ISSN 2619-5186

Uptc
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Somos Todos

2025

MEMORIAS

II Encuentro Internacional en Administración: Gestión Inteligente y Productividad para la Sostenibilidad De las Organizaciones.

PERIÓDICO INFORMATIVO DE LA FACULTAD SECCIONAL DUITAMA

RED@CTOR

Consejo de facultad

Decano de la Facultad Seccional Duitama Wilman Alonso Pineda Muñoz
Director Centro de Gestión de Investigación y Extensión de la Facultad Seccional Duitama, CIFAD Carlos Andrés Vega Pérez
Directora Escuela de Posgrados Seccional Duitama Tannia Álvarez Meneses
Directora Escuela de Administración de Empresas Agropecuarias Ana Milena Serrano Amado
Directora Escuela de Administración Industrial Sandra Mimiya Gómez Angel
Directora Escuela de Administración Turística y Hotelera Nohora Elisabeth Alfonso Bernal
Director Escuela de Diseño Industrial Edgar Saavedra Torres
Director Escuela de Licenciatura en Tecnología Eduin Yesid Mora Mendoza
Director Escuela de Ingeniería Electromecánica Mario Eduardo González Niño
Directora Escuela de Licenciatura en Matemáticas y Estadística Sandra Patricia Cárdenas Ojeda
Secretaria de Facultad Ligia Juliana Lozano Suárez

COMITÉ EDITORIAL

Decano de la Facultad Seccional Duitama
Wilman Alonso Pineda Muñoz
Director Centro de Gestión de Investigación y Extensión de la Facultad Seccional Duitama, CIFAD Carlos Andrés Vega Pérez
Docente de Licenciatura en Tecnología
Javier David Paredes Daza
Unidad de Comunicaciones
John Alba Silva
Representante de los Grupos de Investigación ante la DIN
Pedro Ignacio Moya Espinosa

COLABORADORES

Diseño y Maquetación Editorial
John Alba Silva
Equipo de trabajo CIFAD
Carlos Andrés Vega Pérez - Director CIFAD
Fedra Elizabeth Solano Gómez - Técnico Administrativa
Luis Carlos Mesa Fonseca - Asesor de Extensión
Yesenia Fernández Vargas - Asesora de Investigación
John Alba Silva - Diseñador Gráfico

EDITORIAL 59

Wilman Alonso Pineda Muñoz
Decano de la Facultad Seccional Duitama
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

En un mundo que avanza a una velocidad sin precedentes, donde la innovación tecnológica, los retos ambientales y los cambios sociales redefinen la forma de producir, dirigir y convivir, la gestión inteligente emerge como una necesidad y una oportunidad.Las organizaciones del siglo XXI no solo deben ser productivas: deben ser sostenibles, humanas y resilientes.

Con ese espíritu, la Facultad Seccional Duitama de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia presenta esta edición especial de El Redactor, dedicada en su mayor parte a las memorias del II Encuentro Internacional en Administración, un espacio académico que reunió voces, miradas y experiencias en torno a la productividad sostenible y la innovación.

Los artículos que conforman esta edición reflejan la diversidad de temas, metodologías y enfoques que hoy enriquecen el pensamiento administrativo contemporáneo.
Desde la economía circular en el sector salud hasta el impacto de las tecnologías 5.0 en la productividad y sostenibilidad, pasando por la gestión del conocimiento en el sector gastronómico, el branding digital, las empresas familiares, el emprendimiento innovador, la salud mental y la seguridad en el sector eléctrico, cada trabajo es una muestra del compromiso de nuestros investigadores y estudiantes por comprender y transformar la realidad organizacional.
Esta edición también resalta la manera en que la administración dialoga con otras disciplinas: la ingeniería, la psicología, la comunicación, la economía y las ciencias sociales, demostrando que los grandes desafíos de nuestro tiempo solo pueden abordarse desde una visión integral y colaborativa.
Los resultados presentados aquí invitan a repensar el papel de las organizaciones en la construcción de un futuro sostenible. La gestión inteligente no se limita al uso de tecnologías o a la optimización de procesos; implica la capacidad de aprender, adaptarse y crear valor compartido, integrando productividad con bienestar, competitividad con ética, y rentabilidad con respeto por la vida y el entorno.
El II Encuentro Internacional en Administración y los eventos paralelos —como el Primer Summit de Seguridad y Salud para el Sector Eléctrico y el 14° Encuentro Nacional y 18° Departamental de Docentes del Sector Eléctrico— reflejan una Facultad viva, conectada con el sector productivo, comprometida con el conocimiento útil y con la formación de profesionales capaces de liderar los cambios que el país necesita.
Desde El Redactor, celebramos esta publicación como una contribución a la reflexión y a la acción colectiva. Cada artículo aquí reunido es un testimonio de la creatividad, la rigurosidad y el compromiso de nuestra comunidad académica con la transformación sostenible de las organizaciones y de la sociedad.
Porque gestionar con inteligencia es gestionar con propósito, y ese propósito es el bienestar común.

Economía circular en salud: revisión de literatura sobre prácticas innovadoras en la cadena de valor

POR: Sandra Marcela Rodríguez Gaitán
Diana Catalina Velasco Estupiñán
Lina María Puentes Buitrago

Resumen

Esta investigación se centra en analizar las prácticas innovadoras en economía circular (EC) en la cadena de valor, sus beneficios, limitaciones y escalabilidad. Además, identifica estrategias aplicables que optimicen la gestión de materiales, residuos y la articulación de los actores. Esto es para mejorar la responsabilidad ambiental, en el marco de la atención intra y extrahospitalaria. La metodología se enfoca en un estudio mixto secuencial explicativo, con la estrategia de apropiación social del conocimiento (ASC). La investigación se encuentra en la primera fase. Se presenta la revisión inicial de literatura desarrollada por las semilleristas para la construcción del anteproyecto de investigación. Se identifican prácticas innovadoras y limitaciones.

Palabras clave:

Servicios sanitarios, cadena de producción, disminución de la contaminación, residuos.

Introducción

La EC es una alternativa para reducir el impacto ambiental, mejorar la eficiencia de los recursos y optimizar los procesos productivos (Stahel, 2019); plantea el rediseño de productos y servicios para maximizar su vida útil, la reutilización, el reciclaje y el cambio de modelo de consumo. El sector de la salud es responsable de aproximadamente el 5% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. De ese total, el 17% proviene de emisiones directas, el 12% del consumo de energía eléctrica y el 71% de las emisiones asociadas a la cadena de valor (Karliner et al., 2019). La generación creciente de residuos hospitalarios, el uso intensivo de recursos naturales y la necesidad de modelos de gestión más eficientes impulsan el desarrollo de soluciones innovadoras que reduzcan el impacto ambiental sin comprometer la calidad de los servicios asistenciales. Es difícil implementar prácticas de economía circular (EC) de forma efectiva. Se necesitan enfoques que combinen conocimientos de ingeniería, economía, administración y salud pública para crear estrategias que sean viables y seguras (Smith & Raven, 2021).

Materiales y métodos

El estudio es mixto secuencial explicativo con diseño explicativo.

Etapas del estudio: En la primera fase, se realiza un análisis cuantitativo. Esto incluye identificar prácticas innovadoras a partir de la revisión de literatura y modelar temas utilizando procesamiento del lenguaje natural (PLN) con el software Python. Además, se lleva a cabo un muestreo no probabilístico. Segunda fase: proceso de observación de las unidades de estudio, que son las prácticas de innovación en EC, a través de visitas de campo a nivel nacional e internacional y grupo foco, con uso de software Nvivo.

Resultados etapa diagnóstica

Los resultados de esta etapa derivan del primer objetivo específico. Este es identificar en la literatura prácticas innovadoras en economía circular y estrategias aplicables que optimicen la gestión de materiales, residuos y la articulación de los actores. Estas estrategias deben implementarse en las distintas etapas de la cadena de valor, identificando beneficios, limitaciones y escalabilidad.

La revisión de literatura se realiza utilizando las ecuaciones de búsqueda: healthcare AND value AND chain, healthcare AND circular economy AND administration OR health OR waste; green supply chain AND healthcare; “medical waste" OR "healthcare waste”. Estas búsquedas se llevan a cabo en bases de datos como Scopus, Google Scholar, ScienceDirect, Dialnet, Scielo, Elsevier y MDPI. Se elabora una matriz de registro de los documentos seleccionados de los últimos cinco años en una hoja de cálculo, identificando prácticas,

beneficios (costos, ingresos, disminución de desperdicio), limitaciones y escalabilidad. Se identifican 164 artículos, se preseleccionan 61, de los cuales 15 se rechazan por título y 12 por resumen, seleccionando para el análisis 34 artículos, 24 en inglés y 10 en español.

Discusión

Entre las prácticas innovadoras identificadas se destacan diversas estrategias orientadas a la sostenibilidad en el ámbito de la salud. Estas incluyen el uso de materiales biodegradables y gestión eficiente de residuos en odontología (Alejo et al., 2024), así como la recuperación y reciclaje de instrumentos quirúrgicos de acero inoxidable (Van Straten et al., 2021). También se resalta la implementación del modelo ARIMA apoyado en tecnologías digitales, inteligencia artificial y plataformas móviles para pronóstico de tendencias en las emisiones (Us et al., 2020).

De igual forma, se identificó un enfoque integral que contempla el desarrollo de dispositivos modulares que permiten reemplazos por partes, el fomento del uso de materiales sostenibles y la colaboración entre hospitales, recicladores y entes reguladores (Ishaq et al., 2024). Otras iniciativas relevantes son el uso de logística inversa en modelos en sistemas producto-servicio (PSS) aplicados a dispositivos médicos para la recuperación, reacondicionamiento y redistribución de equipos como bombas de infusión y plataformas estéticas, así como la construcción de mapas de responsabilidades entre fabricantes, clientes, operadores logísticos, empresas de disposición final y entidades regulatorias (Hofmann et al., 2022).

Asimismo, se han empleado imágenes simbólicas para influir en la percepción y el cambio conductual de los profesionales frente a los residuos plásticos (Yang et al., 2024), y técnicas de modelado estructural interpretativo para jerarquizar factores como la eficiencia energética, la arquitectura sostenible, la reducción de residuos y el transporte limpio (Thomas et al., 2023). También se identifican propuestas como el uso de residuos de mascarillas como combustible mediante análisis térmico y la generación de pellets (Sari et al., 2024) y la descontaminación y reciclaje de jeringas para su reintegración como materia prima (Quronfuleh et al., 2024).

Por otra parte, se han utilizado imágenes visuales, como desorden, coloración, presencia de figuras humanas o animales y escenarios de contaminación, para influir en las prácticas de uso y disposición de plásticos (Xu et al., 2021). También se destaca la aplicación de modelos circulares en dispositivos como etiquetas electrónicas para empaques médicos, sensores portátiles inteligentes, cajas de pastillas inteligentes y cortadores quirúrgicos (Rønn et al., 2023). Finalmente, se resalta el uso del enfoque de decisión multicriterio (DEMATEL) para fortalecer la conexión digital entre hospitales, empresas de gestión de residuos y autoridades ambientales, así como el desarrollo de una aplicación móvil de retroalimentación ciudadana integrada en un sistema inteligente de disposición de residuos (Chauhan et al., 2021). Las limitaciones identificadas se pueden visualizar en la siguiente tabla.

Tabla 1
Limitaciones identificadas para la adopción de las prácticas

Categoría	Descripción
Infraestructura y logística	Falta de instalaciones adecuadas para la separación y segregación de residuos.
Regulación y políticas	Diferencias en políticas nacionales y falta de políticas ambientales; normativa estricta sobre residuos de un solo uso para la atención sanitaria.
Resistencia organizacional	Miedo al cambio por parte del personal, desconocimiento, cultura organizacional poco receptiva.
Factores económicos y financieros	Altas inversiones iniciales en infraestructura y capacitación; falta de análisis financiero a largo plazo.
Riesgos en la gestión de residuos sanitarios	Implica la posibilidad de transmisión de infecciones al momento de reutilización o manipulación de residuos hospitalarios.

Conclusiones

Se identifican prácticas innovadoras en EC para el sector y se espera ampliar el análisis de los beneficios en costos y disminución de desperdicio. Es una necesidad la gestión integral de los residuos y avanzar hacia un sistema de salud más sostenible y eficiente.

Referencias

Alejo, M., Díaz, J., & Galindo, J. (2024). Odontología verde: una nueva opción en la práctica odontológica. Universidad El Bosque. https://repositorio.unbosque.edu.co/server/api/core/-bitstreams/602bc03b-6339-4be0-ad02- 4ad14247242a/content

Chauhan, A., Jakhar, S., & Chauhan, C. (2021). The interplay of circular economy with industry 4.0 enabled smart city drivers of healthcare waste disposal. Journal of Cleaner Production, 1(1). 255-279. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123854

Hofmann, A., Guzzo, D., Costa, S., Rozenfeld, H., Rossi, M., & Mascarenhas, J. (2022). Stakeholders' responsibilities in reverse logistics of product-service systems: towards circular economy in the healthcare industry. Product, 19(2), 1-13. http://dx.doi.org/10.4322/pmd.2021.010

Quronfuleh, B., Sleath, D., & Rahimifard, S. (2024). Circular Economy for Medical Devices: A Case Study of Syringes. Procedia CIRP, 122(1), 1-15. https://doi.org/10.1016/j.procir.2024.01.065.

Smith, A., & Raven, R. (2021). Innovation and sustainability in healthcare through circular economy. Journal of Sustainable Healthcare Systems, 29(4), 204-217.

Stahel, W. (2019). The circular economy: A user's guide. Routledge.

Us, Ya., Pimonenko, T., Tambovceva, T., & Segers, J. (2020). Green transformations in the healthcare system: the covid-19 impact. Health Economics and Management Review, 1(1), 48-59. https://doi.org/10.21272/hem.2020.1-04

Estrategias de gestión del conocimiento en el sector gastronómico en los barrios Centenario, La Flora y Granada de la comuna II de Santiago de Cali

POR: Emily Dayana García García
Crisol Yurani Sánchez Quiceno
Erika Andrea Contreras Gamboa
Grupo de investigación GICES

Resumen

Este estudio exploró la industria alimentaria en la Comuna II de Cali, particularmente las micro y pequeñas empresas familiares que luchan con la gestión del conocimiento. Al encuestar a 50 restaurantes en Centenario, La Flora y Granada, se utilizó un enfoque mixto y el software Jamovi para el análisis. Encontrando fortalezas en activos organizativos y tecnológicos, pero debilidades en el relacional. La investigación sugiere formas de impulsar la sostenibilidad y la competitividad del sector, destacando la gestión del conocimiento como vital para mejorar las conexiones externas, estimular la innovación y ayudar al crecimiento empresarial local.

Palabras clave:

Gestión del conocimiento, estrategias, competitividad, crecimiento económico.

Introducción

La presente investigación se deriva del macroproyecto titulado “Estudio de la caracterización de la gestión del conocimiento e innovación en los establecimientos gastronómicos en el suroccidente colombiano”, y se enfoca específicamente en el sector gastronómico de la comuna II de Santiago de Cali. Esta zona ha evidenciado un notable dinamismo económico, reflejado en la proliferación de nuevos establecimientos gastronómicos, impulsados por una creciente demanda de experiencias culinarias. Sin embargo, a pesar de su potencial, muchos de estos negocios carecen de prácticas formales de gestión del conocimiento, lo que limita su capacidad de innovación, adaptación y competitividad en un entorno cada vez más exigente. Ante la escasez de estudios locales que analicen cómo se crea, comparte y utiliza el conocimiento en este sector, el presente estudio tiene como objetivo identificar estrategias de gestión del conocimiento que contribuyan a fortalecer la sostenibilidad y competitividad de estos establecimientos. De este modo, se busca ofrecer un aporte significativo, mediante herramientas basadas en evidencia, que respondan a las necesidades reales del entorno gastronómico local.

Materiales y métodos

El presente estudio adopta un enfoque mixto, con predominancia del enfoque cualitativo, y un alcance descriptivo y explicativo. El diseño metodológico es de tipo no experimental y transversal, lo que permite observar las prácticas actuales sin manipular las variables.

Como parte del análisis de la información y priorización de estrategias de gestión del conocimiento, se utilizará el software Jamovi, el cual facilita la aplicación de métodos de análisis multicriterio. Esta herramienta permitirá valorar e identificar las variables más relevantes para la mejora de la gestión del conocimiento, según la percepción de expertos y actores del sector gastronómico. El uso de análisis cualitativo, revisión de documentos y herramientas como Jamovi mejora la toma de decisiones y ayuda a crear estrategias más precisas, sostenibles y adecuadas a las necesidades del entorno empresarial de la comuna II de Santiago de Cali.

Para llevar a cabo el trabajo de campo, en primer lugar, se definió una muestra de 50 restaurantes, seleccionados como parte de una muestra global de 300 establecimientos gastronómicos en la ciudad de Cali. Esta selección forma parte del proyecto macro denominado “Caracterización de la gestión del conocimiento e innovación en los establecimientos gastronómicos en el Sur Occidente Colombiano”, con el propósito de obtener resultados significativos y contextualizados para la zona de estudio. En segunda instancia, se identificó la ubicación de los restaurantes pertenecientes a los barrios Santa Mónica, San Vicente y Prados del Norte, y se validó que cumplieran con los requisitos establecidos.

Etapas del estudio

Primera etapa: En esta etapa del proceso investigativo se llevó a cabo la planificación y diseño general del proyecto. Esta fase incluyó la definición clara del tema a investigar, así como la formulación de la pregunta de estudio, la cual guiaría el análisis. Posteriormente, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica en la que se analizó la literatura existente para identificar los conocimientos previos sobre el tema, establecer el contexto de la investigación y justificar su relevancia; con base en este conocimiento, se definieron los objetivos generales y específicos que buscan alcanzar. Y se seleccionó la metodología más adecuada para el desarrollo del proyecto.

En esta etapa del proyecto, se utilizó el método de recolección de datos que había sido diseñado antes por Riascolfa (La red de investigadores en Administración del suroccidente colombiano). Este método se aplicó a los lugares seleccionados de acuerdo con los criterios establecidos en la metodología. Una vez recolectada la información, se realizó un proceso de codificación de la información para su posterior análisis; para ello se utilizó el software estadístico Jamovi, el cual permitió llevar a cabo un análisis descriptivo e inferencial de los resultados obtenidos. Este análisis facilitó la identificación de patrones, tendencias y relaciones relevantes entre las variables estudiadas, proporcionando una base sólida para la interpretación de los hallazgos y su vinculación con los objetivos de la investigación.

Resultados etapa uno (diagnóstica)

Los resultados de esta etapa del estudio derivan del cumplimiento del primer objetivo específico: “Caracterizar las prácticas de gestión del conocimiento para las empresas del sector gastronómico de la comuna II de Santiago de Cali”. Para ello, se realizó una revisión teórica, una planificación metodológica y la elaboración del instrumento de recolección de datos. Durante esta etapa, te identificó que la mayoría de los establecimientos encuestados son micro y pequeñas empresas, con una plantilla de entre 1 a 10 empleados, lo que representa más del 60% del total. Además, se evidenció que el 40% de estas empresas son de tipo familiar, con estructuras organizativas informales, predominando las áreas administrativa y contable, y con menor presencia de áreas de producción y mercadeo.

Los resultados se organizaron en cuatro dimensiones: Capital humano, tecnológico, relacional y organizacional. Se encontraron los siguientes aspectos claves:

- Capital Humano: Cinco ítems presentaron cargas factoriales altas y significativas ($p<.001$), lo que demuestra solidez en la medición. Sin embargo, dos ítems (GCCH1 y GCCH2) mostraron baja contribución y deben revisarse.
- Capital Tecnológico: presentó alta fiabilidad (Alfa de Cronbach > 0.9) y cargas factoriales superiores a 1.07, indicando fuerte consistencia en los indicadores.
- Capital Relacional: Mostró cargas robustas, pero también una percepción más baja y mayor dispersión en las respuestas, especialmente en GCCR3, lo que sugiere debilidades en las redes externas y alianzas.
- Capital Organizacional: Presentó las valoraciones más altas, especialmente en indicadores como GCCO1 y GCCO3, lo que sugiere una estructura interna más sólida.

Los hallazgos muestran que, si bien hay un reconocimiento general de la importancia del conocimiento organizacional, existen desequilibrios entre las dimensiones del capital intelectual, siendo el relacional el más débil, lo cual limita la colaboración interempresarial y la participación en redes de conocimiento.

La mayoría de las empresas familiares y microempresas no documentan formalmente su conocimiento, lo que coincide con la literatura de Nonaka & Takeuchi (1995), quienes advierten que el conocimiento tácito no gestionado limita la innovación. Asimismo, la escasa presencia de áreas como mercadeo y producción también restringe la sistematización de aprendizajes claves. Estos resultados invitan a implementar estrategias diferenciadas, como el uso de herramientas digitales elementales, programas de capacitación cruzada y el fomento de una cultura organizacional de aprendizaje (Schein, 1992), particularmente en barrios como Granada y La Flora, donde hay mayor concentración empresarial.

El estudio demuestra que la gestión del conocimiento en el sector gastronómico de la Comuna II de Santiago de Cali presenta limitaciones estructurales, especialmente en micro y pequeñas empresas de administración familiar, donde los procesos y canales de transmisión del conocimiento son poco formalizados. Se observa mayor fortaleza en el capital organizacional y tecnológico, lo que evidencia una adopción inicial de herramientas para la organización interna del conocimiento.

No obstante, el capital relacional se identifica como el componente más débil, reflejando escasa articulación con aliados estratégicos y redes colaborativas.

Referencias

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. Oxford University Press.
Schein, E. H. (1992). Organizational culture and leadership (2.ª ed.). Jossey-Bass.

Estrategias de gestión del conocimiento para las empresas del sector gastronómico de la comuna número II de Santiago de Cali

POR: Miguel Ángel Angulo Quiñones
Edinson Alberto Bravo Castillo
María del Pilar Franco Cortes
Grupo de investigación GICES

Resumen

La investigación se realizó en la Comuna II de Santiago de Cali, una zona impulsada por una amplia actividad gastronómica y que debe afrontar retos en lo que respecta a la sostenibilidad, la infraestructura y la gestión del conocimiento. Se detectó entre las empresas seleccionadas que muchas de ellas no saben gestionar el conocimiento que poseen, lo cual se traduce en competencia en un entorno adverso. El objetivo fue el establecimiento de estrategias de gestión del conocimiento adecuadas para el sector. La metodología desarrollada en el trabajo consistió en una revisión de la literatura, caracterización de las prácticas existentes y la formulación de actividades; el estudio subraya la gestión del conocimiento como un componente clave para la toma de decisiones.

Palabras clave:

Gestión del conocimiento, capital intelectual, sector gastronómico, organización.

Introducción

En el campo de las ciencias de la administración, la gestión de conocimiento (GC) también ha quedado configurada como un aspecto estratégico vital en términos de sostenibilidad, de innovación y de competitividad para las organizaciones. Esta área del conocimiento, al ser un campo interdisciplinario que conjuga los conocimientos relacionados con las organizaciones, la tecnología y los humanos, ocupa un espacio especial en sectores tales como el gastronómico. En la ciudad de Santiago de Cali, especialmente en la comuna II, se presenta una notable acuciosidad en las actividades de los servicios gastronómicos, en tanto que engloba la tradición cultural, el desarrollo económico y la oferta turística. Pero la intensa demanda de restaurantes en el sector presenta problemas estructurales y de funcionamiento que afectan la implantación de los mismos. A esto se une la grave carencia de iniciativas de gestión del conocimiento, que influye también en la adaptación, innovación e intercambio de saberes entre equipos de trabajo.

Este estudio nace a raíz del interés por conocer y robustecer las prácticas de gestión del conocimiento en el sector gastronómico de la comuna II de Cali. Tiene por objetivo principal establecer estrategias de gestión del conocimiento para las micro, pequeñas y medianas empresas de este sector, en un entorno caracterizado por la competencia, la informalidad y el cambio del mercado. Los usuarios de este estudio son preferentemente las empresas del sector gastronómico de la comuna II, quienes se apalancarán de las estrategias y actividades propuestas en su operación para mejorar la competitividad, sostenibilidad y la capacidad de innovación. Igualmente, se sabe que la investigación permitirá elevar esta práctica en las empresas del sector, así como el desarrollo de la economía local.

Materiales y métodos

El presente estudio adopta un enfoque mixto, con predominancia del enfoque cualitativo, y un alcance descriptivo y explicativo. El diseño metodológico es de tipo no experimental y transversal, lo que permite observar las prácticas actuales sin manipular las variables. Como parte del análisis de la información y priorización de estrategias de gestión del conocimiento, se utilizará el software Jamovi, el cual facilita la aplicación de métodos de análisis multicriterio. Esta herramienta permitirá valorar e identificar las variables más relevantes para la mejora de la gestión del conocimiento, según la percepción de expertos y actores del sector gastronómico.

El uso de análisis cualitativo, revisión de documentos y herramientas como Jamovi mejora la toma de decisiones y ayuda a crear estrategias más precisas, sostenibles y que se ajusten a las necesidades del entorno empresarial de la comuna II de Santiago de Cali. Para llevar a cabo el trabajo de campo, en primer lugar, se definió una muestra de 50 restaurantes, seleccionados como parte de una muestra global de 300 establecimientos gastronómicos en la ciudad de Cali. Esta selección forma parte del proyecto macro denominado “Caracterización de la gestión del conocimiento e innovación

en los establecimientos gastronómicos en el Sur Occidente Colombiano", con el propósito de obtener resultados significativos y contextualizados para la zona de estudio. En segunda instancia, se identificó la ubicación de los restaurantes pertenecientes a los barrios Santa Mónica, San Vicente y Prados del Norte, y se validó que cumplieran con los requisitos establecidos. Asimismo, se hizo la respectiva solicitud del permiso para realizar la encuesta. Por último, se aplicó el instrumento para la recopilación de los datos. Durante esta etapa, se sostuvo conversación directa con propietarios o representantes, con el fin de conocer su punto de vista sobre las prácticas de gestión del conocimiento en el sector gastronómico.

Posteriormente, los resultados fueron procesados con el software Jamovi, con el propósito de llevar a cabo un análisis multicriterio mediante el método AHP (Proceso Analítico Jerárquico). Esta técnica ayudó a organizar las variables importantes en la gestión del conocimiento según los criterios establecidos. Esto proporcionó un método claro para priorizar estrategias, basándose en su importancia y posibilidad de implementación. Este análisis permitió avanzar hacia el cumplimiento de los objetivos del estudio, proporcionando una visión clara y contextualizada de los desafíos y oportunidades del sector.

Dado el enfoque cualitativo de la investigación, se abordará la unidad de estudio, la cual se centra en las empresas del sector gastronómico de la comuna II de Santiago de Cali, específicamente en restaurantes de los barrios más representativos, como lo son: Santa Mónica, San Vicente y Prados del Norte. Los establecimientos deben estar registrados en la Cámara de Comercio en los códigos de actividad económica CIIU I5611 expendio a la mesa de comidas preparadas y C1084 elaboración de comidas y platos listos. En los criterios de exclusión no se tendrán en cuenta establecimientos que comercialicen bebidas alcohólicas, billares, multinacionales, restaurantes de cadena. Se enfoca en la participación de propietarios, gerentes, administradores y empleados clave para llevar a cabo la aplicación del instrumento por medio de un formulario de preguntas estructuradas relacionadas con el capital humano, tecnológico, relacional y organizativo.

Etapas del estudio

Primera etapa: Para hacer el trabajo de campo, en primer lugar, se definió una meta de 50 restaurantes para obtener resultados significativos. En segunda instancia, se identificó la ubicación de los restaurantes pertenecientes a los barrios Santa Mónica, San Vicente y Prados del Norte y se validó que cumplieran con los requisitos establecidos; asimismo, se hizo la respectiva solicitud del permiso para realizar la encuesta. Por último, se aplicó el instrumento para la recopilación de los datos. Durante la misma se pudo conversar con los propietarios o representantes respecto al tema de estudio en torno a las preguntas formuladas. Esto se hizo con la intención de conocer su punto de vista de acuerdo con la práctica y sus experiencias en el sector gastronómico. A su vez, se tomó registro fotográfico como evidencia y soporte del ejercicio.

Después de obtener estos datos, se llevó los resultados al software Jamovi, con el fin de realizar el análisis estadístico descriptivo y de esta manera poder iniciar con la interpretación de los resultados obtenidos para proceder con el desarrollo de los objetivos. Este primer acercamiento permite conocer el contexto de los restaurantes y parte de la realidad a la cual se enfrentan en el mercado laboral en relación con la gestión del conocimiento.

Referencia

Salazar, D., & Osorio, M. (2016). La Gestión del Conocimiento Organizacional y el Capital Intelectual en el Sector de Alimentos y Bebidas. Estudios y Perspecivas en Turismo, 25(3), 339-359. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180746305006

Uptc
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
VIGILADA MINEDUCACIÓN
Somos Todos
Programas de
Posgrados
Especializaciones
Maestrías
Proyecta tu futuro con nosotros
Venta de Pines
31 de octubre de 2025
hasta
02 de febrero de 2026
Proyecta tu futuro
Posgrados
Duitama

POSGRADOS

Gestión y sostenibilidad en las empresas familiares en el sector carrocero del contexto empresarial duitamense

POR: Danna Valentina Cómbita Pinzón

Resumen

Esta monografía analiza la sostenibilidad de empresas familiares de transporte en Duitama, con foco en Autobuses AGA y MUISCA. AGA creció gracias a una gestión profesional e innovadora, mientras que MUISCA, tras una crisis, fue asumida por sus trabajadores, mostrando resiliencia. Mediante encuestas y entrevistas se identificaron factores clave como la sucesión, la innovación y la gobernanza. Se concluye que la sostenibilidad depende de una gestión sólida y adaptativa.

Palabras clave:

Empresas familiares, gestión empresarial, innovación, sostenibilidad

Introducción

En Duitama, una región caracterizada por su arraigo cultural y su diversidad económica, las empresas familiares en el sector carrocero han logrado de manera significativa el desarrollo de sectores clave, entre ellos, el transporte y la manufactura. Las empresas "Autobuses AGA" y "Autobuses MUISCA" son un claro ejemplo de compañías que han llegado a ser competitivas aún bajo la mirada de la empresa familiar y un contexto de entorno cambiante. Estas empresas de carácter familiar se han ajustado a las exigencias del mercado y han desarrollado un legado en sus comunidades locales, creando empleo y promoviendo la inversión. Este proyecto busca indagar la gestión y la sostenibilidad de las empresas familiares en el sector carrocero duitamense, investigando acerca de la forma en la cual la estructura familiar puede llegar a ser un elemento para la toma de decisiones orientadas hacia la estrategia, la innovación y la adaptación del entorno.

.

Por último, esta investigación tiene el objetivo de contribuir a un mayor entendimiento de las empresas familiares en el sector carrocero duitamense, subrayando su importancia como entidades económicas, como agentes de cambio y cohesión social en sus comunidades. A través de la realización del análisis comparativo entre la empresa Autobuses AGA de Colombia y Autobuses MUISCA es que se espera aportar conocimiento y herramientas que sean de utilidad, tanto para académicos como para empresarios y autoridades locales, en pro del apoyo y fortalecimiento del entorno de las empresas familiares.

Materiales y métodos:

Este estudio utiliza un enfoque cualitativo. Se llevó a cabo analizando documentos y entendiendo el contexto de los resultados de las encuestas estructuradas que se hicieron a los trabajadores de las empresas, teniendo en cuenta aspectos culturales, organizacionales y familiares. Esta es una investigación descriptiva con componentes exploratorios, ya que busca caracterizar las prácticas de gestión, sucesión e innovación en las empresas familiares del sector carrocero, así como explorar los factores que determinan su sostenibilidad y desempeño en el contexto empresarial duitamense.

Los instrumentos fueron aplicados a una muestra representativa proporcional de empleados de ambas empresas, considerando un 10% del total de la población laboral activa de cada una. En este sentido, para la recolección de datos se incluyeron dos cuestionarios estructurados: uno dirigido a directivos y encargados de la toma de decisiones y otro orientado a empleados y colaboradores. La validez de contenido fue garantizada mediante revisión por expertos académicos y profesionales del área de administración. Los resultados cualitativos fueron interpretados a partir del análisis temático, extrayendo patrones comunes y diferenciadores en la gestión empresarial y familiar.

Resultados y discusión

Resultados del primer objetivo

Los Autobuses AGA de Colombia han consolidado su sostenibilidad a través de la gestión de la empresa, tomando como eje la diversificación de servicios (fabricación, ensamblaje y mantenimiento), la notable propensión hacia la innovación tecnológica, la forma comercial directa y el alcance geográfico nacional e internacional. La empresa muestra también compromiso y sostenibilidad en la controversia medioambiental, siendo evidente en la reducción de emisiones y el uso de materiales reciclados.

Por su parte, Autobuses Muisca también se suma a una realidad en la que su cuota de mercado ha sido mínima y presenta un modelo de gestión orientado hacia el diseño y la calidad de los productos. Pero la escasa planificación y la limitada adopción de tecnología hacen que la organización no haya podido obtener una sostenibilidad. A pesar del esfuerzo por mantener operativas las instalaciones después de traspasar la propiedad a sus trabajadores como forma de resiliencia organizacional, esta puede definirse como universal.

Resultados del segundo objetivo

Los factores determinantes en el éxito de Autobuses AGA son el liderazgo en tecnología de innovación, la amplitud de la cartera de servicios, la consolidación de la marca a nivel nacional y su propio modelo de marketing digital. Por otra parte, el uso de las facilidades de pago (modelo 50/50) ha generado un acceso más sencillo a sus productos como producto, además de fomentar la confianza del cliente.

Sin embargo, la razón del fracaso de Autobuses Muisca es fruto de malas prácticas administrativas y de deficiente gestión financiera por parte del anterior propietario. Esto llevó a provocar una crisis que terminó con la necesidad de dar la compañía como pago a los trabajadores. Esto hizo que la empresa no tuviese las capacidades para innovar, para expandirse y para ser sostenible. Antes, ha logrado sobrevivir en el mercado con la reestructuración y el interés de sus nuevos administradores.

Resultados del tercer objetivo

En el caso de Autobuses AGA de Colombia, la empresa está en un proceso de sucesión interno que todavía no ha revelado al público. Esto indica que ha gestionado esta cuestión crítica de forma más discreta, pero planificada. Para Autobuses AGA de Colombia, una sucesión que no sea planificada y gestionada podría comprometer la estabilidad que tiene en el tiempo, especialmente en un sector donde mantiene una clara posición de liderazgo.

En el caso de Autobuses Muisca, no había un plan de sucesión; su ausencia dio lugar a una crisis que culminó en el traspaso de la gestión de la empresa a los trabajadores. Este caso evidencia cómo una mala o inexistente sucesión puede comprometer la continuidad de una organización y llevar a perder el control de la organización.

Resultados del cuarto objetivo

El funcionamiento de Autobuses AGA de Colombia ha ido en incremento, facilitado sin dudas por un sistema de comunicación bidireccional estructurado y organizado en la innovación tecnológica, marketing digital, diversificación de los canales de comunicación, asistencia a ferias y estrategias de expansión nacional e internacional. Sus clientes valoran la calidad, durabilidad y tiempos de entrega, aspectos que fortalecen su reputación y la fidelidad en los mercados.

Discusión

Como primer punto, es fundamental resaltar que la gestión empresarial centrada en la diversificación de los servicios, la planificación estratégica y la utilización de canales digitales fue un elemento clave en la consolidación de Autobuses AGA de Colombia. La combinación de procesos tan distintos como la fabricación, el ensamblaje y el mantenimiento, junto con la presencia en el país y un inicio de expansión internacional, muestra que la organización tiene la capacidad de enfrentar con éxito los desafíos del entorno. Por el contrario, con una estructura muy limitada, a partir de un solo servicio y con una gestión más tradicional, Autobuses MUISCA S.A.S. mostró vulnerabilidades que desembocaron en una crisis administrativa y la posterior entrega a los empleados.

Uno de los puntos más críticos que se han encontrado es el proceso de la sucesión. En Autobuses AGA de Colombia, aunque el proceso de sucesión está en marcha, actualmente no existe una versión formal y comunicada a los actores internos. Esto podría poner en riesgo la continuidad del proceso estratégico de la organización. Autobuses MUISCA S.A.S., en cambio, pone de manifiesto el problema claro y evidente de cómo la falta de sucesión puede dar lugar a conflictos, pérdida de liderazgo y debilitamiento de la estructura. Lo planteado se encuentra coherente con lo que recoge Handler (1994) y con Le Breton-Miller et al. (2004), dado que alegan que la falta de sucesión es una de las primeras causas de fracaso que presentan las empresas familiares.

Referencias

Handler, W. C. (1994). Succession in family business: A review of the research. Family Business Review, 7(2), 133-157.
Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Steier, L. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. Entrepreneurship Theory and Practice. https://ssrn.com/abstract=1497882

Somos Todos Uptc
ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE
Inscripciones Abiertas
ESPECIALIZACIÓN
EN PLANIFICACIÓN
DEL TURISMO
SOSTENIBLE
MODALIDAD VIRTUAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro
Con Nosotros!!

Somos Todos Uptc
maestría en diseño
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN DISEÑO
Énfasis en
Proyectos Sociales
MODALIDAD PRESENCIAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro
Con Nosotros!!

Impacto del branding y marketing digital con la aplicación de TIC para el posicionamiento de marca en restaurantes del municipio de Duitama - Boyacá

POR: Sarith Lucero Monzo Chaparro

Juana Sofia Torres Gonzales

Ángel Steven Acuña Rodríguez

Resumen

El auge de las tecnologías digitales ha transformado significativamente el panorama culinario, convirtiendo el marketing y la marca en herramientas esenciales. Sin embargo, muchos restaurantes de Duitama, Boyacá, no han comprendido bien cómo utilizar eficazmente la tecnología. Esta investigación explora cómo el marketing digital y el branding, impulsados por la tecnología, afectan la forma en que se percibe una marca. Utilizando un enfoque cuantitativo con un diseño correlacional, quedó claro que el mero hecho de estar en las redes sociales no garantiza una identidad de marca robusta.

Palabras clave:

TIC, marketing digital, gestión estratégica, posicionamiento de marca

Introducción

Actualmente, el impacto de la tecnología ha sido evidente, dado que ya no se puede hablar de la producción de un producto o servicio, sino que se encuentran diferentes estrategias para destacarse en un mercado que está en constante cambio y que demanda muchos retos a las organizaciones. Los restaurantes que desean realmente destacar en el sector gastronómico no pueden limitarse solo a reconocer los cambios; deben planificarlos, promoviéndolos y teniendo claro hacia dónde quieren llegar. Las redes sociales se han convertido en una opción y una necesidad. Estas plataformas no solo aumentan la visibilidad de un negocio, sino que también ayudan a generar valor y construir una ventaja competitiva real (Rosado-Flores et al., 2021).

Un factor crucial es el conocimiento digital de los propietarios de restaurantes. Muchos son expertos en gastronomía, pero no en herramientas digitales. Como señalan Vázquez y Arévalo (2021, como se citó en Tomalá, 2024), el marketing es importante para la percepción del cliente, ya que no se trata solo de atraerlos, sino de una relación memorable.

Por otra parte, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) permiten generar estrategias para la fidelización y creación hacia la comunidad de una marca. De acuerdo con esta contextualización del problema, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la aplicación del marketing digital y branding puede incidir en el posicionamiento de marca para los restaurantes en el municipio de Duitama, Boyacá?

Para dar respuesta a esta pregunta, se propone como objetivo general analizar la incidencia del marketing digital y las estrategias de branding, apoyadas en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en el posicionamiento de marca de los restaurantes del municipio de Duitama, Boyacá. Para ello se plantean los siguientes objetivos específicos: examinar las principales teorías y enfoques relacionados con el marketing digital, el branding y su articulación con las TIC en el contexto del sector restaurantero. También se busca determinar estudios de caso junto con teorías prácticas que ilustren el impacto del marketing digital y el branding en el posicionamiento de marca de restaurantes de Duitama-Boyacá. Además, se busca identificar los beneficios estratégicos que aporta la implementación de herramientas digitales y de branding en diferenciación y posicionamiento de marca en restaurantes de Duitama-Boyacá. A continuación, se presentan los materiales y métodos, resultados y discusión, conclusiones preliminares y referencias bibliográficas

Materiales y métodos

La presente investigación se abordará bajo un enfoque cuantitativo, dado que se busca explicar la relación y el impacto entre variables identificadas en la literatura, como el marketing digital, el branding, las ventas y TIC. Este enfoque permite medir las variables de manera numérica y hacer análisis estadísticos para entender cómo se relacionan entre sí, tanto en fuerza como en dirección. Esto se muestra en los estudios de Farhas y Ependi (2022) y Gutiérrez (2021), quienes usaron métodos cuantitativos para analizar estas relaciones. La investigación se centra en un alcance correlacional. Se sustenta el propósito de asociar el marketing digital y el branding, y cómo estas .variables se relacionan con resultados empresariales mediante la aplicación de TIC para posicionar marcas en restaurantes. Este alcance es coherente con los hallazgos de Gutiérrez (2021), cuyo estudio también fue de tipo correlacional con un comportamiento positivo entre las variables analizadas.

El diseño de la investigación será no experimental de corte transversal. Como no se manipularán las variables que se están estudiando, se recopilará información de fuentes secundarias para analizar cómo se relacionan las variables en el sector de restaurantes de Duitama, Boyacá, sin intervenir directamente en el lugar de estudio. Este diseño se alinea con las metodologías empleadas en los estudios revisados de Gutiérrez (2021) y Uribe y Sabogal (2021), quienes también utilizaron diseños no experimentales de corte transversal para analizar sus respectivas problemáticas.

Resultados y discusión

En la primera etapa, que se enfocó en la exploración teórica, se encontró que la mayoría de los estudios están de acuerdo en que el marketing digital es muy importante para las microempresas y medianas empresas, especialmente en áreas con mucha competencia como el sector de la comida. Autores como Kotler (2017) y Vargas y Tanner (2021) coinciden en que la digitalización permite acercarse al consumidor mediante la experiencia y la diferenciación. Sin embargo, no todos los estudios abordan la aplicación del branding con la misma profundidad. Por ejemplo, mientras que Vargas y Tanner (2021) enfatizan el rol de la cultura organizacional en el branding, Farhas y Ependi (2022) lo tratan de forma más cuantitativa. Concluyen que no siempre hay una relación directa entre marca y ventaja competitiva. Esto evidencia una desconexión entre teoría y práctica cuando no se formula una estrategia clara. En la segunda etapa, se observó que algunos estudios, como el de Rosado-Flores et al. (2021) y Sundar y Limperos (2013), analizan cómo las TIC ayudan a mejorar la imagen de marca mediante la retroalimentación y la experiencia del cliente, creando vínculos emocionales más sólidos.

Finalmente, en la tercera etapa se mostró que, aunque la mayoría de los estudios indican que hay una relación positiva entre el marketing digital y el posicionamiento de marca, el verdadero impacto depende de la integración entre branding y TIC. Por ejemplo, autores como Pineda (2024) y Rondón et al. (2023) destacan que la automatización de procesos y la interacción constante mejoran la fidelización, pero estudios como el de Farhas y Ependi (2022) muestran que estos beneficios no son automáticos si no hay una planificación adecuada.

Referencias

Farhas, R., & Ependi, Z. (2022). Digital Marketing And Branding Analysis: Competitive Advantages Of Small Medium Enterprise Post-Covid-19. Journal of Engineering Science and Technology Management (JES-TM), 2(1), 65-74.
Gutiérrez, M. (2021). Plan estratégico de marketing digital para mejorar el posicionamiento de marca e identidad de Green Republic y cosas [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. PUJ.
Kotler, P. (2017). Marketing 4.0–Moving from Traditional to Digital por Philip Kotler (Cuarta Edición ed.). LID Editorial.
Pineda, A. (2024). Marketing digital como herramienta de captación de clientes: una revisión de literatura. Universidad César Vallejo.
Rondón, V., Reategui, T., Olórtegui, L., Bernia, W., & Vargas, J. (2023). Digitalization and customer acquisition in companies in Latin America. A systematic review of the literature 2013-2023. Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology.
Vargas, E., & Tanner, I. (2021). El branding y el posicionamiento en el restaurante pollería eduardo's, tingo maría – 2021 [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. epositorio institucional – UDH.

Somos Todos Uvte
MRE
Maestría en Robótica Educativa
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN ROBÓTICA
EDUCATIVA
MODALIDAD HIBRIDA
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro
Con Nosotros!!

Somos Todos Uvte
Maestría Innovación y Marketing Turístico
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN INNOVACIÓN Y
MARKETING
TURÍSTICO
MODALIDAD VIRTUAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro
Con Nosotros!!

La industria 4.0 en las empresas familiares en el sector carrocero del contexto empresarial duitamense

POR: Danna Valentina Cómbita Pinzón

Resumen

Esta investigación explora cómo las empresas familiares especializadas en construcción de carrocerías en Duitama pueden aprovechar la Industria 4. 0, con los casos de Autobuses AGA y MUISCA. Si bien ambos comenzaron de manera similar, sus caminos divergieron: AGA se expandió a través de una gestión calificada y la adopción de tecnología, pero MUISCA enfrentó obstáculos administrativos y menor inversión en innovación. Las entrevistas destacaron prácticas cruciales de gestión y sostenibilidad. Se concluyó que se requiere una adopción gradual de la industria 4.0. Estas herramientas son vitales para impulsar la competitividad de estas empresas.

Palabras clave:

Empresas familiares, industria 4.0, innovación, sostenibilidad.

Introducción

En Duitama, una región caracterizada por su arraigo cultural, vocación industrial y diversidad económica, las empresas familiares del sector carrocero han contribuido significativamente al crecimiento del transporte y la manufactura en Colombia. Organizaciones como Autobuses AGA y Autobuses MUISCA se han constituido como referentes clave, no solo por su trayectoria empresarial, sino también por su impacto social, generación de empleo y vinculación con el entorno comunitario.

La manera en la que dichas empresas han tomado decisiones respecto a este reto ha establecido distinciones evidentes en sus trayectorias de negocio. Autobuses AGA de Colombia, por ejemplo, ha alcanzado a posicionarse como un destacado del sector, gracias a la progresiva integración de herramientas vinculadas al modelo conocido como industria 4.0, las cuales consisten en sistemas de diseño asistido por computador (CAD),

planificación de estrategia basada en datos, canales digitales de atención al cliente y los procesos de mejora continua basados en tecnología. Una respuesta como la anterior ha reforzado su posicionamiento, incrementado su productividad y optimizado el modo de llevar a cabo procesos de fabricación y de ensamblaje.

Autobuses MUISCA, por el contrario, ha tenido que afrontar retos mayores para adaptarse a las nuevas tendencias en tecnología. Su escasa digitalización e innovación de los procesos y la falta de conocimiento técnico estratégico han derivado en la pérdida del dominio administrativo, que se tradujo en un traspaso de la empresa a sus trabajadores, que actualmente buscan reestructurar y volver a activar la empresa con un enfoque más cooperativo. A pesar de estas situaciones adversas con las que ha tenido que lidiar, esta es una empresa que, hoy en día, sigue existiendo, aunque ahora deberá adoptar el uso de las herramientas propias de la Industria 4.0 para poder volver al nivel de competitividad que cualquier empresa del transporte debería tener.

Esta investigación pretende aportar una visión crítica y propositiva sobre el papel de las empresas familiares en la era de la transformación digital. Más allá de su valor económico, se reconoce su capacidad como agentes de cambio, resiliencia e innovación dentro de sus comunidades. A través del estudio comparativo de Autobuses AGA de Colombia y Autobuses MUISCA, se busca generar conocimientos prácticos que sirvan como guía para otras empresas familiares que transitan el mismo camino de transformación, fortaleciendo así el tejido empresarial familiar y promoviendo una gestión inteligente y sostenible acorde a los desafíos de la cuarta revolución industrial.

Materiales y métodos

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo, que se desarrolló mediante el análisis documental y la interpretación contextual de los resultados obtenidos de las encuestas estructuradas que se aplicaron a los trabajadores de las empresas, considerando elementos culturales, organizacionales y familiares. Esta es una investigación descriptiva con componentes exploratorios, ya que busca estrategias implementadas asociadas con la industria 4.0 en las empresas familiares del sector carrocero, y cómo están generando factores de éxito y fracaso que han influido en su sostenibilidad y desempeño en el contexto empresarial duitamense.

Los instrumentos de recolección de datos se aplicaron a una muestra representativa proporcional de empleados de ambas empresas, considerando un 10% del total de la población laboral activa de cada una. Se emplearon dos cuestionarios estructurados: uno dirigido a directivos y encargados de la toma de decisiones y otro orientado a empleados y colaboradores. La validez del contenido fue asegurada mediante evaluación por expertos académicos y del área de administración de empresas.

Resultados y discusión

Resultados - Etapa 1: En esta fase se llevó a cabo un análisis detallado de fuentes bibliográficas nacionales e internacionales sobre las empresas familiares, la sostenibilidad y la toma de decisiones, así como las implicaciones de la Industria 4.0 en los entornos productivos vinculados a la familia. Esto propició la construcción de un marco conceptual y teórico consistente que condujo al diseño de dos encuestas estructuradas. La fundamentación obtenida facilitó la definición de las categorías de análisis y de las dimensiones relevantes para contrastar los casos de Autobuses AGA de Colombia y Autobuses MUISCA. Esta etapa fue fundamental a la hora de garantizar que los instrumentos de recolección de datos respondieran directamente a los objetivos que orientaban el proyecto.

Resultados - Etapa 2: Se aplicaron un total de 17 encuestas, siendo 15 las realizadas a Autobuses AGA de Colombia y 2 a Autobuses MUISCA. Además, se aplicó un segundo formulario, correspondiente a una muestra más pequeña de 4 encuestas, las cuales fueron desarrolladas con el fin de profundizar sobre los aspectos relacionados con estrategias de innovación, percepción del mercado y prácticas de sostenibilidad. Entre los hallazgos clave, para Autobuses AGA de Colombia se identificaron como factores de éxito: liderazgo en innovación tecnológica, diversificación de servicios (fabricación, ensamblaje y mantenimiento), uso de marketing digital, participación en ferias, excelente percepción de calidad (100 % calificación “excelente”) y una política de facilidades de pago efectiva. En el caso de Autobuses MUISCA S.A.S, se identificaron factores de fracaso asociados a una deficiente gestión previa que generó una crisis económica y administrativa, lo que derivó en la entrega de la empresa a sus trabajadores y en que la incorporación de tecnología vinculada a la Industria 4.0 quedara relegada a un segundo plano.

Resultados - Etapa 3: La información obtenida fue tabulada y analizada según las dimensiones definidas en la operacionalización del problema. Se elaboraron gráficos comparativos y descripciones por categorías. Entre los resultados destacados, en el ámbito de toma de decisiones, Autobuses AGA de Colombia presenta una gestión profesional y estratégica, mientras que Autobuses MUISCA S.A.S. se apoya en una administración de carácter empírico basada en la experiencia de sus trabajadores, lo cual constituye una fortaleza por su compromiso, pero también una debilidad debido a la falta de formalización. En cuanto a innovación y sostenibilidad, Autobuses AGA de Colombia ha incorporado nuevas tecnologías y estrategias de promoción digital, mientras que Autobuses MUISCA S.A.S. mantiene modelos tradicionales y presenta una baja inversión en desarrollo.

Resultados - Etapa 4: Finalmente, a partir de los resultados obtenidos, se elaboró la discusión final, en la cual se analiza cómo la Industria 4.0 ha influido en los factores de éxito y fracaso de las empresas familiares del sector carrocero estudiadas, así como su impacto en la trayectoria empresarial y en la sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Conclusión

Una gestión de carácter más tradicional, sustentada principalmente en la experiencia empírica y con escasas inversiones en herramientas digitales, ha mantenido a una de las empresas investigadas al margen de las dinámicas de innovación que exige el mercado actual. En el pasado, la organización emprendió un proceso de reestructuración tras el cambio en la administración; sin embargo, aún enfrenta retos significativos en la incorporación de tecnologías, la automatización y la gestión basada en datos. La toma de decisiones se ha visto condicionada por el uso, o la ausencia de uso, de herramientas tecnológicas.

Referencias

Astrachan, J. H., & Shanker, M. C. (2003). Family businesses' contribution to the U.S. economy: A closer look. Family Business Review, 16(3), 211–219. https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2003.00211.x

Basco, R. (2013). The family's effect on family firm performance: A model testing the demographic and essence approaches. Journal of Family Business Strategy, 4(1), 42–66. https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2012.12.003

Drucker, P. F. (1999). La gerencia: tareas, responsabilidades, prácticas. Editorial Sudamericana.

Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I. (1997). Generation to generation: Life cycles of the family business. Harvard Business Press.

Handler, W. C. (1994). Succession in family business: A review of the research. Family Business Review, 7(2), 133–157. https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1994.00133.x

Lansberg, I. (1988). The succession conspiracy. Family Business Review, 1(2), 119–143. https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1988.00119.x

Miller, D., Le Breton-Miller, I., & Lester, R. H. (2011). Family and lone founder ownership and strategic behaviour: Social context, identity, and institutional logics. Journal of Management Studies, 48(1), 1–25. https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00896.x

Morrar, R., Arman, H., & Mousa, S. (2017). La Cuarta Revolución Industrial (Industria 4.0): Una perspectiva de innovación social. Technology Innovation Management Review, 7(11), 12–20. https://doi.org/10.22215/timreview/1117

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. Harvard Business Review, 89(1/2), 62–77.

Schwab, K. (2016). La cuarta revolución industrial. Ediciones Deusto.

Somos Todos Upla
Maestría en Gestión Estratégica de Proyectos
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS
MODALIDAD PRESENCIAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro Con Nosotros!!
VIGILADA MINEDUCACIÓN

Somos Todos Upla
MAESTRIA EN ENERGÍAS RENOVABLES
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN ENERGÍAS RENOVABLES
MODALIDAD PRESENCIAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro Con Nosotros!!
VIGILADA MINEDUCACIÓN

Prácticas sostenibles en relación al emprendimiento postpandemia

POR: Deymi Dayana García Peralta
Estefanny Fernanda Reyes Santiago
Estudiantes de Administración Industrial

Resumen

Este estudio examina el rol crucial de la administración de personal en la viabilidad de los pequeños negocios de servicios y ventas en Duitama después de la crisis sanitaria. La emergencia forzó a los dueños a transformarse, evidenciando la importancia del liderazgo, la salud mental y la toma de decisiones colectivas. Las microempresas que sobrevivieron lo lograron con tácticas fundadas en resistencia y flexibilidad. El propósito del análisis es identificar métodos de viabilidad y sugerir medidas que fortalezcan el liderazgo, el bienestar y la eficiencia en situaciones postpandémicas.

Palabras clave:

Adaptación social, biotecnología, innovación, liderazgo.

Introducción

Con el paso de la pandemia, la cual trajo transformaciones en la vida social y económica en la sociedad, como lo fueron las restricciones en la movilidad y los hábitos de compra, ocasionó que muchos emprendedores plantearan nuevos modelos de negocio y estrategias operativas que siguieran en funcionamiento. Según un informe realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la recuperación del capital en empresas de América Latina sigue siendo un 20% más baja de lo que era antes de la pandemia (BID, 2022). Para el caso de Duitama, entender las circunstancias que pudieron afectar a los emprendedores es crucial para entender las medidas que estos llegaron a adoptar para sobrellevar esta crisis.

Entre los aspectos más relevantes que se estudian en los emprendimientos está la gestión del talento humano, ya que refleja la resiliencia organizacional, el liderazgo efectivo y la importancia del bienestar emocional de los trabajadores.

Estos elementos juegan un papel importante en la capacidad de adaptación de la empresa durante la crisis. Algunos estudios realizados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020) han demostrado que varios factores, como lo son el estrés laboral y la incertidumbre económica, pueden ser elementos que lleguen a reducir la productividad e incluso aumentar la tasa del abandono del empleo, lo que puede representar un desafío para las empresas.

En crisis económicas, muchos emprendedores se ven en la capacidad de improvisar, convirtiéndose en una competencia clave para PYMES en temas de sostenibilidad, acertando en la toma de decisiones rápidas en situaciones inesperadas que han tenido impactos positivos y negativos en los escenarios de crisis, como lo fue la pandemia de COVID-19. En este tipo de crisis no solo cuenta tener visión estratégica, sino que se debe contar con una gestión humana, en donde el talento humano se convierte en un factor clave para la supervivencia y crecimiento de una empresa (Charoensukmongkol, 2022).

Cuando hablamos de emprendimiento y talento humano, encontramos “choques profesionales”. Estos aparecen a lo largo de la carrera laboral y están relacionados con experiencias que muestran cómo los empleados se adaptan a una gestión efectiva, basada en lo que han aprendido. Los sucesos mencionados son base motivacional para que los colaboradores migren hacia nuevas oportunidades relacionadas con la creación de nuevas empresas. Así, para la gestión humana, estas percepciones se aplican en la práctica de recursos humanos con la intención de regresar a una empresa que podría verse influenciada tanto positiva como negativamente por estos choques (Akkermans et al., 2021).

Materiales y métodos

La investigación es de tipo descriptiva. Consiste en medir o recoger información específica de manera independiente sobre conceptos o variables que se puedan someter a un análisis sin buscar una posible relación entre las mediciones (Hernandez-Sampieri et al., 2010). Además, tiene un corte longitudinal, lo que hace referencia a un estudio de características de variables en una observación de los procesos a medir entre dos o más mediciones a largo plazo (Arias-Gonzalez,2021). Un enfoque cualitativo puede desarrollar preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de datos. Esto sirve para definir las preguntas más importantes de la investigación, para luego refinar las incógnitas y responderlas (Hernández-Sampieri et al., 2010).

Para los supuestos se establecieron:
1. El emprendimiento promueve la adaptación de estrategias para prácticas sostenibles utilizando nuevas herramientas digitales, lo que ayuda a mantener y hacer crecer la economía. Sin embargo, esta adaptación tecnológica también puede dificultar la implementación efectiva de la sostenibilidad en las PYMES.

2. La inteligencia artificial se ha mostrado como un recurso valioso para promover prácticas sostenibles en la gestión del talento humano, aunque todavía no se integra plenamente como eje central en la generación de procesos o en la toma de decisiones.

Resultados

Con base en diferentes resultados, ya desarrollados con anterioridad en la revisión de la literatura, se han encontrado diversas aportaciones que la práctica sostenible ha dejado en el emprendimiento, como una buena herramienta que no depende solo de la capacidad de innovar debido a los acontecimientos que trajo la pandemia del covid-19, sino la adaptabilidad estratégica en el manejo de elementos digitales que ha traído nuevas maneras de comunicación y el desarrollo tecnológico como un eje fundamental que impulsa a las PYMES en la búsqueda de nuevas maneras de promover el bienestar organizacional, el manejo del capital humano y la capacidad de la toma de decisiones en tiempos de crisis.

En el emprendimiento, el papel de la inteligencia artificial o digitalización se ha presenciado como un elemento que complementa las habilidades blandas y refuerza el liderazgo, el manejo de estrés y la gestión de tiempo en el desarrollo adaptable, este con el fin de fortalecer la toma de decisiones en situaciones inciertas que se puedan moldear a diferentes comportamientos y conocimientos otorgados en la experiencia laboral.

Discusión

La nueva era de la tecnología, más que una herramienta, se ha convertido en una necesidad fundamentada en el funcionamiento de áreas humanas y temas relevantes que se desarrollan en el emprendimiento. Esto hace hincapié en las tomas de decisiones, desplazando el talento humano, sustituyendo funciones e ideas en una organización. Basado en este paradigma, se detectó que las microempresas han tenido una evolución fundada en el proceso de implementar la digitalización. Pero sin pasar por alto las competencias y saberes que deben poseer las PYMES para adoptar la innovación. Esto supone un elemento clave para la formación de las habilidades blandas con destreza para aprender y adaptarse a las nuevas variaciones.

Conclusiones

En primer lugar, el moderno emprendimiento precisa de la gestión humana flexible, sustentada en teorías del comportamiento, que esté abierta a la tecnología y que sea sensible al entorno social. La combinación de elementos personales, como tener una mentalidad emprendedora, y aspectos de la organización, como una cultura que fomente la innovación y los métodos de liderazgo, es fundamental para entender y mejorar cualquier tipo de emprendimiento.

Referencias

Akkermans, J., Collings, D. G., da Motta Veiga, S. P., Post, C., & Seibert, S. (2021). Toward a broader understanding of career shocks: Exploring interdisciplinary connections with research on job search, human resource management, entrepreneurship, and diversity. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85104392811&doi=10.1016%2fj.jvb.2021.103563&origin=inward&txGid=759919f77effc7c22be06415e59c74d6

Arias-Gonzalez. (2021). Diseño y metodologia de la investigacion. https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION

Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). Tras sobrevivir la pandemia, las empresas de América Latina y el Caribe necesitan ayuda [BID]. Banco Interamericano de Desarrollo. https://www.iadb.org/es/noticias/tras-sobrevivir-la-pandemia-las-empresas-de-america-latina-y-el-caribe-necesitan-ayuda

Charoensukmongkol, P. (2022). Does entrepreneurs' improvisational behavior improve firm performance in time of crisis? https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85108169773&doi=10.1108%2fMRR-12-2020-0738&origin=inward&txGid=fd995191fb95403ea966e115347dd299

Hernandez-Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. (2010). Metodologia de la Investigacion. McGraw Hill Education.

Organización Internacional del Trabajo. (2020). Panorama laboral 2020: América Latina y el Caribe. Organizacion Internacional del Trabajo.

Somos Todos Ute
MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA E INNOVACIÓN
MAA
Inscripciones Abiertas
MAESTRÍA
EN AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA E INNOVACIÓN
MODALIDAD PRESENCIAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro Con Nosotros!!
VIGILADA MINEDUCACIÓN

Somos Todos Ute
Especialización en Planificacion y Regulación Energética
Inscripciones Abiertas
ESPECIALIZACIÓN
EN PLANIFICACIÓN Y REGULACIÓN ENERGÉTICA
MODALIDAD PRESENCIAL
Mayor información
¡¡Proyecta Tu Futuro Con Nosotros!!
VIGILADA MINEDUCACIÓN

Trasferencias monetarias del Estado en la sostenibilidad de las familias en condiciones de pobreza: Caso de estudio Municipio de Tunja, Boyacá

POR: Aldemar García Riaño
Magister en Gestión Estratégica de Proyectos

William Orlando Álvarez Araque
Magíster en TIC Aplicadas a las Ciencias de la Educación

Resumen

Este estudio examina cómo las transferencias monetarias del Estado afectan la capacidad de las familias pobres en Tunja, Boyacá, para mantenerse a flote. A partir de entrevistas realizadas a 30 familias, se evidenciaron limitaciones relacionadas con los criterios de selección de beneficiarios, sumas de dinero muy bajas, poca conexión con otras estrategias estatales y guía institucional limitada. Si bien estas ayudas cubren gastos básicos, no aseguran que la gente salga de la pobreza. En resumen, sin transformaciones estructurales y sin mecanismos que fortalezcan la autonomía económica de las familias, los subsidios se mantienen como una medida paliativa que no modifica de fondo su situación.

Palabras clave:

Familias vulnerables, pobreza, sostenibilidad familiar, transferencias monetarias.

Introducción

La pobreza se encuentra entre las problemáticas sociales más persistentes que existen en América Latina, coincidiendo con el caso de Colombia. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2023), un porcentaje significativo de los hogares colombianos presentan pobreza monetaria. Ante este escenario, el Estado ha implementado políticas de protección social a través de las transferencias monetarias, garantizando mínimos vitales para las poblaciones más vulnerables y, a su vez, mejorar las condiciones de vida. Desde Familias en Acción, pasando por el Ingreso Solidario o la Renta Ciudadana, se han convertido en los vehículos a través de los cuales el Estado propugna mitigar los efectos de la pobreza. Sin embargo, además de su función de ayuda, es importante analizar cuánto realmente favorecen estas transferencias a que las familias beneficiarias puedan mantenerse por sí mismas a largo plazo. Esto se refiere a su capacidad para cubrir sus necesidades de manera independiente y duradera. En el contexto del municipio de Tunja, Boyacá, esta situación cobra especial relevancia, dado que persisten condiciones estructurales que dificultan la movilidad social y la superación de la pobreza. Diferentes estudios han analizado el efecto que producen las transferencias monetarias, sean condicionadas o no, en cuanto a la disminución de la pobreza. Por ejemplo, Richterman et al. (2023) y Nawaz y Hussain (2024), subrayan que sí, estas políticas facilitan apenas el acceso a servicios básicos; pueden lograr con ello un impacto limitado frente a la generación de ingresos sostenibles.

En el caso de Colombia, informes del Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2022) han expuesto falencias frente a la medición de beneficiarios y en cuanto a la articulación de programas sociales. Por último, en el ámbito local existen pocas investigaciones que traten de forma cualitativa la visión que tienen las familias beneficiarias respecto a las transferencias en cuanto a su utilidad y sostenibilidad. Este vacío de conocimiento dificulta identificar los factores que afectan la eficacia de las transferencias y muestra la necesidad de hacer un análisis más profundo en el contexto específico de Tunja. Este estudio señala varias limitaciones en la implementación de las transferencias de dinero. Estas incluyen errores en la selección de beneficiarios, falta de recursos, falta de programas adicionales, desincentivos para trabajar y problemas en la gestión de las instituciones. Factores que comprometen su eficacia en la reducción de la pobreza de las familias en condiciones de vulnerabilidad; así la pregunta central que enmarcará la presente investigación es: ¿Cuáles son los factores que inciden en la efectividad de las transferencias monetarias del Estado en la pobreza de las familias vulnerables del municipio de Tunja, Boyacá?

Materiales y métodos

Este estudio utiliza un enfoque cualitativo porque busca entender, de manera inductiva e interpretativa, cómo las familias que reciben ayuda económica del Estado comprenden estas transferencias de dinero en su propio contexto social. En este sentido, Hernández et al. (2014)

Materiales y métodos

Materiales y métodos
Este estudio utiliza un enfoque cualitativo porque busca entender, de manera inductiva e interpretativa, cómo las familias que reciben ayuda económica del Estado comprenden estas transferencias de dinero en su propio contexto social. En este sentido, Hernández et al. (2014) refieren que el enfoque cualitativo de estudio permite el análisis de los fenómenos. En cuanto al alcance, la investigación es de tipo descriptivo, porque busca describir las características y las dinámicas que limitan la eficacia en la sostenibilidad de familias en condiciones de pobreza del municipio de Tunja. El enfoque descriptivo, tal y como remarca Hernández et al. (2014), busca especificar propiedades, perfiles y procesos relevantes de un fenómeno determinado sin manipular las variables que se estudian.

En lo que respecta al diseño de la investigación, se adopta el estudio de caso como estrategia, dado que examina en detalle las condiciones de sostenibilidad de los hogares vulnerables que reciben ayudas de tipo monetario del Estado en Tunja, Boyacá, y son abordadas desde diferentes fuentes de información; según Yin (2018), el estudio de caso es una estrategia de investigación empírica que permite estudiar fenómenos contemporáneos dentro de su contexto real, sobre todo cuando no tienen límites claros entre el fenómeno y el entorno.

Resultados

Los resultados que se exponen a continuación corresponden a la primera etapa del estudio que articula tres fases, como se ha indicado con anterioridad (diagnóstico participativo, construcción del plan de acción y su validación). En virtud de los objetivos formulados, estos hallazgos son resultado de la fase diagnóstica que tuvo como propósito dilucidar cuál es la situación socioeconómica de las familias beneficiarias y qué percepciones tienen sobre cómo funcionan los programas del Estado. Es relevante señalar que actualmente el estudio se encuentra en desarrollo, en su segunda fase. Por lo tanto, los resultados que se dan a conocer son parciales y no deben ser considerados como conclusivos. Sin embargo, sí que constituyen una base fundamental para la formulación del plan de acción que orientará las siguientes etapas que van a ser realizadas en el proceso de investigación.

Resultados Fase 1. Diagnóstico participativo

Los resultados que se exponen a continuación son fruto del análisis cualitativo que deriva de entrevistas semiestructuradas. Las entrevistas fueron aplicadas a 30 familias beneficiarias de transferencias monetarias en Tunja, Boyacá. Se usó el software Atlas.ti 7.0 para organizar y clasificar las respuestas. Esto ayudó a identificar de manera ordenada las principales dificultades

que hacen que estos programas sean poco efectivos en el caso de la pobreza. Dentro de las categorías más sobresalientes se localiza la deficiente focalización de los beneficiarios, el monto entregado que es considerado insuficiente, la falta de articulación con otras políticas, la dependencia que se genera y la pésima gestión caracterizada por prácticas corruptas.

Resultados: Categoría focalización ineficaz de beneficiarios

Los hallazgos que emergen de las entrevistas administradas a las 30 familias que se benefician de los programas de transferencias monetarias en el municipio de Tunja muestran una preocupación general por la ineficacia de los mecanismos de focalización. La mayoría de los informantes admiten errores de inclusión y de exclusión en las transferencias concedidas. Hay personas que no cumplen con las condiciones de vulnerabilidad y mantienen las ayudas. Pero también hay familias que sobreviven en situaciones de pobreza extrema y están al margen de los programas.

Resultados: Categoría insuficiencia del monto transferido

Casi todas las familias entrevistadas coincidieron en afirmar que el monto que el Estado considera para las transferencias es inferior al costo real de vida. Si bien también reconocen que estos recursos les permiten atender necesidades básicas inmediatas como alimentación o transporte, comentan que no llegan a cubrir necesidades fundamentales en términos de vivienda, salud, educación o vestuario.

Resultados: Categoría falta de articulación con políticas complementarias

Las familias entrevistadas coincidieron en referirse a uno de los principales vacíos en la implementación de los programas de transferencias monetarias, y la falta de articulación con otras políticas sociales complementarias. Esto significa que su potencial transformador es escaso.

Resultados: Categoría dependencia y desincentivo laboral

Una parte relevante de las familias entrevistadas en las diversas situaciones mostró preocupación por las posibles consecuencias no deseadas que las transferencias monetarias pueden generar cuando no van acompañadas de otras estrategias de inclusión productiva.

Resultados: Categoría gestión ineficiente y corrupción

Las familias que participaron en la investigación evidencian su insatisfacción con las irregularidades que perciben en la gestión de los programas de transferencias monetarias, observándose en un considerable número de casos que existen fallas de gestión que producen retrasos en los pagos, falta de información clara sobre los procedimientos y ausencia de seguimiento de los beneficiarios.

Referencias

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). Principales resultados pobreza monetaria en Colombia. https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PM/pres-PM-2023.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2022). Informe de gestión 2022. Bogotá, Colombia: DNP. https://www.dnp.gov.co/LaEntidad_/Direccion-general/oficina-asesora-planeacion/Paginas/informes-de-gestion.aspx

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw Hill.

Nawaz, S., & Hussain, S. (2024). Unveiling effects of cash transfers on poverty and social cohesion in conflict-affected zones: Insights from ex-FATA, Pakistan. World Development Perspectives. https://doi.org/10.1016/j.wdp.2024.100570

Richterman, A., Millien, C., Bair, E., Jérôme, G., Suffrin, J., Behrman, J., & Thirumurthy, H. (2023). The effects of cash transfers on adult and child mortality in low- and middle-income countries. Nature, 1(1). 618, 575 - 582. https://doi.org/10.1038/s41586-023-06116-2

Análisis sistemático del impacto de las políticas ambientales en las empresas de producción de materiales de construcción en Colombia

POR: Natalia Andrea Ardila Báez
Andrés Báez Ricardo
Yuleisy Dayana Gaitán Molina
Yesica Karina Santamaría Pulido

Administración Industrial

Resumen

Existe una limitada comprensión del efecto positivo y negativo de las políticas ambientales en las empresas. La presente investigación busca identificar el impacto de las políticas ambientales en las empresas productoras de materiales de construcción en Colombia. Para ello, se analizarán y sistematizarán 60 artículos tomados de bases de datos como Google Scholar, Scopus, Scielo y el repositorio de la UPTC. Esta investigación se enmarca en el enfoque cualitativo, ya que trata de entender las realidades tal como las viven las empresas, y busca comprender cómo las políticas ambientales en Colombia inciden en su dinámica y funcionamiento.

Palabras clave:

Impacto ambiental, políticas ambientales, producción de materiales de construcción.

Introducción

El sector de la construcción cumple un papel fundamental en el desarrollo de Colombia, pero también tiene un considerable impacto ambiental. Para enfrentar este problema, se han creado políticas que buscan hacer que las empresas del sector de materiales de construcción trabajen de forma más responsable, disminuyendo el impacto ambiental, de modo que estos procesos sean más sostenibles. Sin embargo, llevar esas normas a la práctica no siempre es fácil; las empresas se enfrentan al desafío de responder a políticas ambientales cada vez más exigentes, mientras intentan mantener su competitividad en el mercado.

La presente investigación abarca la problemática actual sobre la contaminación, las políticas ambientales y el efecto del sector empresarial de construcción en Colombia, así como la falta de formación, inversión, interés y estrategias, además de la carencia de materiales reciclados y reutilizables en las empresas de construcción colombianas y cómo estas carecen de creatividad, proyectos estratégicos o implementación completa de la economía circular. Se considera una problemática actual porque, al aplicar las normas y leyes de protección ambiental, se generan dos efectos: primero, el cuidado del medioambiente; segundo, la afectación del funcionamiento regular de la empresa. En este contexto, es notable la falta de formación en el sector y la controversial aplicación de las leyes colombianas en la industria de elaboración de materiales en Colombia.

Materiales y métodos

Esta investigación es de enfoque cualitativo, tiene un alcance descriptivo y su diseño es de revisión sistemática de literatura. Este estudio se centra en el enfoque cualitativo, ya que, según Sampieri (2020), trata de entender las realidades tal como las viven las empresas, pues busca comprender cómo las políticas ambientales en Colombia afectan a las empresas del sector de producción de materiales de construcción, particularmente las concreteras.

El alcance de esta investigación es de carácter descriptivo. Según Bernal (2010), su objetivo es señalar las características importantes y explicar de manera clara cómo se están implementando las políticas ambientales en las empresas de construcción en Colombia. Permitiendo identificar cómo están respondiendo estas a las políticas vigentes: qué prácticas están implementando y qué retos enfrentan.

Dada la naturaleza de la metodología de esta investigación, el diseño es de revisión sistemática de literatura: se recolectó información de bases de datos de Google Scholar, Scopus, Repositorios de la UPTC.

Resultados y Discusión

Resultados etapa uno o diagnostica

Como resultado de la investigación y la revisión sistemática de artículos, se han encontrado 24 estudios relacionados con el impacto de las políticas ambientales en las empresas de producción de materiales de construcción en Colombia.

Discusión

Se percibe una inquietud cada vez más notable por los efectos ambientales que implica el sector de la construcción en Colombia y Perú. Se dice que, a pesar de que algunas empresas poseen certificaciones ambientales como la ISO 14001, su adecuada aplicación todavía debe enfrentarse a dificultades, sobre todo por la falta de implicación comunitaria y por el hecho de que la empresa no ejerce su liderazgo. La deficiente gestión de residuos sólidos es un problema habitual al acarrear contaminación y afectar a la salud. En el caso de la producción de ladrillos en Boyacá, se tiene en cuenta un consumo extremo de recursos no renovables y unas elevadas tasas de emisión de contaminantes.

Asimismo, se hace evidente la urgencia de formular una evaluación de la sostenibilidad de forma integral, donde confluyan las dimensiones sociales, económicas y ambientales. Por tal razón, herramientas que promueven una evaluación de la sostenibilidad de una forma integral, como las hojas de ruta y los planes territoriales, como el PIGCCT de Boyacá (por ejemplo), establecen propuestas concretas. Además, son participativas para poder mitigar el cambio climático y promover, además, la sostenibilidad a largo plazo. En síntesis, se pone de manifiesto que las políticas ambientales del sector tienen éxito tan solo si se establece la articulación entre normativas, compromiso institucional y educación, tecnología limpia y participación.

La revisión de los estudios demuestra que las políticas ambientales son decisivas en la generación de prácticas sostenibles en los procesos de producción de materiales de construcción, aunque también presentan desafíos significativos. Pomponi y Moncaster (2021) destacan que las políticas de economía circular trabajan el reciclaje de materiales, entre los cuales podemos encontrar el cemento y la madera, aunque los elevados costos y la falta de estándares comunes limitan su utilización. Chen y Li (2023) afirman que las regulaciones a nivel global, como las metas de cero emisiones, promueven materiales de construcción más ecológicos, aunque la resistencia de la industria y la carencia de formación se presentan como barreras persistentes.

Darko y Chan (2022) confirman que regulaciones como los impuestos al carbono ayudan a generar innovaciones, como el concreto geopolimérico, aunque es necesaria una mejor coordinación entre los involucrados. Eze y Abidoye (2023) señalan que, en los países en vías de desarrollo, la falta de regulaciones claramente definidas y de una adecuada capacitación constituye un obstáculo para la adopción de materiales sostenibles. Hossain y Ng (2020), mediante la realización de análisis de ciclo de vida, demuestran que las políticas de emisiones reducen el impacto ambiental de ciertos materiales,- como el concreto con cenizas volantes, pero se necesitan estándares más coordinados. Estas aportaciones permiten al investigador la posibilidad de indagar sobre el modo en que las políticas ambientales están afectando a las empresas desde la óptica de incentivos, barreras y oportunidades para el estudio.

En los artículos analizados se logra determinar que las políticas ambientales tienen un peso específico en la forma de actuar de las empresas productoras de materiales para la construcción(Mejía & Tovar, 2019; Ramírez & López, 2021); al implementar prácticas sostenibles, éstas no solamente empiezan a cumplir con la norma, sino que llegan a

mejorar su posicionamiento en el mercado (Mejía & Tovar, 2019). En Tame, Arauca, donde no hay control, se han visto afectados el entorno y la comunidad, lo que evidencia la necesidad de hacer las cosas de otra forma (Marín & Sarmiento, 2019). La inversión verde en AL ha resultado en que algunas empresas permanezcan en la senda del cambio (Ramírez & López, 2021).

También se destaca que el uso de materiales sostenibles hace que las construcciones sean más resistentes y menos contaminantes (Rodríguez & Pérez, 2021). Finalmente, en ciudades como Bogotá y Cali, se ha visto que las políticas funcionan mejor cuando se adaptan a las necesidades reales de cada región (Vargas & Rodríguez, 2022).

Referencias

Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3.ª ed.). Pearson Educación.
Chen, Y., & Li, X. (2023). Policy drivers for green construction materials: A global perspective. Environmental Chemistry Letters, 21(3), 1235–1256. https://doi.org/10.1007/s10311-022-01534-7
Darko, A., & Chan, A. (2022). Environmental regulations and innovation in construction materials: A stakeholder perspective. Construction Innovation, 22(4), 789–808. https://doi.org/10.1108/CI-08-2021-0152
Eze, C. E., & Abidoye, R. B. (2023). Barriers to adopting sustainable building materials in developing countries: A qualitative study. Frontiers in Engineering and Built Environment, 3(1), 45–60. https://doi.org/10.1108/FEBE-08-2022-0034
Hossain, M., & Ng, S. (2020). Influence of environmental policies on sustainable construction materials: A life cycle perspective. Journal of Cleaner Production, 245(1), 1-12. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118812
Marín, P., & Sarmiento, L. (2019). Impacto ambiental y políticas locales en la producción de materiales de construcción en Tame, Arauca. Revista de Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible, 8(2), 45–59.
Mejía, D., & Tovar, J. (2019). Políticas ambientales y competitividad en empresas productoras de materiales de construcción. Revista Ingeniería y Región, 14(1), 78–90.
Pomponi, F., & Moncaster, A. (2021). Circular economy in construction: Policy implications and material reuse. Journal of Industrial Ecology, 25(5), 1123–1138. https://doi.org/10.1111/jiec.13170
Ramírez, L., & López, G. (2021). Inversión verde y sostenibilidad en América Latina: Retos para las empresas del sector construcción. Revista Latinoamericana de Gestión Ambiental, 10(3), 22–36.
Rodríguez, M., & Pérez, F. (2021). Materiales sostenibles y reducción del impacto ambiental en la construcción. Revista Ingeniería, 29(1), 15–27.
Sampieri, R. (2020). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7.ª ed.). McGraw-Hill Education.
Vargas, C., & Rodríguez, A. (2022). Adaptación de políticas ambientales en el sector de la construcción: Estudios de caso en Bogotá y Cali. Revista Colombiana de Medio Ambiente, 6(2), 33–47.

Causas de los problemas de salud mental en los entornos laborales de los restaurantes en la ciudad de Duitama

POR: Cristian Santiago Cabra Mesa
Administración Industrial

Resumen

La gestión del talento humano y mantener un ambiente laboral estable es crucial en una organización; la salud mental es el primer aspecto para que una organización funcione correctamente; si un trabajador es feliz, estará bien y será capaz de lograr todas sus metas. La salud mental se ha convertido en un problema constante en las organizaciones; es compromiso como sociedad asumir su importancia en el mundo actual, haciendo énfasis en la problemática y sus implicaciones en contextos con alto grado de importancia como el ámbito laboral.

De manera particular, los restaurantes en la ciudad de Duitama son uno de los principales motores económicos del municipio. Estas organizaciones desempeñan un papel relevante en la generación de empleo y en la estabilidad económica local. Sin embargo, pese a ser un entorno laboral dinámico, también se caracterizan por presentar un alto riesgo psicosocial y frecuentes quejas relacionadas con la carga y el ritmo de trabajo. En este sentido, la presente investigación busca analizar aquellos establecimientos que, hasta ahora, han recibido poca atención en estudios de este tipo, con el propósito de evidenciar la realidad laboral desde una perspectiva interna.

La investigación se centra en una revisión documental y la implementación de modelos y teorías. Esto evidenciará las causas de los problemas de salud mental en los restaurantes. También se analizarán y describirán otros aspectos primarios influyentes como el bienestar, la salud, la integridad, los riesgos psicosociales y el clima organizacional, siempre observando que los trabajadores están sujetos a derechos humanos fundamentales.

Palabras clave:

Entorno laboral, riesgo psicosocial, salud mental, trabajador.

Introducción

La salud mental en el entorno laboral se ha consolidado como una problemática de alcance mundial que puede manifestarse en diversos contextos. En este sentido, la presente investigación plantea como interrogante central: ¿Cuáles son las causas de los problemas de la salud mental en los entornos laborales de los restaurantes en Duitama-Boyacá? Adicionalmente, se plantean como objetivos específicos: determinar las condiciones del ambiente laboral al cual están expuestos los trabajadores de los restaurantes; analizar la convivencia y comunicación en el ambiente entre empleados de dichos establecimientos; examinar la existencia de manuales y políticas de bienestar laboral en los restaurantes.

En este orden de ideas, el objetivo de analizar las causas y el porqué del desarrollo de esta investigación se centra en descubrir, explorar e investigar la salud mental, teniendo como orientación preguntas tales como: ¿De dónde viene? ¿Cuáles son las causas de? Estos interrogantes permiten abrir discusiones que trascienden el contexto local y posibilitan reflexionar sobre la necesidad de reformas, cambios en las condiciones laborales y los beneficios potenciales para los restaurantes. En esta línea, Navarrete (2023), al referirse a la Tercera Encuesta Europea de Empresas sobre Riesgos Nuevos y Emergentes (ESENER-3), destaca la importancia de abordar los factores psicosociales en los lugares de trabajo como parte esencial de la gestión de la salud laboral.

De esta manera, la investigación busca establecer unas propuestas para la mejora de la salud mental en los restaurantes duitamenses, determinando las causas de mayor grado de impacto y tomando en cuenta la relación entre los trabajadores en calidad de ser humano y la protección de sus derechos con el riesgo de salud mental.

Materiales y métodos

Enfoque

Esta investigación se enmarca en un enfoque de tipo cualitativo. Este pretende el análisis de datos de los que deriven teorías y explicaciones acerca de las causas de los problemas de salud mental en los restaurantes. Además, busca identificar los temas centrales que permitan responder a la pregunta de investigación.

Una investigación de tipo cualitativo permite el análisis y recolección de datos con el propósito de comprender e interpretar fenómenos sociales y psicológicos en su contexto natural. Este enfoque se adopta en la presente investigación porque se enfoca en fenómenos sociales y psicológicos que están relacionados con la salud mental. Asimismo, el enfoque cualitativo posibilita explorar diferentes contextos y reconocer que los datos y las vivencias pueden variar según el entorno.

Alcance

La investigación tiene un alcance exploratorio, orientado a comprender una temática poco estudiada a través de la interpretación de los datos y evidenciar los aspectos relevantes del fenómeno analizado. Este alcance permite descubrir nuevas perspectivas, así como identificar métodos de comprensión, impacto y dinámicas asociadas al tema de estudio.

Asimismo, se lleva a cabo un análisis de los datos recopilados para determinar las causas del objetivo del proyecto, logrando una comprensión detallada de los hechos, aspecto por aspecto, evitando dejar temáticas sin desarrollar.

Diseño

El estudio incluyó una revisión documental basada en artículos científicos, lineamientos de política pública, políticas empresariales, informes sobre la salud mental y casos previamente registrados. La revisión de documentos se efectuó mediante la base de datos Scopus, con el propósito de garantizar la pertinencia y validez de la información analizada.

Categorías de estudio

Tabla 1
Categorías a estudiar basadas en la formulación de los objetivos específicos

Categorías	Subcategorías	Dimensiones	Indicadores
Relaciones interpersonales en el entorno laboral	Relación con los líderes o jefes de trabajo.	Formas de liderazgo de los superiores. Métodos de evaluación de desempeño a los trabajadores.	Percepción de los métodos de liderazgos ejercidos y retroalimentación de las evaluaciones realizadas.
	Relación con compañeros de labor.	Clima organizacional y cooperación entre todos los trabajadores.	Comprensión del apoyo mutuo entre trabajadores y percepción del entorno laboral como ambiente de cooperación.
Condiciones laborales de los trabajadores	Riesgos laborales	Seguridad en el entorno laboral. Riesgos Psicosociales.	Revisión de las medidas de prevención de riesgos laborales y la percepción que se tienen de estos.
	Estabilidad laboral	Plazo de contrataciones. Sensación de seguridad en el empleo.	Existencia de beneficios en el trabajo tales como médicos, psicológicos y prestaciones. Así como una evaluación de la satisfacción laboral.

Políticas de bienestar laboral	Programas de salud y bienestar en la organización.	Políticas de prevención de riesgos laborales. Políticas de salud en el trabajo.	Número de casos de salud mental reportados en el entorno laboral y existencia de programas para su prevención.
Análisis psicológico y emocional de los trabajadores.	Asistencia psicológica a los trabajadores. Carga laboral en aspectos como estrés y desmotivación.	Intervenciones en el tratamiento de temas en psicología en el entorno laboral y el nivel de satisfacción de estos.	

Unidad de estudio

Se centra en los trabajadores y en la gerencia del entorno laboral de los restaurantes de Duitama. Esto incluye todo tipo de personal relacionado directa e indirectamente con los restaurantes para un análisis de la salud mental más detallado. Esta información se consultará en la base de datos de los afiliados a la Cámara de Comercio de Duitama.

Etapas del estudio

En primera instancia se evalúan y revisan las condiciones a las que están sometidos los trabajadores en su entorno laboral. El objetivo de esta etapa es evaluar las condiciones laborales en el aspecto físico y mental en el entorno de trabajo con el fin de identificar y recopilar información acerca de qué factores causan los problemas de salud mental.

Se evalúan políticas y bases existentes acerca de la salud mental y el bienestar en los entornos laborales. Esto proporciona una idea de cómo se desenvuelven esos espacios y si las políticas aplicadas están dando resultado o están agravando o, en otros casos, causando los problemas de salud mental en el entorno laboral.

Por último, se analizan contextos anteriores que afectaron el entorno laboral y pudieron haber incidido en las condiciones laborales de los trabajadores. Estos incluyen la implementación de normas más estrictas y falta de flexibilidad, alta complejidad en el desempeño de sus tareas y un aspecto crucial en el estudio de los restaurantes, como es la atención al público.

Discusiones preliminares

Se plantea la discusión acerca de si los problemas de salud mental se desarrollan como consecuencia directa del entorno laboral o si, por el contrario, provienen del propio trabajador y se manifiestan al verse expuesto a determinadas condiciones en su puesto de trabajo.

El sector de los restaurantes se caracteriza por sus altas jornadas laborales, manejo veloz del servicio y atención a múltiples clientes al mismo tiempo, además de las altas exigencias que estos imponen. Estas condiciones generan una carga significativa de estrés y fatiga, lo que abre la discusión sobre el nivel de capacitación y preparación que poseen los trabajadores para afrontar tales demandas sin afectar su salud mental. De igual manera, surge el interrogante acerca de si los restaurantes deberían asumir la responsabilidad de todo esto, implementando estrategias para el mejoramiento de dichas problemáticas.

Conclusión preliminar

La salud mental es un tema fundamental en el entorno de trabajo; al hacer su análisis en el contexto de los restaurantes de Duitama, este brinda posibilidades de aportar para mejorar el bienestar y calidad de vida de los trabajadores, asegurando además aspectos como la estabilidad laboral.

Referencia

Navarrete, C. (2023). Mental health and conditions of work environments: balance and proposals for progress in terms of the Law of the European Union. Revista del Ministerio de Trabajo y Economía Social, 156(1), 17–40. https://doi.org/10.55617/revmites.44

Correlación entre las experiencias de marca y valor de marca basado en el cliente de la marca Sushi Ten Bento, Puno – 2024

POR: Gianella Guadalupe Vilca Mamani

Universidad Nacional del Altiplano, Puno - Perú

Resumen

La presente investigación estudia la conexión que existe entre la experiencia de marca y el valor de marca de los clientes de la cadena de restaurantes Sushi Ten Bento de la ciudad de Puno – 2024. Aunque dicho restaurante es muy frecuentado por los turistas, tiene ciertas dificultades para conseguir posicionamiento en el mercado local. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo con un diseño correlacional, empleando un cuestionario como instrumento de recolección de datos aplicado a una muestra de 289 clientes. La correlación positiva fue muy fuerte (rho=0.806) y las experiencias sensoriales como el sabor o el ambiente fueron las que mostraron la correlación más alta; se concluye que mejorando estos aspectos se incrementa el valor percibido. Se recomienda desarrollar estrategias digitales que permitan fortalecer la fidelización y la captación de nuevos clientes en el mercado local.

Palabras clave:
Branding experiencial, experiencias de marca, turismo, valor de marca.

Introducción

La administración del valor de marca se ha consolidado como un componente estratégico central en la búsqueda del éxito, la supervivencia y el futuro de las organizaciones, especialmente en segmentos dinámicos y activos como el gastronómico. En este contexto, las experiencias que la marca procura a los clientes se han convertido en razones inexcusables para el desarrollo del valor percibido, porque van ligadas a las prácticas de fidelidad, a las del consumidor y al consumo preferido. Según Zeithaml (1988), el valor percibido será un elemento fundamental del valor de marca ya que va en la

dirección de la decisión de compra del consumidor, lo que implica la necesidad de trabajar bien en la administración de las experiencias que rodean a la marca.

El presente estudio tiene lugar en el contexto del marketing experiencial y el branding estratégico, y tiene como finalidad analizar el modo en el que estas dimensiones se evidencian en un mercado emergente con especificidades culturales. El caso analizado será el de Sushi Ten Bento, un restaurante situado en Puno que se ha diferenciado por su propuesta de experiencia gastronómica japonesa de forma auténtica. Si bien ha alcanzado el reconocimiento a nivel internacional mediante plataformas como TripAdvisor, su mayor reto es posicionarse en el mercado local: la percepción del precio, la historia de marca y la relación emocional con los consumidores.

Materiales y métodos

El estudio tuvo un alcance correlacional, ya que se buscó identificar la existencia y magnitud de la relación entre las dimensiones de ambas variables, sin establecer causalidades. Asimismo, el diseño fue no experimental y transversal, dado que los datos se recolectaron en un único momento del tiempo y sin manipulación de las variables por parte del investigador.

Variables e hipótesis

- **Variable 1:** Experiencia de marca

Dimensiones: Sensorial, afectiva, cognitiva, comportamental.

- **Variable 2:** Valor de marca basado en el cliente (CBBE)

Dimensiones: Conciencia de marca, calidad percibida, asociación de marca, lealtad de marca.

Hipótesis general

Existe una correlación positiva entre la experiencia de marca y el valor de marca basado en el cliente en el restaurante Sushi Ten Bento, Puno – 2024.

Hipótesis específicas

1. Existe una correlación positiva entre la experiencia sensorial y la conciencia de marca.
2. Existe una correlación positiva entre la experiencia afectiva y la calidad percibida.
3. Existe una correlación positiva entre la experiencia cognitiva y la asociación de marca.
4. Existe una correlación positiva entre la experiencia comportamental y la lealtad de marca.

Población – muestra

Se trabajó con una muestra no probabilística compuesta por 289 clientes del restaurante Sushi Ten Bento, quienes respondieron un cuestionario estructurado de 20 ítems diseñados con base en escalas validadas internacionalmente. Se aplicaron pruebas de confiabilidad (Alfa de Cronbach) y de normalidad (Kolmogorov-Smirnov), utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para el análisis estadístico, al comprobarse la no normalidad de los datos.

Resultados y discusión

Resultados – Etapa de recolección de datos: Los resultados obtenidos en esta etapa derivan del cumplimiento del objetivo general: determinar el grado de correlación entre la experiencia de marca y el valor de marca basado en el cliente en Sushi Ten Bento, Puno – 2024. Para ello, se aplicó un cuestionario estructurado a 289 clientes, y se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman.

El valor obtenido fue Rho = 0,806, indicando una correlación positiva considerable. Esto significa que cuanto más satisfactoria es la experiencia de marca vivida por los clientes, mayor es el valor que estos otorgan a la marca.

Resultados – Etapa de sistematización de datos: Se encontró una relación positiva media (Rho = 0,698) entre la experiencia sensorial y la conciencia de marca, cumpliendo así con el primer objetivo específico. Ello indica que aspectos como el sabor, aroma y ambiente del restaurante son determinantes para que los clientes reconozcan la marca. En cuanto al segundo objetivo, se encontró una relación positiva débil (Rho = 0,405) entre la experiencia afectiva y la calidad percibida. Esto puede atribuirse a una conexión emocional aún poco trabajada, lo cual representa una oportunidad de mejora en la narrativa de marca. El tercer objetivo específico reveló una correlación positiva media (Rho = 0,562) entre la experiencia cognitiva (intelectual) y la asociación con la marca.

Finalmente, el cuarto objetivo mostró una correlación positiva media (Rho = 0,546) entre la experiencia comportamental y la lealtad de marca, destacando el potencial de generar recomendaciones y retención de clientes a través de acciones vivenciales.

Discusión

Los resultados se alinean con investigaciones previas como las de Barboza-Seclén et al. (2022), quienes encontraron una correlación de Rho = 0,804 entre experiencia y valor de marca en el sector gastronómico, y Pina & Dias (2020), quienes resaltaron la influencia de las experiencias sensoriales y emocionales sobre el brand equity.

Asimismo, se confirma lo expuesto por Keller (2008) respecto al rol de las asociaciones y emociones como base para la diferenciación competitiva. El hallazgo de que la dimensión afectiva obtuvo la correlación más baja coincide con los planteamientos de Park (2022), quien señala que las experiencias sensoriales tienden a tener mayor impacto directo en la percepción de marca.

Conclusiones

- Se confirmó la existencia de una correlación positiva considerable (Rho = 0,806) entre la experiencia de marca y el valor de marca basado en el cliente, validando el modelo CBBE en un contexto emergente como el de Puno.
- Las experiencias sensoriales fueron las más valoradas, evidenciando que elementos como el sabor, ambiente y presentación impactan directamente en la conciencia y recuerdo de marca.
- La marca tiene potencial de fidelización si se refuerzan acciones de comunicación emocional, narrativas culturales y estrategias digitales de bajo costo, pero alto impacto.

Referencias

Barboza-Seclén, D., Ramírez-Aguilar, J., & Sánchez-Poma, M. (2022). Valor de marca y experiencia de marca en restaurantes gourmet. Revista Científica de Negocios Globales, 6(2), 45–57.

Keller, K. (2008). Strategic Brand Management (3rd ed.). Pearson Prentice Hall.

Park, J. (2022). Sensory brand experience and customer behavior: A meta-analytic review. Journal of Business Research, 146(1), 274–285. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.048

Pina, M., & Dias, J. (2020). The influence of sensory brand experience on brand equity: A study in the restaurant sector. Tourism & Management Studies, 16(1), 7–15. https://doi.org/10.18089/tms.2020.160101

Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing, 52(3), 2–22. https://doi.org/10.1177/002224298805200302

Emprendimiento innovador: Análisis bibliométrico en Scopus (2014-2024)

POR: Mg. Flor Marlen Ávila Guerrero

Docente, Administración Industrial

Resumen

El presente estudio se adentra en las investigaciones sobre emprendimiento innovador, utilizando para ello una bibliometría cualitativa y cuantitativa a partir de una revisión sistemática de estudios obtenidos de la base de datos Scopus desde el año 2014 hasta el 2024 con el diseño de un estudio longitudinal; se dan a conocer los trabajos más citados y se destacan los temas objeto de análisis. Los resultados del estudio han puesto de manifiesto que el emprendimiento innovador es diverso y cambiante, condicionado por factores individuales, contextuales e institucionales. Para fomentar la innovación son necesarias unas estrategias integrales donde se ofrezcan unos incentivos a la par que se mejora la formación; es por tanto que este trabajo hace una aportación significativa para entender la trayectoria y las principales perspectivas generales que se llevan a cabo por el emprendimiento innovador en esta última década.

Palabras clave:
Empresario, innovación, publicación científica.

Introducción

El emprendimiento se convertirá en un aspecto central del desarrollo de las diferentes regiones y, a su vez, del tejido empresarial que existe. Sin embargo, en un contexto cambiante, como en el actual, los procesos de transformación no solamente requieren la creación de nuevas unidades productivas, sino que también demandan el desarrollo de alternativas con componente de innovación que lleve a dar en el blanco de las nuevas y variadas posibilidades para la sobrevivencia en el contexto competitivo como es el actual. En este sentido, resulta fundamental reconocer la evolución del conocimiento científico sobre el emprendimiento y, en particular, considerar el (1988), el valor percibido será un elemento fundamental del valor de marca emprendimiento

innovador como una oportunidad relevante dentro de la producción académica y científica contemporánea.

Materiales y métodos

La investigación es de tipo documental. En este trabajo, se adopta una perspectiva cuantitativa porque se examina y se organiza la información científica disponible sobre emprendimiento innovador, usando indicadores de productividad, colaboración y temas. La investigación se considera descriptiva y exploratoria, ya que busca encontrar patrones de publicación, tendencias de la investigación, colaboraciones, fuentes y vacíos en la literatura académica (Donthu et al., 2021).

El análisis bibliométrico permite analizar la trayectoria de un campo del conocimiento desde el estudio de publicaciones, índice en bases de datos científicas (Zupic & Čater, 2015). Este método se considera adecuado para captar la trayectoria de la producción académica en emprendimiento innovador, patrones de producción, de colaboración internacional y evolución del contenido.

Resultados preliminares

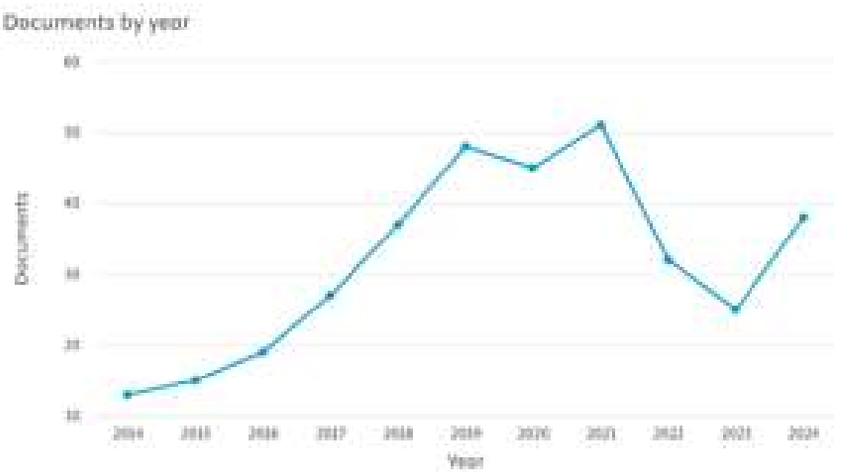
Primera etapa
Se definió una estrategia de búsqueda para acceder a la producción científica más relevante sobre emprendimiento innovador, considerando el intervalo temporal 2014-2024. La búsqueda se realizó en la base de datos Scopus, reconocida por su amplia cobertura y su alto nivel de calidad editorial. Después de hacer una revisión inicial, se identificaron los términos más comunes en la literatura relacionada y se creó una ecuación de búsqueda utilizando operadores booleanos y truncamientos. Esto se hizo para asegurar que se cubriera un amplio y coherente concepto. La formula implementada fue:

(TITLE-ABS-KEY ("innovati* entrepreneur*") OR TITLE-ABS-KEY ("entrepreneur* innovat*")) AND PUBYEAR > 2013 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish")) AND (LIMIT-TO (EXACTKEYWORD , "Innovative Entrepreneurship") OR LIMIT-TO (EXACTKEYWORD , "Entrepreneurship"))

Segunda etapa
El método de selección de documentos se estableció en cuatro fases consecutivas de acuerdo con las pautas del protocolo PRISMA; en primer lugar, se eliminaron los documentos duplicados, de manera que la base inicial de resultados pasó a ser una muestra trabajada para el análisis posterior; la segunda fase dio paso a la revisión de los títulos y resúmenes con el objetivo de excluir aquellos estudios que no se ocupaban del objeto de investigación (una publicación que hace referencia a la innovación o el emprendimiento en forma lateral).

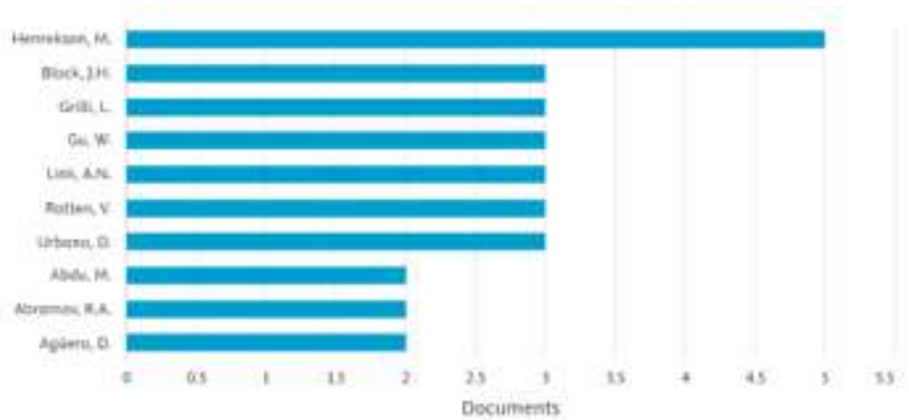
Del mismo modo, se realizó el procedimiento de inclusión y exclusión. Se incluyeron documentos en formato de publicación científica entre 2014 y 2024 que abordan el tema del emprendimiento innovador desde una perspectiva empírica, teórica o de revisión. La mayoría de estos documentos son internacionales. También se tomaron en cuenta las palabras clave "entrepreneurship" e "innovative entrepreneurship". Por otra parte, se excluyeron documentos que no se podían descargar desde bases de datos bibliográficas en formato texto completo, también artículos que hacían referencia en exclusiva a los procesos de innovación tecnológica sin relación con las dinámicas de emprendimiento. El análisis previo de los resultados en cuanto a publicaciones se visualiza a continuación:

Figura 1
Número de publicaciones por año



Nota. Base de datos Scopus (2025).
El comportamiento del número de publicaciones de artículos por año deja ver un despegue desde 2014 hasta el 2021, luego presenta un descenso entre 2022 y 2023, dejando ver un interés que crece a 2024.

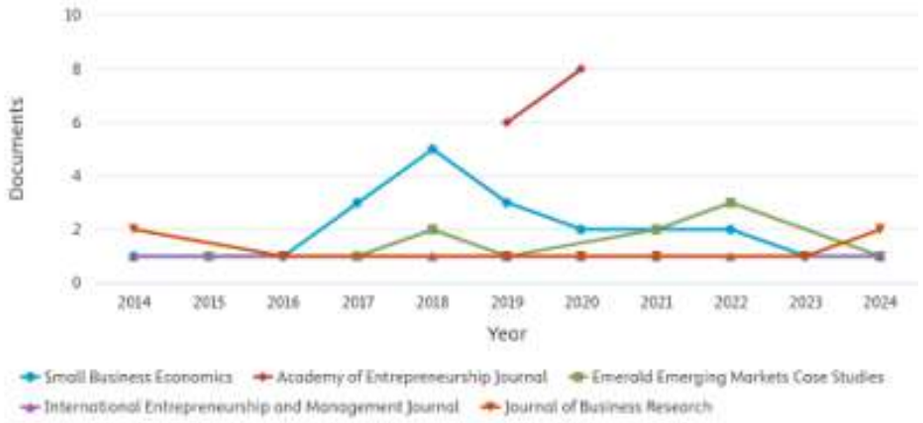
Figura 2
Número de documentos publicados por año



Nota. Base de datos Scopus (2025).

En cuanto a los autores que han publicado en esta revista, se encuentran principalmente Henrekson, Block, Grilli, Gu, Link, Ratten y Urbano, lo cual permite ver una oportunidad en cuanto a la identificación de sus contribuciones.

Figura 3
Revistas que más publican sobre emprendimiento innovador



Nota. Base de datos Scopus (2025).

Como se observa en la gráfica, existe una homogeneidad en la publicación por parte de las revistas Small Business Economics, Emerald Emerging Markets Case Studies e International Entrepreneurship and Management Journal. Sin embargo, la revista Academy of Entrepreneurship Journal tuvo un interés de publicar entre 2019 y 2020, pero después lo dejó de hacer. Con estos elementos iniciales, se cuentan con los insumos para continuar con la fase que refiere a la extracción y análisis de los artículos seleccionados, para lo cual se iniciará con aquellos que han sido más citados.

Discusión

Producto de la lectura preliminar para la selección de los diferentes artículos, se puede identificar que la panorámica investigativa internacional sobre el emprendimiento innovador no es un fenómeno homogéneo, sino que está profundamente influenciada por la interacción entre factores individuales, contextuales e institucionales.

Conclusiones

Algunos estudios subrayan el papel de factores externos (la inversión extranjera directa, entornos de desarrollo tecnológico y de instituciones) en el incremento del emprendimiento innovador, la necesidad de políticas que fomenten la transferencia de conocimiento, la protección de la propiedad intelectual y la creación de ecosistemas robustos para la innovación.

Referencias

Donthu, N., Kumar, S., Pattnaik, D., & Lim, W. (2021). A bibliometric retrospection of marketing from the lens of psychology: Trends and future research avenues. Psychology & Marketing, 38(1), 84-108. https://doi.org/10.1002/mar.21475

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. Organizational Research Methods, 18(3), 429-472. https://doi.org/10.1177/1094428114562629

Revisión sistemática sobre el impacto de las tecnologías emergentes (tecnologías 5.0) en la productividad, eficiencia y sostenibilidad empresarial en las empresas textiles

POR: **Johan David Acero Goyeneche**
Doris Amanda Diaz Rincón
Cesar Leonardo Guio Vargas

Administración Industrial

Resumen

La industria de la moda enfrenta grandes retos ambientales debido a su alto consumo de recursos. Este estudio cualitativo examina cómo las tecnologías 5.0, como la inteligencia artificial y el IoT, pueden mejorar la sostenibilidad y la eficiencia del sector. A través de casos de estudio y una revisión de la literatura, se identifican obstáculos como los altos costos y la falta de capacitación. A pesar de estos desafíos, las empresas están reconociendo el potencial transformador de estas tecnologías. En conclusión, una moda más sostenible requiere innovación, políticas públicas, formación y apoyo institucional, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Palabras clave:
Eficiencia, industria textil, productividad, tecnología.

Introducción

Dentro del ámbito de la sostenibilidad industrial y la gestión de tecnologías emergentes, la industria textil ocupa un rol estratégico debido a su impacto económico, social y ambiental. Este sector genera millones de empleos y es clave para muchas economías en desarrollo, pero enfrenta serios desafíos por su alto consumo de recursos, uso de sustancias contaminantes y elevadas emisionesde CO_2.

Se estima que el consumo global de textiles aumentará un 63 % hacia 2030, lo que agravará su impacto ambiental si no se transforman sus modelos productivos.

En este contexto, las tecnologías 5.0, como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas y los sistemas energéticos inteligentes, ofrecen soluciones para modernizar el sector, mejorar la productividad y reducir su huella ecológica. Sin embargo, su adopción aún es limitada y falta evidencia sobre su impacto real en eficiencia, sostenibilidad y desempeño.

Este estudio tiene como objetivo analizar cómo estas tecnologías pueden mejorar la eficiencia energética, la sostenibilidad ambiental y el desempeño económico de las empresas textiles, considerando barreras actuales y casos exitosos. Los principales beneficiarios serán empresas textiles, formuladores de políticas, investigadores y desarrolladores tecnológicos, con un impacto positivo indirecto en la sociedad al promover prácticas industriales más sostenibles y alineadas con los ODS.

Materiales y métodos

El enfoque de investigación es cualitativo. Según Taylor y Bogdán (1986), este método se centra en la producción de datos descriptivos; esto incluye palabras y discursos de las personas, expresados tanto de forma hablada como escrita, así como la observación de conductas. Además, tiene un alcance exploratorio, ya que Hernández-Sampieri et al. (2014) afirman que una investigación descriptiva "busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice" (p. 92). Su finalidad es documentar cómo es y se manifiesta un fenómeno en un contexto dado, lo cual resulta útil cuando el conocimiento sobre ese fenómeno es limitado o disperso.

Categorías de estudio

La Figura 1 resume las categorías de estudio partiendo de la investigación teórica llevada a cabo gracias a un proceso de revisión documental.

Figura 1
Categorías de estudio

Nota. Elaboración propia.

Población – Muestra unidad de estudio
La unidad de estudio está conformada por artículos científicos seleccionados según criterios de inclusión y exclusión. Se realizará una revisión sistemática de publicaciones en español e inglés (2015–2025) en sitios como Scopus, Web of Science, Google Académico y ScienceDirect sobre tecnologías emergentes y su impacto en la eficiencia, productividad y sostenibilidad del sector textil. La información se recolectará mediante una matriz de análisis documental.

Resultados y discusión
Resultados preliminares etapa uno: Se recopilaron y seleccionaron estudios científicos publicados entre 2015 y 2025, coincidiendo con la adopción de las tecnologías 5.0 en el sector textil. Se observan limitantes comunes, como la falta de inversión, la resistencia al cambio, la escasa capacitación o la baja digitalización, que minan la transformación tecnológica del sector.

Resultados esperados etapa dos: Se prevé que la adopción de tecnologías 5.0 revierta en mejoras significativas para los procesos de producción en el ámbito del sector textil. Las expectativas de impacto incluyen una propensión considerable a la baja del consumo energético, una mejora más eficiente en la gestión de los recursos que están a disposición, un refuerzo de la trazabilidad de los procesos y una disminución del coste operativo. Se espera que estos resultados sirvan para corroborar el potencial de las tecnologías 5.0 como catalizadoras para una producción más sostenible y viable económicamente hablando.

Resultados esperados etapa tres: Con la implantación de las tecnologías 5.0, se espera que la eficiencia operativa de las empresas se vea mejorada, el impacto en el medioambiente se reduzca y el grado de competitividad del sector textil aumente. Sin embargo, también se esperan dificultades como los elevados costes iniciales o la falta de infraestructura. Tomando como referencia casos de éxito de carácter internacional, se quieren plantear propuestas para lograr una transición tecnológica sostenible de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Discusión
Los datos preliminares de la primera etapa demuestran que, a pesar del creciente interés por abordar la transformación digital del sector de la moda, aún existen barreras de tipo estructural que obstaculizan la adopción productiva efectiva de las tecnologías 5.0. Entre ellas se encuentran la baja inversión propia en tecnología, la resistencia al cambio, la escasa formación del personal a cargo y la baja digitalización de los procesos. Lo que supedita la posibilidad de avanzar hacia una industria más inteligente y sostenible.

Con este escenario, se espera que la llegada de tecnologías 5.0 traiga mejoras claras, como un menor consumo de energía, una identificación más rápida de los recursos y costos operativos más bajos. Esas ventajas no solo dan respuesta a las necesidades económicas, sino que también colocan a las tecnologías en cuestión como herramientas propiciadoras de la sostenibilidad del sector.

Conclusión

El sector textil puede estar en la senda de las tecnologías 5.0 en una oportunidad estratégica para ser un sector más eficiente, sostenible y competitivo. Las barreras para la adopción de estas tecnologías son elevadas: falta de inversión, resistencia de las empresas al cambio e incluso escasa infraestructura tecnológica. El nivel de expectativas de estas tecnologías es elevado en términos de mejora de los procesos, del impacto ambiental de la industria textil y del rendimiento económico. Superar estos obstáculos al cambio tecnológico no solo necesitará de inversiones en tecnologías, sino que también requerirá de voluntad política, formación de talento y cooperación internacional. Las experiencias en otras partes del mundo son buenas referencias para la elaboración de una hoja de ruta que contemple una efectiva convergencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Referencias

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. del P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
Taylor, S., & Bogdan, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados. Paidós.

Primer summit de seguridad y salud para el sector eléctrico 14ª Encuentro Nacional y 18ª Departamental de Docentes del Sector Eléctrico

POR: **PhD. Javier David Paredes Daza**

Docente, Licenciatura en Tecnología

El 9 y 10 de octubre de 2025, en el Hotel El Lago de Paipa (Boyacá), se llevó a cabo el Primer Summit de Seguridad y Salud para el Sector Eléctrico, en el marco del 14ª Encuentro Nacional y 18ª Departamental de Docentes del Sector Eléctrico – EDSE. Este evento fue posible gracias a la colaboración entre la Empresa de Energía de Boyacá - EBSA y la Escuela de Educación Industrial, a través de su programa de Licenciatura en Tecnología de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC), Sede Duitama.

El encuentro tuvo como propósito generar un espacio de reflexión sobre la enseñanza de la electricidad, permitiendo a los actores involucrados en esta área compartir avances y experiencias para fortalecer el desempeño académico y mejorar las competencias de futuros técnicos, tecnólogos y profesionales.

Este evento académico constituye un hito significativo, al consolidar la trayectoria de los encuentros docentes y, al mismo tiempo, abrir un nuevo espacio de intercambio, reflexión y proyección en torno a la seguridad, la salud y la cultura preventiva en el sector eléctrico. En esta edición del Primer Summit de Seguridad y Salud para el Sector Eléctrico, se desarrolló una agenda académica amplia y actual, orientada a fortalecer la cultura preventiva, la innovación tecnológica y el bienestar integral de los trabajadores del sector eléctrico.

Durante las dos jornadas del evento, se abordaron temas estratégicos y de vanguardia que responden a los desafíos contemporáneos de la seguridad y la salud laboral. En el primer día, se analizó el comportamiento de la accidentalidad y la enfermedad laboral en el sector eléctrico, con un enfoque en el departamento de Boyacá, y se reflexionó sobre la seguridad psicológica y la gestión de contratistas, promoviendo entornos laborales auténticos, colaborativos y seguros; además, se exploraron las oportunidades de la innovación, la transformación digital y se reflexionó sobre cómo la inteligencia artificial está transformando los procesos de aprendizaje, aportando nuevas herramientas para la formación y actualización de los profesionales del sector.

El segundo día estuvo enfocado en la transición energética y los riesgos emergentes, con conferencias dedicadas a los riesgos laborales y energías alternativas, el riesgo biomecánico, y la vigilancia médica para trabajadores expuestos a estos peligros. También se trataron temas relacionados con la prevención de la enfermedad mental en el entorno laboral y el desarrollo sostenible y riesgos laborales.

De esta manera, el Primer Summit de Seguridad y Salud para el Sector Eléctrico 2025 se consolidó como un espacio de actualización, reflexión y cooperación, donde convergen las dimensiones técnica, humana y pedagógica, reafirmando el compromiso del sector eléctrico con la seguridad, la salud mental, la sostenibilidad y el bienestar integral de los trabajadores. En concordancia con lo anterior, a continuación, se dan a conocer el nombre de los conferencistas invitados y el título de las temáticas expuestas por ellos.

Conferencista	Título de la Conferencia
Dra. Luz Angela Húzgame Abella	Comportamiento de la accidentalidad y enfermedad laboral en el sector eléctrico (Enfoque departamento Boyacá) - FASECOLDA
Dr. Hernán Contreras Peña	Gestionando la seguridad psicológica: el poder de ser auténtico – Empresa de Energía de Boyacá S.A – E.S.P.
Ing. Richard Romero	Propuesta de Gestión de contratistas a través del RUC – Consejo Colombiano de Seguridad.
Ing. Luis David Forero Ropero	Innovación, transformación digital y seguridad – Empresa de Energía de Boyacá S.A – E.S.P.
Mg. Diego Gerardo Rojas Rojas	La reinvención del aprendizaje en la era de la Inteligencia Artificial – UPTC
Ing. Nicolás Castro	Riesgos laborales y energías alternativas - ENEL
Dr. Fernando Camelo Pérez	Actualidad y futuro del riesgo biomecánico - UPTC
Dra. Zaidy Luney Cruz Estupiñán	Prevención de la enfermedad mental en un entorno laboral – Empresa de Energía de Boyacá S.A – E.S.P.
Dra. Carolina María Dossman	Vigilancia médica para trabajadores expuestos a peligros biomecánicos - CELSIA
Dr. Mauricio López	Desarrollo sostenible y riesgos laborales - Pacto Global Colombia

Gracias al compromiso conjunto de la Empresa de Energía de Boyacá S.A. y del Programa de Licenciatura en Tecnología de la UPTC, Sede Duitama, el evento alcanzó un notable éxito. Bajo la coordinación del Dr. Eduin Yesid Mora Mendoza y el apoyo de su equipo de trabajo, se desarrolló una jornada de actualización técnica y académica que aportó significativamente al fortalecimiento de competencias y conocimientos en el sector eléctrico.

EDITORIAL 59

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
ACREDITACION INSTITUCIONAL INTERNACIONAL 2022 - 2027
ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL DE ALTA CALIDAD MULTICAMPUS
Resolución 023655 de 2021 MEN / 6 años

www.uptc.edu.co

RED@CTOR