
- Frailé, E. (2016). La gestión de la responsabilidad social corporativa. El caso Unilever España. Obtenido. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/384844/ebf1de1.pdf;jsessionid=98AF156EC0E8896335F09FA8D8A13A2D?sequence=1>
- García, M., & Sanmartín, R. (1973). La encuesta.
- Leyva, & A. (2008). Desarrollo de una cultura empresarial contra el paradigma de las agencias publicitarias.
- Muñoz, T. (2003). Etapas del Proceso Investigador: INSTRUMENTACIÓN.
- Robbins, S. (2013). Comportamiento organizacional (Decimoquinta ed.). México: Person educación de México, S.A. de C.V.
- Sparkes, A., & Devís J. (2007). viref.udea.edu.co/. Recuperado de http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/cuerpo_ciudad/investigacion_narrativa.pdf
- Sampieri, R. (1997). Metodología de la investigación. Colombia: MCGRAW-HILL
- Sarmiento, S. (2011). Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimens. Empres*, 6-15.
- Bateman, S. A. (2005). Administración: Un nuevo panorama competitivo. (Segunda edición ed.).
- Vallaes, F. (2007). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización *Revista Iberoamericana de Educación Superior*. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 12. Obtenido de Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2991/299129977006>
- Villalón, R., Hernández, C. A., & Ochoa Jiménez, S. (27 de noviembre de 2016). La cultura organizacional enfocada a la responsabilidad social empresarial y la relación con el recurso humano: una propuesta de estudio. Obtenido de <http://www.cyta.com.ar/ta1503/v15n3a3.htm>

DIAGNÓSTICO DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE EMPRESAS DE LA ENTIDAD QUERETANA: PERSPECTIVA DEL TALENTO HUMANO

DIAGNOSIS OF THE SELECTION PROCESS OF COMPANIES OF THE QUERETANA ENTITY:
PERSPECTIVE OF HUMAN TALENT.

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.03

 Gerardo González Trujillo¹

 Deyanira Cruz Manzano²

Cómo citar este artículo: González Trujillo, G., & Cruz Manzano, D., (2021). Diagnóstico del proceso de selección de empresas de la entidad queretana: perspectiva del talento humano, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 19 – 32



Recibido: enero de 2021. **Aprobado:** junio de 2021

Resumen

La finalidad de la investigación consistió en describir los procesos de selección de las empresas queretanas, de cualquier estratificación económica y sector industrial. Así mismo, se buscó determinar si existen diferencias significativas entre la calidad de la entrevista de selección, pruebas de selección, condiciones laborales y la motivación, con relación al tipo de reclutamiento y la afinidad del perfil del talento humano en la unidad de trabajo más reciente o actual. El tipo de estudio que se realizó, fue cuantitativo, ya que el planteamiento del problema, se dirige a varios propósitos y existe la intención de estimar magnitudes o cantidades (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, pág. 40.), siendo que el propósito principal fue determinar diferencias significativas causales entre el tipo de reclutamiento y la afinidad del perfil del talento humano como variables independientes, con relación a la calidad de la entrevista y pruebas de selección, condiciones laborales y la motivación como variables dependientes o de respuesta. La observación sobre la relación entre ambos tipos de variables se realizó utilizando el análisis multivariado de varianza (MANOVA). La prueba de hipótesis 1, se aceptó la H_0 , toda vez que no influye el tipo de reclutamiento, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana. La prueba de hipótesis 2, se aceptó la H_1 indicando que influye la afinidad del perfil del puesto, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana, principalmente en la calidad de la entrevista de selección y en las condiciones laborales.

¹ Universidad Politécnica de Querétaro, Querétaro, México, Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4573-0472>, Profesor de tiempo completo, Email: gerardo.gonzalez@upq.mx

² Universidad Politécnica de Querétaro, Profesor de tiempo completo por honorarios, Email: deyanira.cruz@upq.mx
Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1253-9962>

Se concluyó que las empresas deben realizar y diseñar perfiles y descripciones de puestos antes de realizar un proceso de integración de talento humano.

Palabras Clave: Reclutamiento, Selección, Perfil profesional, Entrevista, Condiciones laborales.

Abstract

The purpose of the research, was to describe the selection processes of Queretaro companies, of any economic stratification and industrial sector. Likewise, it was sought to determine if there are significant differences between the quality of the selection interview, selection tests, working conditions and motivation, in relation to the type of recruitment and the affinity of the human talent profile in the current or most recent work unit. The type of study that was carried out, was quantitative because of the problem statement is aimed at several purposes and there is the intention of estimating magnitudes or quantities (Hernández-Sampieri and Mendoza, 2018, p. 40). The main purpose was to determine significant causal differences between the independent variables type of recruitment and the affinity of the profile of human talent in relation to the dependent variables or response quality of the selection interview, selection tests, working conditions and motivation. The observation on the relationship between the independent and dependent variables was carried out using the multivariate analysis of variance (MANOVA). In the hypothesis test 1, the H_o was accepted, because of the type of recruitment does not influence the quality of the selection processes of human talent in the Queretaro entity. The hypothesis test 2, the H_I was accepted indicating that the affinity of the job profile influences the quality of the human talent selection processes in the Queretaro entity, mainly in the quality of the selection interview and in the working conditions. It was concluded that companies must prepare and design profiles and job descriptions before carrying out a human talent integration process.

Keywords: Recruitment, Selection, Professional profile, Interview, Working conditions.

Introducción

Las empresas buscan que las unidades de trabajo sean desempeñadas por talento humano que cumpla con la descripción de puestos en forma eficaz. La base de una planificación de la organización ideal se centra en “trazar las líneas principales de la organización, considerar la filosofía organizacional en relación con los gerentes de la empresa [...] y las relaciones de autoridad derivadas (Wehrich et al, 2017, p. 268). Parte del éxito de la planificación de la empresa,

es el desarrollo de la estructura documental, específicamente de los manuales de políticas y procedimientos del área de talento humano, así como, del perfil y descripción de puestos, ya que “documentan los conocimientos y la experiencia (know how) de un proceso o de un área, y a partir de éstos, ayudan a que los colaboradores de la organización puedan alcanzar más y mejores resultados cuantitativos y cualitativos” (Álvarez, 2008, p. 44).

Para justificar la relevancia y necesidades que se puedan expresar en el plan de la organización, es importante mantener una actualización documentada y que se generen los perfiles y descripciones de puestos antes de iniciar el proceso de integración de personal. “En muchos casos, ciertas políticas por tradición eficaces pueden conducir a resultados rápidos y eficientes, pero también es posible que lleven a cometer errores o que no permitan identificar estrategias más productivas” (Werther et al, 2019, p. 98).

Muchas empresas omiten el desarrollo de la estructura documental y/o generan una contratación de personal subjetiva, lo que puede llevar a un status quo de prueba y error en la selección del talento humano, lo que puede generar dimisiones, rotación de talento humano constante, productividad deficiente, problemas legales ante entidades de conciliación y arbitraje, e incremento en costos en los procesos de reclutamiento y selección. Si bien, la naturaleza de la administración es la optimización de los recursos tecnológicos, materiales y financieros, estos mencionados, no generan un impacto en la competitividad. “El talón de Aquiles de las organizaciones, o su principal punto neurálgico, es la calidad de las personas que trabajan en ella” (Chiavenato, 2020, p. 115).

Las personas, “con iniciativa propia, creatividad y visión de futuro” (Díaz, et al., 2020), son quienes gestionan y manipulan los recursos, toman decisiones y son quienes impulsan el desarrollo organizacional, siempre buscando mejorar la toma de decisiones en aras de responder a la competitividad empresarial. (Díaz, et al., 2019)

El proceso de selección parece ser sencillo, pero representa grandes retos administrativos y de gestión dentro de las actividades del área del talento humano.

La presente investigación, se interesa en el proceso de selección de talento humano y en el tipo de reclutamiento, el cual es la antesala al proceso de selección. “Si bien el reclutamiento es una actividad de atracción, divulgación y comunicación para abastecer el proceso selectivo y, por tanto, positiva y atractiva, la selección es, por el contrario, una actividad de elección, evaluación, clasificación y decisión” (Chiavenato, 2020, p. 116). Se expone el contexto de selección en forma integradora, “incluyendo la parte cultural que toda organización desearía tener y que consiste en que tenga una visión compatible con la que tiene la empresa, con los valores y creencias y costumbres similares” (Naumov, 2018, p. 184).

El proceso de selección debe ser eficiente, de tal manera en que se puedan “cubrir las vacantes de manera rápida, con las personas mejor calificadas para ejercer la función” (Werther et al, 2019, p. 125). Una vez que se haya concluido el reclutamiento, es necesario detectar el talento humano ideal

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 19-32 JUN. 2021

para que ocupe una vacante determinada. Cabe señalar que el reclutamiento puede ser interno o externo, pero el proceso de selección de talento humano debe ser sistémico, sin importar el tipo de reclutamiento de personal que se realice en el proceso de integración. “Si no existieran las diferencias individuales y si todas las personas fueran iguales y reunieran las mismas condiciones particulares para aprender y trabajar, la selección de talentos sería innecesaria” (Chiavenato, 2020, p. 116).

La rotación del talento humano es un gran problema en las empresas de cualquier estratificación. Existen costos directos e indirectos al perder al activo más valioso de una organización. Es importante comprender las causas de la rotación y buscar soluciones que permitan impulsar el crecimiento de la empresa y la de sus integrantes con talento humano que tenga un perfil a fin a la unidad de trabajo correspondiente. De acuerdo con el INEGI (2020) dice que:

Se puede diferenciar entre quienes están ausentes temporalmente de su empleo, de aquellos que no lo están; así como, ubicar en el tiempo, aquellos que tienen experiencia laboral y que por algún motivo perdieron su empleo, renunciaron a un empleo, cerraron su negocio u otras razones, en un periodo reciente, situaciones que en periodos de parálisis de la actividad productiva, resultan en elementos clave para comprender el impacto de la pandemia en segmentos de la fuerza de trabajo, cuya fuente de trabajo es altamente vulnerable (p. 23).

Más allá de la pandemia, la rotación se manifiesta por fenómenos internos y/o externos a la organización. Según Chiavenato (2017, pp. 119-120) dentro de los fenómenos externos se encuentran la situación de oferta y demanda de recursos humanos en el mercado, la coyuntura económica favorable o desfavorable a la organización, las oportunidades de empleo en el mercado de trabajo, etc. Entre los fenómenos internos que se presentan en la organización se encuentran la política salarial de la organización y de prestaciones de la organización, el tipo de supervisión que se ejerce sobre el personal, las oportunidades de crecimiento profesional, el tipo de relaciones humanas dentro de la organización, las condiciones físicas de trabajo en la organización, la moral del personal y la cultura organizacional

En el primer trimestre de 2021 respecto al mismo periodo de 2020, en México se presentó una disminución de 1.6 millones de personas en la Población Económicamente Activa (PEA), al pasar de 57 millones a 55.4 millones. La población ocupada fue de 53 millones de personas, reportando una disminución de 2.1 millones. Las personas ocupadas en actividades terciarias se redujeron 1.9 millones, siendo el impacto mayor en el sector comercio con una reducción de 712 mil y en el sector de restaurantes y servicios de alojamiento con 656 mil (INEGI, 2021, p. 1).

Para impulsar la gestión del talento humano, la entidad socioeconómica, debe contar con la estructura documental sobre descripciones y análisis de puestos, siendo que la descripción de puestos “es una explicación escrita de las funciones, responsabilidades, condiciones de trabajo y

otros aspectos relevantes de un puesto específico” (Varela, 2006, p. 74). La importancia de la descripción de puestos radica en que describe en forma detallada “las atribuciones o tareas del puesto (lo que hace el ocupante), la periodicidad de su realización (cuándo lo hace), los métodos para el cumplimiento de esas responsabilidades o tareas (cómo lo hace) y los objetivos (por qué lo hace)” (Chiavenato, 2017, p. 194).

Es importante que las empresas desarrollen un análisis de puestos, el cual “significa detallar lo que exige de su ocupante en términos de conocimientos, habilidades y capacidades para que pueda desempeñarlo correctamente. El análisis se hace a partir de su descripción” (Chiavenato, 2020, p. 225), en el cual exponga en forma objetiva y lógica, la relación del perfil y reclutamiento de la unidad de trabajo.

La gestión del reclutamiento del personal “Es el proceso de efectuar una búsqueda profesional de personas, basada en la descripción del puesto y sus competencias que han sido requeridas por el área interesada para cubrir la posición vacante” (Naumov, 2018, p. 132). El proceso de reclutamiento de personal busca atraer al personal idóneo a la empresa, para que cumpla con las características que demanda el análisis de puestos. Así mismo, en una etapa siguiente, los candidatos que cumplan con el perfil y que puedan participar en un proceso de selección, permitirán determinar al mejor talento humano para dicha unidad de trabajo.

Por su parte, la selección de personal “es un conjunto de etapas y técnicas mediante las cuales se realiza una evaluación de las características y aptitudes de los candidatos para determinar cuál cumple con los requisitos y elegir al personal idóneo” (Münch, 2005, p. 42). Existen varios modelos de selección de personal, y pueden variar u omitirse pasos o etapas, lo previo, depende si es un reclutamiento interno o externo. Según Werther et al (2019) dicen que:

Quando opera un sistema de promociones internas, no es necesario realizar nuevos exámenes médicos o verificar las referencias. Por otra parte, cuando se considera la selección de candidatos externos se deben cubrir todos los pasos que prescribe el reglamento interno de la empresa (p. 128).

Es importante resaltar que las empresas deben realizar un proceso de selección, que permita contratar al talento humano pertinente, con relación al análisis de puestos, así como, sobre las competencias y actitudes que impulsen a la empresa y sus integrantes. Las etapas varían con base en las necesidades de la empresa. Por su parte, Münch (2005) dice que:

Para efectuar un proceso científico de personal deben efectuarse las siguientes etapas:

1. Recepción preliminar de candidatos. Revisión de documentación y que el candidato reúne los requisitos básicos.
2. Elaboración de solicitud de empleo. Se usa para conocer los datos del solicitante y proporciona la información necesaria para llevar a cabo la entrevista inicial.
3. Entrevista inicial. Sirve para determinar si el candidato reúne los requisitos del perfil del puesto. La entrevista previa se utiliza para hacer una evaluación rápida de que tan aceptable para el puesto es el candidato.

4. Aplicación de pruebas de conocimiento. Las pruebas y exámenes de admisión son indispensables para evaluar las capacidades, aptitudes y competencias de los candidatos.
5. Entrevista profunda. Su objetivo es comprobar la autenticidad de la información y evaluar aspectos más específicos acerca de las competencias del candidato.
6. Aplicación de pruebas psicométricas y de personalidad.
7. Entrevista de selección. La realiza con el jefe inmediato para constatar que reúne todos los requisitos.
8. Encuesta socioeconómica. Consiste en la investigación de antecedentes y verificación de referencias, se comprueba la veracidad de la información proporcionada en la solicitud y la entrevista.
9. Examen médico. Es importante contar con información sobre el estado de salud físico del empleado para ello se recurre a clínicas o consultorios médicos.
10. Contratación. Cuando el candidato ha aprobado todas las etapas anteriores, se realiza la entrevista de contratación en la que se le informa su aceptación y las condiciones de trabajo y del puesto (p. 43).

Dependiendo del tamaño de la empresa y unidad de trabajo, varía el número de etapas en el proceso de selección. Sin embargo, es importante que todas las empresas, cuenten con un proceso lógico y científico que reduzca la incertidumbre y no sea un ejercicio de improvisación.

Por su parte, la motivación, se presenta como un conjunto de “procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta” (Robbins y Judge, 2017, p. 209). La motivación organizacional, no se limita a que el talento humano presente un impulso productivo e integrado, exclusivamente por la descripción y análisis de puestos, administración de sueldos y salarios, o por un sistema de comunicación; ya que, “La motivación es el conjunto de factores que influyen en el individuo y que estimulan y dirigen sus acciones y conducta” (Münch, 2005, p. 100), considerando la integridad y singularidad de cada elemento del talento humano. Antes de impulsar alguna estrategia de motivación, se debe cotejar, que la empresa cumpla con las condiciones laborales óptimas para el talento humano, como el contar con una estación de trabajo eficaz, seguro social y prestaciones de ley, clima laboral sano y una vivencia en valores.

Una vez que cumpla lo previo, las estrategias de motivación, como los incentivos o bonos, y los reconocimientos, tendrán efecto. A falta de las condiciones laborales óptimas, las estrategias de motivación no tendrán impacto en el mediano o largo plazo. Derivado de lo anterior, la finalidad de la investigación, consiste en describir los procesos de selección de las empresas queretanas, de cualquier estratificación económica y sector industrial. Así mismo, se busca determinar si existen

diferencias significativas entre la calidad de la entrevista de selección, pruebas de selección, condiciones laborales y la motivación, con relación al tipo de reclutamiento y la afinidad del perfil del talento humano en la unidad de trabajo más reciente o actual.

Materiales y Métodos

El tipo de estudio que se realiza, es cuantitativo, ya que el planteamiento del problema, se dirige a varios propósitos y existe la intención de estimar magnitudes o cantidades (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, pág. 40.), siendo que el propósito principal es determinar diferencias significativas causales entre el tipo de reclutamiento y la afinidad del perfil del talento humano como variables independientes con relación a la calidad de la entrevista de selección, pruebas de selección, condiciones laborales y la motivación como las variables dependientes o de respuesta. La observación sobre la relación entre las variables independientes y dependientes se realiza utilizando el análisis multivariado de varianza (MANOVA) con el criterio De Wilkis, Lawley-Hotelling, De Pillai y De Roy con el software Minitab 19 ®. Así mismo, se establece la H_0 de que no existe significancia entre las variables independientes y las de respuesta, considerando un $\alpha = 0.05$, siendo que si se obtiene un valor $p \geq 0.05$, entonces se considera que no hay significancia y, por lo tanto, no hay efecto de las variables independientes sobre las dependientes.

Se determina la tasa de influencia de la afinidad del perfil sobre las variables de respuesta, para ello, se establecen categorías del factor afinidad del perfil mediante una escala de puntuación del 1 al 5, considerando un valor de 1, en cuanto al valor más bajo de afinidad del perfil; y un valor 5, como el valor más alto, de tal manera, que la categoría Totalmente, se establece con un valor de 5; General, con un valor de 4; Medianamente, con un valor de 3; Parcial, con un valor de 2, No se relaciona, con un valor de 1; y N/A, con un valor de 0. La investigación también es descriptiva, ya que especifica las propiedades y características (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, pág. 108) de los procesos de selección de las empresas queretanas de cualquier estratificación.

El diseño del instrumento diagnóstico del proceso de selección de empresas establecidas en la entidad queretana por parte de talentos se crea utilizando diversas referencias, las cuales se exponen en la Tabla 1 con relación a los apartados del instrumento. La aplicación del instrumento es autoadministrada e individual. “Autoadministrado significa que el cuestionario se lo proporcionas directamente a los participantes, quienes lo contestan. No hay intermediario y las respuestas las marcan ellos” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 268). La plataforma de aplicación es Google Forms, la cual permite una eficiente captura de datos en forma automática y es eficaz para el análisis de datos en una hoja de cálculo.

Tabla 1

Diseño del instrumento diagnóstico

| Apartado del instrumento | Referencia |
|---------------------------------|--|
| Datos generales e instrucciones | (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 263) |
| Tipo de reclutamiento | (Naumov, 2018, pp. 137-138) |
| Proceso de selección | (Werther et al, 2019, pp. 128-142) |
| Condiciones laborales | (Chiavenato, 2020, pp. 331-333) |
| Motivación laboral | (Weichrich et al, 2017, pp. 420-423) |

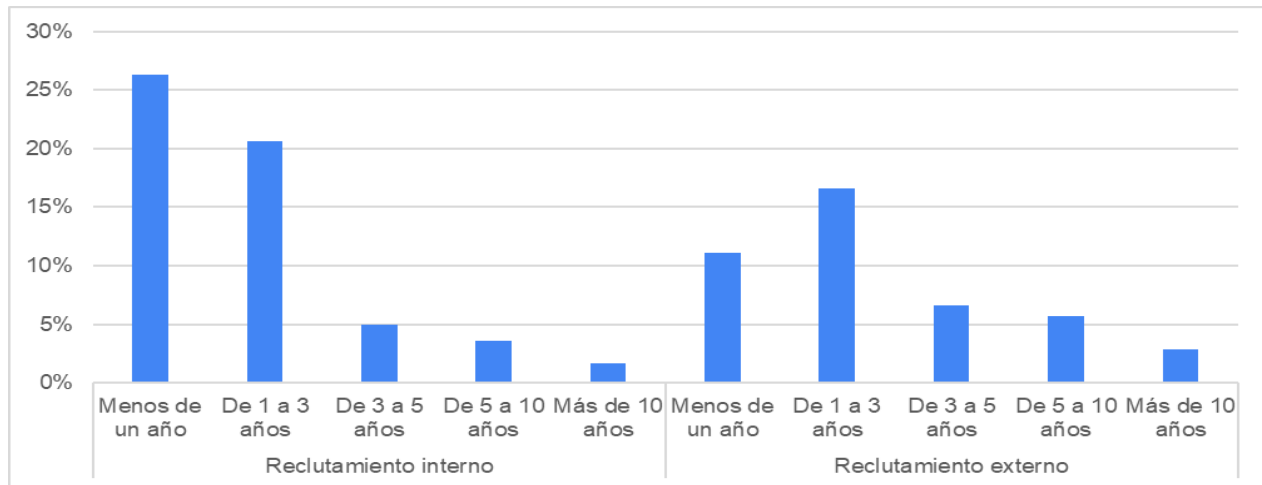
Fuente: Elaboración Propia.

En la Entidad Federativa de Querétaro, existen 115, 532 establecimientos (INEGI, 2019), por lo que se utiliza STATS ® (2009) y se determina una muestra representativa a partir de 383 elementos, con un nivel de confianza del 95%. Para la investigación, se obtiene una muestra representativa con 422 aplicaciones realizadas y se utiliza el muestreo no probabilístico por conveniencia, lo previo, por el tamaño de la población, para evitar la exposición de aplicadores durante la Pandemia generada por el COVID-19 y el contexto real de participación del talento humano de Querétaro. “La ventaja de una muestra no probabilística -desde la visión cuantitativa- es su utilidad para determinados diseños de estudio que requieren [...] una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, págs. 215). A pesar de utilizar el muestreo no probabilístico, se considera el tamaño de la muestra poblacional representativa para dar mayor certeza en la precisión. La aplicación del instrumento diagnóstico se realiza a partir de la colaboración de 10 estudiantes de la Universidad Politécnica de Querétaro, quienes tienen el rol de facilitar el instrumento a familiares, amigos y/o conocidos que cumplan con una relación subordinada en entidades socioeconómicas queretanas en forma virtual y remota, entre el 28 de abril y el 2 de junio del 2021. El instrumento, se diseña para obtener datos generales y validar el perfil del segmento de mercado.

Resultados y Discusión

El talento humano queretano, se concentra en empresas del municipio de Querétaro, con un 76%; seguido del municipio El Marqués, con un 10%; Corregidora, con un 7%; San Juan Del Río, con un 2%; y los municipios de Colón, Pedro Escobedo, Amealco, Ezequiel Montes, Huimilpan y San Joaquín, con un 5%. El 50.2% de la población, es del sexo femenino, con un promedio de edad de 27.75 años y desviación estándar de 9.63; así mismo, el 49.8% de la población, es del sexo masculino, con un promedio de edad de 26.77 años y desviación estándar de 9.04. El 57% del talento humano en el Estado de Querétaro, ha sido contratado mediante el reclutamiento interno en su más reciente unidad de trabajo o puesto en la empresa; en contraste, el 43% ha sido contratado a través del reclutamiento externo, tal como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Tipo de reclutamiento de la unidad de trabajo más reciente y temporalidad



Nota. El reclutamiento interno, se refiere a promociones o movilidad dentro la empresa; el reclutamiento externo, se refiere a nuevos ingresos. Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 3, se determina la relación entre los predictores reclutamiento interno y externo, con las variables de respuesta calidad en la entrevista de selección, calidad de las pruebas de selección, condiciones laborales, y la motivación. Se establece la prueba de hipótesis nula H_0 de que no hay diferencia entre el tipo de reclutamiento con relación a la calidad de la selección de talento humano. Hay evidencia suficiente para decir que estadísticamente, se acepta la H_0 , toda vez que el valor, es mayor al nivel de significancia de 0.05. Así mismo, no existen diferencias significativas en el promedio de la puntuación asignada a las variables de respuesta con base en los tipos de reclutamiento. Por lo tanto, no influye el tipo de reclutamiento, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 19-32 JUN. 2021

Figura 3. Prueba MANOVA para reclutamiento

| Criterio | Estadística de prueba | | GL | | P |
|------------------|-----------------------|-----------|-----|-------|-------|
| | F | Núm Denom | Núm | Denom | |
| De Wilks | 0.99451 | 0.568 | 4 | 412 | 0.686 |
| Lawley-Hotelling | 0.00552 | 0.568 | 4 | 412 | 0.686 |
| De Pillai | 0.00549 | 0.568 | 4 | 412 | 0.686 |
| De Roy | 0.00552 | | | | |

$$H_0 = \begin{bmatrix} \mu_{11} \\ \mu_{21} \\ \mu_{31} \\ \mu_{41} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{12} \\ \mu_{22} \\ \mu_{32} \\ \mu_{42} \end{bmatrix}$$

$$s = 1 \quad m = 1 \quad n = 205$$

Nota. Se establece un nivel de significancia de 0.05. Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 4, se determina la relación entre los predictores de afinidad del perfil del talento humano (totalmente, general, medianamente, parcial, no se relaciona, N/A), con las variables de respuesta calidad en la entrevista de selección, calidad de las pruebas de selección, condiciones laborales, y la motivación. Se establece la prueba de hipótesis nula H_0 de que no hay diferencia entre el perfil del talento humano y el puesto con relación a la calidad de la selección de talento humano.

Figura 4. Prueba MANOVA para afinidad del perfil del talento humano y el puesto

| Criterio | Estadística de prueba | | GL | | P |
|------------------|-----------------------|-----------|-----|-------|-------|
| | Approx F | Núm Denom | Núm | Denom | |
| De Wilks | 0.70156 | 7.711 | 20 | 1367 | 0.000 |
| Lawley-Hotelling | 0.40288 | 8.269 | 20 | 1642 | 0.000 |
| De Pillai | 0.31433 | 7.079 | 20 | 1660 | 0.000 |
| De Roy | 0.33797 | | | | |

$$H_0 = \begin{bmatrix} \mu_{11} \\ \mu_{21} \\ \mu_{31} \\ \mu_{41} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{12} \\ \mu_{22} \\ \mu_{32} \\ \mu_{42} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{13} \\ \mu_{23} \\ \mu_{33} \\ \mu_{43} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{14} \\ \mu_{24} \\ \mu_{34} \\ \mu_{44} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{15} \\ \mu_{25} \\ \mu_{35} \\ \mu_{45} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_{16} \\ \mu_{26} \\ \mu_{36} \\ \mu_{46} \end{bmatrix}$$

$$s = 4 \quad m = 0 \quad n = 205$$

Nota. Se establece un nivel de significancia de 0.05. Fuente: Elaboración propia.

Hay evidencia suficiente para decir que estadísticamente, se rechaza la H_0 , toda vez que el p valor, es menor al nivel de significancia de 0.05. Así mismo, existen diferencias significativas en el promedio de la puntuación asignada a las variables de respuesta con base en la afinidad del perfil. Por lo tanto, se acepta la H_1 indicando que influye la afinidad del perfil del puesto, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana en al menos alguna variable de respuesta.

En la Figura 5, se comparan las medias de las variables dependientes entre los grupos o categorías de la variable independiente con afinidad del perfil en una escala de 1 a 5 puntos. La variable de respuesta calidad de la entrevista, presenta un 67% de influencia por parte de la afinidad del perfil entre las categorías Totalmente y General, con una media por encima de los 4 puntos. La variable de respuesta calidad de pruebas de selección, presenta un 34% de influencia por parte de la afinidad del perfil, solo con la categoría Totalmente, la cual es la única que se encuentra con una media ligeramente por encima de los 4 puntos de la escala. La variable de respuesta calidad de las condiciones laborales, presenta un 68% de influencia por parte de la afinidad del perfil, entre las categorías Totalmente y General, las cuales se encuentran con una media por encima de los 4 puntos. La variable de respuesta motivación laboral, respecto a la afinidad del perfil, no cuenta con una influencia alta, ya que ninguna de las categorías, se encuentra por encima de una media de 4 puntos.

Figura 5. Medias de las variables de respuesta y las categorías de afinidad del perfil

| Entrevista Vs. Afinidad del perfil | | | | Pruebas Vs. Afinidad del perfil | | | |
|------------------------------------|-----|--------|-------------------------|---------------------------------|-----|--------|-------------------------|
| AFINIDAD DE PERFIL | N | Media | Desv.Est. IC de 95% | AFINIDAD DE PERFIL | N | Media | Desv.Est. IC de 95% |
| General | 143 | 4.0140 | 0.8391 (3.8630, 4.1650) | General | 143 | 3.8392 | 1.0854 (3.6437, 4.0347) |
| Medianamente | 66 | 3.758 | 1.024 (3.535, 3.980) | Medianamente | 66 | 3.303 | 1.403 (3.015, 3.591) |
| N/A | 24 | 2.167 | 1.949 (1.798, 2.535) | N/A | 24 | 2.125 | 1.918 (1.648, 2.602) |
| No se relaciona | 21 | 3.619 | 0.973 (3.225, 4.013) | No se relaciona | 21 | 3.476 | 1.078 (2.966, 3.986) |
| Parcial | 26 | 3.692 | 0.884 (3.338, 4.046) | Parcial | 26 | 3.308 | 1.379 (2.849, 3.766) |
| Totalmente | 142 | 4.3239 | 0.6364 (4.1724, 4.4755) | Totalmente | 142 | 4.0423 | 0.9884 (3.8461, 4.2384) |

Desv.Est. agrupada = 0.918580

| Condiciones laborales Vs. Afinidad del perfil | | | | Motivación Vs. Afinidad del perfil | | | |
|---|-----|--------|-------------------------|------------------------------------|-----|--------|-------------------------|
| AFINIDAD DE PERFIL | N | Media | Desv.Est. IC de 95% | AFINIDAD DE PERFIL | N | Media | Desv.Est. IC de 95% |
| General | 143 | 4.1329 | 0.6842 (4.0087, 4.2570) | General | 143 | 3.8601 | 0.8849 (3.7093, 4.0110) |
| Medianamente | 66 | 3.879 | 0.886 (3.696, 4.061) | Medianamente | 66 | 3.439 | 0.963 (3.217, 3.661) |
| N/A | 24 | 4.083 | 0.717 (3.780, 4.386) | N/A | 24 | 3.583 | 0.929 (3.215, 3.951) |
| No se relaciona | 21 | 3.810 | 0.750 (3.486, 4.133) | No se relaciona | 21 | 3.429 | 0.811 (3.035, 3.822) |
| Parcial | 26 | 3.885 | 0.993 (3.594, 4.176) | Parcial | 26 | 3.269 | 0.874 (2.916, 3.623) |
| Totalmente | 142 | 4.1690 | 0.7143 (4.0445, 4.2936) | Totalmente | 142 | 3.9507 | 0.9478 (3.7994, 4.1021) |

Desv.Est. agrupada = 0.755071

Desv.Est. agrupada = 1.18928

Desv.Est. agrupada = 0.917520

Fuente: Elaboración propia.

Nota. N/A son respuestas del talento humano que no evidenció la afinidad del perfil con relación a las variables de respuesta.

Discusión

México tiene una de las tasas de rotación laboral más altas de América Latina, siendo del 16.75%, la cual significa que miles de trabajadores en el país dejan sus empresas para asumir nuevos puestos, trabajar en otras organizaciones en un sector distinto o dejan de trabajar (Brewer, 2020, párrafo 1). Cuando se presenta alta rotación de personal, se puede presentar un mal clima laboral, un ambiente hostil y la incertidumbre de colaboradores que perciben que serán despedidos, alterando la productividad y la dinámica de trabajo. Así mismo, también se pueden presentar altos costos económicos por erogaciones para el proceso de integración de nuevo talento humano, en donde el know how es relevante debido a que se pierden conocimientos y experiencias, además se generan costos estimados por reemplazar a un empleado de aproximadamente un 35% de su salario anual, el costo promedio de contratación es de \$4.129 dólares y toma 42 días en cubrir un puesto vacante (Brewer, 2020, párrafo 2-4).

Muchas empresas, comienzan con un proceso de reclutamiento externo, antes de analizar las competencias del talento humano de la empresa, por lo tanto, “El proceso de búsqueda y reclutamiento de personal debe iniciar en primer término dentro de la organización, la cual tendrá prioridad antes que nada” (Naumov, 2018, p. 137), o al menos, se debe considerar la productividad, desempeño y competencias del talento humano de la empresa y que se impulsen las promociones y cambios estratégicos. El reclutamiento interno “privilegia a los trabajadores actuales para ofrecerles oportunidades mejores, mientras que el otro busca candidatos externos para hacerse de experiencias y habilidades que la organización no posee” (Chiavenato, 2020, p. 101). Las empresas deben de realizar un balance entre sus procedimientos y decisiones de reclutar talento humano que cumpla con las condiciones y políticas empresariales sin importar su estratificación. De esta forma, es más eficaz el proceso de selección de talento humano. Se deben generar estrategias de atracción del talento humano y selección orientadas hacia el cumplimiento de las estrategias de las empresas, así mismo, “las estrategias evolucionan al paso del tiempo, así que los administradores necesitan evaluar la estrategia actual de su organización. También necesitan determinar las posibles direcciones que la empresa podría tomar en el futuro” (Thompson et al, 2018, p. 17).

Conclusiones

La rotación de talento humano es un fenómeno que afecta a las empresas de cualquier estratificación, sin importar el giro o locación. En la entidad queretana, menos del 5% del talento humano a través del reclutamiento interno, se ha mantenido en la empresa más de 3 años. Así mismo, menos del 7% del talento humano a través del reclutamiento externo, se ha mantenido en la empresa más de 3 años. Se establece la prueba de hipótesis nula H_0 de que no hay diferencia entre el tipo de reclutamiento con relación a la calidad de la selección de talento humano y se acepta la misma, toda vez que no influye el tipo de reclutamiento, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana.

Se establece la prueba de hipótesis nula H_0 de que no hay diferencia entre el perfil del talento humano y el puesto con relación a la calidad de la selección de talento humano. Por lo tanto, se acepta la H_1 indicando que influye la afinidad del perfil del puesto, con la calidad de los procesos de selección del talento humano en la entidad queretana en al menos alguna variable de respuesta, principalmente en la calidad de la entrevista de selección y en las condiciones laborales. Aunque la motivación, no tiene alguna influencia directa por parte del perfil profesional, se concluye que es relevante realizar procesos de selección que sean afines al perfil profesional, garantizando las competencias y áreas blandas necesarias que requiere la vacante o unidad de trabajo. Las empresas deben realizar y diseñar perfiles y descripciones de puestos antes de realizar un proceso de integración de talento humano.

Referencias

- Álvarez, M. (2008). *Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos*. Panorama.
- Brewer, D. (2020). *La movilidad interna ante las altas tasas de rotación laboral*. Expansión. Recuperado de <https://expansion.mx/opinion/2020/11/19/la-movilidad-interna-ante-las-altas-tasas-de-rotacion-laboral>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos*. McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano – El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. McGraw Hill.
- Díaz, M., Palma, E., Varón, O., Gutiérrez, D. Rodríguez, W. Guzmán, R., Caycedo M., Herrán, A. & Sabogal, R. (2019) Conocimientos Contables Básicos para comerciantes al por menor del municipio de Icononzo – Tolima. Edición 1. Espinal Tolima. Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP. Recuperado de <https://itfip.edu.co/investigacionfeac/wp-content/uploads/2021/02/LIBRO-ICONONZO.pdf>
- Díaz, M., Guzmán Y., Palma, E., Barragán, A., Puentes, Y., y Varón, O. (2020). Crecimiento Económico de los Negocios de Salpicón en el Corregimiento de Chicoral a partir del Microcrédito como mecanismo de financiación. En Palma, E., Díaz, M., Guzmán, R. y Varón, O. (Eds). Estudios Científicos Con Enfoque Organizacional, Económico Y Educativo. Edición 1. Editorial Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP. P. 85-117. Recuperado de: <https://n9.cl/x9m7x>
- Hernández-Sampieri y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- INEGI (2021). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (nueva edición) (ENOE^N) cifras oportunas de diciembre de 2020* [PDF]. Comunicado de prensa núm. 20/21. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/iooe/iooe2021_01.pdf

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 19-32 JUN. 2021

- INEGI (2021). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (nueva edición) (ENOE^N) cifras durante el primer trimestre de 2021* [PDF]. Comunicado de prensa núm. 280/21. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/enoe_ie/enoe_ie2021_05.pdf
- Minitab 19 Statistical Software (19.1) [Software]. (2019). Recuperado de <https://www.minitab.com/es-mx/>
- Münch, L. (2005). *Administración de capital humano – La gestión del activo más valioso de la organización*. Trillas.
- Naumov, S. (2018). *Gestión e innovación total del capital humano*. Patria.
- STATS (2.0.0.2) [Software]. (2019). Recuperado de <https://www.decisionanalyst.com/download/#desktop>
- Thompson, A., Strickland III, A., Janes, A., Sutton, C., Peteraf, M. & Gamble, J. (2018). *Administración estratégica - teoría y casos*. McGraw Hill.
- Varela, R. (2006). *Administración de la compensación – Sueldos, salarios y prestaciones*. Pearson educación.
- Wehrich, H., Cannice, M. y Koontz, H (2017). *Administración - Una perspectiva global, empresarial y de innovación*. McGraw Hill.
- Werther, W., Davis, K. y Guzmán, P. (2019). *Administración del capital humano*. McGraw Hill.

COINCIDENCIAS Y DIVERGENCIAS ENTRE LAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN HUMANA ADELANTADAS POR LOS DIRIGENTES-EMPRENDEDORES Y LOS DIRIGENTES-EMPLEADOS EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ, COLOMBIA¹

COINCIDENCES AND DIVERGENCES BETWEEN THE HUMAN MANAGEMENT PRACTICES DEVELOPED BY THE LEADERS-ENTREPRENEURS AND THE LEADERS-EMPLOYEES IN THE MICRO ENTERPRISES OF THE HOTEL SECTOR IN THE CITY OF IBAGUÉ, COLOMBIA

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.04

 *Carlos Hernán Cubillos Calderón*²

 *José Vicente Montealegre González*³

 *Alberto Delgado Cortés*⁴

Cómo citar este artículo: Cubillos Calderón, C. H., Montealegre González, J. V., & Cortés Delgado, A. (2021). Coincidencias y divergencias entre las prácticas de gestión humana adelantadas por los dirigentes-emprendedores y los dirigentes-empleados en las microempresas del sector hotelero de la ciudad de ibagué, Colombia, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 33-46



Recibido: noviembre de 2019. **Aprobado:** marzo de 2020

Resumen

Esta investigación se adelantó con el propósito de interpretar las prácticas de gestión humana, consideradas universales, realizadas en las microempresas del sector hotelero de la ciudad de Ibagué, pues ante la incuestionable importancia del talento humano son las grandes organizaciones y cadenas hoteleras las que cuentan con mejores posibilidades para realizar una adecuada gestión

¹ Esta ponencia es producto del proyecto de investigación que lleva el mismo nombre, financiado con recursos del Fondo de Investigaciones de la Universidad del Tolima y realizado por el Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial (GIPE), con el apoyo de los estudiantes del programa de Administración de Empresas María Alejandra Leal Vanegas y Edison Fabián Varón Cruz.

² hcubi@ut.edu.co Magíster en Administración. Profesor de Planta de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Investigador Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial –GIPE-

³ jvmontea@ut.edu.co Magíster en Administración. Profesor de Planta de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Director Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial –GIPE-

⁴ adelgado@ut.edu.co Magíster en Administración de Empresas con especialidad en Gestión Integrada de la Calidad, Seguridad y Medio Ambiente. Profesor de Planta de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Investigador Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial –GIPE-

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 33 - 46. JUN. 2021

del personal, en contraste con las pequeñas organizaciones que tienen recursos y capacidades limitadas. Para llevar a cabo el estudio se empleó el método cualitativo, con fundamento en los planteamientos básicos de la Grounded Theory (Teoría fundada o fundamentada). Las fases de recopilación, análisis e interpretación de la información se orientaron ideológicamente por el método PRODIN (Prospective Dialectic Interpersonal Method).

Entre los hallazgos más relevantes se destaca la identificación de dos tipos de dirigentes: los dirigentes-empleados (no propietarios) y los dirigentes-emprendedores (propietarios), quienes coinciden en la realización de charlas informales y exploratorias en la práctica de vinculación, en las que la intuición juega un papel fundamental para decidir sobre el candidato más idóneo al igual que la ausencia de pruebas estandarizadas y entrevistas estructuradas o semiestructuradas. La capacitación, a su vez, es una práctica subvalorada pues se asume que la experiencia de los colaboradores en la actividad hotelera es suficiente para desempeñarse eficientemente. La evaluación del desempeño es realizada por observación in-situ de las labores diarias, no es planificada ni sistemática y se emplea, casi exclusivamente, con fines de amonestación y despido. El plan de carrera al igual que las posibilidades de ascenso es inexistente.

Por otra parte, mientras los dirigentes-empleados verifican telefónicamente los antecedentes laborales, los dirigentes-emprendedores no realizan esta labor dado que privilegian la referenciación o recomendación personal. La práctica de remuneración igualmente presenta divergencias, pues los emprendedores que lideran sus organizaciones generalmente ocupan familiares sin contratos de trabajo formalmente establecidos y al finalizar cada mes dividen las utilidades. A su vez, las empresas lideradas por dirigentes-empleados distan de las famiempresas en tanto no vinculan familiares, hay mayor nivel de formalidad en los contratos y efectúan pagos quincenales, mensuales o por turnos de trabajo.

Palabras clave: Gestión humana, dirigentes-emprendedores, dirigentes-empleados, sector hotelero, microempresas

Abstract

This research was carried out with the purpose of interpreting the human management practices, considered universal, carried out in the micro-enterprises of the hotel sector of the city of Ibagué, since in view of the unquestionable importance of human talent, it is the large organizations and hotel chains that have the best possibilities to carry out adequate personnel management, in contrast to the small organizations that have limited resources and capacities. To carry out the study, the qualitative method was used, based on the basic approaches of the Grounded Theory. The phases

of information collection, analysis, and interpretation were ideologically oriented by the PRODIN method (Prospective Dialectic Interpersonal Method).

Among the most relevant findings is the identification of two types of leaders: employee-leaders (non-owners) and entrepreneur-leaders (owners), who coincide in conducting informal and exploratory talks in the practice of bonding, in which intuition plays a key role in deciding on the most suitable candidate, as does the absence of standardized tests and structured or semi-structured interviews. Training, in turn, is an undervalued practice because it is assumed that the experience of the collaborators in the hotel activity is sufficient to perform efficiently. Performance evaluation is done by on-site observation of daily tasks, is not planned or systematic, and is used almost exclusively for purposes of admonishment and dismissal. The career plan as well as promotion possibilities are non-existent.

On the other hand, while the employee-leaders check their work history by phone, the entrepreneur-leaders do not do this work since they privilege personal referral or recommendation. The remuneration practice also differs, since the entrepreneurs who lead their organizations generally employ family members without formally established work contracts and at the end of each month they divide the profits. In turn, the companies led by employee-leaders are far from family businesses as they do not link family members, there is a higher level of formality in the contracts and they make biweekly, monthly or shift work payments.

Keywords: Human management, managers-entrepreneurs, managers-employees, hotel sector, micro enterprises

Introducción

La gestión humana es un aspecto decisivo en el modelo de negocio de cualquier hotel, pues los servicios se materializan a través de los colaboradores quienes en buena medida trabajan en contacto directo con los clientes, de allí la importancia de contar con un equipo de trabajo adecuado que permita, de manera armoniosa, cubrir las expectativas tanto de los usuarios de estos servicios como de los mismos prestadores. Sin embargo, son las grandes organizaciones y cadenas hoteleras las que cuentan con mejores posibilidades para realizar una adecuada gestión de su talento humano en contraste con las pequeñas organizaciones que tienen recursos y capacidades limitadas, razón por la cual el Plan de Desarrollo del Departamento del Tolima (Colombia) 2016-2019 afirmara: “la transformación productiva del departamento es posible a partir de la implementación de estrategias entre las que se cuenta el fortalecimiento del talento humano” (p. 75).

Este contexto deja entrever la importancia social y económica de esta investigación, pues para contribuir al mejoramiento de las prácticas de gestión humana en las microempresas del sector

hotelero, que para el caso de Ibagué (Colombia) corresponden al 76.32% de los hoteles con registro nacional de turismo actualizado en el año 2018, se hace necesario caracterizarlas y comprenderlas, de tal manera que los resultados posibiliten construir líneas de acción conjuntamente con agremiaciones como la Asociación Turística y Hotelera de Colombia –COTELCO- capítulo Tolima, a fin de contribuir con el mejoramiento del personal adscrito al sector hotelero para enfrentar retos y aprovechar oportunidades.

Los hoteles pequeños son organizaciones con características especiales, por ejemplo, suelen tener un incipiente desarrollo empresarial ya que los trabajadores con baja cualificación generalmente ocupan los puestos de trabajo con mayor posibilidad de experimentar condiciones laborales inadecuadas tales como informalidad de la vinculación, prolongadas jornadas de trabajo, bajo nivel salarial, acoso laboral, discriminación, desigualdad en las oportunidades y explotación, entre otras, que impactan negativamente la prestación del servicio en una industria cuyo éxito está altamente influenciado por la constante interacción entre trabajadores y clientes. Las microempresas del sector hotelero de la ciudad de Ibagué (Colombia) no escapan a esta realidad, pues aunque desde hace algunos años se han venido planteando iniciativas sobre la base de su vocación como territorio turístico, tal como se expresara en el Plan de Desarrollo municipal 2016-2019, existe gran potencial por lograr pero asimismo mucho por hacer por lo que “se requiere un fuerte trabajo para el fortalecimiento de los prestadores y operadores de servicios turísticos locales en términos de formación y generación de capacidades para mejorar el servicio y la calidad de los servicios, atractivos y recursos turísticos (p. 122).

Ahora bien, las cadenas hoteleras que hacen presencia en la ciudad cuentan con capacidades y recursos para realizar una adecuada gestión de su talento humano, realidad contraria a la de los hoteles pequeños que representan la mayoría de establecimientos, pues según datos de la Cámara de Comercio Ibagué para el año 2018 existían, en el municipio de Ibagué, 84 hoteles urbanos con Registro Nacional de Turismo (RNT) actualizado, de los cuales 66 están catalogados como microempresas, de acuerdo con lo establecido para la época de la investigación en la Ley 905 de 2004, pues ocupan hasta 10 trabajadores en la prestación de sus servicios. A lo anterior, se suma el hecho que las prácticas de gestión humana en las microempresas y particularmente en las que se dedican al hospedaje y alojamiento han sido poco estudiadas, prueba de ello es el bajo número de resultados investigativos reportados en bases de datos y plataformas académicas sobre este tema, salvo algunos trabajos de tesis que no han aportado significativamente a la construcción de teoría sobre el particular que oriente la gestión humana en este tipo de organizaciones.

Objetivo General

Caracterizar e interpretar las prácticas de gestión humana en las microempresas del sector hotelero de la ciudad de Ibagué.

Objetivos Específicos

- Estudiar las prácticas de vinculación de personal en los pequeños hoteles de la ciudad de Ibagué.
- Analizar las prácticas de capacitación del personal que se realizan en los pequeños hoteles de Ibagué.
- Examinar las prácticas de compensación del personal en los pequeños hoteles de la ciudad de Ibagué.
- Analizar las prácticas de evaluación del desempeño en los pequeños hoteles de la ciudad de Ibagué.
- Interpretar las prácticas de permanencia y proyección del personal en los pequeños hoteles de la ciudad de Ibagué.

Materiales y Métodos

Este proyecto de investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, orientado a partir de los planteamientos básicos de la Grounded Theory (Teoría fundada o teoría fundamentada) – TF – planteada por Glaser y Strauss (1967) como método interpretativo de la realidad social. Las fases de recopilación, análisis e interpretación de la información fueron orientadas ideológicamente por el método PRODIN (Prospective Dialectic Interpersonal Method), propuesto y desarrollado por Bergadaá (2006).

Determinación de los sujetos de estudio. Según datos de Cámara de Comercio de Ibagué (Colombia), para el año 2018 existen 84 hoteles urbanos con Registro Nacional de Turismo (RNT) actualizado, de los cuales 66 se clasifican como microempresas. La escogencia de los once (11) sujetos de estudio se realizó de forma progresiva en la medida que se presentaron hallazgos que aportaron nuevos elementos y cuando los datos se repitieron no se entrevistaron nuevos sujetos puesto que la investigación entró en la etapa de saturación teórica.

Recolección y análisis de la información. Como fuente de información primaria se consultaron, a través de entrevistas semiestructuradas, los pequeños hoteleros de la ciudad de Ibagué. Se realizaron y transcribieron las primeras entrevistas sobre las cuales se hizo un “análisis piloto”. El nuevo formato guía de entrevista se aplicó a los otros entrevistados, generando audios que fueron transcritos literalmente conservando su fidedignidad y posteriormente se realizó el análisis microscópico de los datos (frase por frase) Esta información depurada permitió estructurar las categorías descriptivas.

Validez y fiabilidad. Los análisis de contenido fueron sometidos a pruebas de validez interna (triangulación de investigadores) entendida como el grado en el que se pueden establecer relaciones causales (Yin, 1989) y validez de constructo, con el propósito de evitar juicios subjetivos por parte del equipo investigador en la recolección de datos a través de la revisión de los resultados por parte de expertos.

Marco teórico

Desde hace varias décadas la literatura y el medio profesional sitúan los activos intangibles como principales factores críticos del éxito organizacional y conceden a las personas el papel protagónico como fuente de ventaja competitiva, orientación ratificada en los trabajos de Camisón (1997), Capelli (1999), Hitt, Bierman, Shimizu y Kochhar (2001), DeNisi, Hitt y Jackson (2003) además de Becker, Huselid y Beatty (2009). A pesar de este consenso, investigadores como Storey (1992), Rowden (1995), Wagar (1998) Calderón y Álvarez (2006), Calderón, Naranjo y Álvarez (2010), advierten la relativa escases en el número de investigaciones relacionadas con las prácticas de gestión humana en las pequeñas y medianas empresas, y reconocen que no necesariamente las prácticas implementadas en las grandes empresas son las apropiadas para las pequeñas.

De otra parte, Cassell y colaboradores (2002) citados en Torres (2014, p. 40) señalan la existencia de cuatro prácticas consideradas universales en gestión humana, pues independientemente de cómo se realicen, quién y con qué mecanismos las apliquen, todas las organizaciones -incluidas las pequeñas realizan procesos de selección, evaluación de desempeño, remuneración y desarrollo, mientras que Paauwe y Boselie (2008) identifican 26 prácticas, de las cuales privilegian las cuatro primeras: **entrenamiento y desarrollo, esquemas de retribución, gestión de desempeño, y reclutamiento y selección.**

A su vez, Camarena y Saavedra (2018) destacan el reclutamiento, selección, capacitación, inducción y desarrollo, mientras que la firma Interconsulting Bureau, propone como funciones básicas “las actividades, métodos y medios para reclutar y seleccionar personal, formarlo, integrarlo, promocionarlo o degradarlo, transferirlo o suspenderlo y otras actividades que afectan a la motivación del personal y al clima sano y estimulante de la estructura de la empresa” (2015, p. 42).

Allens (2006), Dessler (2004) y Dolan (2002) citados en Rodríguez (2012) coinciden en la determinación de las principales prácticas de gestión humana: descripción y análisis de cargos, vinculación, formación y entrenamiento, remuneración y beneficios, evaluación del desempeño y plan de carrera, planteamiento muy similar a las denominadas prácticas genéricas en gestión humana por los investigadores colombianos Calderón y Álvarez (2006), Calderón, Naranjo y Álvarez (2007) y Fonseca (2013): vincular trabajadores (práctica de provisión de personal), entrenarlos y formarlos (práctica de capacitación), remunerarlos (práctica de compensación),

supervisarlos y orientarlos (práctica de evaluación de desempeño) y tener algún criterio de permanencia y proyección en la empresa (práctica de plan de carrera), planteamiento que se acoge como orientación teórica del presente proyecto de investigación.

De acuerdo con lo anterior, “la provisión comprende tres prácticas diferenciadas – el reclutamiento, la selección y la contratación -” (Valle 2004 citado en Calderón y Álvarez 2006 p. 32). A su vez, Chiavenato (2017) plantea: “la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias” (p. 330). Como compensación, Dolan, Valle-Cabrera, Jackson & Schuler (2003) consideran el conjunto de precepciones financieras, servicios o beneficios tangibles que recibe un empleado como consecuencia de la prestación de la actividad a la empresa, en la que se reconoce la retribución directa normalmente de carácter monetario y la retribución indirecta que corresponde a los beneficios que recibe el trabajador. A su vez, Torres (2014) en relación con la evaluación del desempeño en pequeñas organizaciones plantea: “se utiliza como medio de control con fines administrativos; es decir como insumo de información para despidos, aumentos salariales, bonificaciones, reconocimientos y recompensas no monetarias como horarios flexibles” (p. 24). Por otra parte, Werther & Davis afirman: “cuando la administración de la empresa alienta la planeación de la carrera, es más probable que los empleados se fijen metas profesionales y que trabajen activamente por obtenerlas” (2000, p. 273).

Resultados y Discusión

Tipología de los dirigentes de las microempresas del sector hotelero.

Entre los resultados más relevantes se destaca una tipología de los directivos compuesta por dos grandes categorías: los dirigentes-empleados y los dirigentes-emprendedores, en la primera se identifican dirigentes empíricos y otros con formación profesional. La segunda se divide entre los que cuentan con experiencia previa en el sector y aquellos emprendedores que no se dedicaban a la actividad hotelera.

Dirigentes-empleados

En esta categoría se ubican los dirigentes que no cuentan con formación profesional en negocios, pero que tienen alguna experiencia laboral previa en otras actividades productivas relacionadas, principalmente, con el sector agrícola, el comercio detallista y las manufacturas, así como quienes estaban desempleados y encontraron en este sector una ubicación laboral, tal como lo manifiesta el informante No. 7 “yo estaba buscando empleo y se me presentó esta oportunidad, me hicieron una entrevista y hasta el momento pues estoy acá...”. Se ocupan de labores básicas de administración relacionadas con la preparación de información contable, control del inventario de insumos, supervisión del mantenimiento y aseo del hotel, acciones que han aprendido a realizar de manera empírica: “uno va aprendiendo por el camino...de las cosas que se van presentando...” (Informante No. 3). En términos generales, poseen varios años vinculados a la misma organización,

incluso algunos desde la fecha de fundación, no cuentan con parientes en la misma línea de negocio y los trabajadores que emplean no son miembros de su familia.

Asimismo, son representantes de esta categoría los profesionales que se ubicaron laboralmente como administradores. Iniciaron su experiencia laboral en actividades económicas diferentes a la hotelería, pero se fueron relacionando con el medio pues sus empleadores vieron en ellos capacidades, aptitudes, habilidades y formación académica para dirigir sus negocios desde una perspectiva profesional. Buena parte de su tiempo la ocupan en las funciones de supervisión y control de las actividades desarrolladas por sus colaboradores; así, como a procesos relacionados con el mejoramiento en la atención de los huéspedes tales como solución de peticiones, quejas y reclamos. Valoran la formación permanente ofrecida por agremiaciones y entidades del sector: *“desde que abrimos el hotel nos vinculamos a COTELCO...tienen un programa de capacitación muy bueno...entonces...yo he accedido a todo ese tipo de capacitaciones para poder conocer desde cómo tender a una cama hasta cómo hacer un estado financiero”* (Informante No. 9).

Buena parte de los dirigentes de esta categoría trabajaron inicialmente como empleados en el sector hotelero en diversos cargos y decidieron emprender un proyecto empresarial apoyándose en la experiencia laboral que poseían, como es el caso del informante No. 1: *“siempre he manejado lo que era mantenimiento, ya ahorita como soy directamente el arrendatario, estoy respondiendo por esto, entonces me enfoque ya en lo que es la parte administrativa”*. A su vez, el informante No. 5 afirma que la decisión de convertirse en empresario fue motivada por su experiencia laboral, *“era administrador de una empresa hotelera y entonces decidí tener mi propio negocio”*. Son dirigentes polifuncionales; en un día normal pasan de hacer el aseo de las instalaciones y atender a los clientes en la recepción, a hacer cuadros de caja, compras y llevar la contabilidad del negocio. No cuentan con formación profesional, pero son el centro del negocio pues ejercen el poder, el control y la toma de decisiones con alta autonomía.

Algunos de ellos se iniciaron en esta actividad económica a partir de sucesos detonantes negativos como la pérdida del empleo o el desplazamiento del campo a la ciudad, tal como relata el informante No. 4: *“estaba tocando puertas... ¿dónde hay un trabajo? ¿quién me recibe? entonces había un letrerito: se arrienda hospedaje, entonces yo decidí tomar, dije, me voy a montar en este caballo loco”*. Estos dirigentes emplean a sus familiares y alternan las funciones laborales (administrativas y operativas) con su rol familiar al compartir espacios cotidianos y celebraciones especiales en las instalaciones del hotel, debido a que su jornada laboral fluctúa entre las ocho y las 16 horas diarias.

Prácticas genéricas de gestión humana en las microempresas del sector hotelero.

Vinculación del personal

En las microempresas del sector hotelero se presenta muy poca rotación de personal por lo que son muy esporádicos los procesos de vinculación. Sin embargo, la necesidad de emplearse hace que muchas personas de manera espontánea dejen a consideración de los hoteles sus currículos (hojas

de vida): *“viene mucha gente buscando empleo y...pues ahorita que estamos con ese recorrer de venezolanos, eso es mucha la gente que viene y le trae a uno la hoja de vida, y son perfiles muy buenos”* (informante No. 8), o como tal como lo expresa la informante No. 9: *“sí...vienen o nos escriben al correo, nos lo mandan por Facebook, que conozco el área, soy estudiante de hotelería, o trabaja en un hotel y nos mandan las hojas de vida”*. La iniciativa de dejar las hojas de vida directamente en las empresas, así como la recomendación personal se constituyen en las dos fuentes de reclutamiento del personal con mayor reconocimiento.

Por su parte, los dirigentes-empleados que han adelantado procesos de vinculación de personal recurren a la verificación telefónica de antecedentes laborales, la realización de entrevistas desestructuradas y a la percepción que logran sobre el candidato para que este último continúe en el proceso con una corta inducción que busca valorar la competencia del candidato frente a las actividades y responsabilidades propias del empleo: *“...se convoca a entrevista, se mira el perfil, se tiene la charla con la persona, ¿sí? uno mira que le vea aptitudes, que encaja, pues entonces ya procede a decirle que venga a un proceso de inducción”* (Informante No. 8). Los pequeños hoteles liderados por dirigentes-empleados cuentan con una sencilla pero definida estructura organizacional en la que se reconocen dos niveles: el administrativo que corresponde al cargo ocupado por el dirigente y el operativo al que se asimilan los cargos de recepcionista, camarero y oficios varios.

En contraste a lo anterior y aunque existe considerable literatura en la que se describen puntualmente métodos para realizar el reclutamiento y la selección del personal, los dirigentes-emprendedores que lideran microempresas del sector hotelero privilegian, para efectos de vinculación del personal, la recomendación personal o referenciación, es decir, la sugerencia que hacen familiares, conocidos o empleados sobre aquellas personas que consideran como buenos trabajadores, lo que se constituye en una garantía, para el dirigente, que el aspirante al cargo será el trabajador que se requiere. Estos dirigentes no revisan antecedentes laborales pues confían en la recomendación que recibieron, tampoco realizan pruebas estandarizadas de orden técnico o psicológico, no efectúan entrevistas estructuradas, sino que realizan charlas informales, exploratorias, desestructuradas con los aspirantes a trabajadores en las que la intuición juega un papel importante para determinar el candidato más idóneo.

La contratación a su vez no está mediada por un documento escrito ni por las formalidades que son comunes a otras organizaciones, sino que obedece a un acuerdo verbal entre las partes en las que el dirigente impone las condiciones. Asimismo, como buena parte de los empleados son familiares cuando se presentan ausencias de algún trabajador otro lo reemplaza cubriendo su turno para el normal funcionamiento de su negocio: *“cuando viaja la hija, pues entonces el hijo es el que los reemplaza...nosotros no necesitamos de contrato, nos repartimos lo que queda”* (Informante No. 2).

Capacitación

Para los microempresarios del sector hotelero la capacitación se entiende, casi de manera exclusiva, como inducción, es decir orientaciones básicas que el empleado recibe durante la vinculación: “[la capacitación] puede durar ocho días, dos días, eso sí depende de la capacidad que tenga la persona para absorber lo que se le diga” (Informante No. 6). Cuando se realiza en otro momento de la relación laboral, generalmente es desarrollada por el mismo empresario y comprende instrucciones básicas e informales que se imparten durante la ejecución de las actividades, pues como afirma la informante No. 2: “trabajando sobre terreno es que uno aprende...”. No obstante, en algunos hoteles liderados por dirigentes-empleados se hace uso frecuente de capacitaciones gratuitas impartidas por agremiaciones del sector en temas que se enfocan a la calidad del servicio o a actividades operativas propias del negocio.

La capacitación no corresponde con un plan previamente concebido, con una intencionalidad clara, con un mecanismo que permita validar los resultados en relación con el mejoramiento de los procesos. El empirismo con que se administra el negocio hace que el empresario asuma que el trabajador, por su experiencia en el cargo, posee todos los conocimientos, destrezas y aptitudes que le permiten desempeñarse de manera eficiente, lo que a su vez redundaría en la subvaloración de esta práctica de gestión humana: “no... acá no se maneja eso, es prácticamente porque como... las personas que están acá ya han trabajado en hotel” (Informante No. 10). La capacitación incluso es vista como un gasto y no como una inversión, pues en términos de uno de los dirigentes-emprendedores: “no gustamos de la academia, o del horario... porque... muchas veces son hasta gratis... se trata de... dedicarle tiempo, y como a uno no le pagan como que parece que eso es canción...” (Informante No. 11), o porque simplemente se considera irrelevante: “con lo que se hace acá diario, yo creo que esa es la capacitación” (Informante No. 7).

Compensación

En las microempresas del sector hotelero no existe unidad de criterio en cuanto a la remuneración, pues en aquellas en las que el dirigente es empleado y no ocupan familiares, generalmente se paga por día laborado mientras que otras reconocen el salario mínimo mensual legal vigente para cargos como el de camarero y recepcionista, y efectúan los pagos correspondientes al salario básico, el auxilio de transporte y los reconocimientos por horas extras, recargos nocturnos, dominicales y festivos, cada quince días. Sin embargo, la unidad de trabajo más común es *el turno* que implica el pago entre 9 y 15 dólares americanos por una jornada laboral que se establece comúnmente entre ocho y doce horas, pero puede llegar hasta las 24 horas. Los dirigentes consideran que el pago que reciben sus empleados está dentro del promedio salarial del sector productivo, en palabras de la informante 4 “yo no diría que [pago] mejor [que los demás], pero si está dentro del rango...” y, del informante 10: “...yo me imagino que todos pagaran lo mismo”, por lo que se infiere que desconocen el nivel salarial de la competencia.

En términos generales, en las organizaciones que cuentan con empleados familiares del emprendedor no se tienen contratos de trabajo formalmente establecidos *“no tenemos contrato de trabajo porque nosotros acá trabajamos por un sueldo por un poco más del mínimo primero que todo, y segundo como es un negocio familiar a nadie le vamos a cobrar ni prestaciones, ni nada de eso”* (Informante No. 6), tampoco se pagan salarios fijos, recargos, prestaciones o auxilio de transporte, debido a que se reciben otros beneficios diarios en especie como alimentación, alojamiento y vestido, en algunas ocasiones. Además, el monto y la periodicidad de la retribución se realiza de acuerdo con la disponibilidad del efectivo y a las necesidades de la familia, pues según el informante No. 11: *“pues si toca [pagar]... quincenal, o toca diario... como se necesite”*.

Asimismo, en cuanto a los pagos en dinero, el dirigente-emprendedor divide las utilidades entre los empleados-familiares al finalizar el mes, una vez se descuentan los pagos realizados en especie y los costos y gastos de funcionamiento del hotel: *“nosotros no necesitamos de contrato, nos repartimos lo que queda... [el pago] es según lo queda del mes, asimismo toca... si quedaron quinientos pues, quinientos, si quedaron seiscientos, seiscientos, si nos quedaron cuatrocientos, cuatrocientos”* (Informante No. 2).

Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño como herramienta que contribuye con el mejoramiento organizacional y el logro de los objetivos empresariales no reviste ningún procedimiento formal, no es programada, ni sistemática sino que es realizada por el dirigente a través de la observación directa de las labores realizadas por el trabajador, obedece fundamentalmente a la supervisión directa de las actividades programadas de manera diaria o semanal, situación que puede verificarse en afirmaciones como: *“el control es que... entre más ligero haga usted el oficio y déjelo bien hecho, y ya...”* (Informante No. 2), o tal como asegura el informante No. 1: *“la supervisión se realiza directamente saliendo a campo.... y cuando uno no está, por medio de las cámaras”*.

Se recurre a la corrección de las acciones en el momento mismo de su realización a través de orientaciones o amonestaciones verbales, no se lleva registro alguno de los hechos que merecen ser corregidos, así como tampoco de las acciones sobresalientes que ameritan reconocimiento. El eventual despido de un trabajador puede originarse en conductas que van en contra de las actuaciones que desea el empleador de sus empleados así sean familiares: *“la familia se queda afuera en la puerta... allá hay un... árbol genealógico en la puerta, usted me deja toda su familia ahí y me entra solita, ni yo soy su familiar”* (Informante No. 4), con lo que se puede inferir que la evaluación del desempeño de los empleados-familiares se hace de manera similar a la evaluación de los trabajadores-no familiares puesto que el hotel debe funcionar como cualquier organización y que las actividades se deben efectuar como el dirigente indique. Se asume la comunicación entre el dirigente y sus empleados-familiares como aspecto clave del control: *“...lo importante es la comunicación y, como trabaja la familia y, además, los que trabajamos acá tenemos la experiencia, entonces tampoco se brega mucho...”* (Informante No. 6).

Prácticas de permanencia y proyección del personal

En lo concerniente a las prácticas de permanencia, las microempresas objeto de estudio no cuentan con políticas o planes formales sobre el particular y, las acciones que se ejecutan día a día no están dirigidas de manera deliberada a incentivar la permanencia de los colaboradores, sino que se orientan a partir de percepciones personales sobre la relación entre el dirigente, los trabajadores y los clientes. Algunas de las acciones inciden en el clima organizacional, aspecto que tiene efecto sobre la permanencia del personal, pues tal como manifiesta uno de los dirigentes: “... *lo que más se comparte en esta familia es... como los cumpleaños; ¡siempre hay un ponqué... hay una Coca-Cola! ¡Siempre hay un pedacito para el que no estuvo!*” (Informante No. 11). Adicionalmente, otros aspectos que inciden en la permanencia de los colaboradores se asocian con la edad y la cualificación laboral: “*ellos saben que... a estas alturas de la vida, quien les va pagar lo mismo*” (Informante No. 3).

El plan de carrera en estas organizaciones es inexistente, así como las posibilidades de ascenso y las perspectivas de crecimiento, lo que se justifica desde aspectos como el bajo número de cargos y las limitaciones de la estructura organizacional: “...*quien llega a la recepción... llega a la recepción, quien llega a la parte del aseo... llega a esa parte, y listo y ya...*” (Informante No. 6). De acuerdo con lo revelado por el informante No. 3: en los 19 años que lleva dirigiendo su hotel no se han presentado casos de ascensos laborales, sin embargo, aclara que en su empresa algunos empleados temporalmente pueden ocupar otros cargos: “...*pongamos los domingos, en la recepción no hay sino hombres*” razón por la cual argumenta que todos sus empleados deben conocer las funciones de otros puestos de trabajo, en especial de la recepción para cubrir los turnos dominicales y festivos, sin embargo, esta flexibilidad no implica un ascenso laboral.

Conclusiones

Las principales coincidencias identificadas en las prácticas de gestión humana que adelantan los dirigentes-emprendedores y los dirigentes-empleados (no propietarios) en las microempresas del sector hotelero tienen que ver con la realización de charlas informales y exploratorias en las que la intuición juega un papel fundamental para decidir sobre el candidato más idóneo. Asimismo, están ausentes las pruebas estandarizadas de orden técnico o psicológico, así como las entrevistas estructuradas o semiestructuradas durante la selección de personal. En la práctica de capacitación, los sujetos de estudio concuerdan al asumir que los candidatos con experiencia laboral específica cuentan con los conocimientos, destrezas y aptitudes que les permitirán desempeñarse de manera eficiente en el cargo, lo que redundará en la subvaloración de esta práctica de gestión humana.

Igualmente, se identificó sincronía en la evaluación del desempeño pues esta práctica no reviste formalismo alguno, no es programada y sistemática, sino que es realizada por los dirigentes (emprendedores y empleados) mediante de la observación directa de las labores diarias realizadas

por el trabajador, pero no se llevan registros de reconocimientos o de llamados de atención. Se emplea fundamentalmente con fines de amonestación verbal y eventuales despidos. Asimismo, se encontraron similitudes en la práctica de permanencia y proyección de personal, toda vez que no se identificaron políticas o planes formales sobre el particular. Aunque el clima organizacional se considera importante, las acciones diarias no se dirigen a incentivar la permanencia de los trabajadores, sino que esta última está influenciada en buena medida por la inexistencia de cualificación laboral para desempeñarse en otras actividades productivas. El plan de carrera en las organizaciones estudiadas es inexistente al igual que las posibilidades de ascenso.

Entre las divergencias más significativas se pueden mencionar aquellas que corresponden al proceso de vinculación del personal, pues mientras los dirigentes-empleados verifican telefónicamente los antecedentes laborales, los dirigentes-emprendedores no realizan esta labor dado que privilegian la recomendación personal o referenciación, es decir, la sugerencia que hacen familiares, conocidos o empleados sobre aquellas personas que consideran buenos trabajadores, lo que se constituye en una garantía, para el dirigente. Tampoco realizan pruebas estandarizadas de orden técnico o psicológico, no efectúan entrevistas estructuradas sino charlas informales y exploratorias en las que la intuición juega un papel fundamental para decidir sobre el candidato más idóneo.

La práctica de remuneración igualmente presenta diferencias, pues los emprendedores que lideran sus organizaciones generalmente ocupan familiares sin contratos de trabajo formalmente establecidos y al finalizar cada mes dividen las utilidades generadas con los empleados-familiares una vez se han descontado los pagos realizados es especie, así como los costos y gastos en que se incurre para el funcionamiento del hotel. A su vez, las empresas lideradas por dirigentes-empleados distan de las famiempresas en tanto no se vinculan familiares, hay mayor nivel de formalidad en los contratos de trabajo que en las organizaciones lideradas por emprendedores, se efectúan pagos quincenales o mensuales de acuerdo con lo previsto en la Ley, pero la unidad de trabajo más común es el turno que corresponde a una jornada que generalmente va entre 8 y 12 horas.

Referencias

- Alcaldía de Ibagué. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 –Por Ibagué con todo el corazón*. Ibagué, Colombia
- Asociación Turística y Hotelera de Colombia –COTELO- (2012). *Estudio básico laboral de hoteles afiliados a COTELCO*
- Calderón, G., Naranjo, J. C. & Álvarez C. M. (2010). La empresa colombiana: sus características, retos y aportes. Una aproximación a un sistema integral. En *revista Cuadernos de Administración, Universidad Javeriana*, volumen 23 No. 41, p 13-36. Bogotá, Colombia
- Calderón, G., Naranjo, J. C. & Álvarez C. M. (2007). La gestión humana en Colombia: características y tendencias de la práctica y de la investigación. En *revista Estudios Gerenciales, Universidad ICESI*, volumen 23 No. 103, p 13-36. Bogotá, Colombia

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 33 - 46. JUN. 2021

- Calderón, G. & Álvarez C. M. (2006). Características y sentido de las prácticas de gestión humana en pequeñas empresas. *En revista Universidad EAFIT*. Volumen 42 No. 142, p 26-45. Medellín, Colombia
- Cámara de Comercio de Ibagué (2018). *Caracterización perfil empresarial del sector turismo (2018) y su dinámica (2017-2018)*
- Camarena, M. E. & Saavedra, M. L. (2018) Las prácticas de capital humano en las Pymes de la Ciudad de México *Forum Empresarial*, vol. 23, núm. 1, Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63157547008>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos*. Editorial Mc Graw Hill. México Centro de Estudios de Opinión –CEO- (sf). Teoría fundada: arte o ciencia. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Medellín, Colombia. <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1632/1285>
- Congreso de Colombia (2004) *Ley 905, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana*
- Dolan, S. L., Valle-Cabrera, R., Jackson S. E. & Schuler, R. S. (2003). *La gestión de los recursos humanos; Cómo atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*. Tercera edición, Editorial Mc Graw Hill
- Fonseca, P. (2013). Prácticas de gestión humana en empresas del sector comercio de la ciudad de Tunja dedicadas al comercio de muebles y electrodomésticos. *En Revista Ensayos*, año 6 No. 6, p 127-139. Manizales, Colombia
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Press.
- Interconsulting Bureau S. L. (2015). *Planificación y gestión de recursos humanos*. ICB Editores. Málaga, España
- Paauwe, J. & Boselie, P. (2005). *HRM y rendimiento: ¿Qué sigue?* (Documento de trabajo CAHRS # 05-09). Ithaca, NY: Universidad de Cornell, Escuela de Relaciones Industriales y Laborales, Centro de Estudios Avanzados de Recursos Humanos. <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cahrswp/476>
- Rodríguez, D. C. (2012). Prácticas de gestión humana en pequeñas empresas. *En revista Apuntes del CENES*. Volumen 31 No. 54. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja, Colombia, p 193-226
- Torres, C. C. (2014). Tarea pendiente: la gestión de recursos humanos en las PYMES. *En Revista Debates IESA*, Volumen XIX No. 4.
- Werther, W. B. Davis, K. (2000). *Administración de personal y recursos humanos*. Editorial Mc Graw Hill. Quinta edición. México Yin, R. (1994). Case Study Research. Design and Methods. Sage publications, Thousand Oaks, CA




PROSPECTIVA TECNOLÓGICA



LA PROSPECTIVA TECNOLÓGICA COMO UNA CAPACIDAD DINÁMICA EN LOS CENTROS DE INVESTIGACIÓN. CASO DE ESTUDIO.

TECHNOLOGICAL FORESIGHT AS A DYNAMIC CAPABILITY IN RESEARCH CENTERS. CASE STUDY.

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.05

 *Carla Patricia Bermúdez Peña*¹

 *Francisco Flores Agüero*².

Cómo citar este artículo: Bermúdez Peña, C. P., & Flores Agüero, F. (2021). La prospectiva tecnológica como una capacidad dinámica en los centros de investigación. Caso de estudio, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 48-66



Recibido: febrero de 2021. **Aprobado:** junio de 2021

Resumen

En la actualidad, las organizaciones deben de estar preparadas para los cambios tecnológicos que les presenta su entorno y anticiparse a estos cambios para ajustar su estrategia tecnológica, esto se logra a través de la prospectiva tecnológica. El presente trabajo tiene como objetivo analizar como la prospectiva tecnológica puede ser una capacidad dinámica de una organización, específicamente de un centro de investigación. Para la presente investigación se tomó como caso de estudio el área de electroquímica del Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en Electroquímica (CIDETEQ). Se realizaron entrevistas semiestructuradas a los actores principales encargados de la prospectiva tecnológica. Se identifican cinco características en común entre las capacidades dinámicas y la prospectiva tecnológica, estas características son: son una capacidad construida y no comprada, integran recursos, reconfiguran recursos, ganan recursos y permiten a las organizaciones adaptarse y crear cambios en el entorno. Se concluye que la prospectiva tecnológica

¹ Doctora en Gestión de la Tecnología, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4728-7080> , carla.bermudez@uaq.mx

^{2*} Doctor en Gestión de la Tecnología, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6708-8401> , francisco.flores@uaq.mx

Es una capacidad dinámica construida capaz de integrar, reconfigurar y ganar recursos que permite adaptarse al entorno de una organización.

Palabras Clave: Capacidades dinámicas, Prospectiva tecnológica, Entorno dinámico, Centros de investigación.

Abstract

Currently, organizations must be prepared for the technological changes presented by their environment and anticipate these changes to adjust their technological strategy, this is achieved through technological foresight. The present work aims to analyze how technological foresight can be a dynamic capacity of an organization, specifically a research center. For the present investigation, the electrochemistry area of the Center for Research and Technological Development in Electrochemistry (CIDETEQ) was taken as a case study. Semi-structured interviews were carried out with the main actors in charge of technological foresight. Five characteristics are identified in common between dynamic capabilities and technological foresight. These characteristics are: they are a built and not purchased capacity,

Keywords: Dynamic capabilities, Technological foresight, Dynamic environment, Research centers.

Introducción

Actualmente las organizaciones se encuentran dentro de un entorno dinámico donde los altos niveles de competencia, el constante cambio de la demanda así como la obsolescencia de las tecnologías, suceden rápidamente, provocando de ésta manera que la información al alcance de las organizaciones no siempre sea exacta, certera e incluso, en muchos casos, no se encuentra disponible (Eisenhardt, 1989). Existen diversos enfoques estratégicos que afirman que la toma de decisiones dentro de estos contextos se ve alterada por: 1) el largo proceso de recolección de datos, así como por el afán de comprender en su totalidad la información obtenida; o su contraparte, el considerar pocas alternativas y obtener información de pocas fuentes. 2) La participación limitada y el poder centralizado de la administración y/o 3) el conflicto entre los administradores de la organización, creando interrupción en el proceso de toma de decisiones. Sin embargo, existe evidencia que el cambio organización se caracteriza por largos períodos de cambio lento e incremental y breves períodos de cambio rápido discontinuo o radical (Brown & Eisenhardt, 1997).

Cómo respuesta a la necesidad constante de adaptación a los entornos dinámicos, la anticipación a necesidades futuras del mercado, desarrollo tecnológico como tendencias, que permita ayudar a la sobrevivencia de las empresas a largo plazo como su éxito económico, surge la prospectiva tecnológica (Reger, 2001). De acuerdo al nivel de cambio que enfrente la organización, puede ser

definida como un proceso o una capacidad (Rohrbeck, 2010), motivo por el cuál dentro de la literatura no existe un consenso de una definición o concepto único. No obstante, cabe destacar que ésta amplia variedad de términos incluye diferentes actividades dentro de la empresa, de acuerdo al enfoque de estudio.

Reger (2001) define la prospectiva tecnológica como la exploración sistemática y la observación de las nuevas tecnologías o las tecnologías existentes, la evaluación de su potencial y su importancia para la competitividad de la empresa, así como el almacenamiento y la difusión de la información, incluyendo análisis, búsqueda, monitoreo y pronóstico de la tecnología. El enfoque que utiliza es de un proceso que va desde el monitoreo tecnológico, la vigilancia tecnológica, la previsión tecnológica, la exploración tecnológica y la evaluación de la tecnología, entre otras.

Sin embargo, desde un enfoque holístico de cambios tecnológicos, ambientales y estructurales dentro de la organización, la prospectiva tecnológica en la organización puede ser una capacidad que incluye cualquier mecanismo estructural o cultural que permita a la empresa descubrir cambios discontinuos, interpretar los resultados y precisar respuestas objetivas que aseguren la supervivencia de la misma (Rohrbeck, 2010).

El objetivo del presente trabajo es relacionar el concepto de prospectiva tecnológica con las capacidades dinámicas dentro de los centros de investigación, considerando a las capacidades dinámicas como las rutinas organizativas y estratégicas con las cuáles las empresas logran nuevas configuraciones de recursos a medida que los mercados surgen, chocan, se dividen, evolucionan y mueren (Eisenhardt & Martin, 2000). Al poder relacionar estos dos conceptos, la prospectiva tecnológica pasará a formar parte de las actividades esenciales de una organización y no solo ser vista como una actividad complementaria. Esto permitirá a las organizaciones estar mejor preparadas para los cambios en el mercado.

Por lo anterior, la prospectiva tecnológica puede ser considerada como una capacidad dinámica que permita integrar, reconfigurar, obtener y liberar recursos, para igualar e incluso crear cambios en el mercado.

Metodología

Para la presente investigación se reconoce la necesidad de encontrar una organización que desarrolle la actividad de prospectiva tecnológica. Se identifica al Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en Electroquímica (CIDETEQ) como una organización que ha desarrollado prospectiva tecnológica por los últimos 4 años. El CIDETEQ es líder en el país en el desarrollo e investigación en tecnología electroquímica. También proporciona diferentes servicios a la industria, como análisis de metales, análisis de aguas, caracterización de materiales y análisis de fallas. Dentro de sus objetivos estratégicos se encuentra desarrollar transferir paquetes tecnológicos propios.

En el acercamiento inicial con la organización, se habla con el Director de Planeación e Inteligencia Tecnológica en donde se conocen las características esenciales de la organización y como se desarrolla la prospectiva tecnológica dentro de esta. Posteriormente se realizaron entrevistas semiestructuradas con los principales actores. Se utilizaron entrevistas semiestructuradas ya que es una herramienta flexible para investigaciones con un número de participante bajo. Las entrevistas semiestructuradas se utilizan cuando la investigación se beneficiaría de un marco bastante abierto. También se usan cuando se puede obtener información más útil de una comunicación bidireccional enfocada pero conversacional con los participantes (Drever, 1995). Para preparar la entrevista únicamente se identificaron temas y subtemas del tema a investigar. Las preguntas específicas surgieron en el curso de la entrevista al momento de abordar los temas y subtemas.

El tema principal abordado fueron las características y condiciones bajo las cuales se realiza la prospectiva tecnológica en el Centro de Investigación. La entrevista fue dirigida para conocer si la prospectiva tecnológica empataba con las características brindadas por Eisenhardt and Martin (2000). De igual forma se realizaron preguntas para indagar si la actividad de prospectiva tecnológica podía categorizarse como capacidad dinámica de acuerdo a la tipología propuesta por Teece (2007). Los resultados más relevantes se presentan a continuación.

Marco Teórico

Prospectiva tecnológica

La prospectiva tecnológica moderna tiene sus raíces en las agencias gubernamentales de Estados Unidos, especialmente en el departamento de defensa entre los años de 1950 y 1960. Los estudios de prospectiva realizados por las agencias de Estados Unidos tenían como objetivo ayudar a dirigir de manera correcta las inversiones en tecnología (Ende, Mulder, Knot, Moors, & Vergragt, 1998). En la década de los 70's varias agencias gubernamentales de Japón comenzaron a conducir estudios de prospectiva tecnológica (Martin, 1995). Mientras que en la década de los noventa los países de Europa comenzaron a utilizar la prospectiva tecnológica de manera sistemática (Blind, Cuhls, & Grupp, 1999). En el caso de la prospectiva tecnológica en las organizaciones, los primeros estudios fueron conducidos en Inglaterra en la universidad de Sussex dentro del departamento de Science Policy Research Unit (SPRU) entre 1970 y 1980 (Miles, 2010).

En la literatura existen dos enfoques importantes con los cuales se estudia a la prospectiva tecnológica. El primero enfoque es el estudio de la prospectiva tecnológica como un proceso (Becker, 2002; Horton, 1999; Reger, 2001; Will, 2008), mientras que el segundo enfoque estudia a la prospectiva como una habilidad (MacKay & McKiernan, 2004; Rohrbeck, 2010; Slaughter, 1998). Para la presente investigación se estudiará a la prospectiva como una habilidad y se retomará la definición de Rohrbeck (2010) que define a la prospectiva tecnológica como la habilidad que tiene una organización para detectar cambios discontinuos de forma temprana, interpretar sus conciencias y formular respuestas efectivas que ayuden a la supervivencia de la empresa a largo plazo.

El objetivo principal de la prospectiva tecnológica es apoyar los nuevos desarrollos en las áreas de ciencia y tecnología, reconociendo con prontitud los beneficios de éstos desarrollos ya sea para una nación o una organización (Becker, 2002). Aunque la prospectiva tecnológica en las organizaciones comparte este objetivo en común, de acuerdo a Martin (1995) las empresas normalmente se centran en una de estas funciones intermedias:

- 1) *Inteligencia anticipatoria*. La prospectiva provee antecedentes, consejos generales futuros y alertas tempranas de los desarrollos más recientes.
- 2) *Ajuste de dirección (Direction-setting)*. Se establecen lineamientos generales para la estrategia corporativa, pero sin un involucramiento directo en la toma de decisiones.
- 3) *Determinación de prioridades*. La prospectiva sirve para identificar las líneas de I+D en donde la organización deberá invertir.
- 4) *Formulación de estrategias e implementación*. La prospectiva es utilizada como parte integral en la formulación e implementación de estrategias. En este caso comúnmente las personas encargadas de realizar la prospectiva son las encargadas de formular las estrategias.

La prospectiva tecnológica dentro de las organizaciones

En las organizaciones la prospectiva tecnológica no es una actividad estructurada y sistemática, por lo tanto, no existen actividades plenamente definidas que en su conjunto construyan el concepto de prospectiva tecnológica. Sin embargo, Reger (2001) logró identificar algunas fases comunes entre las diferentes organizaciones.

Determinación de las necesidades de información y selección del área de búsqueda. Esta fase se puede abordar por medio de dos perspectivas. La primera es la perspectiva “inside-out” en donde se delimita el área de observación de acuerdo al dominio tecnológico de la empresa. La segunda perspectiva se denomina “outside-in” en donde no se delimita el área de observación y se busca cualquier tecnología potencial que sirva a la organización, posteriormente se evalúan los resultados de acuerdo a su relevancia.

Selección de las fuentes de información. En este sentido existen dos grandes fuentes de información en las cuales las organizaciones pueden encontrar datos para realizar prospectiva tecnológica: información formal e informal. La información formal está documentada y puede ser obtenida a pesar de las distancias geográficas, mientras que la información informal se no se encuentra escrita y se transmite vía oral. Las fuentes de información formal son: Journals científicos, revistas, reportes, estudio de tendencias, internet etc. Las fuentes de información informal son: Congresos, contactos personales con redes externas, contratación de los mejores recursos humanos en un área en específico y trabajo en redes con clientes y proveedores.

Filtrar, analizar e interpretar la información. La información recolectada debe de ser filtrada, analizada e interpretada antes de tomar una decisión, donde todos los actores involucrados deben de tomar parte en esta fase. Para realizar el filtrado de la información se debe determinar cuál es información relevante y cuál no; una vez determinada, la información de relevancia es almacenada en las bases de datos de la organización para posteriormente discutir las posibles implicaciones que tienen esta información con las actividades de la organización.

Toma de decisiones. El objetivo final de la prospectiva tecnológica es influir y apoyar las decisiones administrativas respecto a los recursos que se destinarán a investigación y tecnología. Esencialmente la prospectiva tecnológica puede ayudar a una organización a: 1) crear nuevos proyectos o modificar los ya existentes, 2) crear nuevos programas de investigación o modificar los ya existentes 3) crear proyectos estratégicos de innovación interdepartamentales, 4) conocer nuevos campos de innovación y 5) establecer las prioridades del departamento de I+D.

La prospectiva tecnológica bajo la teoría basada en recursos (Resource-Based View)

La teoría basada en recursos se fundamenta en el concepto central de que la habilidad que tienen las empresas para competir exitosamente contra sus rivales depende de ciertos recursos estratégicos de la empresa (Wernerfelt, 1984). Para que estos recursos puedan generar una ventaja competitiva deben de ser: 1) valiosos, 2) raros y escasos, 3) no imitables y 4) no sustituibles (Eisenhardt & Martin, 2000). Al usar estos recursos las empresas pueden crear una ventaja competitiva sostenible creando estrategias que los competidores no pueden imitar de manera fácil (Barney, 1991).

En sentido, la prospectiva tecnológica es un recurso que permite a las organizaciones explorar y explotar nuevas oportunidades de negocios antes que sus competidores que carecen de este recurso. Por esta razón se puede calificar a la prospectiva tecnológica como un recurso valioso (Schwarz, Rohrbeck, & Wach, 2019). De igual forma los sistemas de prospectiva tecnológica son raros ya que su implementación no es una tarea fácil y pocas empresas logran tener éxito al ponerlo en funcionamiento. También se puede decir que la prospectiva no es imitable ya que depende de las características de cada organización, así como las fuentes de información con las que cuente. Finalmente se afirma que es un recursos insustituible ya que otros mecanismos fallan al momento de responder a los cambios en el ambiente de la organización (Rohrbeck, 2010).

Perspectiva de las capacidades dinámicas

El enfoque basado en recursos (RBV por sus siglas en inglés) propone que la ventaja competitiva se obtiene principalmente por contar con recursos valiosos, raros, inimitables y no sustituibles. El RBV ayuda a explicar de una manera general como una empresa logra obtener una ventaja competitiva. Sin embargo la teoría de este enfoque no es capaz de explicar en detalle como una empresa puede obtener una ventaja competitiva en un ambiente dinámico (Eisenhardt & Martin, 2000). Debido a que los recursos están basados en el contexto de las organizaciones, su valor depende de las características del entorno. Sin embargo, debido a que los recursos son menos dinámicos que el entorno, es común que estos queden rezagados en comparación con el entorno de la organización (Teece, 2017; Teece, Pisano, & Shuen, 1997)

Para poder explicar cómo lograr una ventaja competitiva en un ambiente dinámico, los académicos han complementado el RBV con la perspectiva de la capacidad dinámica, destacando el papel de las capacidades para integrar, construir y reconfigurar las competencias internas y externas (Teece, 2017). Desde esta perspectiva, las empresas deben adaptar, integrar y reconfigurar constantemente sus recursos y competencias para responder de manera rápida a un entorno dinámico. Sin embargo, los procesos y rutinas organizacionales arraigadas, desarrolladas a partir de trayectorias anteriores o de la trayectoria de asignación de recursos y desarrollo de competencias, limitan esos cambios o adaptaciones (Teece et al., 1997). De igual forma, Teece et al. (1997) asumen que las capacidades dinámicas generalmente se construyen en lugar de comprarse y que su creación y su evolución están integradas en procesos organizacionales que están determinados por las posiciones de los activos de las empresas y los caminos evolutivos que han adoptado en el pasado.

Otros estudios desarrollan y clarifican los conceptos de capacidades dinámicas. Eisenhardt and Martin (2000), definen a las capacidades dinámicas como los procesos que una empresa utiliza (específicamente el proceso para integrar, reconfigurar, ganar y liberar recursos) para alcanzar e incluso crear cambios en el mercado; por lo tanto, las capacidades dinámicas son las rutinas organizacionales y estratégicas por las cuales una empresa logra configurar nuevos recursos mientras los mercados emergen, colisionan, se separan, evolucionan y mueren. Además de aportar una definición de capacidades dinámicas, Eisenhardt and Martin (2000) afirman que las capacidades dinámicas difieren de acuerdo al dinamismo del mercado. En mercados con una dinámica moderada las capacidades dinámicas tienden a ser rutinas eficientes y procesos robustos. Por otra parte, en los mercados con una alta velocidad de cambio las capacidades dinámicas dependen en mayor medida del conocimiento desarrollado en situaciones específicas. Por lo tanto, en los mercados con una alta velocidad, se hace indispensable poder tener información acerca de las posibles alternativas en las que pueden desembocar los cambios.

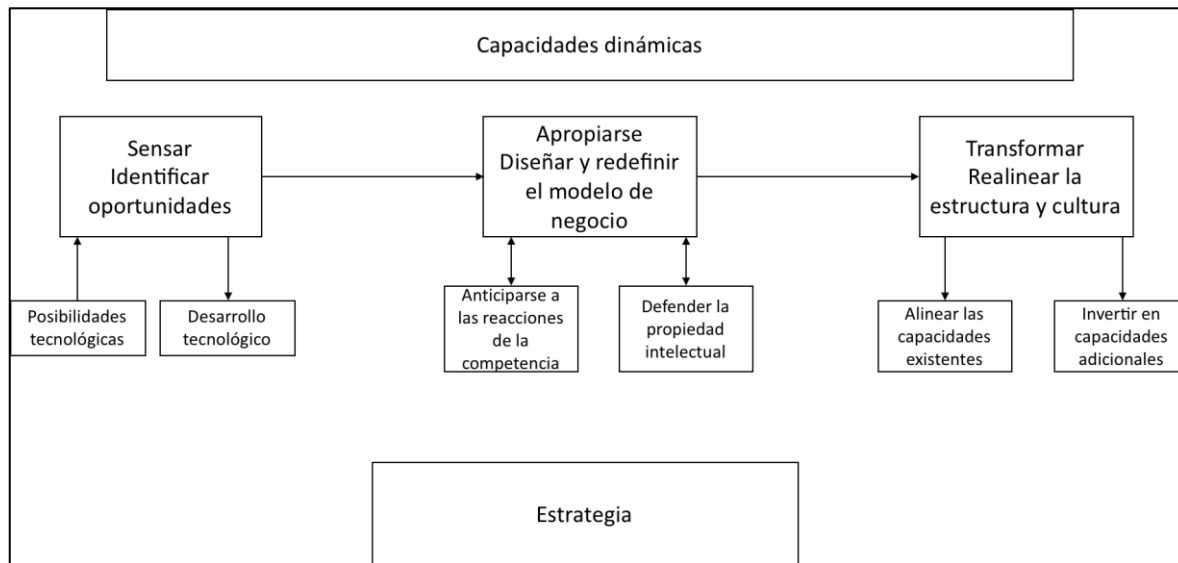
Por su parte, Zollo and Winter (2002) definen a las capacidades dinámicas como un patrón aprendido y estable de actividades colectivas, mediante los cuales una organización genera y modifica sistemáticamente sus rutinas operativas para mejorar su efectividad. Además, se da un gran énfasis en el conocimiento para poder crear las capacidades dinámicas de una empresa por

medio de la acumulación de experiencia, articulación del conocimiento y el proceso de codificación del conocimiento. La acumulación de experiencia se da cuando un conjunto de patrones estables llamados rutinas comienzan a crear conocimiento tácito que se puede utilizar posteriormente para responder a cambios en el entorno. La articulación del conocimiento se refiere a la forma en la cual la organización logra convertir las experiencias individuales de sus miembros en conocimiento que ayude a mejorar los resultados de la organización. Por último, la codificación del conocimiento se consigue cuando el conocimiento articulado se logra plasmar en una herramienta que facilite su utilización o difusión.

Tipos de capacidades dinámicas

Teece (2007), amplía su definición de capacidades dinámicas argumentando que estas se pueden separar en: 1) capacidad para detectar y dar forma a oportunidades y amenazas (*sensing*), 2) para aprovechar las oportunidades (*seizing*) y 3) para mantener la competitividad mejorando, combinando, protegiendo y, cuando sea necesario, reconfigurando los activos intangibles y tangibles de la empresa comercial (*transforming*). Posteriormente estas capacidades fueron categorizadas como capacidades dinámicas de alto nivel, lo que significa que ayudan a la organización a conocer posibles vertientes sobre el futuro, diseñar modelos de negocios para aprovechar nuevas oportunidades y determinar la mejor configuración para la organización de acuerdo a los planes futuros (Teece, 2017). En la Figura 1 se resumen estas capacidades.

Figura 1. Esquema simplificado de las capacidades dinámicas



Fuente: (Teece, 2017)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 48-66. JUN. 2021

Capacidad para detectar oportunidades (sensing). De acuerdo a Teece (2007) la capacidad de detectar las nuevas oportunidades está formada por las actividades de escanear, crear, aprender e interpretar. La capacidad de encontrar o crear una nueva oportunidad proviene de los de las capacidades cognitivas y creativas de los individuos de una organización. Sin embargo, esta capacidad también puede estar fincada en los procesos organizacionales tales como las actividades de investigación o desarrollo. Esta capacidad también necesita del componente de interpretación para poder configurar la información que se obtiene, así como los de escanear y monitorear los desarrollos tecnológicos internos y externos. Las actividades de búsqueda que son relevantes para detectar nuevas oportunidades incluyen información sobre lo que está sucediendo en el ecosistema de negocios. Concluyendo, la capacidad para detectar nuevas oportunidades es un sistema analítico para aprender, filtrar, dar forma y calibrar oportunidades.

Capacidad para aprovechar oportunidades (seizing). Una vez que una oportunidad tecnológica o de mercado ha sido detectada ésta debe abordarse a través de nuevos productos, procesos o servicios. Esta capacidad se fundamenta en la selección de las arquitecturas del producto y modelos de negocio. Este tipo de capacidad abarca: 1) qué tecnologías y características tienen que ser integradas al nuevo producto o servicio, 2) cómo dese ser diseñada la estructura de ingresos y costos para satisfacer las necesidades de los clientes, 3) la forma en que las nuevas tecnologías deben de ser ensambladas, 4) identificar los segmentos de mercado a los que irá dirigido el nuevo producto o servicio y 5) el mecanismo por el cual el valor será capturado. Esta capacidad tiene que crear, ajustar, perfeccionar y si es necesario reemplazar los modelos comerciales existentes de la empresa.

Capacidad para mantener la competitividad (transforming). Una vez que una organización ha logrado identificar y aprovechar las oportunidades se puede alcanzar el crecimiento y la rentabilidad de esa organización. Este crecimiento conducirá al incremento de los recursos y activos de la organización, la clave para poder sostener este crecimiento está en la habilidad para recombinar y reconfigurar los bienes y estructuras organizacionales.

Como se ha podido observar, las capacidades dinámicas hacen referencia a la capacidad de las organizaciones para adaptarse ante un entorno dinámico. Para que la empresa pueda adaptarse es necesario saber que tendencias existen en los mercados para poder prepararse para los cambios. Es en este punto en donde la prospectiva tecnológica puede ser vista como una capacidad dinámica ya que es una habilidad de la empresa para detectar cambio de forma temprana.

Resultados y Discusión

En la organización estudiada, el desarrollo de prospectiva tecnológica nace debido a la necesidad de los investigadores de conseguir proyectos de investigación que pudieran financiar a la organización. Se detecta que en el entorno en el cual se desenvuelve la organización es necesario que cuenten con un alto impacto de investigación para poder ser financiados tanto por el gobierno

como por organizaciones privadas. La organización detecta que este impacto lo consigue estando a la vanguardia en investigación y desarrollos tecnológicos conseguida por medio de la prospectiva tecnológica.

Para que una capacidad de una organización sea dinámica, se identifican los siguientes factores clave: 1) es una capacidad construida y no comprada, 2) integra recursos, 3) reconfigura recursos, 4) gana recursos y 5) permitir adaptarse a un entorno dinámico o incluso crear cambios en este. Como ya se mencionó durante la revisión de literatura, una característica de la prospectiva tecnológica es que son sistemas difíciles de implementar en donde pocas empresas tienen éxito. La dificultad de la prospectiva tecnológica radica en que se necesita conjuntar conocimiento técnico acerca del tema abordado y una alta experiencia para poder dar sentido a la información que se obtiene. En el centro de investigación estudiado la prospectiva tecnológica tiene lugar hasta que un experto en inteligencia tecnológica con capacidad para interpretar la información se integra a la organización. Debido a la especificidad de los temas que desarrolla la organización se requiere un nivel alto de conocimientos técnicos, estos conocimientos técnicos son inherentes a los investigadores que tienen una amplia experiencia a nivel internacional. Por lo tanto, en el caso de la organización estudiada, la prospectiva tecnológica es el resultado del desarrollo de conocimiento técnico y de interpretación generado a través de varios años y que no puede ser comprado ni imitado, únicamente puede ser construido debido a las características propias de la organización.

Una de las características de la prospectiva tecnológica es crear proyectos de investigación interdepartamentales. En este mismo sentido, las capacidades dinámicas tienden a integrar recursos. En el centro de investigación, uno de los resultados de la prospectiva tecnológica fue integrar coordinaciones en subdirecciones. De tener siete coordinaciones, la organización pasa a tener 4 subdirecciones, atendiendo a las áreas estratégicas reconocidas en el ejercicio de prospectiva. La reducción de coordinaciones permitió a la organización enfocarse a áreas con gran potencial de crecimiento que les permitió desarrollar proyectos con un gran valor en el entorno de la organización.

Otro objetivo de las capacidades dinámicas es reconfigurar recursos existentes de la organización. De igual forma la prospectiva tecnológica permite modificar programas de investigación existentes de acuerdo a las necesidades identificadas por el ejercicio. En el caso del centro de investigación se detectó que una tendencia en los próximos años sería la utilización de materiales de adsorción para el tratamiento de agua. Por lo tanto, se tuvo que dar una reconfiguración de las capacidades del centro de investigación para poder abordar este tema.

Un objetivo final de la prospectiva tecnológica es crear nuevas líneas de investigación. Para crear nuevas líneas de investigación es necesario crear nuevos recursos que permitan sostener su creación. De la misma forma, un objetivo de las capacidades de innovación es crear recursos. Dentro del caso de estudio, la prospectiva tecnológica ayudó a identificar el área de bioelectrónica como un área de prioridad para el centro de investigación. Esto obligó a la empresa a crear un laboratorio integrado de bioelectroquímica para poder investigar esta línea. De la misma forma se tuvieron que crear recursos intangibles como una cátedra y conocimientos de ciencia básica acerca

del tema. Otro resultado de la creación de la línea de investigación de la bioelectrónica fue el reconocimiento por parte del gobierno mexicano de que la bioelectrónica es un área con un gran potencial de desarrollo. Este reconocimiento tuvo como consecuencia un apoyo económico. Lo anterior está relacionado con la característica de las capacidades dinámicas relativas a ganar nuevos recursos.

El fin último de la prospectiva tecnológica, es permitir a las organizaciones explorar y explotar nuevas oportunidades de negocios antes que sus competidores que carecen de este recurso. Hablando de las capacidades dinámicas, uno de sus objetivos es permanecer o crear cambios en el mercado. Al explorar y explotar nuevas oportunidades de negocio, la prospectiva tecnológica permite a la organización anticiparse y estar preparados para los cambios en el entorno.

Para el caso el centro de investigación, han notado que la electroquímica y los desarrollos tecnológicos en estas áreas a nivel internacional, están dirigidos al estudio de materiales avanzados resistentes a la corrosión dirigida a la industria aeronáutica y automotriz. Como consecuencia se han preparado para abordar esta línea de investigación en los próximos años y de esta forma adaptarse a los cambios en el entorno. En la Tabla 1 se resumen las características de la prospectiva tecnológica que permiten verla como una capacidad dinámica.

Tabla 1. Características que permiten a la prospectiva tecnológica ser una capacidad dinámica

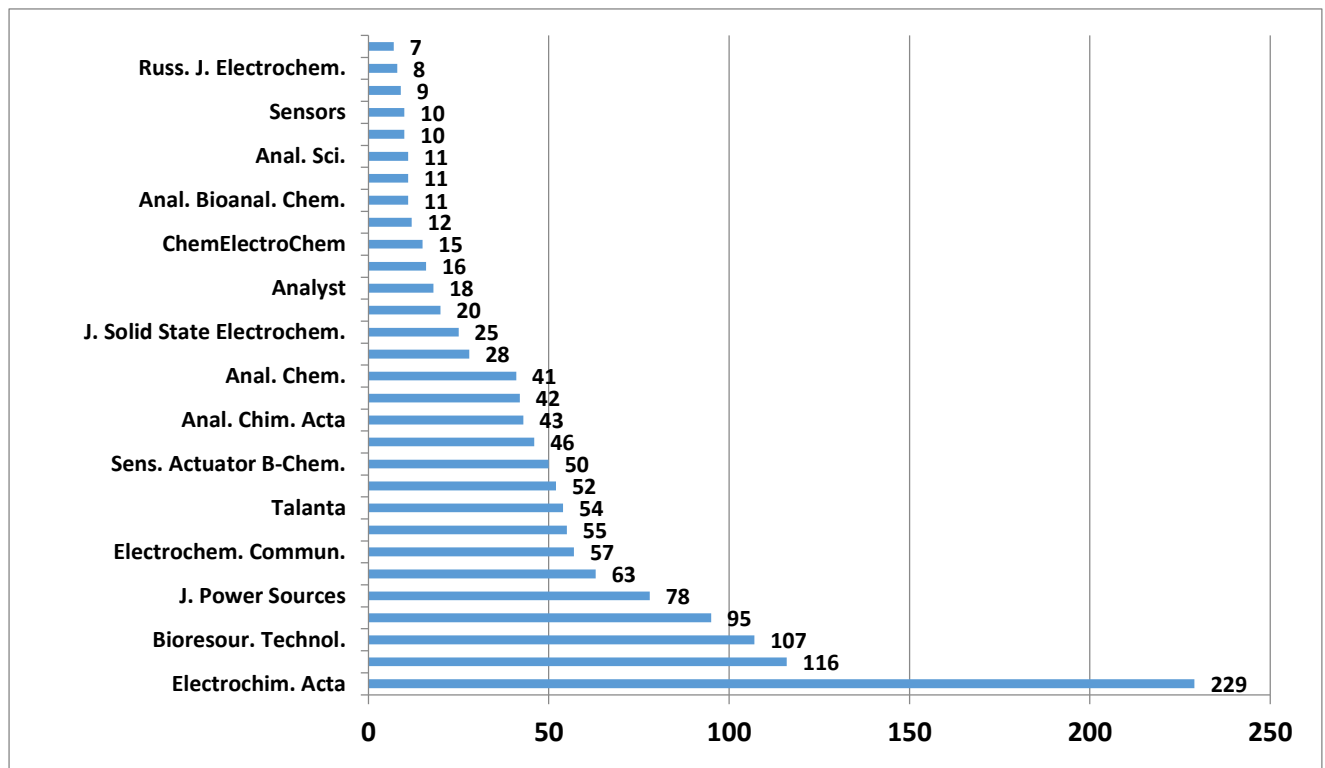
| Características de las capacidades dinámicas | Características de la prospectiva tecnológica |
|---|--|
| Capacidad construida y no comprada | Los conocimientos para la prospectiva son contruidos a través de la experiencia |
| Integra recursos | Integra proyectos de investigación y desarrollo interdepartamentales de acuerdo a las tendencias futuras detectadas. |
| Reconfigura recursos | Permite modificar programas de investigación existentes de acuerdo a las necesidades identificadas |
| Ganar recursos | Permite la atracción de nuevos recursos al generar tecnologías y conocimiento nuevo |
| Permite adaptarse y crear cambios en el entorno | Permite conocer los cambios en el entorno antes de que estos sucedan, lo que provoca que las organizaciones estén preparadas para los cambios. |

Fuente: Elaboración propia.

Como ya se ha mencionado durante el presente trabajo, la prospectiva tecnológica tiene como fin influir y apoyar las decisiones administrativas respecto a los recursos que se destinarán a investigación y tecnología. Para cumplir con su propósito, la prospectiva selecciona, filtra, analiza e interpreta información. Sin embargo, como ya se ha discutido en este trabajo, estas actividades pueden diferir o cambiar según la organización. De acuerdo a Teece (2007) la capacidad dinámica para detectar oportunidades (*sensing*) está conformada por las actividades de escanear, crear, aprender e interpretar. En el centro de investigación estudiado, la prospectiva tecnológica se desarrolla mediante las actividades de: 1) selección y filtración de la información, 2) análisis de la información e 3) interpretación de la información.

Para el caso del análisis de la información se pide a los investigadores dar una lista de palabras clave. Posteriormente por medio de diferentes herramientas electrónicas se hace una búsqueda de las palabras clave y se seleccionan aquellas que tengan más relevancia de acuerdo a número de apariciones (Figura 2).

Figura 2. Selección de información relevante

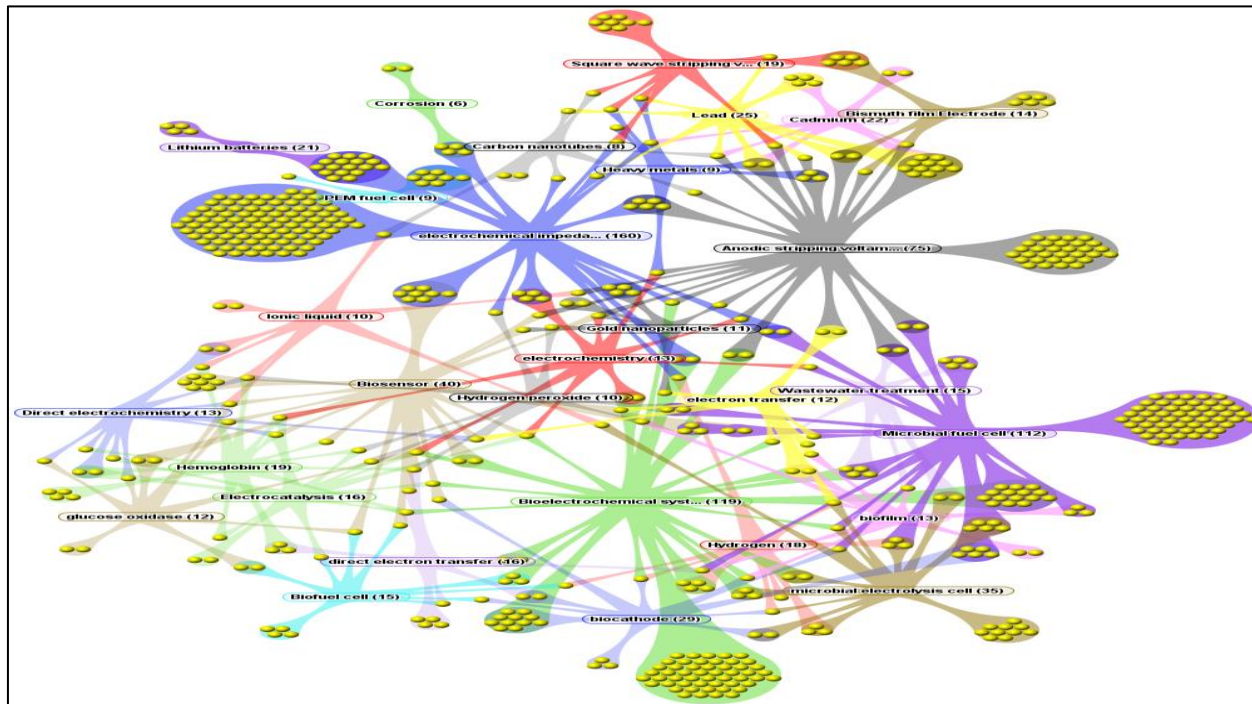


Fuente CIDETEQ (2015)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 48-66. JUN. 2021

Posteriormente se hace un análisis de esa interpretación; por ejemplo, quienes son los investigadores a nivel mundial líderes en el tema, como están agrupados los núcleos de investigación y que impacto están teniendo estas investigaciones a nivel industria. Por último, se hace una interpretación acerca de las tendencias futuras y los cambios en los temas de investigación (Figura 3).

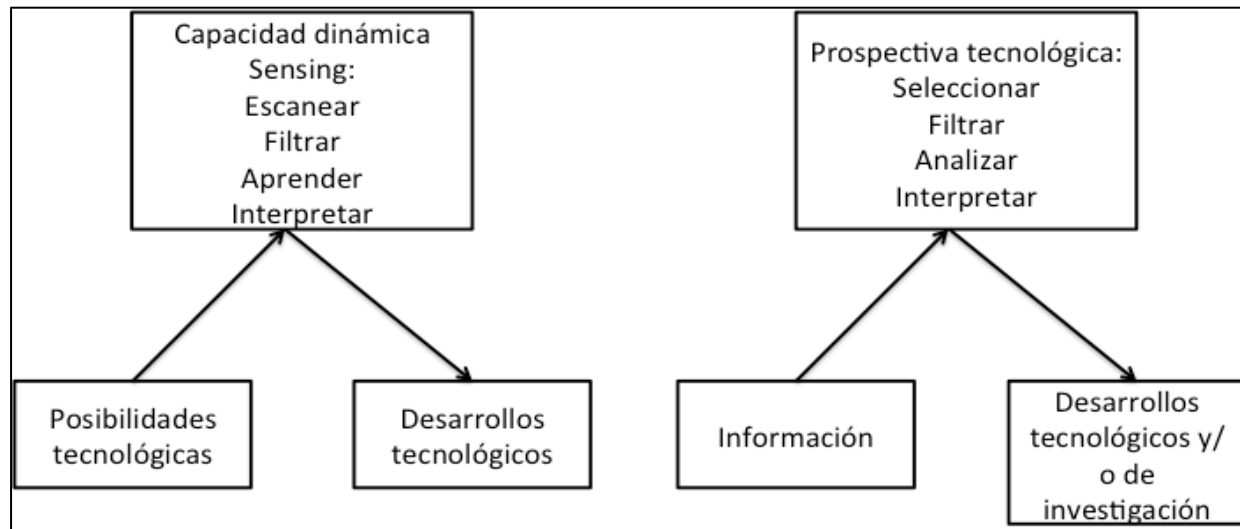
Figura 3. Mapa acerca de los cambios en los temas de investigación en el área de bioelectroquímica



Fuente: CIDETEQ (2015)

Se puede apreciar que la prospectiva tecnológica, así como la capacidad dinámica para poder detectar oportunidades, comparten actividades y objetivos en común como se muestra en la figura 4. Por lo tanto, la prospectiva tecnológica es una capacidad dinámica para detectar oportunidades (*sensing*).

Figura 4. Comparación entre la prospectiva tecnológica y la capacidad dinámica sensing



Fuente: Elaboración propia

Discusión

La prospectiva tecnológica es un concepto difícil de definir y de comprender, diferentes autores asignan diferentes conceptos a este término que va desde una habilidad (Ej. Rohrbeck, 2010) hasta una ciencia para dictar las políticas de innovación y tecnología de un país (Medina Vásquez & Ortigón, 2006). Por el contrario, las capacidades dinámicas tienen un contexto claro dentro del campo de la administración estratégica (Miranda Torrez, 2015). Las capacidades dinámicas se pueden comparar con otras teorías de estrategia y se puede rastrear su desarrollo histórico; su ubicación en una disciplina académica y comercial bien establecida proporciona puntos de referencia claros para su estudio (Fallon-Byrne & Harney, 2017). Estudiar a la prospectiva tecnológica como una capacidad central lo pone en un contexto, establecer relaciones entre prospectiva y estrategia hace que toda la literatura sobre estrategia esté disponible como contexto para el estudio de la prospectiva tecnológica.

De igual forma, el campo de la administración estratégica y las capacidades dinámicas se ve beneficiada al momento de relacionarlos con la prospectiva tecnológica, ya que al estudiar la prospectiva como una capacidad dinámica se muestra cómo se pueden identificar los elementos constitutivos de una capacidad dinámica a un nivel organizacional, así como explicar cómo se

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 48-66. JUN. 2021

puede emplazar, nutrir y mantener una capacidad dinámica. El programa de prospectiva analizado en esta investigación muestra cómo de manera práctica un esquema coordinado de prospectiva tecnológica puede impactar en las competencias dinámicas de los centros de investigación, en donde estar informado de las nuevas tendencias tecnológicas y los nuevos campos de investigación generan una ventaja competitiva en este tipo de instituciones (Edington, 2001). Conectar la prospectiva a las capacidades centrales agrega un nuevo campo de estudio a la disciplina de la administración estratégica.

Una parte fundamental de las capacidades dinámicas es que se deben de encontrar integradas a la cultura organizacional (Bravo & Herrera, 2019), esta es otra característica que comparten los conceptos de capacidades dinámicas y prospectiva tecnológica, ya que de acuerdo a Gutiérrez Encino y Gonzales Ospina (2018), para que en una organización se dé el proceso de prospectiva, este debe de estar presente en la cultura organizacional para que se pueda valorar el conocimiento y su uso de manera eficaz y eficiente.

Si bien Schwarz, Rohrbeck y Wach (2019) logran estudiar a la prospectiva tecnológica como un micro fundamento de las capacidades dinámicas, este se hace desde la perspectiva gerencial o de liderazgo de las empresas, el presente trabajo logra aterrizar algunos de los conceptos propuestos por estos autores como la integración de la prospectiva en las habilidades y tecnologías de la gerencia a un nivel operacional, en donde la implicación de ver a la prospectiva tecnológica como una capacidad dinámica a un nivel operacional ayuda a las organizaciones a crear conocimiento técnico, poder codificar este conocimiento, definir los roles de los miembros de la organización para utilizar este conocimiento y socializar dentro de la organización el conocimiento para que la prospectiva tecnológica forme parte de los valores y normas de la organización. Al igual que Teece (2017) expone que las capacidades dinámicas deben de integrar, reconfigurar y transformar recursos, la prospectiva tecnológica en el caso del centro de investigación estudiado logra penetrar en estos mismo aspectos, lo que provoca los miembros de esta institución reconozcan el valor agregado de la prospectiva tecnológica lo que en este caso en particular la eleva a una capacidad dinámica para el centro de investigación. Por último, este estudio encuentra que la prospectiva tecnológica al ser una capacidad dinámica para el centro de investigación estudiado se integra en las estrategias de esta organización para dictar las políticas de futuras investigaciones, esto concuerda con el trabajo de Pineda (2013) en donde se estudian a los grupos de investigación en universidades colombianas, y concuerda que el concepto de prospectiva tecnológica debe de integrarse a las políticas y estrategias de estos cuerpos de investigación, integrar la prospectiva tecnológica ya sea a centros de investigación o a grupos de investigación puede ayudar a mejorar las políticas y estrategias tecnológicas de un país.

Conclusiones

Se concluye que la prospectiva tecnológica es una capacidad dinámica construida capaz de integrar, reconfigurar y ganar recursos que permite adaptarse al entorno de una organización. Dentro de las capacidades dinámicas, la prospectiva tecnológica se puede clasificar como una capacidad para detectar oportunidades. Por lo tanto, la prospectiva tecnológica es una capacidad dinámica que por medio de la seleccionar, filtrar, analizar e interpretar puede transformar la información del entorno en desarrollos tecnológicos o de investigación.

El presente trabajo aporta al tema de la prospectiva tecnológica al estudiarla desde el enfoque basado en recursos (RBV) en donde se ve a la prospectiva tecnológica como una capacidad de la organización para poder adaptarse a un entorno dinámico y de esta forma ayudar a su supervivencia.

Se sugiere para futuras investigaciones realizar una investigación similar donde el caso de estudio no sea una organización cuya actividad principal sea la investigación y el desarrollo ya que en organizaciones de este tipo tienden a conocer las tendencias futuras en una actividad esencial.

Referencias

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1). doi:10.1177/014920639101700108
- Becker, P. (2002). *Corporate Foresight in Europe*. Retrieved from <http://www.foresight-platform.eu/wp-content/uploads/2011/04/EFMN-Brief-No.-82-Corporate-Foresight-in-Europe.pdf>
- Blind, K., Cuhls, K., & Grupp, H. (1999). Current Foresight Activities in Central Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 60(1), 15-35. doi:10.1016/S0040-1625(98)00021-3
- Bravo, E., & Herrera, L. (2009, April). Generación de capacidades dinámicas mediante la innovación organizacional: Un múltiple estudio de casos exploratorio. In XIII Congreso de Ingeniería de Organización (pp. 195-205).
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1997). The Art of Continuous Change: Linking Complexity Theory and Time-Paced Evolution in Relentlessly Shifting Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 1-34. doi:10.2307/2393807

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 48-66. JUN. 2021

- Drever, E. (1995). *Using Semi-Structured Interviews in Small-Scale Research. A Teacher's Guide*. Edinburgh.
- Edington, D. W. (2001). Emerging research: a view from one research center. *American Journal of Health Promotion*, 15(5), 341-349.
- Eisenhardt, K. M. (1989). *Making Fast Decisions in High-Velocity Environments* (Vol. 32).
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. (2000). Dynamic Capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10).
- Ende, J. V. D., Mulder, K., Knot, M., Moors, E., & Vergragt, P. (1998). Traditional and Modern Technology Assessment: Toward a Toolkit. *Technological Forecasting and Social Change*, 58(1-2), 5-21. doi:10.1016/S0040-1625(97)00052-8
- Fallon-Byrne, L., & Harney, B. (2017). Microfoundations of dynamic capabilities for innovation: a review and research agenda. *The Irish Journal of Management*, 36(1), 21-31.
- Horton, A. (1999). A simple guide to successful foresight. *Foresight*, 1(1), 5-9. doi:10.1108/14636689910802052
- MacKay, B., & McKiernan, P. (2004). The role of hindsight in foresight: refining strategic reasoning. *Futures*, 36(2), 161-179. doi:10.1016/S0016-3287(03)00147-2
- Martin, B. R. (1995). Foresight in science and technology. *Technology Analysis & Strategic Management*, 7(2), 139-168. doi:10.1080/09537329508524202
- Medina Vásquez, J. E., & Ortegón, E. (2006). *Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe*: Cepal.
- Miles, I. (2010). The development of technology foresight: A review. *Technological Forecasting & Social Change*, 77(9), 1448-1456. doi:10.1016/j.techfore.2010.07.016
- Miranda Torrez, J. (2015). El modelo de las capacidades dinámicas en las organizaciones. *Investigación administrativa*, 44(116), 0-0.

- Pineda, L. (2013). PROSPECTIVA ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: UNA PROPUESTA PARA LOS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN COLOMBIANOS. *Investigación y Desarrollo*, 21, 237-311.
- Reger, G. (2001). Technology Foresight in Companies: From an Indicator to a Network and Process Perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 13(4), 533-553. doi:10.1080/09537320127286
- Rohrbeck, R. (2010). *Corporate Foresight: Towards a Maturity Model for the Future Orientation of a Firm*. Berlín: Springer-Verlag.
- Schwarz, J. O., Rohrbeck, R., & Wach, B. (2019). Corporate foresight as a microfoundation of dynamic capabilities. *FUTURES & FORESIGHT SCIENCE*, e28.
- Slaughter, R. A. (1998). Futures Studies as an Intellectual and Applied Discipline. *Futures Studies as an Intellectual and Applied Discipline*, 42(3), 372-385. doi:10.1177/0002764298042003008
- Teece, D. J. (2007). EXPLICATING DYNAMIC CAPABILITIES: THE NATURE AND MICROFOUNDATIONS OF (SUSTAINABLE) ENTERPRISE PERFORMANCE. *Strategic Management Journal*, 28(1), 1319-1350. doi:10.1002/smj.640
- Teece, D. J. (2017). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. doi:10.1002/smj.4250050207

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 48-66. JUN. 2021

Will, M. (2008). Talking about the future within an SME?: Corporate foresight and the potential contributions to sustainable development. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 19(2), 234-242. doi:doi.org/10.1108/14777830810856618

Zollo, M., & Winter, S. G. (2002). Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities. *Organization Science*, 13(3), 339-351. doi:10.1287/orsc.13.3.339.2780






ECONOMÍA



ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE CHOCOLATE QUESADA EN DIFERENTES SECTORES DE LA ZONA SUR DE BOGOTÁ

ANALYSIS OF THE DEMAND FOR QUESADA CHOCOLATE IN DIFFERENT SECTORS OF THE SOUTHERN AREA OF BOGOTÁ

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.06

 *Salome del Pilar López-Peña*¹
 *Johan Stiven Morales Aguilar*²
 *Sergio Camilo Rojas González*³

Cómo citar este artículo: López Peña, S. P., Morales Aguilar, J.S., & Rojas González, S.C. Análisis de la demanda de chocolate quesada en diferentes sectores de la zona sur de Bogotá, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 68-75



Recibido: Febrero de 2021. **Aprobado:** Mayo de 2021

Resumen

Con el presente estudio de investigación, se pretendió obtener información relevante acerca del comportamiento de los consumidores de la empresa CASA LUKER en la zona sur de la ciudad de Bogotá, una vez se identificó una disminución significativa en la demanda de Chocolate Quesada durante dos periodos consecutivos. En ese sentido se propuso un estudio que permitió analizar las causas de la disminución de las ventas del chocolate Quesada en la zona sur de Bogotá, específicamente las localidades de Bosa y Tunjuelito.

¹ Magíster en Salud Pública, Investigadora Universidad Minuto de Dios UNIMINUTO, Grupo de investigación GICABS, Semillero Aplicación de las Ciencias Económicas y Administrativas para el Desarrollo (ACEAD), ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1043-7543>, splopezp@unal.edu.co, Colombia.

² estudiante de Administración de Empresas, Universidad Minuto de Dios UNIMINUTO, Grupo de investigación GICABS, Semillero Aplicación de las Ciencias Económicas y Administrativas para el Desarrollo (ACEAD), ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1028-5700>, Johan.morales-ag@uniminuto.edu.co, Colombia.

³ vinculado a la Corporación Universitaria Minuto De Dios, estudiante de Administración de Empresas, Universidad Minuto de Dios UNIMINUTO, Grupo de investigación GICABS, Semillero Aplicación de las Ciencias Económicas y Administrativas para el Desarrollo (ACEAD), ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5515-526X>, sergio.rojas@uniminuto.edu.co, Colombia.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 68-75. JUN. 2021

Se presenta un estudio mixto y transversal de estudio de caso, definido sobre la demanda de Chocolate Quesada en dos tiendas de la zona sur de Bogotá. Este trabajo de campo se realizó en dos fases. Por último, se realizó un análisis de las encuestas realizadas en los dos sectores cuya población tiene el mismo estrato socioeconómico y características similares, generando así las posibles soluciones que permita una mayor rotación del chocolate Quesada.

Cabe resaltar el hecho de que la mayoría de personas encuestadas fue de sexo femenino, con un 71%, el estrato 2 fue el que más encuestados tuvo con un 70% seguido del estrato 1 con un 17%, así mismo el rango de edad al que se le realizaron la mayor cantidad de encuestas fue de 20 - 39 años. El 83% de la población encuestada afirmó reconocer el chocolate Quesada y, de estos, solo a un 32% manifestó no gustarle la nueva presentación.

En general el comportamiento de estos estratos está encaminado a una relación de un precio medio con un buen sabor de chocolate y con un consumo un poco bajo, en donde sale a relucir el estrato 1, siendo este el único que tiene como presencia el precio más alto del mercado y sin ningún encuestado que prefiera el precio más bajo, a esto se adiciona el hecho de que su consumo sea un poco mayor al de los otros estratos analizados, concluyendo así que la mayoría de personas prefieren un consumo moderado y un precio medio para el chocolate.

Palabras clave: Demanda de chocolate, chocolate en barra, Bogotá

Abstract

This research study was intended to obtain relevant information about the behavior of consumers of the company CASA LUKER in the southern area of the city of Bogotá, once it identified a significant decrease in the demand for Chocolate Quesada during two consecutive periods. A study was proposed to analyze the causes of the decrease in sales of Quesada chocolate in the southern zone of Bogotá, specifically the towns of Bosa and Tunjuelito.

A mixed and transversal case study is presented, defined on the demand for Chocolate Quesada in two stores in the southern zone of Bogotá. This fieldwork was carried out in two phases. Finally, an analysis was made of the surveys carried out in the two sectors whose population has the same socioeconomic stratum and similar characteristics, thus generating the possible solutions that would allow a greater rotation of Quesada chocolate.

It is important to highlight the fact that the majority of people surveyed were women, with 71%, stratum 2 had the most respondents with 70%, followed by stratum 1 with 17%, and the age range in which most surveys were conducted was 20-39 years. 83% of the population surveyed said they recognized Quesada chocolate and, of these, only 32% said they did not like the new presentation.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 68-75. JUN. 2021

In general, the behavior of these strata is directed towards a relationship of an average price with a good chocolate flavor and with slightly low consumption, where the first stratum comes out, is this the only one that has as presence the highest price of the market and without any respondent that prefers the lowest price, to this is added the fact that its consumption is a little higher than the other strata analyzed, concluding that most people prefer a moderate consumption and an average price for chocolate.

Keywords: Demand for chocolate, chocolate bars, Bogotá

Introducción

Con el presente estudio de investigación, se pretendió obtener información relevante acerca del comportamiento de los consumidores de la empresa CASA LUKER en la zona sur de la ciudad de Bogotá, una vez de identificó una disminución significativa en la demanda de Chocolate Quesada durante dos periodos consecutivos. En ese sentido se propuso un estudio de mercado que permitió identificar los consumidores que actualmente están consumiendo los productos de la empresa anteriormente mencionada.

Materiales y Métodos

Se presenta un estudio mixto y transversal de estudio de caso, definido sobre la demanda de Chocolate Quesada en dos tiendas de la zona sur de Bogotá. Este trabajo de campo se realizó en dos fases. La primera fase se realizó en el Mercado Hogar Tunjuelito, de la localidad de Tunjuelito, donde se aplicó una encuesta que buscaba dar respuesta a la disminución de ventas del chocolate Quesada en Bogotá. La segunda fase, con cierta reconstrucción a las preguntas iniciales, se realizó en la localidad de Bosa específicamente en los supermercados Metropol, consolidando aspectos como el género de los consumidores, la edad, el estrato socioeconómico entre otros aspectos que le brindan a la investigación un margen de análisis más amplio.

Por último, se realizó un análisis de las encuestas realizadas en los dos sectores cuya población tiene el mismo estrato socioeconómico y características similares, generando así las posibles soluciones que permita una mayor rotación del chocolate Quesada.

Marco teórico

Un estudio de campo realizado por estudiantes de posgrados de psicología de la fundación universitaria Konrad Lorenz, el cual toma una muestra de 40 familias en los estrados 2 y 3 de la ciudad de Bogotá, con el fin de identificar el grado de fidelidad de las personas a una marca o producto, determinando como ellos se hicieron fieles a la marca en especial a que es lo que más compran en cantidad y el número de veces de la recompra. Los resultados que arrojó la investigación fueron diversos en el sentido que da luz a los procesos investigativos sobre el campo, resaltando hechos como los patrones de la compra donde los clientes en gran parte de los casos saben lo que van a llevar y sus marcas favoritas (Sandoval, 2009).

El anterior estudio arroja que en varias ocasiones los consumidores finales tienen su marca favorita, y no suelen prestar atención al precio del chocolate, y de la misma forma se genera la recompra del mismo. Es por ello por lo que se hace notar la importancia del departamento de marketing porque son ellos los que generan a través de sus campañas crear expectativa al shopper y así lograr los objetivos propuestos y poder impactar al consumidor final.

Por otra parte, hay que considerar otro análisis de campo, el cual va a evaluar los siguientes aspectos. Analizar por qué el consumidor compra una marca en vez de otra, identificar la participación en el mercado de las marcas líderes y los seguidores dentro del mercado, realizar una comparación entre las marcas para identificar que las diferencias, por último, ejecutar una prueba de marketing en el mercado y como este interfiere en el momento de la compra. Este estudio arrojó que *“el marketing es sin duda un motor importante en la industria que este es el que ayuda a estabilizar a un producto como líder dentro un determinado sector del mercado, es allí donde las herramientas que este provee a una marca o varias dentro un determinado sector del mercado”* (Gabrielli, 2016)

Se concluye que el consumo del cliente se basa en la fidelización a una marca antigua y que ha sido líder en el mercado por mucho tiempo, esto no quiere decir que el mercado se cierre y solo se prefiera esta, las demás marcas tienen que estar impulsadas por el sector de marketing para poder llegar a acercarse al principal competidor o líder.

Marcela Alfaro Jaramillo, hace una comparación con los habitantes de Francia en cuanto al consumo de Chocolate y saca la siguiente conclusión: *“Afinidad o Presupuesto: Los colombianos y los franceses gastan la misma cantidad de dinero a la semana en la compra de chocolate. Es decir, entre \$0 y \$7.500 o lo equivalente en euros entre 0€ y 3€ aproximadamente por semana. Teniendo en cuenta la teoría, esté anterior resultado llama bastante la atención. Puesto que estamos afirmando que en un país emergente como Colombia (con un PIB de 366 billones de US para el 2012)”* (Jaramillo, 2013).

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 68-75. JUN. 2021

También cabe resaltar que en ambos países las tabletas son las presentaciones de chocolate más populares. Seguramente son las preferidas por su practicidad y porque se adaptan a todo tipo de ocasión. El chocolate en bebida también es popular al igual que la panadería de chocolate (pero ésta última en menor proporción)” (Jaramillo, 2013).

Los resultados anteriores están relacionados con las Teorías Culturales, ya que según las tradiciones de cada país se presenta mayor predilección hacia ciertas presentaciones de chocolate. Por ejemplo, en Colombia es tradicional consumir chocolate como bebida mientras que en Francia es más común consumirlo como panadería o Momentos de consumo: En ambos países se consume chocolate, cotidianamente en las comidas principales. Dicho resultado está relacionado con las presentaciones de chocolate, siendo muy popular para el desayuno en Colombia la bebida de chocolate y en Francia la panadería de chocolate (Pan de Chocolate).

Los cambios en el mundo empresarial son constantes y es allí donde las empresas, tienen que adaptarse a dichos cambios, los cuales son de suma importancia para mantener a una empresa a flote.

“El mundo empresarial del cacao en el país deberá enfrentar con otra visión organizacional estos desafíos; son necesarios cambios positivos y enraizados en cada individuo y actor de este producto. Es necesaria la conservación de espacios de análisis de las capacidades de la materia prima, los productores que deben posicionarse del mercado sólidamente con derivados de alta calidad. Por lo tanto, a través de esta investigación se analizará las generalidades de la cultura organizacional desde la perspectiva de los diferentes autores, posteriormente se describirá la industria de cacao y chocolate ecuatoriano para finalmente contrastar los enfoques del cambio organizacional en ciertas empresas del País, A través de una revisión de autores, y una compilación bibliográfica que contraste las diferentes perspectivas de cambio que el sector requiere.” (Lombeida, 2019).

Es así como se plantea la necesidad de reactivar los mercados y dinamizar el mercado frente a los nuevos retos que presentan, como consumidores, determinado la capacidad de análisis de las partes. El chocolate del país goza una gran aceptación internacional donde este se puede concentrar en el mercado extranjero usando el continente europeo como el foco de trabajo arduo para el cacao colombiano debido a que este continente tiene gran cantidad de países y una extensión por metro cuadrados corta a comparación de otros países.

Finalmente, es importante mencionar que el mercado colombiano cacaotero está siendo cada vez más afectados por la competencia desleal y la venta de la materia prima como lo es el caco para la preparación del chocolate a bajos precios a nivel interno, debido a la devaluación del peso colombiano y la competencia desleal en el mercado interno.

Resultados y Discusión

Cabe resaltar el hecho de que la mayoría de personas encuestadas fue de sexo femenino, con un 71%, el estrato 2 fue el que más encuestados tuvo con un 70% seguido del estrato 1 con un 17%, así mismo el rango de edad al que se le realizaron la mayor cantidad de encuestas fue de 20 - 39

años. El 83% de la población encuestada afirmó reconocer el chocolate Quesada y, de estos, solo a un 32% manifestó no gustarle la nueva presentación.

En el estrato 1 se prefiere un consumo de 1 a 2 veces por semana, y también están dispuestos a pagar el mayor precio de chocolate en el mercado. Una de las posibles causas al pago de un mayor valor del producto se relaciona con el bajo consumo que lleva a preferir que este sea de mayor agrado y mayor calidad.

El estrato 2 tiene un comportamiento similar al estrato 1, sin embargo, la diferencia entre estos dos radica en el precio que están dispuestos a pagar por el chocolate, siendo así que el estrato 2, el 56% están dispuestos a pagar de 4.200 a 4.400 siendo estos los precios medios del mercado.

En el estrato 3 se encuentra un comportamiento bastante moderado a comparación de los otros dos estratos, teniendo en cuenta que 57% de los encuestado consumen chocolate solo 1 a 2 veces por semana y prefirieren un precio que oscile entre 4.200 y 4.400, siendo así un estrato con un comportamiento un poco similar al estrato 2 y bastante diferente al estrato 1.

Discusión

El consumo interno en un país como Colombia de productos propios como lo es el cacao, ha tenido a lo largo de la historia diversas tendencias de consumo, es decir consumirlo en dulces, desayunos o puro. En este momento el mercado presenta una tendencia de consumo hacia productos que décadas atrás no se pensarían como lo son los modificadores en polvo, es decir el chocolate en polvo, los productos reducidos en azúcar o sin azúcar. Esto ha permitido que el mercado tenga que cambiar y la producción del cacao también.

A lo anterior se suma que, muchos de los participantes de la categoría de cacao son productores que rinden el cacao que se produce con diversos productos químicos. Lo cual afecta la calidad del producto, pero a su vez este le permite tener un precio menor en el mercado a los productores que utilizan más licor de cacao en la producción de sus productos.

Este hecho conlleva a que muchas de los compradores potenciales se guíen por el precio del producto, en una economía en recesión y con crisis económica latente, dejando de lado la tendencia de consumo por las marcas líderes y pasando a una mayor acogida de las marcas propias o económicas en varios segmentos del mercado.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 68-75. JUN. 2021

Cabe resaltar que el mercado es cambiante y volátil, esto genera que las empresas están en constante innovación y estrategias agresivas para poder rescatar a la productos y marcas de quedar relegados de estas nuevas formas de consumo, es allí donde se plantea la necesidad de explorar para la marca nuevas formas de presentación, precio y muestreo en las diferentes plataformas para poder alcanzar un nuevo punto de venta. Mejor que los presentados hasta el momento.

Conclusiones

En general el comportamiento de estos estratos está encaminado a una relación de un precio medio con un buen sabor de chocolate y con un consumo un poco bajo, en donde sale a relucir el estrato 1, siendo este el único que tiene como presencia el precio más alto del mercado y sin ningún encuestado que prefiera el precio más bajo, a esto se adiciona el hecho de que su consumo sea un poco mayor al de los otros estratos analizados, concluyendo así que la mayoría de personas prefieren un consumo moderado y un precio medio para el chocolate.

Tomando como punto de partida el hecho de que el sabor favorito de chocolate para la gente es el tradicional con un 54% sobre los otros sabores y que su consumo es de 1 a 2 veces por semana en un 54% y de 2 a 4 veces por semana un 46%, esto también se ve influenciado por el valor del producto, en donde, por lo general, se prefieren precios de 4.200 a 4.400, siendo este precio el más acogido por las personas.

Para concluir el consumo de chocolate en barra en los últimos tiempos, han sufrido drásticos cambios debido a que las nuevas generaciones de shopper buscan nuevas experiencias de consumo saludable, lo cual afecta la tendencia del mercado. A lo anterior, se suma que el consumidor final se está rigiendo por los precios del mercado, que algunas veces están elevados y otras están por debajo; dependiendo de la categoría y el abastecimiento que haya en el momento.

Referencias

Efraín, G. R. (2014). *INDUSTRIA SOCIEDAD Y ARTE*. BOGOTÁ.

G, B. (2018). *Chocolate, politics, and Peacebuilding*. San José De Apartadó: Springer.

Gabrielli, V. y. (2016). online brand community the integrated marketing communication system: When chocolate becomes seductive like a person. *journal of marketing*, 385-402.

Huamachuco de la cuba, O. (2017). Cacao, producción, consumo y comercio del periodo prehispánico a la actualidad en América Latina. *Fronteras de la Historia*, 237-242.

- J, C. (1978). REMINICENCIAS DE SANTAFÉ DE BOGOTÁ. BOGOTÁ: INSTITUTO COLOMBIANO DE CULTURA.
- L, j. c. (2019). Plan De Mercado Internacional Para El Chocolate Premium Colombiano. Bachelor's thesis. Mercadeo y Negocios Internacionales.
- LOMBEIDA, M. D. (2019). El cambio organizacional en la comercialización de chocolate ecuatoriano. *Gestión Joven*, 7-9.
- LONDOÑO. (2002). EL ARTE Y LA PUBLICIDAD EN LA NACIONAL DE CHOCOLATES 1920-1960. MEDELLIN: NACIONAL DE CHOCOLATES.
- M, A. J. (2013). Caracterización del consumo de chocolate en el caso Colombia y Francia. Universidad EIA.
- Nuttall, C. &. (1994). Comercialización de chocolate y otros aspectos de la industria confitera en todo el mundo. *Fabricación y uso industrial del chocolate*. Springer, Boston MA, 362-385.
- Sandoval, R. R. (2009). Patrones de elección de marca. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 3-22.
- Superintendencia de industria y comercio. (2012). Estudio sobre el sector cacaoero. Bogotá: Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial Sin Derivadas 2.5 Colombia.*

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

ESTADO ACTUAL DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR PETROQUÍMICO-PLÁSTICO DE CARTAGENA EN TIEMPOS DE COVID-19

CURRENT STATUS OF THE INTERNATIONALIZATION OF SMES IN THE PETROCHEMICAL-PLASTIC SECTOR OF CARTAGENA IN TIMES OF COVID-19

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.07

 Shirley Cabarcas Acuña¹

 Darwin Alfonso López Pérez²

Cómo citar este artículo: Cabarcas Acuña, S., López Pérez, D.A., Estado actual de la internacionalización de las pymes del sector petroquímico-plástico de Cartagena en tiempos de Covid-19, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 76 – 96



Recibido: Enero de 2021. **Aprobado:** Mayo de 2021

Resumen

Según la (CEPAL, 2021): “el comportamiento de la pandemia actual del Covid-19 generó en 2020 una fuerte caída del 13% en el valor de las exportaciones a nivel Latinoamérica y el Caribe”, no obstante, pese a las exigencias y peligros asociados al incursionar en el mercado internacional, las grandes empresas del sector Petroquímico - Plástico de Cartagena se han posicionado a nivel internacional gracias a su proveeduría de bienes de primera necesidad durante la pandemia.

Por ende, el objetivo es identificar y analizar el estado actual de la internacionalización de las Pymes del sector Petroquímico- Plástico que son importantes unidades económicas para el desarrollo de la economía local cartagenera. La metodología que se utilizó fue un estudio descriptivo, que adopta un diseño no experimental, transversal con enfoque mixto que estudió una muestra de 13 pymes, por medio de encuestas

¹ Administración de Negocios Internacionales, Universidad del Sinú Seccional Cartagena, Semillero de Investigación SINI. E- mail: shirleycabarcas96@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-5754-9844> ; [Cvlac Min Ciencias](#)

² Administración de Negocios Internacionales, Universidad del Sinú Seccional Cartagena, Semillero de Investigación SINI. E-mail: dawinlopez9@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0042-958X> ; [Cvlac Min Ciencias](#)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Los principales resultados obtenidos demuestran que la mayoría de las empresas estudiadas no han tenido participación en la expansión internacional actualmente; además, se evidencia que no han recibido total acompañamiento por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y entidades del estado para guiarlos en el proceso.

Palabras clave: Internacionalización, Pymes, Exportación, Clúster, Competitividad

Abstract

According to (ECLAC, 2021): "the behavior of the current Covid-19 pandemic generated in 2020 a strong fall of 13% in the value of exports at the Latin American and Caribbean level", however, despite the demands and dangers associated with entering the international market, the large companies of the Petrochemical-Plastic sector of Cartagena have positioned themselves internationally thanks to their supply of basic necessities during the pandemic.

Therefore, the objective is to analyze the current state of internationalization of the SMEs of the Petrochemical-Plastic which are important economic units for the development of the local Cartagena economy. The methodology used was a descriptive study, which adopts a non-experimental, cross-sectional design with a mixed approach that studied a sample of 13 SMEs, by means of surveys.

The main results obtained show that most of the companies studied have not been involved in international expansion at present; it is also evident that they have not received full support from the Ministry of Industry, Commerce and Tourism and state entities to guide them in the process.

Key words: Internationalization, SMEs, Exports, Cluster, Competitiveness.

Introducción

El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y su actividad de emprendimiento han sido una parte fundamental para la evolución de la economía y del comercio de cualquier país; es decir, aportando a la creación de nuevos mercados con la producción y comercialización de bienes y servicios en distintos sectores económicos e impulsando una mejor distribución de la riqueza. Sin embargo, a pesar de sus limitaciones y la poca atención brindada por parte de algunas naciones, las Pymes son un elemento primordial como aporte a la economía colombiana (Lechuga Cardozo, Cزالlo Antuñez, Olivero Vega, & Lambrano, 2018).

La participación de las Pymes en Colombia tiene gran relevancia en las actividades económicas, pero muchas no tienen la participación en los mercados e inversiones internacionales. No obstante,

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

en estos tiempos actuales de crisis sanitaria y económica debido al Covid-19, existe la preocupación por satisfacer las necesidades de los mercados locales y asimismo realizar una proyección exitosa hacia los escenarios económicos internacionales.

Cartagena de Indias ha sido un importante centro industrial y el primero de la Costa Caribe Colombiana, sin embargo, cuenta con la importante industria manufacturera, siendo uno de las principales actividades económicas y su desenvolvimiento en el entorno local es bastante aceptable, pero su situación en el mercado internacional es de muchos desafíos y retos para incursionar de manera exitosa.

No obstante, la ciudad es líder en producción y exportación de petroquímicos y plásticos, contando con la refinería petrolera Reficar, más moderna de Latinoamérica y a nivel local este sector se ha constituido como un clúster a partir de la promulgación del (Plan Regional de Competitividad Cartagena y Bolívar, 2008-2032), que recibe ventajas competitivas y comparativas en cuanto a logística, comercio exterior, ubicación estratégica del puerto y lugar de realización de eventos nacionales e internacionales.

La industria Petroquímica mediante el procesamiento industrial de los derivados del petróleo, gas natural y cloruro de sodio que al unirse con la industria transformadora del plástico se dedica a la elaboración de plásticos en formas primarias, básicas y artículos a partir de la elaboración de materias primas de origen petroquímico; por ende, esta industria reúne a una cantidad significativa de empresas de gran tamaño que lideran en competitividad e internacionalización, adicionando la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas para la ejecución de las diversas actividades económicas en las cadenas productivas pertenecientes al sector.

Teniendo en cuenta este importante clúster de la ciudad, de su relevancia en tiempos de crisis para proveer a los mercados internacionales de bienes de primera necesidad, obtener mayor posicionamiento estratégico y el establecimiento de empresas como las Pymes que son importantes unidades económicas para la generación de desarrollo competitivo y aportes a la economía local, se tiene como propósito analizar el estado actual de la internacionalización de las pymes del sector Petroquímico- Plástico de Cartagena en tiempos de Covid-19.

Para cumplir este objetivo, primero se realiza una identificación y revisión de la literatura de la internacionalización y las alianzas estratégicas de la misma, se identifica la metodología investigativa a implementar, posteriormente se efectúa un análisis estadístico y descriptivo del comportamiento actual de los factores internos y externos que inciden en la internacionalización de las 13 pymes estudiadas como tamaño de muestra y finalmente se realizan las conclusiones relevantes de la investigación.

Fundamentación Teórica

La internacionalización

(Leandro, 2009) afirma que “bajo el enfoque estratégico, la internacionalización de las empresas es el resultado de adopción de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno”. Sin embargo, este proceso se relaciona con la implicación, proyección internacional y crecimiento de la empresa, por lo tanto, al encontrar distintas ubicaciones en diferentes mercados con ventajas económicas, les permite abrir la posibilidad de separar sus actividades o procesos y descentralizándolas en dichos países.

Teorías sobre la Internacionalización

Modelo de Upsala

(Merubia, 2019, pág. 21) afirma que “El modelo Upsala se focaliza en la adquisición, integración y uso del conocimiento acerca de los mercados extranjeros, así como también en un creciente compromiso y asignación de recursos a los mercados. El proceso es descrito como evolutivo, dinámico y cíclico”.

Al identificar esta teoría desarrollada por Johanson y Wiedersheim-Paul, se puede deducir que la empresa aumentará gradualmente sus recursos en un mercado internacional, a medida que esta adquiera conocimientos y experiencias de las actividades que se realizan en dicho país.

Sin embargo, esta actividad se divide en distintas etapas que se denomina la cadena de establecimiento, cuando la empresa se quiere establecer en un país determinado; por ende, cada etapa está relacionada con un mayor grado de implicación internacional, teniendo en cuenta los recursos comprometidos y la experiencia obtenida sobre el mercado exterior.

Las etapas son las siguientes:

- Exportaciones no regulares
- Exportaciones a través de representantes independientes
- Establecimiento de una sucursal comercial en el mercado internacional
- Establecimiento de unidades productivas en el mercado internacional

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Paradigma ecléctico de Dunning

Según (Velásquez, 2017, pág. 12): “El modelo OLI, es una teoría muy significativa a la hora de analizar la inversión extranjera directa dado que ésta resulta ser un componente esencial cuando una empresa quiere producir y desarrollar su actividad económica por cuenta propia en el extranjero. El paradigma ecléctico se basa en tres sub-paradigmas que hacen referencia a las ventajas de propiedad, también conocidas como ventajas competitivas, las ventajas de localización y las ventajas de internalización”.

No obstante, esta teoría fue desarrollada por Jhon Harry Dunning, a través de este modelo se determina que las empresas deciden invertir en el mercado extranjero si cumple con ventajas específicas de propiedad; es decir, si cumple con propiedades en formas de economía de escala como la tecnología, tamaño, diferenciación, mejor capacidad y la utilización de los recursos.

Así como también, debe cumplir con las ventajas de internacionalización y localización, en la primera las empresas cuando poseen esta ventaja, los costos son reducidos y es más beneficioso para las mismas, extender sus propios procesos a los mercados internacionales y por último en la ventaja de localización, deben tener en cuenta las condiciones que deben efectuarse entre el país de origen y el extranjero con la finalidad de determinar los costos de transporte, infraestructura, distancia física, entre otros.

Enfoque de redes

Según (Castro Mora, 2015): “La teoría de redes de Johanson y Mattson (1988) explica como las pequeñas empresas, también conocidas como PyMes, utilizan las redes de negocio para desarrollar sus procesos de internacionalización. Es así que a través de las redes pueden superar sus limitaciones de tamaño para encontrar cierto tipo de fluidez y dinamismo en su gestión, con el fin de aprovechar los beneficios de la internacionalización”

Sin embargo, en esta teoría se puede deducir que el proceso de internacionalización es considerado un desarrollo de las redes organizativas y sociales de las empresas, y esto es a través de la entrada a los mercados internacionales donde se origina redes entre las empresas locales y las internacionales, significando una oportunidad de una red de contactos internacionales para la empresa local, lo que permitirá entrar con facilidad al mercado exterior.

Por otro lado, la posibilidad de aprovechamiento de esta oportunidad empresarial depende del tamaño de la red y de la diversidad de contactos de esta y se necesita tiempo para establecer una sólida red con el fin de aumentar los beneficios de relacionamiento con los clientes y proveedores internacionales.

Enfoque de emprendimiento internacional

(Hurtado Ayala & Escandón Barbosa, 2016, pág. 22) afirman que: “la influencia positiva de la postura emprendedora asumida por las pymes colombianas, sobre su desempeño exportador. Las características del empresario, las características internas y externas de las empresas, y el acceso a los recursos gubernamentales son aspectos que favorecen una postura emprendedora definida como la habilidad empresarial de tomar decisiones en un entorno de incertidumbre con el propósito de acceder a mayores oportunidades en el mercado y lograr mayor competitividad”

Según lo anterior, esta teoría fue desarrollada por Patricia McDougall y ha evolucionado durante las últimas décadas gracias al fenómeno de la globalización, originándose una nueva área de investigación en los negocios internacionales lo que permite al emprendedor del siglo XXI aprovechar las capacidades investigativas y crear oportunidades de internacionalización que se convierten en ventajas competitivas. Por otro lado, el espíritu emprendedor va a depender de su nivel de educación, capacidades, reputación, experiencia y habilidades para tomar riesgos con el objetivo de buscar la internacionalización y expandir sus operaciones comerciales de manera rápida, esto como resultado le genera mayor cultura y visión internacional y además capacidad para desarrollar negocios internacionales.

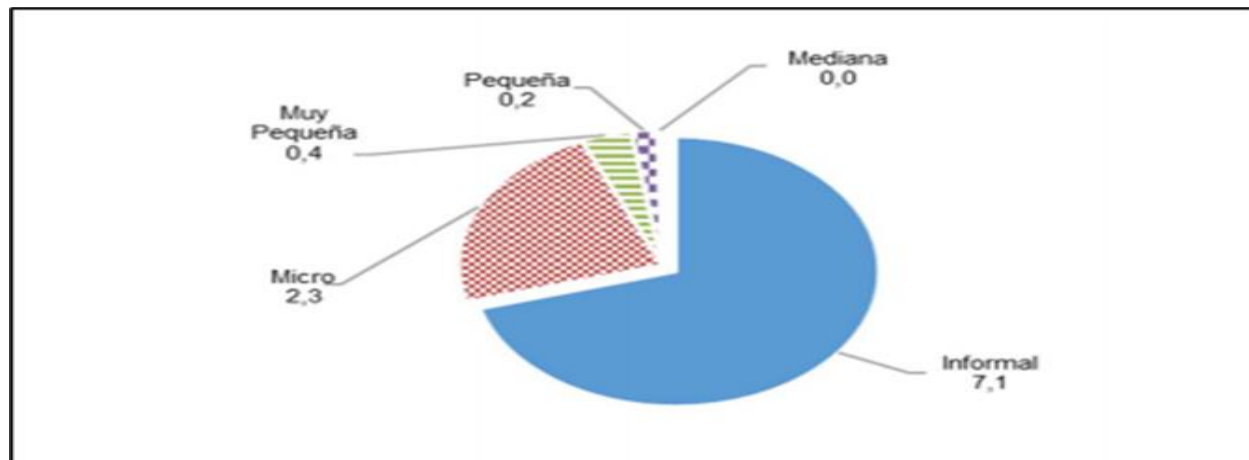
Teoría de la dotación de los factores de producción (Modelo de Heckscher-Ohlin)

(Ruiz Nápoles, 2020) expone que: “De acuerdo con el teorema H-O, al participar en el comercio internacional en condiciones de libre mercado, un país optimiza su producción y consumo cuando especializa su economía, de manera natural, en las áreas de producción en las que posee *ventajas comparativas* que se derivan de su *dotación relativa* de factores productivos, obteniendo a cambio los bienes que internamente produce con *desventajas comparativas*”.

Este modelo fue desarrollado por Eli Heckscher y Bertil Ohlin en 1977. Según lo afirmado anteriormente, la teoría hace énfasis al estudio de la especialización de los países en el comercio exterior de acuerdo con la disponibilidad de los factores de producción y la proporción en la que son utilizados en la producción de los distintos bienes. También se determina que cada país tiene sus factores de producción diferentes; es decir, los que tienen abundancia relativa en capital; es decir, exportan bienes intensivos de capital y los que tienen abundancia relativa en mano de obra, lo que significa que estos países especializan su producción en los bienes que utilizan sus recursos en abundancia.

La internacionalización de las pymes en Latinoamérica como reto en tiempos de Covid-19

Figura 1. América Latina y el Caribe: Distribución de las Mi Pymes, según tamaño



Fuente: IFC, Enterprise Finance Gap

Según el informe de la CEPAL escrito por (Dini & Giovanni Stumpo, 2019) se analiza que el peso en el tejido productivo, es decir, el 99% de las empresas formales latinoamericanas son Mipyme y en cuanto al rubro del empleo, el 61% del empleo formal es creado por empresas de ese tamaño, las vuelve un actor central para garantizar la viabilidad y eficacia de la transformación generadora de una nueva dinámica de desarrollo que permita un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible.

En cuanto a los efectos económicos del Covid-19 se ha identificado una disminución de las ventas en un 65% de las pymes operativas en América Latina (World Bank, 2020). Ante esto, las pequeñas y medianas empresas para ser competitivas en tiempos de crisis y en un mercado global incierto, necesitan aumentar su participación en el mercado internacional.

Según la (OECD, 2020):” Las consecuencias de esta pandemia son importantes, la región de América Latina y el Caribe se enfrenta a una serie adicional de desafíos. Si bien los confinamientos en la región detuvieron la economía, no fueron suficientemente eficientes para reducir la propagación del virus y evitar el colapso de los sistemas de salud”.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Sin embargo, ante lo expuesto anteriormente, el Covid – 19 es el principal impulsor de la digitalización, ante esto, nace una importante estrategia que debe ser fomentada, con el fin de crear relaciones directas con las universidades, investigadores y otras empresas y que a partir de ahí se puedan obtener experiencias y conocimientos del entorno interno y externo, para crecer y obtener supervivencia empresarial en tiempos actuales, así como también se hace necesario a que los gobiernos busquen estrategias económicas y sociales e iniciar acciones muy necesarias para alcanzar un modelo de desarrollo sostenible e inclusivo (CEPAL, 2020).

(Heredia Zurita, 2021) afirma que: “Las instituciones que apoyan a las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MiPymes) de América Latina han demostrado tener la capacidad de reaccionar a los desafíos impuestos por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) mediante esfuerzos inéditos para adaptar los instrumentos de apoyo y ajustar sus modalidades de gestión a las nuevas necesidades.”. Gracias a lo anterior, se hace necesario fomentar el uso de las tecnologías y los estímulos para la formalización de las empresas, el financiamiento como medida de respuesta a la emergencia actual, apoyo a la producción y al desarrollo exitoso de sus productos y servicios.

Materiales y métodos

El tipo de investigación que se aplica es el descriptivo con enfoque mixto, debido a que se acude a técnicas cualitativas y cuantitativas, mediante la recolección de datos primarios a través de la encuesta que permita obtener una mejor referencia del tema a investigar dentro de un tiempo y espacio específicos.

No obstante, (Martinez, 2018) afirma que: “es un método descriptivo de investigación, es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar, junto con la investigación comparativa y la experimental, es uno de los tres modelos de investigación empleados en el área de la ciencia”. Este tipo de investigación no comprende el empleo de hipótesis ni predicciones, sino la búsqueda de las características del fenómeno estudiado que le interesan al investigador.

Además, la modalidad de investigación que se adopta es la investigación no experimental de diseño transversal; por lo tanto, (Sampier, 2004) afirma que: “se utiliza cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo”. Por ende, se recopilan datos primarios con el fin de describir el estado de los factores que influyen en la internacionalización de las Pymes de este sector e interpretar su nivel de incidencia o participación en el área en tiempos de pandemia producida por el Covid-19.

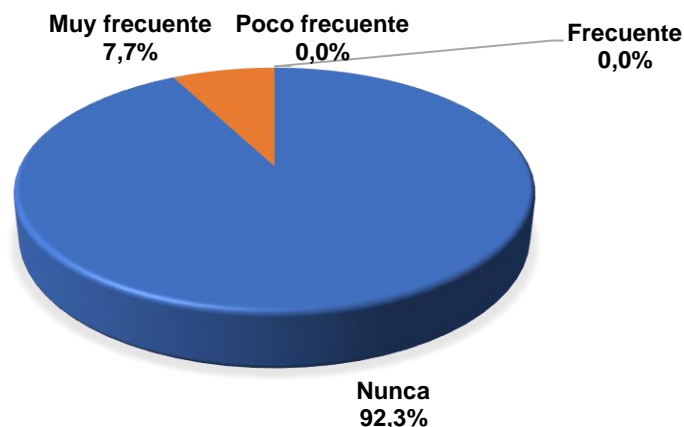
REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Por último, la población está representada por las pymes del sector Petroquímico- Plástico de Cartagena contando con 18 en total desde el CIU 2011 al 2020; por ende, la información fue tomada de la Cámara de Comercio de Cartagena. Posteriormente, se halla automáticamente el número de empresas a estudiar a través de una calculadora de muestra, estableciendo un nivel de confianza del 85% y un margen de error del 12%, arrojando un total de 13 empresas como tamaño de muestra.

Resultados y Discusión

Comportamiento de los factores internos y externos que inciden actualmente en la internacionalización de las pymes del sector Petroquímico – Plástico de Cartagena

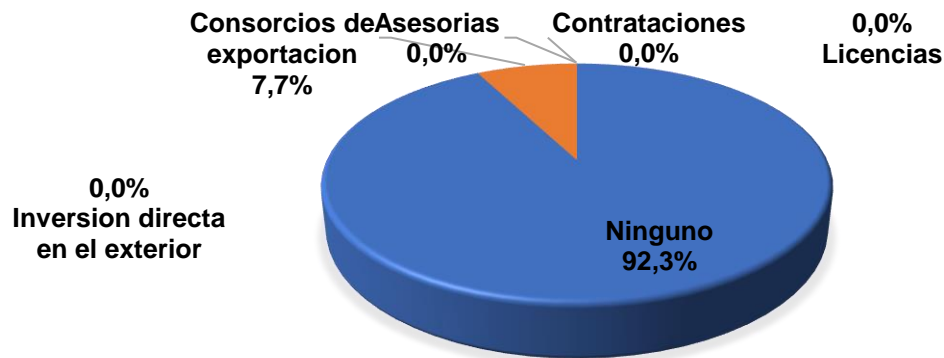
Gráfico 1: ¿Con que frecuencia su empresa ha realizado exportaciones durante la pandemia?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Se puede evidenciar que, durante la pandemia, el 92,3% de las pymes nunca realizó exportaciones, mientras que el 7,7% si exportó de manera muy frecuente.

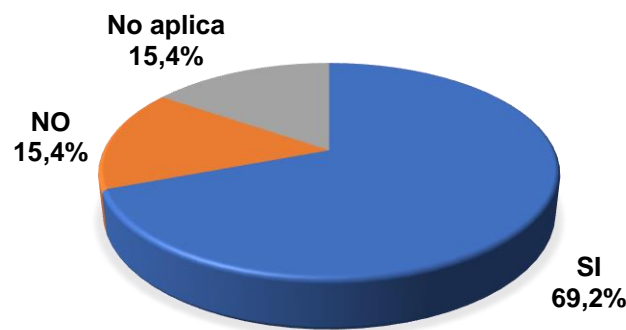
Gráfico 2: ¿Qué otra modalidad de internacionalización ha realizado actualmente?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Con respecto a las modalidades de internacionalización que han realizado actualmente, se evidencia que el 92,3% no ha realizado ninguna de las modalidades descritas, por otro lado, el 7,7% ha realizado consorcios de exportación.

Gráfico 3: ¿La empresa cuenta con un personal que realiza negociaciones internacionales con clientes extranjeros?

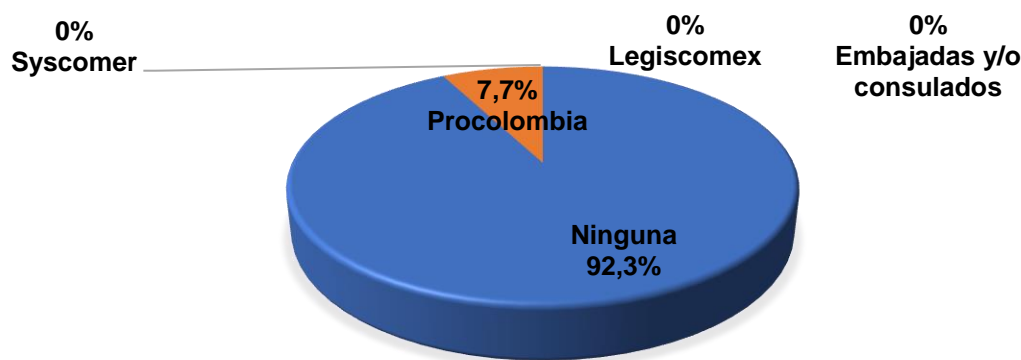


Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Con respecto a los resultados arrojados, el 69,2% indica que, si cuenta con un personal que realiza negociaciones internacionales; muchas de estas pymes de esta proporción indicaron que estas negociaciones internacionales no están relacionadas con las exportaciones o internacionalización, sino con la compra en los mercados internacionales, y además, tres medianas empresas de dicho porcentaje, nos indicaron que si cuentan con el personal para realizar sus exportaciones, por otro lado, se puede identificar que el porcentaje ha sido igualitario en un 15,4% para los que no cuentan con un personal del área y para los que indicaron que no aplica o no desea contestar la pregunta.

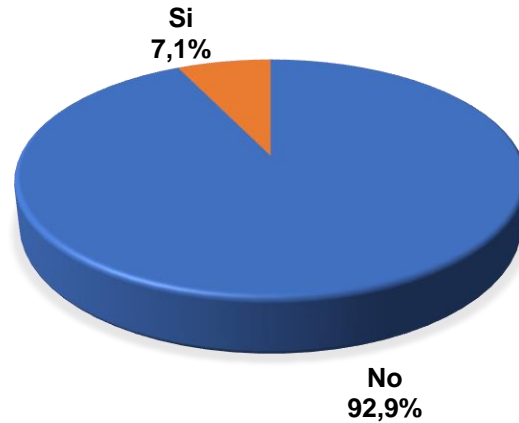
Gráfico 4: ¿La empresa ha recibido apoyo y/o capacitaciones en alguna de las siguientes entidades para realizar negocios internacionales?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Con respecto a la pregunta anterior, el 92,3 % de las pymes no ha recibido apoyo y/o capacitaciones por parte de las siguientes entidades descritas, y el 7,7% solamente ha recibido apoyo por parte de Procolombia.

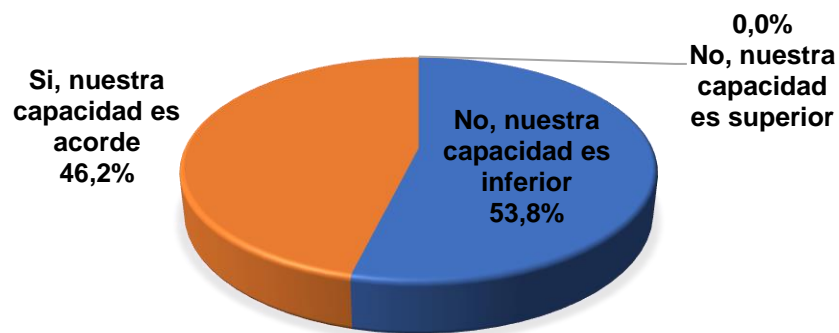
Gráfico 5: ¿La empresa cuenta con herramientas tecnológicas para la realización de sus negocios?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Se le indagó a la empresa si contaba con herramientas tecnológicas para realizar sus negocios, por ende, el 92,9% no cuenta con este tipo de herramientas, mientras que solamente el 7,1% si cuenta con lo anterior.

Gráfico 6: ¿Considera que la capacidad de producción que tiene su negocio es acorde con las necesidades actuales del mercado?

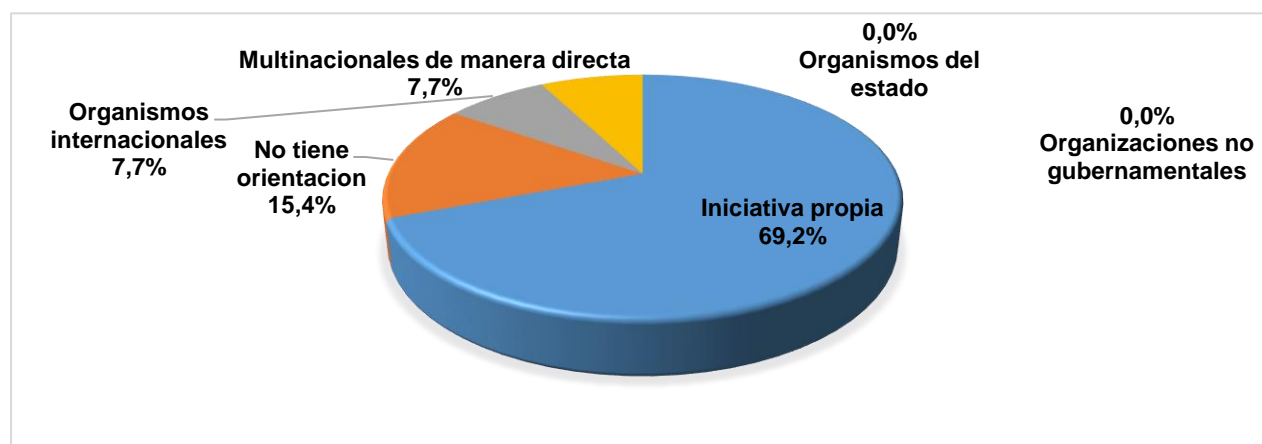


Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Al revisar los resultados obtenidos en esta pregunta, se indica que el 53,8% de las pymes de este sector, tienen una capacidad de producción inferior a las necesidades actuales del mercado y, por otro lado, el 46,2% si tiene capacidad de producción acorde a dichas necesidades.

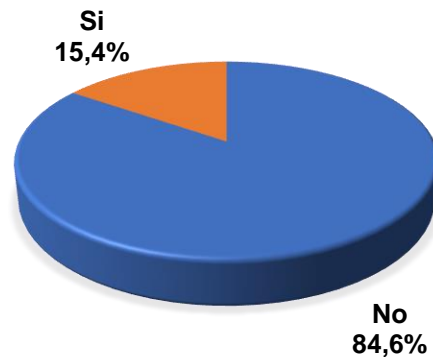
Gráfico 7. ¿Ha recibido la empresa orientación para la proyección internacional de alguno de estos organismos?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Se evidencia que el 69,2% ha tenido iniciativa propia para orientarse en cuanto a proyección internacional, así como también, el 15,4% no tiene orientación, mientras que las opciones de los organismos internacionales y las multinacionales de manera directa arrojaron un porcentaje igualitario del 7,7% de pymes que han recibido orientación por parte de estos.

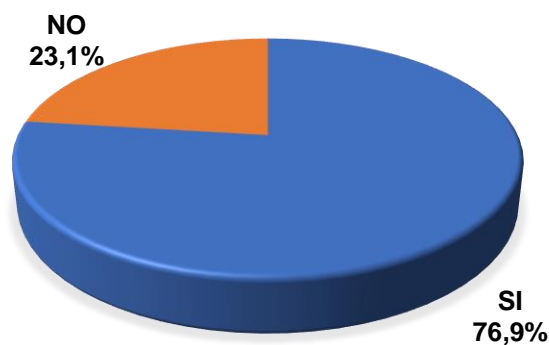
Gráfico 8. ¿La empresa se ha beneficiado de algún programa del gobierno que apoye el fortalecimiento o internacionalización de las Pymes en tiempos de pandemia?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

De acuerdo con la pregunta realizada anteriormente, se puede evidenciar que el 84,6% del total de pymes encuestadas, indicaron que no se han beneficiado de algún programa del gobierno para su fortalecimiento o internacionalización, mientras que solamente el 15,4% si se ha visto beneficiada.

Gráfico 9. ¿La empresa posee una cadena logística sólida que le permita distribuir sus productos de forma rápida y segura

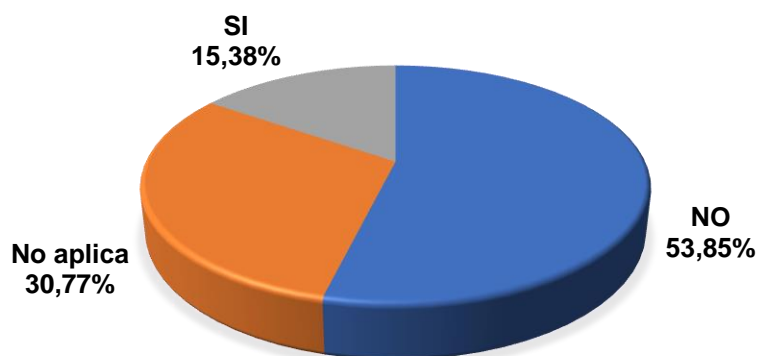


Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Se evidencia que el 76,9% del total de pymes estudiadas, indicaron si tener una cadena logística sólida para la distribución de sus productos de forma rápida y segura, mientras que el 23,1% no cuenta con una cadena logística estable.

Gráfico 10. ¿Han sido las barreras culturales (dominio de lengua extranjera, relación con otras culturas) impedimentos para la empresa al incursionar en los mercados internacionales en tiempos de pandemia?



Fuente: Elaboración propia de los investigadores (2021)

Al indagar a las pymes sobre las barreras culturales como dominio de lengua extranjera y relación con otras culturas, se demuestra que el 53,8% indicó no considerar estas barreras como obstáculos en tiempos de pandemia, por otro lado, el 30,7% contestó no aplica, debido a que estos empresarios comunicaron que no tienen el conocimiento y la experiencia en estos aspectos culturales y, por último, el 15,3% consideró estas barreras como obstáculos.

Discusión

La presente investigación en su informe de resultados demuestra la poca participación de las Pymes en la internacionalización actualmente, este hallazgo estaría acorde a lo afirmado por la (CEPAL, 2021) en su informe de los “Efectos del Covid- 19 en el Comercio Internacional y la logística” en donde se analiza que las exportaciones, reflejan tanto un choque de oferta (el cierre parcial del aparato productivo en tiempos actuales) como de demanda (contracción económica en

los principales mercados de la región), lo que produce una disminución de las exportaciones de los productos y servicios de las MiPymes, originando una caída del valor de dichas exportaciones”

Por otro lado, la inversión directa en el extranjero es otra de las opciones que estas empresas no han realizado actualmente; por ende, este resultado está acorde a lo afirmado por la (UNCTAD, 2020) por el cual expone que los flujos mundiales de inversión extranjera directa (IED) se verán sometidos a una enorme presión este año a causa de la pandemia del Covid - 19. Se prevé que estos recursos vitales, que en 2019 ascendieron a 1,5 billones de dólares, sufran una drástica caída hasta niveles muy inferiores al punto mínimo alcanzado durante la crisis financiera mundial, borrando así el tímido crecimiento de la inversión internacional logrado en el último decenio. Los flujos hacia los países en desarrollo sufrieron la mayor caída, ya que las inversiones orientadas a la exportación y vinculadas a los productos básicos se encuentran entre las más afectadas.

Así como también, la mayoría de las pymes estudiadas no cuentan con herramientas tecnológicas como elemento clave de supervivencia en tiempos de pandemia; este resultado está acorde a lo expuesto por (Chalarca Arboleda, Hurtado Perdomo, & Escovar Álvarez, 2020): “Si bien es cierto, se resalta el interés por parte de las organizaciones por transformar sus procesos y aprovechar las nuevas herramientas digitales para incrementar su competitividad en el mercado, es posible evidenciar que debido a la aceleración de la implementación de la llamada industria 4.0 algunas organizaciones en especial las Pymes aún carecen del conocimiento y la capacidad para asumir los retos que esta nueva realidad representa”.

Según (Bohorquez & Robles , 2020): “actualmente las herramientas digitales son esenciales para contribuir a impulsar la productividad e incrementar la competitividad de las empresas, siendo un aspecto clave en el nuevo modelo de funcionamiento de las pymes colombianas, soluciones innovadoras y eficientes de comercio electrónico hacen parte de las estrategias implementadas para hacer frente a la pandemia, aliviando las medidas de confinamiento y de distanciamiento social, al conectar de forma sencilla con clientes y proveedores; sin duda, el comercio electrónico juega un papel clave en la economía. La era digital está convirtiendo la crisis causada por la pandemia en una nueva oportunidad de desarrollo para las pymes colombianas, lo cual, en conjunto con acertadas decisiones de inversiones, operación y financiación, darán sostenibilidad y prolongarán su existencia”

Además, la implementación de las herramientas digitales permitirá generar experiencias con el usuario, en la forma en que los productos o servicios provoquen fidelidad y compromiso en los mismos, y puedan investigar a profundidad atributos relevantes con el fin de mejorar la experiencia al adquirir los productos o servicios de la empresa (Flores Aguero, Méndez Palacio, & Bermúdez Peña, 2020); por consiguiente, “La incorporación de este tipo de tecnologías facilita adicionalmente la conectividad de la organización”. (Escobar, E., Bedoya, D. & Palma, E., 2019, p. 35) Y finalmente, “bajo estas premisas toda organización requiere la aplicación de las TIC, que le permita obtener información de la gestión operativa de su actividad económica y financiera de manera

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

objetiva, prudente, uniforme, eficiente, confiable y verificable, que le permita tomar las decisiones pertinentes” (Alarcón, A. y Palma, E. 2018, p. 112).

Ante los resultados de tener un personal que tiene el conocimiento en importaciones o compras del exterior, es esencial que las empresas tengan un personal preparado o capacitado para enfrentar las oportunidades de internacionalización que surjan actualmente. Según (Fanjul) “la empresa debe en particular identificar el perfil del talento que necesita para la actividad internacional que planea. Debe a continuación ver si dispone de ese personal o si está capacitado de manera exitosa, o tiene que contratar nuevos empleados en caso de que surja alguna oportunidad de compra de sus productos proveniente del exterior, o contratar asesores externos. Asimismo, debe estudiar si sus empleados necesitan recibir algún tipo de formación específica para poder exportar sus productos o servicios exitosamente”.

Así como también, deben estar preparados para la relación con otras culturas en tiempos de pandemia, es decir, el conocimiento de las culturas y los idiomas debe estar enlazada con la inteligencia cultural con el fin de afrontar situaciones de crisis intercultural y tensiones internas en la organización. Lo anterior está acorde a lo afirmado por (Brown, 2010): “la incapacidad de relacionarse con las personas de diferentes culturas debido a la escasa voluntad y la poca motivación que no permiten la adaptación de una persona de un mercado foráneo dentro de un nuevo entorno cultural meta, son algunas de las razones que explican el fracaso de ambientes laborales exitosos en organizaciones. Una empresa que presenta conexiones con dos o más países debe enfrentar el desafío de convertirse en una empresa multicultural. Esta empresa necesita conocer el entorno meta al cual se va a enfrentar para lograr adaptarse a él. Como resultado, le permitirá conocer las amenazas y oportunidades que va a confrontar en un mercado desconocido”.

Por otro lado, el resultado de la poca participación del estado en los proyectos de las Pymes debe ser informado con el fin de planear y ejecutar de manera exitosa, más proyectos o convocatorias que permitan generar beneficios a las empresas para su sostenimiento y supervivencia empresarial. Lo anterior está acorde a lo afirmado por la (CEPAL, 2020): “El Estado debe asumir actividades de planificación que generen las condiciones para sostener y después estimular la oferta y la demanda. Esto requiere capacidades y recursos públicos, e instrumentos de política que deben diseñarse en línea con las capacidades productivas de cada país, buscando preservar las capacidades instaladas”.

Conclusiones

La situación de las pymes estudiadas evidencia que han tenido una participación casi nula, resultado que se toma en calidad de conclusión, puesto que el 92,3% no ha tenido participación en los procesos de expansión a los mercados extranjeros actualmente, por lo que se recomienda ampliar la relativa dinámica internacional como una oportunidad para mejorar su competitividad en tiempos de pandemia.

Se evidencia que el 76,9% tiene un nivel de experiencia con tendencia alta-media en los procesos de negociaciones internacionales y en el marketing internacional, adicionalmente el 69,2% indicó que, cuenta con personal a cargo de los negocios internacionales, esto se debe a que estas proporciones de pymes, realiza compra de maquinaria de última tecnología para sus procesos productivos, compras de materia prima, y consultas sobre precios y mercados en el extranjero, generalmente con la intencionalidad de penetrar en los mercados internacionales para realizar importaciones; siendo este un elemento congruente con el nivel bajo en la internacionalización.

Se aprecia también que el 92,9% no cuenta con herramientas tecnológicas para realizar negocios o acercamiento con sus clientes, sin embargo; estas empresas al no contar con lo anterior, no podrían mantenerse a flote en el competitivo mercado y globalizado actual, además, se les indagó acerca de su capacidad de producción actualmente y el 53,8% indicó tener una capacidad de producción inferior a las necesidades actuales, por lo tanto, estas empresas no tienen la capacidad para cubrir correctamente la demanda actual de sus productos.

También se aprecia que el 84,6% de pymes no ha recibido beneficios de algún programa del gobierno para su fortalecimiento, además este mismo porcentaje no ha sido orientado en cuanto a proyección internacional por parte de organismos internacionales, no gubernamentales del estado, asimismo de las multinacionales de manera directa.

Adicionalmente, el 92,3% no ha recibido apoyo y/o capacitaciones en negocios internacionales por parte de las entidades como Procolombia, Syscomer, Legiscomex y órganos diplomáticos como Embajadas y/o consulados; por ende, estas unidades económicas necesitan más acompañamiento de estas entidades y organismos para guiarlos en el proceso.

También se determina que el 76,9% posee una cadena logística sólida para la distribución de sus productos; sin embargo, está representado como una ventaja para el ingreso a los mercados internacionales, por otro lado, el 23,1% no cuenta con una cadena logística estable lo que puede repercutir de forma desfavorable en la logística de sus productos y en la obtención de resultados menos satisfactorios.

Por último, también se indagó si las barreras culturales como dominio de lengua extranjera y relación con otras culturas eran impedimentos para la empresa al incursionar en los mercados internacionales en tiempos de Covid-19; por ende, el 53,8% indicó no considerar estas barreras

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

como obstáculos, pero se pudo obtener que este porcentaje no está relacionado totalmente con la internacionalización de la empresa, sino con otros tipos de relaciones comerciales relacionados a la compra en el extranjero, además el 30,7% indicó que no tiene el conocimiento y la experiencia en estos aspectos culturales.

Referencias bibliográficas

- Alarcón, A. y Palma, E. (2018). Implementación de un software de módulos contables para las empresas del sector automotriz del régimen simplificado. En Díaz, M., Palma, E., Leiva, F., Varón O., Alarcón, A. y Sandoval, L. (2018) (Eds). “Avances de investigación en ciencias económicas, administrativas y contables” (pp. 106-145). ISBN: 978-958-59986-4-3
- Bohorquez, M., & Robles , I. (2020). *La transformacion digital como mecanismo de sostenibilidad de las Pymes en Colombia durante la pandemia del Covid- 19*. Bogotá D.C.
- Brown, E. (2010). *La administración de empleados internacionales: ¿cómo superar el choque cultural en una empresa multinacional?*
- Castro Mora, L. (2015). *Análisis del modelo de Internacionalización de E- tech Simulation segun la teoria de redes*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/10601>
- Castro, J. A., & Narvaez Tovar, E. (2011). *Procesos de Internacionalizacion de Pymes de Cartagena*. Cartagena.
- Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2010). *Marketing Internacional*. Mc Graw- Hill.
- CEPAL. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del Covid - 19: Efectos económicos y sociales* .
- CEPAL. (2021). *Los efectos del Covid - 19 en el Comercio Internacional y la logistica* .
- Chalarca Arboleda, G., Hurtado Perdomo, S., & Escovar Álvarez, E. (2020). *Pymes Colombianas y los retos de la industria 4.0*. *Revista Innova*.
- Dini, M., & Giovanni Stumpo. (2019). *MI PYMES en America Latina: un fragil desempeño y nuevos desafios para las politicas de fomento*. CEPAL .

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

Escovar, E., Bedoya, D. & Palma, E. (2019) *Gestión en Mipymes y Virtualidad: Una Propuesta desde la Extensión Universitaria*. En Palma, E., Escovar, E., Bedoya, D., Garrazza, N., Fenoglio, N., Berizzo, L., Volker, R., Salgado, L., García, J. & Moreno, L. (2019) (Eds). *La Gestión Investigativa en las Mipymes, una mirada desde Colombia, México y Argentina*. Edición 1. Espinal Tolima. Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP. ISBN: 978-958-52015-4-5

Fanjul, E. (s.f.). *Una estrategia para los mercados internacionales: El plan de internacionalización*.

Flores Agüero, F., Méndez Palacio, J. J., & Bermúdez Peña, C. P. (2020). *Estrategias digitales para las Pymes*. *Revista Innova*.

Heredia Zurita, A. -D. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*. CEPAL.

Hurtado Ayala, A., & Escandón Barbosa, D. (2016). *Antecedentes de la postura emprendedora y su influencia en el desempeño exportador de las Pymes en Colombia*. *Cuadernos de administración vol. 29, núm. 53, julio-diciembre, 2016, 22*.

Leandro, A. A. (2009). *El proceso de Internacionalización de empresas*. *TEC Empresarial*, 1.

Lechuga Cardozo, J., Cazallo Antuñez, A., Olivero Vega, E., & Lambraño, D. (2018). *Diagnostico de las Pymes colombianas exportadoras de los sectores de manufactura y comercio*.

Martínez, C. (2018). *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*.

Merubia, M. J. (2019). *Teorías de la internacionalización de empresas*. *Illustro (Universidad Católica San Pablo, Arequipa) vol.10, 2019, 21-51 ISSN 2311-4126, 21*.

OECD. (2020). *Covid- 19 en América Latina y el Caribe: Panorama de las respuestas de los gobiernos a la crisis*.

OMC. (2020). *Helping SMES navigate the Covid-19 crisis*.

Ortiz, M. P., Rueda Armengot, C., & Benito Osorio, D. (2013). *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados exteriores*. Valencia, España.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 76-96. JUN. 2021

(2008-2032). *Plan Regional de Competitividad Cartagena y Bolívar*. Obtenido de <http://www.competitivas.gov.co/sites/default/files/documentos/bolivar.pdf>

Rubio, P. V. (07 de Julio de 2020). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/en-los-paises-de-la-region-45-de-las-pyme-sobreviven-los-dos-primeros-anos-3027735>

Ruiz Nápoles, P. (2020). *El teorema Heckscher-Ohlin y la economía mexicana. Una visión crítica de la economía neoliberal*. Scielo.

Sampier, R. H. (2004). *Metodología de la Investigacion*. La Habana: Felix Varela.

UNCTAD. (2020). *Informe sobre las inversiones en el mundo*.

Velásquez, A. R. (2017). *La inversión extranjera directa como medio de internacionalización para las multinacionales españolas*.

World Bank, O. y. (04 de Agosto de 2020). *Global State of Small Business Report*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/las-pyme-han-pedido-aplazar-impuestos-y-dar-nuevos-subsidios-como-medidas-anticovid-3040147>



TÈCNOLOGIA Y EDUCACIÓN



REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 98-105. JUN. 2021

METODOLOGÍA MEDHIVE: DESARROLLO DE COMPETENCIAS DIGITALES EN EL CONTEXTO EDUCATIVO

MEDHIVE METHODOLOGY: DEVELOPMENT OF DIGITAL COMPETENCES IN THE EDUCATIONAL CONTEXT

DOI: www.doi.org/10.54198/innova08.08

 *Américo Sirvente*¹

 *Tamara Abigail Bitar*²

 *Iris Jiménez Pitre*³

Cómo citar este artículo: Sirvente, A., Bitar T., & Jiménez, I., (2021). Metodología MedHiVE: desarrollo de competencias digitales en el contexto educativo, Revista Innova ITFIP, 8 (1), 98-105



Recibido: Enero de 2021 **Aprobado:** Mayo de 2021

Resumen

El presente artículo tiene por objeto determinar la relación entre la planeación financiera y rentabilidad en empresas prestadoras de servicios de bombeo electro sumergible en el campo Moporo de PDVSA, estado Zulia, Venezuela. Para ello, se llevó a cabo una investigación descriptiva, correlacional con diseño no experimental de campo y transaccional, apoyada en la encuesta como instrumento la cual fue aplicada a diferentes personas en el área financiera y gerencial de las empresas Baker Hughes a GE Company y Schlumberger. La investigación arrojó como resultado que las empresas mencionadas anteriormente consideran el presupuesto de ingresos y egresos en su planificación, sin embargo, tienen problemas en considerar

¹ Ingeniero. Director del Centro Tecnológico Universidad de San Juan Argentina Correo-e: americosirvente@gmail.com +542644696496, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7931-312X>

² Doctora Directora Proyecto Universidad de San Juan Argentina, Docente investigador, Correo-e: tamaraabigailbitar@gmail.com +542644176593, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7262-8740>

³ Doctora. Docente investigadora, Universidad de la Guajira Colombia. Correo-e: iajimenez@uniguajira.edu.co +573008376440, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8109-7013>

el presupuesto de efectivo al no poder controlar la cantidad que requieren para afrontar las necesidades ordinarias de recursos y no poder incluir las entradas esperadas de efectivo para el periodo financiero específico, además se concluye que efectivamente las empresas consideran el presupuesto de capital y presupuesto de utilidades para elaborar los planes financieros a largo plazo, del mismo modo se observa que el margen de utilidades y la rotación de activos son calculados por las empresas para el cálculo de la rentabilidad económica, del mismo modo tanto el margen de utilidades como la rotación de activos son estudiados para determinar la rentabilidad financiera. Finalmente se obtuvo que la planeación financiera y la rentabilidad tienen una relación débil en el presente estudio con un valor de correlación de Pearson de 0,36.

Palabras clave: Competencias digitales, Tic, Tecnologías en entornos educativos, YouTube

Abstract:

The purpose of this article is to determine the relationship between financial planning and profitability in companies providing electro-submersible pumping services in pdvsa's Moporo Field, Zulia state, Venezuela. To this end, a descriptive, correlational research was carried out with non-experimental field and transactional design, supported by the survey as an instrument which was applied to different people in the financial and managerial area of the baker hughes companies to GE Company and Schlumberger. The research showed that the companies mentioned above consider the revenue and expenditure budget in their planning, however, they have problems considering the cash budget by not being able to control the amount they require to meet the ordinary needs of resources and not being able to include the expected cash inflows for the specific financial period, in addition it is concluded that companies do indeed consider the capital budget and profit budget to prepare long-term financial plans, in the same way it is observed that the profit margin and the rotation of assets are calculated by the companies for the calculation of the economic profitability, in the same way both the profit margin and the turnover of assets are studied to determine the financial profitability. Finally, it was obtained that financial planning and profitability have a weak relationship in the present study with a Pearson correlation value of 0.36.

Keywords: Digital skills, ICT, Technologies in educational environments, YouTube

Introducción

La forzada y repentina necesidad de usar herramientas digitales en la educación, hizo más evidente, una realidad que algunos investigadores intuían. Luego de que Marc Prensky, 2001 definiera los “Nativos e Inmigrantes digitales”, dando por sentado que las diferencias entre Nativos Digitales e Inmigrantes Digitales son:

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 98-105. JUN. 2021

- Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.
- Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.
- Prefieren los gráficos a los textos.
- Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).
- Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.
- Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.
- Prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional.

Algunas de las aseveraciones planteadas por el autor antes citado, dependen mucho del contexto, la situación social, el nivel de integración tecnológica que recibió en su formación.

Antes de la cuarentena, el problema radicaba, en que las personas no podían aprender tan rápido el uso de las nuevas tecnologías, por lo que muchos mantenían un conocimiento obsoleto. Y en algunas ocasiones presentaban resistencia al cambio. En la actualidad, se atraviesa por una situación mundial debido a la pandemia, este agente de la naturaleza obligó a la humanidad a actualizarse o a quedar relegado, entre ellos, los alumnos. Diversas publicaciones indican que la imposición del aislamiento y/o confinamiento, ha potenciado el uso de la tecnología para el teletrabajo, las actividades bancarias y fundamentalmente la educación, aseverando que en este escaso tiempo, hemos avanzado lo que en épocas normales hubiésemos alcanzado en seis años.

Asimismo, cuando pensamos en Resiliencia reflexionamos conjuntamente acerca de las posibilidades de sobreponernos a estas y otras adversidades de manera positiva y constructiva; conscientes de que la solidaridad y participación grupal y comunitaria contribuirán a un mejor vivir, los ambientes académicos, en este contexto no acotados simplemente al aula física, constituyen los espacios simbólicos a través de los cuales transitamos estas nuevas y desconocidas cotidianidades que demandan a su vez innovadoras experticias y destrezas singulares.

La investigación, llevada a cabo en la Facultad de Ciencias Sociales, con estudiantes de los últimos años de la carrera Licenciatura en Trabajo Social, más específicamente en la Cátedra Orientación Salud, el Proyecto denominado “TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y RESILIENCIA EDUCACIONAL: Nuevas didácticas para nuevos escenarios”, se encuentra en su primer año de ejecución y no obstante ello presenta conclusiones bastante novedosas. Dicho Proyecto, aprobado y financiado por la Universidad Nacional de San Juan Argentina.

Con la implementación de esta Metodología de Diseño Hipermedia de Videos Educativos (MeDHIVE) se desarrollaron más de 450 objetos virtuales de aprendizaje (OVAs) bien formados (páginas web educativas) y más de 2500 docentes adquirieron competencias digitales en los

talleres presenciales impartidos, los OVA disponibles en un repositorio virtual (portalhuarpe.com.ar). MeDHiVE surge como una necesidad ante la aparición de la pandemia y permite ordenar la documentación referida al diseño, uso de recursos y secuencia pedagógica de un video educativo, disponible en la plataforma YOUTUBE.

Objetivos: Esta investigación se planteó como objetivo principal conocer nuevas tecnologías de información y comunicación desde el Principio Aprender a Hacer (UNESCO) y la Resiliencia Educativa con la puesta a prueba de YouTube concebida como herramienta didáctica académica en la educación superior.

Materiales y métodos:

Se optó por aplicar el tipo de **metodología Acción Participantes**, apoyado bajo la utilización de instrumentos de recolección de información plasmados a través de encuestas, cuestionarios, además se realizó un proceso de observación permanente para evaluar el avance en el desarrollo de las competencias digitales del estudiantado. Se aplicó metodología de diseño hipermedia de Videos Educativos (MeDHiVE) que es una adaptación funcional de la Metodología de Diseño hipermedial de Materiales Educativos (MeDHiME), de amplio éxito, con la que se desarrollaron más de 450 objetos virtuales de aprendizaje (OVA) bien formados (páginas web educativas) y más de 2500 docentes adquirieron competencias digitales en los talleres presenciales impartidos, los OVA disponibles en un repositorio virtual (portalhuarpe.com.ar)

Resultados y Discusión

Los resultados esperados que oportunamente esbozamos en el diseño de investigación fueron:

- Que se promueva sistemáticamente la Resiliencia Educativa con la implementación de tecnologías innovadoras basadas en principios establecidos por la UNESCO (Aprender a Hacer).
- Que los/as estudiantes, docentes e investigadores/as involucrados logren una integración positiva y sinérgica a lo largo de los procesos de aprendizaje
- Que una vez visualizados y registrados los principales hallazgos puedan formularse nuevas líneas de investigación-acción participante
- Que los resultados positivos de estas nuevas estrategias/prácticas pedagógicas puedan ser replicadas por otros/as docentes y estudiantes en otros contextos.

Usamos la Metodología de Diseño Hipermedia de Videos Educativos (MeDHiVE) que es una adaptación funcional de la Metodología de Diseño Hipermedial de Materiales Educativos (MeDHiME), de amplio éxito, con la que se desarrollaron más de 450 objetos virtuales de aprendizaje (OVA) bien formados (páginas web educativas) y más de 2500 docentes adquirieron

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 98-105. JUN. 2021

competencias digitales en los talleres presenciales impartidos, los OVA disponibles en un repositorio virtual (portalhuarpe.com.ar).

MeDHiVE surge como una necesidad ante la aparición de la pandemia y permite ordenar la documentación referida al diseño, uso de recursos y secuencia pedagógica de un video educativo, disponible en la plataforma YOUTUBE.

Tiene tres etapas, que se plasman en una plantilla electrónica.

- La primera es el Análisis del DOMINIO, donde se define el título, objetivos, autores, palabras claves y otros elementos necesarios para definir el QUE se pretende hacer.
- La segunda se refiere a los RECURSOS digitales necesarios para el video, donde se dan pautas de búsqueda, selección y recuperación de los objetos digitales que pueden ser parte del video, o sea definir CON QUE haremos el video.
- La tercera documenta la SECUENCIA PEDAGÓGICA, de estos recursos, para constituir una unidad de enseñanza, lo que significa el COMO mostrarlos.

En toda la formación se instruye sobre uso del humor, herramientas de edición, tip de diseño, herramientas de evaluación y seguimiento para lograr un video atractivo que atrape a la audiencia.

En cuanto al avance concreto del estudio, a la fecha hemos realizado una planificación de clases, enfocadas al segundo semestre que incluyeron:

1. Metodología de Clase Inversa, donde se exponen las temáticas en una plataforma con los recursos digitales, para que los alumnos la consulten ANTES de la clase por videoconferencia.
2. Especificaciones conceptuales atinentes a los temas del programa de la Cátedra.
3. Entrega de material virtual (plano, en su mayoría en formato PDF) para estudio y elaboración de nuevas herramientas de estudio.
4. Uso de la plataforma CLASSROOM de Google, para la planificación y acceso a los materiales.
5. Generación de grupos de 3 y 4 alumnos para el trabajo colaborativo en el diseño y creación del video educativo global.
6. Utilización de DRIVE para el almacenamiento de documentos y trabajo colaborativo.

7. Videoconferencias semanales, con Zoom, Jitsi o Meet, según estado de las redes.
8. Utilización de canal de YouTube, disponiendo de un conjunto de videos instructivos desarrollados por la cátedra.
9. Autoevaluación mediante Edpuzzle, que permite realizar preguntas dentro del video y determinar el nivel de apropiación de cada estudiante.
10. Comunicación mediante la plataforma y WhatsApp, en una canal general para todos las/os estudiantes y canales por grupo, para las devoluciones particulares.
11. Clases de consultas previamente pautadas para el tratamiento y colaboración en temas específicos.

En este momento hemos realizado el 90% de las actividades planificadas para esta primera etapa de acuerdo con nuestro cronograma de equipo, y se cuentan con la totalidad de los videos desarrollados por cada equipo de alumnos.

Las conclusiones preliminares, basadas en las observaciones, nos indican que hasta el momento los supuestos planteados por los autores del Proyecto se cumplen en un 75% aproximadamente (estando actualmente en un período de análisis y construcción de datos). Los mismos, oportunamente detallados en el diseño de investigación, se detallan también a continuación:

- A) El manejo de nuevas TIC contribuirán a la democratización de la Prácticas/Estrategias expresadas desde las dimensiones del Principio Aprender a Hacer (UNESCO)
- B) La implementación de una experiencia con una didáctica innovadora conllevará un salto cualitativo en las prácticas pedagógicas traducido en estrategias académicas Resilientes/Saludables
- C) La utilización de tecnologías innovadoras (virtuales y reales) favorecerán la generación de Espacios Resilientes

Sin embargo, aparecen en el estudio algunas situaciones nuevas (o resultados no esperados) que se consideran igualmente valiosos en cuanto a riqueza epistemológica, por lo tanto, se las incorpora al análisis general; las mismas pueden ser expresadas de la siguiente manera:

- 1) No todos las/os se mostraban impacientes por recibir la información en forma inmediata, una porción minoritaria no consultaba el material propuesto.
- 2) Les resultaba dificultoso realizar actividades multitareas en sus computadores, por ejemplo, abrir otra aplicación en paralelo a la videoconferencia.
- 3) También surgieron problemas en el uso de herramientas dentro del trabajo en red. En nuestra estimación, suponíamos que sabían almacenar y usar recursos en la nube, pero en la realidad revistió cierta dificultad que realizaran documentos compartidos.

4) En las actividades de autoevaluación, supuso problemas el cumplimiento de los trabajos en tiempo y forma; posiblemente por lo novedoso del sistema, fuera de lo habitual (en especial en tareas tales como responder preguntas a medida que visualizaban los videos).

Conclusiones

Esta primera evaluación, las cuales estamos en instancias de valorar y validar con mediciones más rigurosas, hemos notado que las/os nativas/os digitales, si bien poseen habilidades y competencias para algunas actividades de comunicación, no tienen las necesarias para la búsqueda de recursos educativos, uso de la nube, la búsqueda de contenido apropiado para su instrucción, entre otros.

Para subsanar este inconveniente durante la marcha, hemos reforzado el apoyo virtual en el canal de cada grupo, clases adicionales de consultas, entre otras actividades.

Hacia el futuro, cuando se aplique este diseño a nuevas poblaciones estudiantiles de similares características se considerará primordialmente la puesta en marcha de elementos que operen como niveladores conceptuales en cuanto al uso de las TIC para facilitar el posterior proceso. Asimismo, y como parte de una concepción de docencia compartida, se prevé la utilización del material didáctico co-elaborado con estudiantes en esta primera etapa, como insumo fundamental para construir nuevos recursos pedagógicos.

Recomendaciones

Este proyecto plantea en el segundo año, la evaluación de los productos tecnológicos generados a través de la metodología MeDHiVE, mediante la herramienta EDPUZZLE para lograr un producto final de alto nivel.

Referencias bibliográficas

- Sirvente, A.-2006. Docentes no informáticos, materiales en Internet y MeDHiME (Metodología de Diseño Hipermedial de Materiales Educativos) –Capítulo 12–pág. 135-143 libro “CLAVES Y RETOS de las TIC’s en la formación de Recursos Humanos–Propuestas, investigaciones, reflexiones y casos–EDUTIC 2006–Buenos Aires
- Torres, E y Reus, S. (2005). Determinación De Variables con vistas a evaluar MEDHIME. III Congreso Internacional de Matemática Aplicada a la Ingeniería y Enseñanza de la Matemática en Ingeniería. Facultad de Ingeniería. Universidad de Buenos Aires. 2005.
- Rivero, F. –2011-EL USO DEL HUMOR EN LA ENSEÑANZA: UNA VISIÓN DEL PROFESORADO DE ELE–Tesis de Maestría–Universidad de Jaén–España

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 98-105. JUN. 2021

González Barrientos, C. –2013. El Humor como instrumento pedagógico. Tesis de Licenciatura–
Universidad de Chile

JESÚS DAMIÁN FERNÁNDEZ SOLÍS-EL VALOR PEDAGÓGICO DEL HUMOR. DOSSIER
N.º 44-REVISTA TRIMESTRAL DE LA ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE

Sirvente, FA, (2007) “MeDHiME–Materiales Educativos Navegables–una metodología fácil para
introducirá los docentes no informáticos en la web”–publicado por la Editorial de la
Fundación de la Universidad Nacional de San Juan–ISBN 978-950-605-504-2. Sirvente,
FA (2012) “Lifting Académico–Tus clases fácil y rápido en Internet con MeDHiME 2.0”–
publicado por la Editorial de la Fundación de la Universidad Nacional de San Juan–ISBN
978-950-605-709-1.

Ciancio, MI–Oliva, E. (2012) “Objeto de aprendizaje: Herramienta de la web 2.0 para álgebra
lineal-Recurso didáctico exitoso” Editorial Académica Española (04.04.2012)-ISBN-13:
978-3-8484-7242-0, ISBN-10:3848472422, EAN: 9783848472420

Marc Prensky, 2001, “Digital Natives, Digital Immigrants”, On the Horizon (MCB University
Press, Vol. 9 No. 5, October 2001) y [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-
NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

NORMAS DE PUBLICACIÓN DE LA REVISTA INNOVA ITFIP

ENFOQUE Y ALCANCE

Revista científica y académica de la Facultad de Economía, Administración y Contaduría, del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP, la cual está indexada en las bases de datos: REDIB, CLASE, BASE, BIBLAT, LATIN REV, ROAD, PKP INDEX, DIRECTORIO DE LATINDEX Y GOOGLE SCHOLAR, tiene como objetivo publicar artículos inéditos de investigación, reflexión, revisión y artículos cortos en el área de las ciencias sociales (economía, administración, contaduría), aunque también se aceptan trabajos interdisciplinarios, como: Tecnologías, investigación y educación. La publicación está dirigida a la comunidad académica, científica y profesional a nivel regional, nacional e internacional. Y no se cobra a los autores por la publicación de artículos.

La revista inicio con una periodicidad anual en 2017 e impresa y paso a ser semestral, además de electrónica a partir del 2018.

Esta revista contribuye a un aporte significativo al mejoramiento de la producción intelectual e interacción con el entorno nacional e internacional en la investigación, la innovación y el vínculo con el sector externo.

El contenido de los artículos y hechos expresados son responsabilidad de los autores y no compromete, de ninguna manera, a la revista ni a la universidad. Los interesados en someter a evaluación una contribución debe hacerla llegar a la revista y debe tener en cuenta los lineamientos señalados en Instrucciones a los autores.

Todos los artículos son revisados por un comité arbitral o pares evaluadores, mediante un arbitraje doble ciego por pares nacionales e internacionales (tanto los evaluadores como los autores permanecen anónimos), quienes reciben una copia del trabajo y el protocolo de arbitraje de la revista, considerando el interés del tema, con el fin de lograr un alto grado de calidad en los estudios publicados.

La revista contiene un amplio marco de ejes temáticos relacionados con las ciencias sociales (Economía, Administración y Contaduría) y también algunos interdisciplinarios como: Tecnologías, investigación y educación.

La recepción de artículos para publicación en la revista INNOVA ITFIP, se realiza durante todo el año.

Para cualquier inquietud o comentario pueden comunicarse con la editora jefe: Elizabeth Palma Cardoso, de la facultad de Economía, Administración y Contaduría del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP de Colombia Cra 1a. Calle 18. Contiguo al Barrio Arkabal. Teléfono: (8) 2483501 – 2480014. Apartado Aéreo: 087. Espinal, Tolima, Colombia. E-mail: revistainnova@itfip.edu.co

PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES

Todos los artículos son revisados por un comité arbitral o pares evaluadores, mediante un arbitraje doble ciego por pares nacionales e internacionales (tanto los evaluadores como los autores permanecen anónimos), quienes reciben una copia del trabajo y el protocolo de arbitraje de la revista, considerando el interés del tema, con el fin de lograr un alto grado de calidad en los estudios publicados. El resultado del dictamen del árbitro en la evaluación del artículo puede ser:

1. Totalmente aprobado sin observaciones.
2. Aceptado pero condicionado a una revisión menor.
3. Aceptado pero condicionado a una revisión extensa.
4. No aceptado con su debida explicación

Este resultado es notificado a los autores para la realización de las correcciones pertinentes y el envío definitivo del documento para la publicación.

El proceso de evaluación toma en cuenta aspectos como: la originalidad del contenido y aportes significativos en el campo de estudio; fundamentación teórica; precisión, claridad y coherencia de los objetivos, hipótesis, metodología y conclusiones; pertinencia y calidad de las fuentes.

Para dar respuesta, en primera instancia, el árbitro emite un concepto de publicación en la versión que se presenta; en la segunda respuesta, se realizan algunas recomendaciones que ayuden a fortalecer el texto y se condiciona su publicación; en el tercero, el evaluador indica los resultados y observaciones de su decisión, motivando al autor para que continúe mejorando su documento. Luego, de acuerdo al resultado recibido por los evaluadores, el comité editorial expresa sí el artículo fue aceptado, orientando los cambios o rechazo del mismo.

Este proceso dura, más o menos 6 meses a partir de la recepción del artículo y seguidamente se continúa con la revisión de estilo y diseño gráfico.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 106-115. JUN. 2021

Con el artículo se debe enviar un documento adjunto debidamente firmado por el autor o autores donde se acredite que es original y que no ha sido ni será enviado a otra revista, así mismo, aceptando la forma y formato de publicación que utiliza la revista INNOVA ITFIP.

FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN

La revista inicio con una periodicidad anual en 2017 e impresa y paso a ser semestral, además de electrónica a partir del 2018, haciendo un volumen y dos números por cada año.

POLÍTICA DE ACCESO ABIERTO

La REVISTA INNOVA ITFIP, es una revista de Acceso Abierto (Open Access) y pone los artículos a disponibilidad de los lectores, inmediatamente sea publicado.

Es así, como "esta revista proporciona un acceso abierto a su contenido, basado en el principio de que ofrecer al público un acceso libre a las investigaciones ayuda a un mayor intercambio global del conocimiento."

Aviso de derechos de autor/a

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

DECLARACIÓN DE ÉTICA Y BUENAS PRÁCTICAS EDITORIALES DE LA REVISTA INNOVA ITFIP

La REVISTA INNOVA ITFIP, es una divulgación que cumple con los requisitos éticos de publicación, la cual es revisada y valorada por pares evaluadores que dan testimonio de la calidad del trabajo, compromiso y responsabilidad de sus autores.

Los artículos deben estar exentos de plagio o fraude, las referencias deben cumplir con el estilo y norma APA, es requisito de la revista que los autores citen para señalar cuando las palabras, imágenes y argumentos sean de otros autores. Del mismo modo, es obligatorio cumplir con un listado de referencias y revelar si han recibido apoyo económico.

Igualmente, los trabajos deben reconocer a todos los autores que hayan participado en su elaboración y la información registrada en ellos, debe ser real y fidedigna, como también los autores estarán comprometidos a corregir las posibles modificaciones o ajustes que sugieran los pares evaluadores, quienes se asignaran de manera anónima, buscando el perfil adecuado de acuerdo al tema del escrito, dichos árbitros harán una selección y revisión objetiva, teniendo en cuenta la calidad de la producción científica, donde los resultados se manejaran confidencialmente. En ese sentido, los artículos deben ser inéditos y no pueden ser publicados en otra revista.

Teniendo en cuenta la GUIA COPE'S, la revista INNOVA ITFIP se compromete con buenas prácticas para Editores de Publicaciones, haciendo referencia a la transparencia y ética se tiene en cuenta la ética de la publicación, la similitud o plagio que puedan tener los artículos y el conflicto de intereses, donde es importante y normativo la responsabilidad de los editores, quienes deben ser justos, objetivos y no actuar de ninguna manera con alguna discriminación con cualquier clase de persona.

También, se editarán y publicarán los trabajos basándose solamente en sus méritos científicos y académicos, o sea, sin tener en cuenta ningún tipo de influencia comercial o conflicto de intereses. Por tanto, el editor debe estar libre de cualquier conflicto de interés relacionado con los autores o financiadores del trabajo, que lo inclinen a aceptar o rechazar un artículo en particular. Las personas integrantes del comité editorial no pueden revelar información acerca de los artículos a terceras personas esto con el fin de garantizar la confiabilidad y aplicando la evaluación de doble ciego, donde los autores no conocen quien los evaluó y viceversa.

RESPONSABILIDADES DE LOS AUTORES:

Para la revista INNOVA ITFIP, es indispensable que los autores tengan gran responsabilidad y envíen solo documentos o artículos originales o inéditos así mismo se debe evidenciar que el escrito este aprobado por todos los autores para ser publicado además no se puede haber publicado en otra revista o publicación.

Igualmente, los trabajos deben reconocer a todos los autores que hayan participado en su elaboración y la información registrada en ellos, debe ser real y fidedigna, como también los autores estarán comprometidos a corregir las posibles modificaciones o ajustes que sugieran los pares evaluadores, quienes se asignaran de manera anónima, buscando el perfil adecuado de acuerdo al tema del escrito, dichos árbitros harán una selección y revisión objetiva, teniendo en cuenta la calidad de la producción científica, donde los resultados se manejaran confidencialmente.

En ese sentido, los artículos deben ser inéditos y no pueden ser publicados en otra revista. Otro aspecto fundamental, es que los autores deberán estar pendientes de la publicación y si encuentran errores de digitación, avisaran para solucionarlo por medio de una fe de erratas en la siguiente publicación.

Igualmente, en caso de que parte del contenido haya sido publicado previamente, los autores deberán reconocer y citar las respectivas fuentes y créditos académicos. Reconocerán que el artículo no infringe derechos de autor o de propiedad persona, o institución; por tanto, las tablas figuras o patentes que ameriten un permiso especial para ser reproducidas deben estar acompañadas con una carta de permiso de reproducción de quien posee el derecho de autor.

Los artículos deben estar presentados de forma legal, sin información falsa o dudosa porque iría en contra de la ética de la revista. También los escritos tendrán que llevar una declaración de conflicto de intereses.

DERECHOS RESERVADOS DE AUTOR

Cada artículo es responsabilidad de su autor y no refleja la posición de la revista y no comprometen la opinión de la Institución de Educación Superior “ITFIP”. Se autoriza su reproducción total o parcial en cualquier medio, incluido electrónico, siempre que se cite el autor y la publicación, con su dirección electrónica exacta.

SEGUIMIENTO EN CASO DE COMPORTAMIENTOS ANTIÉTICOS

La revista INNOVA ITFIP, no acepta ninguna clase comportamientos antiéticos o de mala conducta en el proceso de evaluación y publicación de sus artículos, es por ello que los editores deben estar muy alerta a cualquier inconveniente que se presente, como por ejemplo la manipulación de información y citas, plagio, falsedad de documentos, o no colocar el nombre de todos los autores, entre otros.

En caso de encontrarse un mal comportamiento, el revisor debe avisar al editor y este a su vez a los demás editores para que en reunión se estudie el caso y decidan que hacer dependiendo de la falta, si esta es menor o mayor, se avisará por escrito a los autores, exponiendo las faltas cometidas y si la falta es muy grave, entonces, se consultará a un experto en el tema para darle solución. Es de aclarar, que los autores tendrán la posibilidad de defender y exponer sus ideas frente al caso.

Los autores podrán hacer las correcciones necesarias, de lo contrario, el artículo se sacará de la publicación.

ANTIPLAGIO

A través del software Plagscam y Turnitin la revista INNOVA ITFIP realiza una revisión de plagio y autoplagio con la finalidad de garantizar que los documentos recibidos sean totalmente inéditos.

GRATUIDAD

La REVISTA INNOVA ITFIP es una revista de acceso abierto que NO cobra cargos de procesamientos y edición de artículos (APC). Por consiguiente, no tiene ningún costo para los autores por el envío de sus escritos y así mismo, no cobra a los lectores por el acceso de los artículos

Finalmente, el comité editorial de la REVISTA INNOVA ITFIP, está obligado a vigilar y hacer cumplir los principios éticos de publicación anteriormente expuestos.

INSTRUCCIONES PARA AUTORES

Esta revista contribuye a un aporte significativo al mejoramiento de la producción intelectual e interacción con el entorno nacional e internacional en la investigación, la innovación y el vínculo con el sector externo. El contenido de los artículos y hechos expresados son responsabilidad de los autores y no compromete, de ninguna manera, a la revista ni a la universidad. Los interesados en someter a evaluación una contribución debe hacerla llegar a la revista con el e-mail revistainnova@itfip.edu.co.

Todos los artículos son revisados por un comité arbitral o pares evaluadores, mediante un arbitraje doble ciego por pares nacionales e internacionales (tanto los evaluadores como los autores permanecen anónimos), quienes reciben una copia del trabajo y el protocolo de arbitraje de la revista, considerando el interés del tema, con el fin de lograr un alto grado de calidad en los estudios publicados.

La revista contiene un amplio marco de ejes temáticos relacionados con las ciencias sociales (Economía, Administración y Contaduría) y también algunos interdisciplinarios como: Tecnologías, investigación y educación.

La recepción de artículos para publicación en la revista INNOVA, se realiza durante todo el año y no tiene ningún costo por parte de la revista.

Para cualquier inquietud o comentario pueden comunicarse con la editora jefe: Elizabeth Palma Cardoso, de la facultad de Economía, Administración y Contaduría del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP de Colombia Cra 1a. Calle 18. Contiguo al Barrio Arkabal.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 106-115. JUN. 2021

Teléfono: (8) 2483501 – 2480014. Apartado Aéreo: 087. Espinal, Tolima, Colombia. E-mail: revistainnova@itfip.edu.co

Tipo de artículos

El comité editorial de la revista recibe 3 categorías de artículos escritos en tercera persona, con adecuada gramática y sintaxis, como son:

1. Artículo de investigación científica y tecnológica. En esta categoría, se reciben artículos de resultados originales de proyectos de investigación. Este debe presentar 4 fases: Introducción, metodología (materiales y métodos), resultados y conclusiones. (Colciencias, 2006)
2. Artículo de reflexión. En esta clase de escrito se deben presentar resultados de investigación, tomado de fuentes originales, desde un enfoque analítico, interpretativo o de crítica del autor. (Colciencias, 2006)
3. Artículo de revisión. Este tipo de artículo hace referencia a un estudio resultado de una investigación donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, desde un marco de la ciencia o tecnología y se identifica por demostrar una excelente bibliografía de mínimo 50 (Colciencias, 2006).

Presentación y estructura de los trabajos

Los artículos deben contener mínimo 10 páginas hasta 15, con interlineado sencillo. Título en español e inglés, este deber ser claro, conciso e informativo. (Fuente Times New Roman a 12 puntos, interlineado sencillo, Negrita, Centrado).

Nombre del autor y coautores. Primero el autor, seguidamente los coautores:

Nombre 1 Apellido 1, Nombre 2 Apellido Nombre 3 Apellido...etc. (Fuente: Times New Román a 11 puntos, Cursiva, Centrado).

Todos los nombres deben estar identificados con un número que lleve al pie de página con la semblanza de los autores.

Información o semblanza de autor y coautores

Dependencia, Institución. Ciudad, País (Times New Román, Negrita, Centrado) *Correo electrónico del autor de correspondencia (Times New Román)

Resumen (Abstract): Este debe ir en español y en inglés: La sección del resumen se debe limitar máximo a 400 palabras, y debe presentarse en idioma español e inglés. El número de palabras claves debe ser de mínimo 4 y máximo 5. (Times New Román, Justificado).

Palabras clave (En español e inglés): El número de palabras claves debe ser de mínimo 4 y máximo 5. (Times New Román, Justificado).

Abstract: The summary section should be limited to 400 words maximum. The number of keywords should be minimum 4 and maximum 5. (Times New Roman, Justified).

Introducción: Hace referencia a los antecedentes y el objetivo de la investigación. El texto general del contenido del artículo se debe presentar en fuente Times New Román justificado, a espacio sencillo.

Materiales y Métodos

En esta fase del artículo, se debe describir como se ha realizado el estudio, la población, el tamaño de la muestra, el contexto describiendo el diseño, las técnicas de recolección de la información, los métodos estadísticos y como se analizó la indagación.

Resultados y Discusión

Resultados: En esta etapa del artículo se deben mostrar los principales resultados de forma clara y comprensible según la metodología utilizada. En ese sentido, se deben incluir las tablas y figuras, las cuales estarán centradas y numeradas consecutivamente, con un título centrado en la parte inferior. El texto del título debe estar en fuente Times New Román en negrita. Las tablas y figuras deben ser claras y legibles. Las gráficas deben ser procesadas como imágenes para facilitar la edición del artículo. Así mismo, estos párrafos de resultados se deben escribir en pasado.

Discusión: La discusión en un artículo científico, hace referencia a la forma de cómo se van a interpretar los resultados y como se discuten los argumentos de los diferentes autores sobre el tema, teniendo en cuenta si concuerdan o no los resultados con los de otros artículos.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 106-115. JUN. 2021

Conclusiones y Recomendaciones

Las conclusiones (y recomendaciones si las hay) deben estar claramente establecidas en esta sección.

Agradecimientos (opcional) En caso de ser necesaria, la sección de Agradecimientos debe ir después de la sección de Conclusiones y antes de la sección de Referencias.

Referencias.

Las referencias deben estar elaboradas de acuerdo a la norma APA (6) sexta edición y con la respectiva sangría. Así:

Artículos de revistas:

Apellido 1, A. B., Apellido 2, C. & Apellido 3, D., Año, Título del Artículo, Título de la publicación (Cursiva), Número, pp. Yyy-yyy.

Libros:

Apellido 1, A. B. & Apellido 2, C. D., Año, Título del Libro (Cursiva), Ciudad, Editorial.

Capítulo de libro:

Apellido 1, A. B., & Apellido 2, D., Año, Título del Capítulo, En: Título del Libro (Cursiva), pp. Xxx-xxx, Ciudad, Editorial.

Reportes:

Apellido 1, A. B., Año, Título del Reporte (cursiva), Nombre de la Compañía o Institución, Ciudad, País, número de reporte.

Manuales:

Título del manual, Año, Edición, Nombre de la Compañía (cursiva). Ciudad, País, pp. Yyy- yyy.

REVISTA INNOVA ITFIP, 8 (1). 106-115. JUN. 2021

Memorias de congresos:

Apellido 1, A. B. & Apellido 2, D., Año, Título de la Ponencia (cursiva). En memorias del: Nombre del Congreso. Ciudad, País, pp. Yy-yy.

Patentes:

Apellido 1, A. B., Año, Título de la Patente (Cursiva), Número de la Patente

Tesis:

Apellido 1, A. B., Año, Nombre de la Tesis (Cursiva). Institución, Ciudad, País.

Referencias de páginas web:

Entidad o Autor, Año, Título del documento. Recuperado de <http://URL>.

Elizabeth Palma Cardoso
Editora





“Educación superior con calidad para todos”

INSTITUTO TOLIMENSE DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL “ITFIP”

Carrera 1a. Calle 18. Contiguo Barrio Arkabal

Tel: (8) 2483501 - 2480014

Apartado aéreo: 087

Espinal - Tolima - Colombia

E-mail: revistainnova@itfip.edu.co

www.itfip.edu.co