



"RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA"



Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz



MEMORIAS XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN "RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA"

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

Rector

Ivaldo Torres Chávez

Vicerrectora Académica

Laura Patricia Villamizar Carrillo

Vicerrector de Investigaciones

Aldo Pardo García

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Luis Manuel Palomino Méndez

RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Nathalie Hernández Pérez

Gendler Alexander Jaimes Gauta

Marisol Maestre Delgado

Edwin Omar Jaimes

Farid Villalba

Diecisieteava edición, 2021

Universidad de Pamplona

www.unipamplona.edu.co

Km 1 Vía Bucaramanga Ciudad Universitaria

Pamplona - Norte de Santander

Teléfono: (57+7) 5685303

Código postal 543050

Diseño y Diagramación:

Nathalie Hernández Pérez

Nathalie.hernandez@unipamplona.edu.co

Todos los derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial

Por cualquier medio, sin permiso del editor.

ISSN Digital

“RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONOMICA”

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, en el XVIII Encuentro de Investigación titulado “Retos y Perspectivas de la reactivación económica” en el que se congrega la comunidad de las ciencias administrativas, económicas y contables, orienta las ponencias en las siguientes temáticas: Desarrollo Rural y Sostenible, Estructura Económica de la Frontera, Competitividad y Desarrollo Productivo, Cultura y Desarrollo Empresarial, Ciencias Contables, Costos, Finanzas y Tributaria y Legislación tributaria, comercial y laboral. Los trabajos presentados responden a publicaciones inéditas.

Comité Científico

Phd. Bernardo Nicolás Sánchez García
Phd. Carlos Andrés Gualdrón Guerrero
Phd. Javier Ivan Soledad Suescún
Phd. Javier Mauricio García Mogollón
Phd. Laura Teresa Tuta Ramírez
Phd. Luis Manuel Palomino Méndez
Phd. Mary Luz Ordoñez Santos
Phd. René Vargas Ortegón
Phd. Sergio Jiménez Ramírez
Phd. Edwin Omar Jaimes

Comité de apoyo académico- investigativo al eje temático:

- Mg. Marisol Maestre Delgado
- Mg. Gendler Alexander Jaimes Gauta
- Mg. Nathalie Hernández Pérez

MEMORIAS XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN "RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA"

Contenido

Ponencias

Técnicas de control financiero utilizadas por las sociedades de comercialización internacional de Cúcuta-Colombia.
Alexandra Vargas Staper
Jennifer Catherine Prieto Villamizar

Factores de exposición al riesgo financiero en los nuevos contextos de negocio del sector aduanero
Jennifer Catherine Prieto Villamiza
Alexandra Vargas Staper

Análisis del panorama de las tiendas de comercio minorista del barrio la Cumbre frente a la llegada de las hard discount
Campo Elías Quintero
Marisol Maestre Delgado

Poster

Diseño de plan exportador para la papa amarilla del municipio de Pamplona
Semillero de Investigación en Agroindustria – GICEE
Javier Becerra

Prácticas empresariales adoptadas por las mipymes ante la reactivación económica, en el marco de la pos pandemia
Esther Dayana Cárdenas Vega; Ludy Esperanza Carrillo Cañas y
Jorge Armando Portilla Luna.
Docente Agda Zuluaga Aldana.
Asignatura Gerencia de Mipymes

Construcción participativa de un nuevo modelo educativo para Norte de Santander con visión 2050 y la firma del pacto por la educación que lo adopte
Semillero de Desarrollo

Espíritu emprendedor en los estudiantes de la Universidad de Pamplona
Jennifer Tatiana Barrera Uribe; María Camila Miranda Rincón

¿Grado de conocimiento y capacidad operativa en la aplicación de la factura electrónica por parte del sector comercial en la zona céntrica de Pamplona?
José Javier Moncada Contreras; Laura Juliana Hincapié Pérez;
Jorfhan Aristides Mora Mora
Semillero SEYCON

Relación de los microempresarios de Cúcuta con las herramientas digitales. Un análisis entre la Generación X, Generación Millennials

MEMORIAS XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN "RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA"

Mayerly Geraldine Rueda Rangel; Angelis Yulieth Duarte León
Desarrollo Empresarial

Avance en la Determinación de los fundamentos de mercadeo en los cuales se han apoyado las MIPYMES en el Departamento de ARAUCA, ante la reactivación económica en el marco de la Pos pandemia
Karla Yibeth Sánchez Villamizar; Karol Juliana Carreño Ramírez;
Jorge Andrés Mafla Alvarado; Karen Milena Perdomo Romer; Karelyn;
Liliana Morrón Porras, Juan David Mantilla Posada, Yeison Fabian Acuña
Hernández, Jarid Jazdeiny Barón Forero
Fundamentos De Mercadeo

Análisis del Impacto social y tecnológico que tiene el núcleo de apoyo contable y fiscal NAF de la Universidad de Pamplona en su entorno, en época de pandemia
Jorphan Aristides Mora Mora; Karoll Viviana Báez Ríos; José Javier
Moncada Contreras
Semillero SEYCON

Obstáculos enfrentados por las mipymes de Cúcuta en la implementación de las herramientas digitales
Julián Alejandro Ferreira Montes; Cristian Andrés Cerón Abaunza
Semillero COHE

Perfil del empresario del sector bares en la ciudad de Pamplona. Un análisis desde la percepción del consumidor post pandemia.
Esther Dayana Cárdenas Vega, Julio Cesar Carrillo Velazco, Ludy Esperanza Carrillo Cañas, Glendy Natali Mogollón Parada, Jorge Armando Portilla Luna.
Docente Akever Karina Santafé Rojas.
Asignatura Investigación Cualitativa.

Impacto de la crisis económica por covid-19 en el proceso de recaudo fiscal del impuesto de industria y comercio en la secretaria de hacienda del municipio de Villa del Rosario.
Fabian Alberto Carrillo Llasso
Semillero en Gestión Contable

Análisis, descripción e identificación de las mipymes en la reactivación económica de la ciudad de Pamplona
Freddy Jovanny García Mantilla; Karol Michelle Parada Jaimes;
Margarita Rosa Ibarra Guarín; Nury Yesenia Torres Gomez; Pableth Santiadth Contreras Fernández; Silvia Juliana Medina Riaño; Luz Angela Moreno Cueva.
Fundamentos de Mercadeo

Ruta para la transformación digital en las mipymes de Cúcuta
Nenly Yuriani Mantilla Barrera; Jeismy Dayana García García
Desarrollo Empresarial

PONENCIAS

MEMORIAS XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

**XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN
“RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”**

Ponencias:

TÉCNICAS DE CONTROL FINANCIERO UTILIZADAS POR LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE CÚCUTA-COLOMBIA.

Docentes: Alexandra Vargas Staper

Jennifer Catherine Prieto Villamizar

Resumen:

En la actualidad, el intercambio de bienes y servicios como actividad económica realizada entre países y en distintos mercados por las Sociedades de Comercialización Internacional, se ve afectado por la evolución en la economía mundial siendo clave para su desenvolvimiento el uso de técnicas de control financiero en la gerencia de finanzas con el fin único de lograr sus objetivos comprobar y garantizar que están siguiendo los planes para el negocio y así lograr la permanencia y sostenibilidad en el tiempo. Dicho esto, el propósito de esta investigación es analizar las técnicas de control financiero como herramienta gerencial para las sociedades de comercialización internacional de Cúcuta-Colombia. En este sentido, se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo en la modalidad de una investigación descriptiva, diseño de campo, por medio de la aplicación de una encuesta, mediante un cuestionario que sirve de instrumento, para la recolección de información; aplicada a la población en estudio conformada por diecinueve (19) Sociedades de Comercialización Internacional. Concluyendo que las empresas de comercialización en estudio no aplican todos los mecanismos de control financiero en su gestión administrativa.



Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

TÉCNICAS DE CONTROL FINANCIERO UTILIZADAS POR LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE CÚCUTA-COLOMBIA.

Alexandra Vargas Staper- Investigadora Principal
Jennifer Catherine Prieto Villamizar-Coinvestigadora

TÉCNICAS DE CONTROL FINANCIERO COMO HERRAMIENTA GERENCIAL EN LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE CUCUTA-COLOMBIA.



Objetivo general

Analizar las técnicas de control financiero como herramienta gerencial para las sociedades de comercialización internacional de Cúcuta-Colombia.

Palabras clave: Técnicas de Control Financiero, Herramienta Gerencial, Sociedades de Comercialización internacional.





Tienen por objeto social principal la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas.

- ✓ Antecedentes de la investigación
- ✓ Bases Teóricas



ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN



- **Lu, Xiaona**
- *Diagnóstico del comercio bilateral entre Colombia y China comprendida entre el periodo 2001 – 2016*
- **Barbosa Restrepo, María Fernanda**
- *¿países hermanos? la relación bilateral entre Colombia y Venezuela en medio de los cierres fronterizos: 2005-2015.*
- **Lina Paola Vásquez Avila**
- *Impacto de las herramientas gerenciales frente a la toma decisiones en el sector hotelero, de la ciudad de Villavicencio.*
- **Restrepo, Vanegas, Portocarrero y Camacho**
- *Una Aproximación Financiera Al Potencial Exportador De Las Comercializadoras Internacionales De Confecciones Mediante Un Dupont Estocástico.*
- **Joan María Amat Salas**
- *Del dominio del control financiero a una perspectiva cualitativa del control de gestión. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, XXIV (1), 5-11*



Técnicas de Control Financiero

Según lo refiere OBS Business School (2019). Tendencias & Innovación: El control financiero es un elemento relativo a la sostenibilidad de las empresas que se puede llevar a cabo de diferentes maneras.



OBJETIVOS DE LAS TÉCNICAS DE CONTROL FINANCIERO



- 1. Comprobar que todo va en la línea correcta.

- 2. Detectar errores o áreas de mejora.



- 3. Actuar sobre las áreas que lo precisan.



TÉCNICAS BÁSICAS PARA EL CONTROL FINANCIERO



2. Análisis Financiero



3. Auditorias



1. Presupuesto



Herramienta Gerencial

- Son un grupo de técnicas modernas que les permite a los gerentes tomar decisiones cruciales y oportunas



- Alternativas de toma de decisiones dentro de las organizaciones.



- Son generadores y optimización de los recursos, generar valor agregado según las condiciones del entorno.



- **Decreto 390 de 2016**

El que contiene la nueva regulación aduanera, expedido por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público de la Republica de Colombia.

- **Decreto 1451 de 2017(septiembre 04).**

Por el cual se establecen requisitos y condiciones para la autorización de Sociedades de Comercialización Internacional que comercialicen bienes de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

- **Decreto 349 de 2018.**

Por el cual se modifican los Decretos 2685 de 1999 y 390 de 2016 y se dictan otras disposiciones.



MARCO METODOLÓGICO



Diseño y Tipo de la Investigación

Investigación no experimental, de carácter descriptivo.



Población

Conformada por diecinueve (19) Sociedades de Comercialización Internacional



Muestra

Gerentes o directores administrativos de las SCI objeto de estudio

Encuesta

Cuestionario con alternativas de respuesta sí, no a veces, aplicada a la población en estudio conformada por diecinueve (19) SCI.



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



Técnicas de Control Financiero





Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

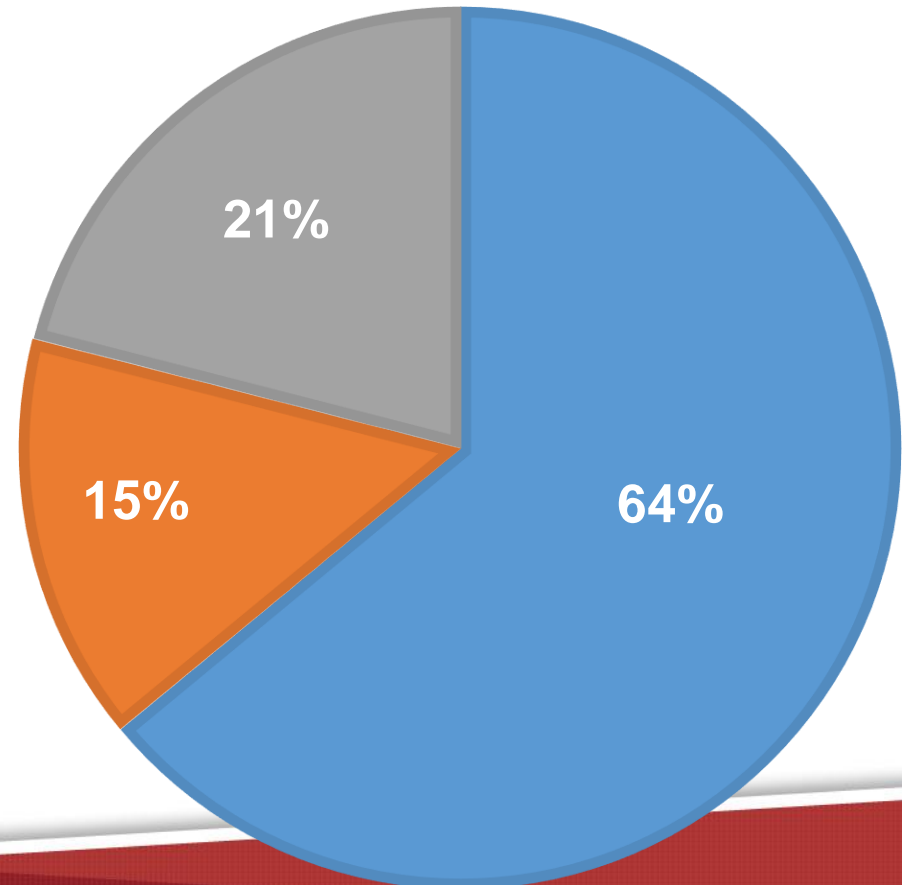
ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



INDICADOR: PRESUPUESTO

■ Si ■ No ■ A veces



Cuadro 4
Distribución de frecuencias correspondiente a la dimensión: Técnicas de Control Financiero. Indicador: Presupuesto

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
1	¿Cuenta con un manual de políticas y procedimientos contables para la elaboración y presentación de sus estados financieros?	14	74	5	26	0	0
2	¿En su gestión administrativa tiene actividades que le permiten controlar las operaciones financieras?	15	79	1	5	3	16
3	¿Esto le permite realizar el presupuesto anual, con proyecciones financieras donde se visualicen ingresos, costos y gastos en diferentes contextos y escenarios?	13	68	1	5	5	26
4	¿Le permite detectar desviaciones en los aspectos financieros?	13	68	2	11	4	21
5	¿Utiliza cuadros de ejecución presupuestal en el cumplimiento del presupuesto y sus desviaciones?	6	32	5	26	8	42
Promedio (x)		64		15		21	

n= 19

Nota. Estimaciones propias sobre los datos del estudio de campo



Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!
INDICADOR: ANÁLISIS FINANCIERO



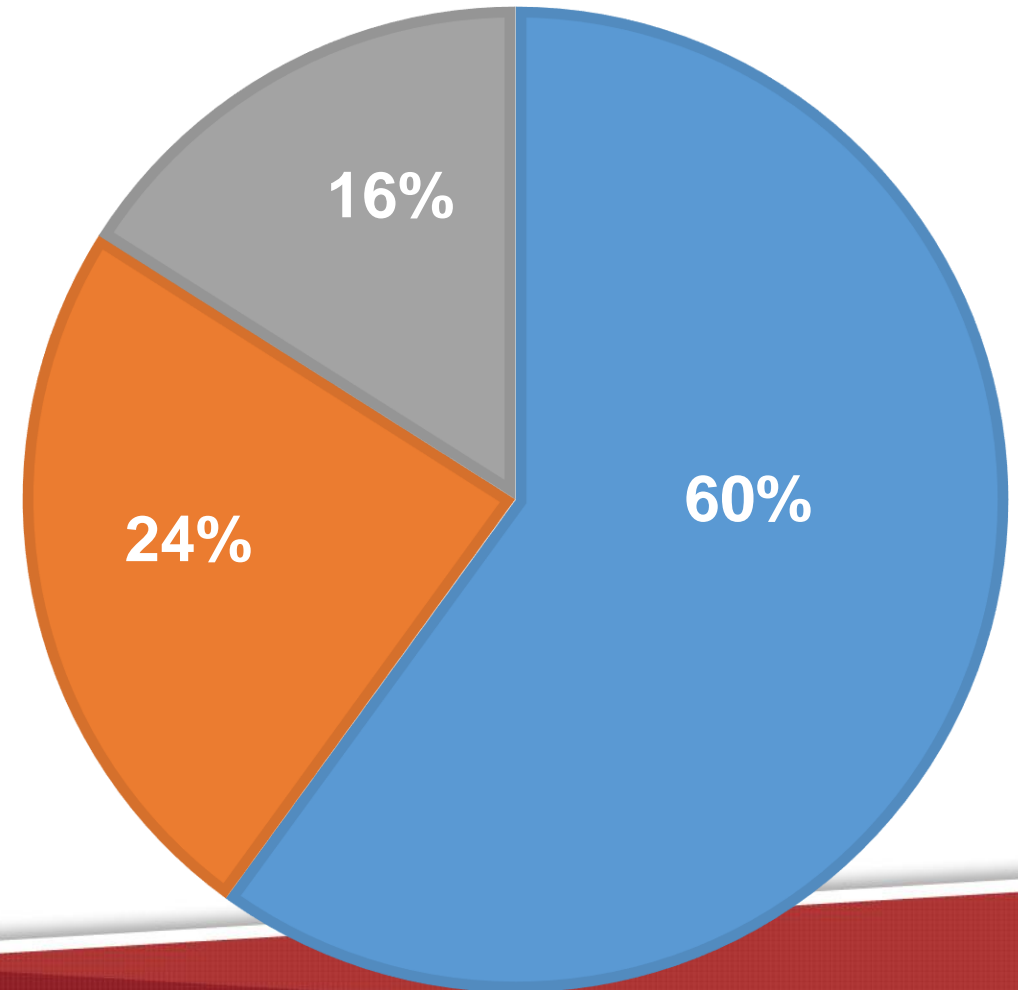
■ Si ■ No ■ A veces

Cuadro 5
Distribución de frecuencias correspondiente a la dimensión: Técnicas de Control Financiero. Indicador: Análisis Financiero

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
6	¿Analiza la información financiera considerando los indicadores financieros?	15	79	3	16	1	5
7	¿Mide la capacidad que posee la sociedad de comercialización para pagar sus obligaciones a corto plazo?	15	79	1	5	3	16
8	¿Aplica indicadores, con los que miden la eficiencia de utilizar sus activos considerando la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos?	5	26	10	53	4	21
9	¿Prepara indicadores para medir la efectividad de la administración de la empresa en el control de los costos y gastos para convertir las ventas en utilidades?	6	32	11	58	2	11
10	¿Identifica en qué grado participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa?	14	74	2	11	3	16
11	¿Identifica en que forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa?	12	63	2	11	5	26
12	¿Establece la conveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa?	13	68	4	21	2	11
13	¿Garantiza que la información financiera sea preparada sobre bases uniformes para permitir la comparabilidad de estos?	12	63	3	16	4	21
	Promedio (x)		60		24		16

n= 19

Nota. Estimaciones propias sobre los datos del estudio de campo





Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



INDICADOR: AUDITORÍAS

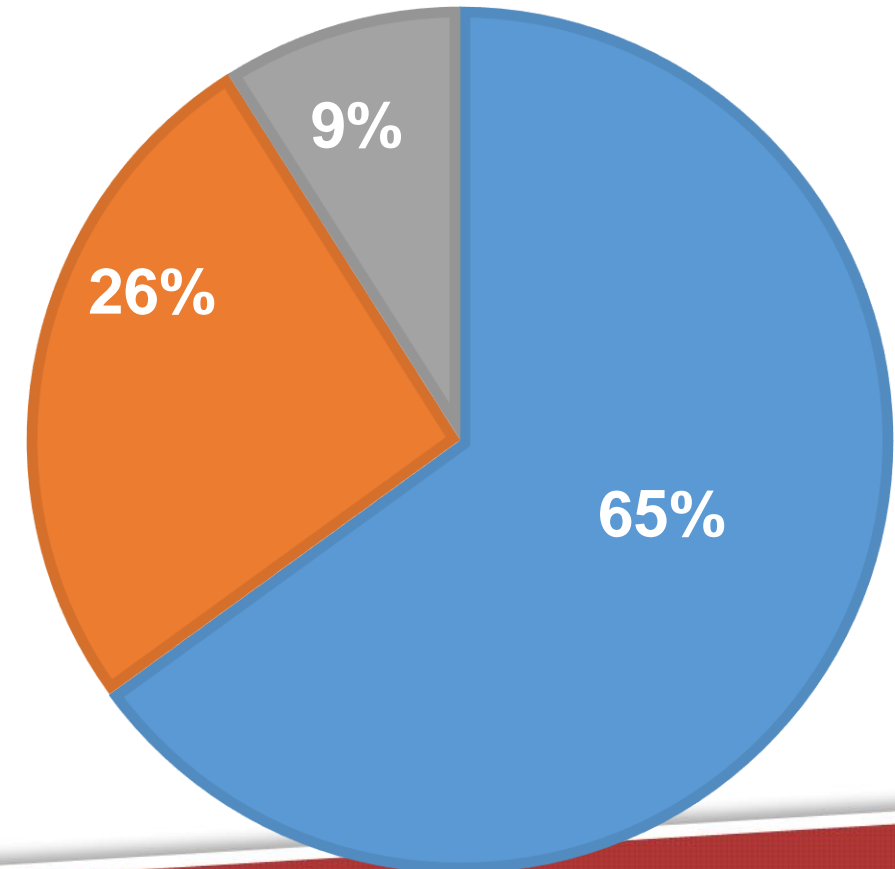
Cuadro 6
Distribución de frecuencias correspondiente a la dimensión: Técnicas de Control Financiero. Indicador: Auditorías

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
14	¿En sus procesos contemplan auditorías internas?	6	32	8	42	5	26
15	¿La operatividad de los procesos vinculados al control financiero están sujetos a la normatividad vigente y aplicable?	13	68	4	21	2	11
16	¿Cuentan con los niveles de preparación, autorización, control para la ejecución de los procesos financieros?	15	79	2	11	2	11
17	¿La información contenida en los registros contables y otra fuente de datos contables constituyen una base fiable y suficiente para la presentación de estados financieros?	16	84	2	11	1	5
18	¿Existe un procedimiento documentado para el control de los registros financieros?	15	79	4	21		0
19	¿Aseguran que los estados financieros generen la información financiera de todas las transacciones, fundamentados en el marco normativo de información financiera aplicable a la empresa?	15	79	4	21		0
20	¿Existen procesos financieros definidos para realizar el seguimiento, medición, análisis y mejora?	7	37	10	53	2	11
	Promedio (x)		65		26		9

n= 19

Nota. Estimaciones propias sobre los datos del estudio de campo

■ Si ■ No ■ A veces





Herramienta Gerencial





Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

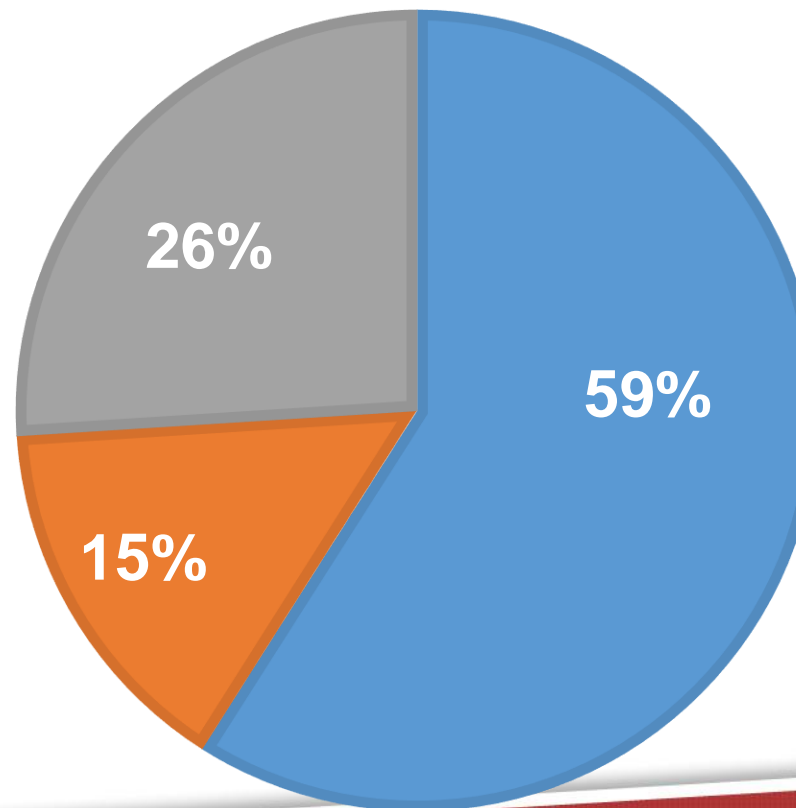
ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



INDICADOR: BALANCE GENERAL

■ Si ■ No ■ A veces



Cuadro 7
Distribución de frecuencias correspondiente a la dimensión: Herramienta Gerencial. Indicador: Balance General

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
21	¿Utiliza información financiera para la toma de decisiones en el control gerencial relacionado con sus finanzas?	13	68	0	6	32	
22	¿Preparan los estados financieros conforme al marco técnico normativo vigente acuerdo con el grupo que conforma?	14	74	4	21	5	
23	¿Esta información le permite determinar el punto de equilibrio operativo y financiero del negocio?	14	74	3	16	11	
24	¿Utilizan herramientas financieras de apoyo para identificar las principales debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas de la organización?	4	21	4	21	11	58
	Promedio (x)		59		15		26

n= 19

Nota. Estimaciones propias sobre los datos del estudio de campo



Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!

INDICADOR: ESTADO DE RESULTADOS



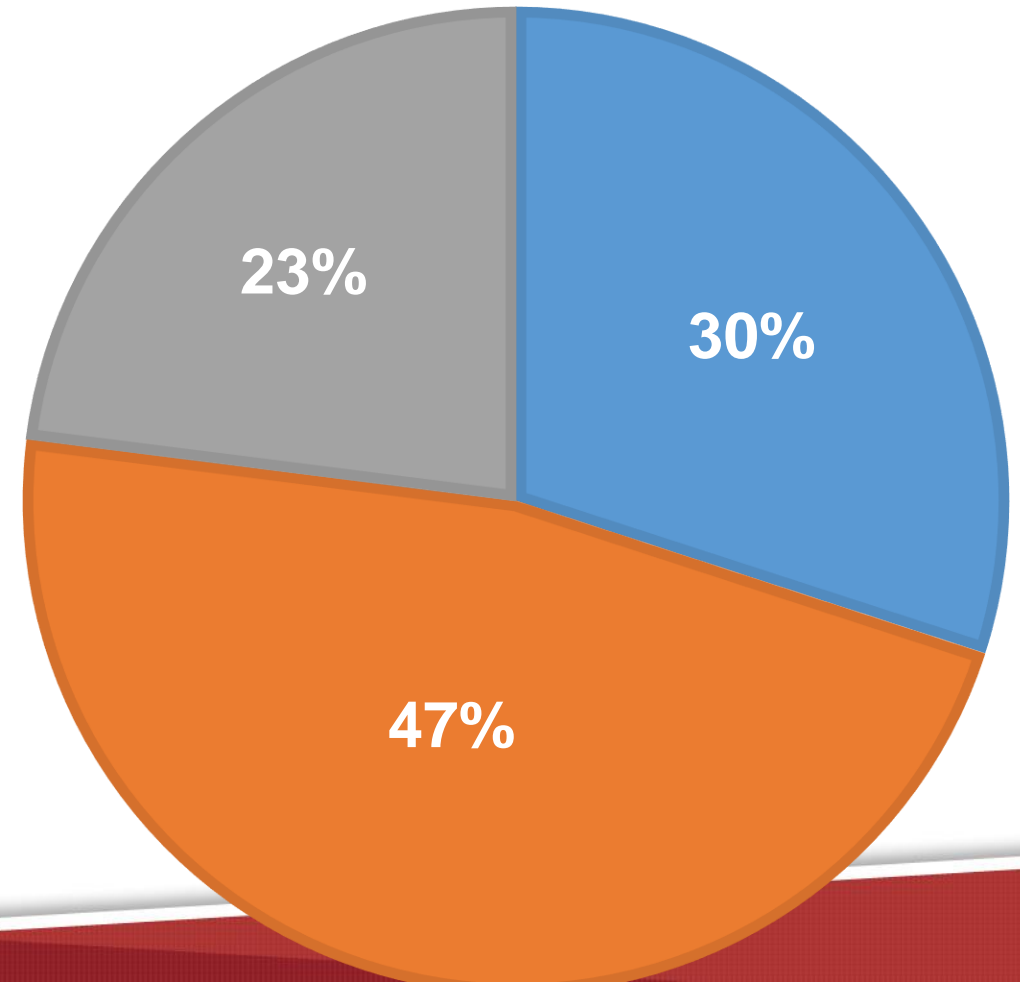
Cuadro 8
Distribución de frecuencias correspondiente a la dimensión: Herramienta Gerencial. Indicador: Estado de Resultados

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
25	¿Documentan estas debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas como soporte de control financiero en la empresa?	5	26	10	53	4	21
26	¿Utilizan esquemas para construir estrategias de operación financiera con base a la capacidad organizacional relacionada con clientes?	5	26	9	47	5	26
27	¿Analizan la información referida al valor estratégico sobre la industria relacionada con los competidores mediante un sistema de innovación?	6	32	9	47	4	21
28	¿Utilizan sistemas en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la producción, comercialización y uso de tecnología?	10	53	6	32	3	16
29	¿Utilizan planes estratégicos para realizar observaciones y exploraciones del entorno?	3	16	11	58	5	26
30	¿Con ello realizan mapeos para el seguimiento y monitoreo de tendencias futuras?	5	26	10	53	4	21
31	¿Ello le permite aplicar en la Sociedad de comercialización Internacional técnicas de control financiero como soporte a la gerencia?	6	32	7	37	6	32
Promedio (x)		30		47		23	

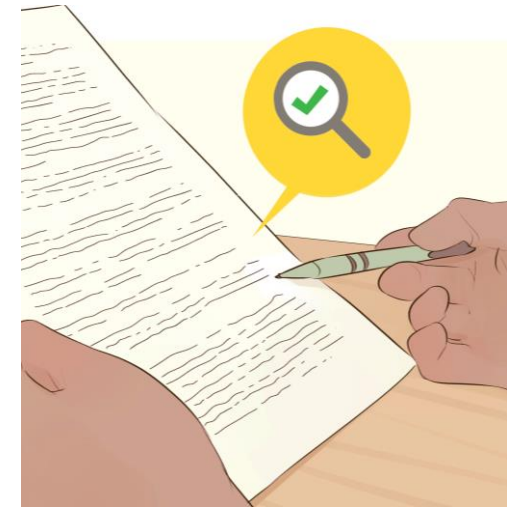
n= 19

Nota. Estimaciones propias sobre los datos del estudio de campo

■ Si ■ No ■ A veces



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Se infiere que parte de este tipo de empresas no contempla auditorías en el estudio y análisis de los resultados reales de su empresa en un porcentaje elevado y otras solo a veces.



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Estas empresas en un gran porcentaje no aplican el control financiero como una de las principales herramientas para la toma de decisiones.



RECOMENDACIONES



1. Divulgar los resultados a los responsables.



2. Utilizar las técnicas de control financiero.

3. Crear de acuerdo con sus necesidades de la empresa un formato que le permita realizar un análisis y medición de la ejecución del presupuesto de las SCI en el periodo contable.



4. Aplicar el análisis financiero utilizando los indicadores financieros .



5. Aplicar controles mediante las técnicas de control financiero.





ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!

Formando líderes para la **construcción**
de un nuevo **país en paz**

Ponencias:

FACTORES DE EXPOSICIÓN AL RIESGO FINANCIERO EN LOS NUEVOS CONTEXTOS DE NEGOCIO DEL SECTOR ADUANERO

Docentes: Jennifer Catherine Prieto Villamiza
Alexandra Vargas Staper

Resumen:

El propósito de esta investigación es realizar un diagnóstico de los factores de exposición al riesgo financiero en los nuevos contextos de negocio del sector aduanero. En este orden el enfoque es cuantitativo en la modalidad de una investigación tipo de campo de nivel descriptivo con un diseño no experimental, puesto que se desarrolló con fuentes primarias procesadas por medio de la aplicación de una encuesta, mediante un cuestionario con alternativas de respuesta sí, no a veces, que sirve de instrumento, para la recolección de información; aplicada a la población en estudio conformada por agencias de aduanas que ejercen como principales o extensiones en la ciudad de Cúcuta, concluyendo que para mantener la liquidez las agencias es necesario plantearse escenarios de estrés de covid-19, por lo que se deduce que en cuanto riesgo de liquidez y visión inmediata de las posiciones de liquidez en tiempo real las agencias de aduana no están preparadas para el nuevo contexto de negocio, porque si no evalúan los escenarios existentes no podrán adoptar la nueva realidad y asegurar que puedan ser adaptables.

Palabras clave: Nuevos contexto de negocio, Riesgo financiero, sector aduanero



Formando líderes para la construcción
de un nuevo país en paz

ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN

“RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

**FACTORES DE EXPOSICIÓN AL RIESGO FINANCIERO EN LOS NUEVOS
CONTEXTOS DE NEGOCIO DEL SECTOR ADUANERO**

Jennifer Catherine Prieto Villamizar Investigador principal

Alexandra Vargas Staper Co-investigador

2021

La gestión de riesgo comprende el conjunto de elementos de control y sus interrelaciones, para que la organización evalúe e intervenga en aquellos factores tanto internos es decir el recurso humano, los procesos internos la tecnología, infraestructura, entre otros, como externos que están presentes en las condiciones bien sea del mercado, políticas, sociales y contingencias que puedan afectar de manera positiva o negativa el logro de sus objetivos organizacionales.

Uno de estos riesgos, con una alta visibilidad y a los que se ven enfrentadas las organizaciones son los que tienen que ver con las finanzas en el cual se deben analizar aspectos fundamentales del mercado, la liquidez, el crédito y la operabilidad, todo ello relacionado, con la revisión constante para tenerlos claros y gestionarlos con el fin de contrarrestarlos, minimizándolos o eliminándolos de manera que puedan seguir manteniendo la operatividad y niveles de calidad de los servicios ofrecidos.

FACTORES DE EXPOSICIÓN AL RIESGO FINANCIERO EN LOS NUEVOS CONTEXTOS DE NEGOCIO DEL SECTOR ADUANERO



Objetivo general : Diagnóstico de los factores de exposición al riesgo financiero en los nuevos contextos de negocio del sector aduanero

Palabras clave: Nuevos contexto de negocio, Riesgo financiero, sector aduanero



FACTORES DE EXPOSICIÓN AL RIESGO FINANCIERO EN LOS NUEVOS CONTEXTOS DE NEGOCIO DEL SECTOR ADUANERO



Gestión del riesgo

Paso Aduanero

Posibilidad de ocurrencia de eventos que tengan consecuencias financieras negativas

Nuevos contextos en los negocios están rodeados de incertidumbre

Considerar variables y factores tanto interno como externos

Mercados financieros

Gestión de riesgo bajo la perspectiva financiera

Variaciones negativas en los eventos económicos

Mercado, liquidez, de crédito

Acciones para que los agentes económicos cuenten con suficiente liquidez

Gestionar adecuadamente el riesgo en sus operaciones

La adopción de medidas que garanticen la disponibilidad de colaboradores o terceros



FACTORES DE EXPOSICIÓN AL RIESGO FINANCIERO EN LOS NUEVOS CONTEXTOS DE NEGOCIO DEL SECTOR ADUANERO



Múltiples riesgos que amenazan la estabilidad financiera

Niveles de deuda elevados, no solo plantean riesgos financieros para las organizaciones en sí mismas.



Orden económico se afianza como resultado de los convenios y los Tratados de Libre Comercio

DECRETO 2883 DEL 6 DE AGOSTO DE 2008

CAPÍTULO 1 "AGENCIAS ADUANERAS"

Personas jurídicas autorizadas por la DIAN



Agencias de Aduana



Personas jurídicas autorizadas por la DIAN para ejercer el agenciamiento aduanero, actividad auxiliar de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio.

Decreto 390 de 2016 de la Regulación Aduanera





**Sereno
(2017)**

Gestión empresarial y su relación con el riesgo financiero percibido en las Pymes de la región Citrícola y la zona metropolitana de Monterrey.



**Bautista
(2019)**

Riesgos financieros en la gestión de operaciones para la sostenibilidad económica en las empresas del sector de telecomunicaciones



**Hernandez y
Giraldo
(2016)**

Análisis del riesgo financiero en las empresas: aplicación empírica de la ciudad de Medellín



**Murillo
(2017)**

Regulación aduanera en Colombia tras el decreto 390 de 2016 y su impacto en la competitividad del comercio internacional



Olasagasti (2015), la única forma de evitar, por completo, el riesgo es que no exista, la necesidad de administrarlo es tácita, primero se identifican todos los factores que pueden ocasionar la obtención de rendimientos distintos a los esperados.

López (2013), el grado de exposición al riesgo se mide de manera cuantitativa considerando los factores internos y externos, en caso de que un evento impacte apenas en un área específica de la compañía, el efecto potencial se puede estimar multiplicando la probabilidad de que suceda el riesgo por el cálculo aproximado de pérdida financiera

Doldán (2009). Los factores de riesgo tanto interno como externo, en el que se desenvuelven las organizaciones, deben ser continuamente evaluados con el objetivo de identificar tendencias y acontecimientos relevantes que señalan la necesidad de introducir modificaciones importantes en los procesos, las estrategias de la empresa y en los objetivos planteados



Proceso dinámico que asocia el conjunto de pasos secuenciales lógicos y sistemáticos

Factores de riesgo

Factores de Riesgo Internos

Factores de Riesgo Externo

Grados de exposición de riesgo





26-05-2004



Norma Técnica Colombiana 5254

Se aplica independiente de la industria o el negocio que desee emplearla



Ley 1609 de 2013

Suple las actuales necesidades del contexto aduanero en Colombia, específicamente en el artículo 3



Decreto 390 de 2016

Da cumplimiento a lo contemplado en los principios que aparecen en la Ley Marco de Aduanas



Paradigma y Enfoque de la Investigación

Positivista, enfoque Cuantitativo

Diseño de la Investigación

Diseño no experimental

Tipo de la Investigación

De campo de carácter descriptivo,
complementada con revisión documental

Población y Muestra

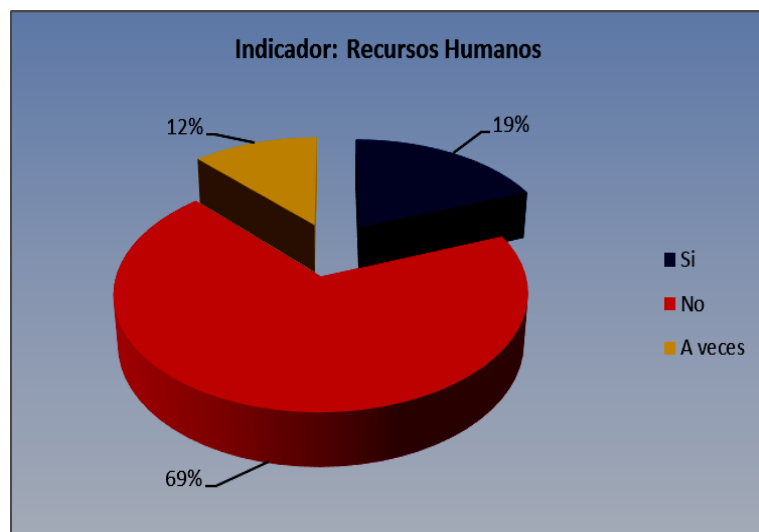
Conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación y que generalmente suele ser inaccesible

Resultados

Factores Internos y Externos. Indicador: Recursos humanos



Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
1	En su agencia de aduana, existe un área o gerencia para la gestión del riesgo.	3	23	10	77	0	0
2	Considera usted, que las pérdidas financieras su agencia están asociadas con los errores del recurso humano.	2	15	8	62	3	23
3	El personal que labora en su agencia oculta o se apropia de información sensible de la empresa.	0	0	13	100	0	0
4	Por error del recurso humano, se establecen mal los contratos de prestación del servicio ofrecidos por su agencia.	5	38	5	38	3	23
Promedio (x)		19		69		12	

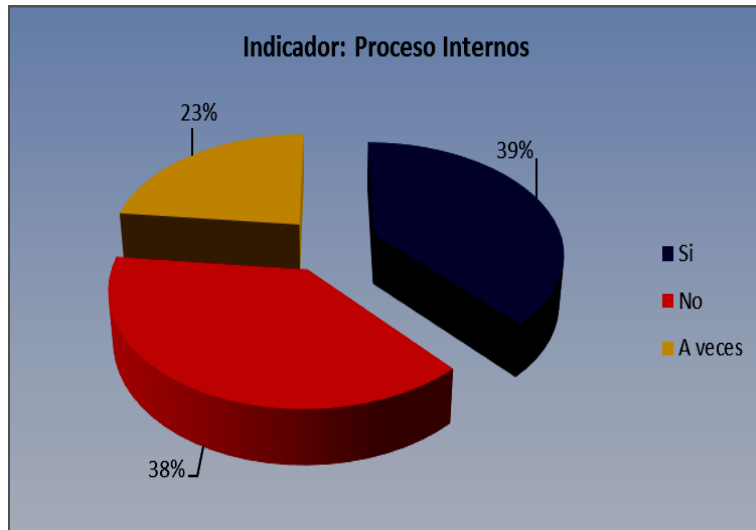


Las pérdidas financieras no están asociadas con los errores del recurso humano inexistencia de una área o gerencia para la gestión del riesgo.



Factores Internos y Externos. Indicador: Procesos Internos

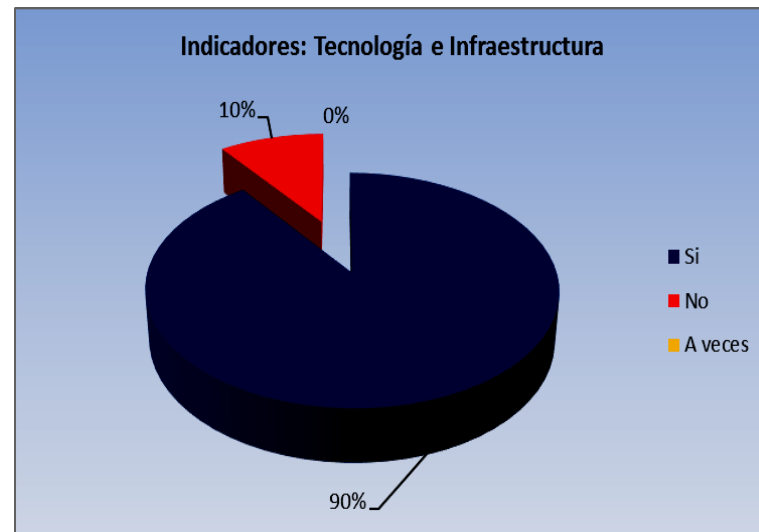
Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
5	Su agencia, presentan errores en el cálculo de los recursos necesarios para las operaciones, lo que conlleva a incumplir los plazos.	2	15	5	38	6	46
6	Existe en su agencia debilidades en los procesos que generen suspensión de los servicios ofrecidos.	0	0	10	77	3	23
7	Su agencia realiza documentación de los procesos para cumplir con los servicios que ofrece.	13	100	0	0	0	0
Promedio (x)		38		38		23	



Debilidad en los procesos que generan suspensión de los servicios ofrecidos por incumplimiento de plazos, aun cuando realizan documentación de los procesos

Factores Internos y Externos. Indicador: Tecnología e infraestructura

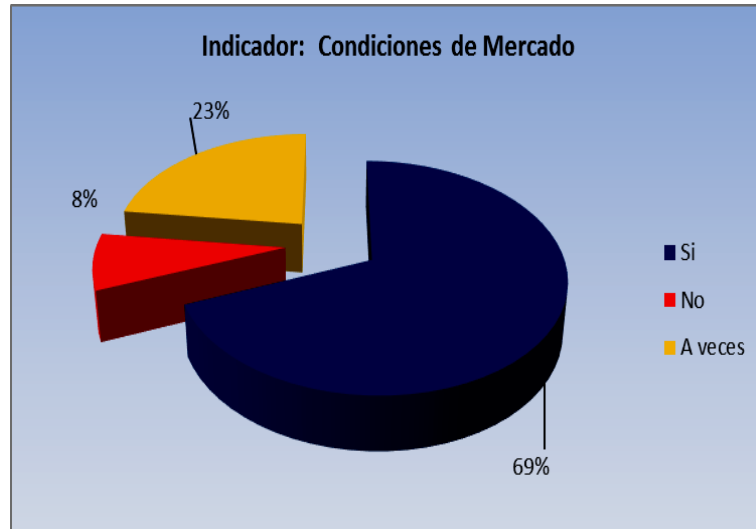
Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
8	En su agencia, se presentan fallas o suspensión de las operaciones de los servicios que realiza por causa de los sistemas de tecnología.	9	69	0	0	4	31
9	En su agencias, ocurren pérdidas financieras debido al uso de tecnologías inadecuadas	13	100	0	0	0	0



Se presentan fallas o suspensión de las operaciones de los servicios, lo que acarrea en pérdidas financieras; sin embargo, es importante señalar que las agencias de aduana en estudio cuentan con infraestructura adecuada para atender mayores volúmenes de solicitudes

Factores Internos y Externos. Indicador: Proceso Internos

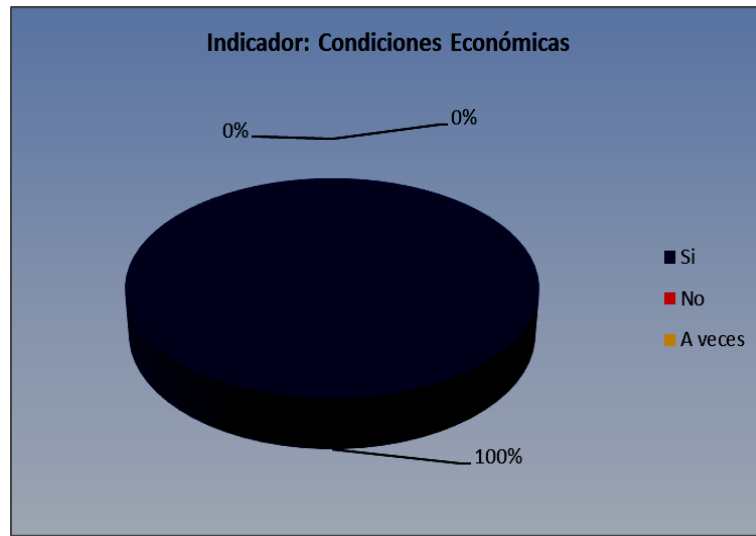
Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
11	Debido a las actuales circunstancias, su agencia, ha incumplido con los contratos de compra y venta internacional	10	77	0	0	3	23
12	En su agencia, ha notado variaciones en cuanto a tendencias de consumo por aumento de aranceles.	8	62	2	15	3	23
Promedio (x)		69		8		23	



Las condiciones actuales del mercado que afectan el desenvolvimiento de la empresa, escapan en cuanto a su causa y origen, tienen que ver con aquellos que son ajenos al control de la empresa y que afectan directamente en el desarrollo de sus actividades

Factores Internos y Externos. Indicador: Condiciones Económicas

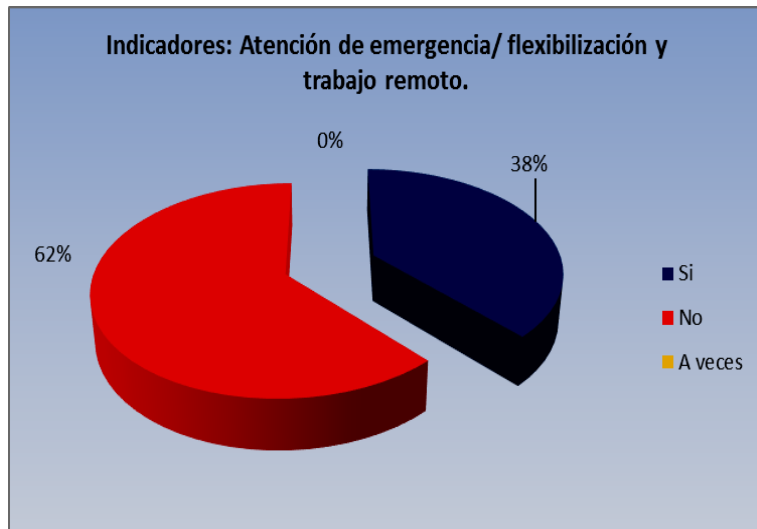
Nro	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
13	Considera que existe sobrecostos en el transporte internacional producto de la devaluación del peso frente al dólar.	13	100	0	0	0	0
14	El incremento de los costos en operaciones afectan las exportaciones realizadas porque no compensan los reintegros.	13	100	0	0	0	0
Promedio (x)		100		0		0	



Existe sobrecostos en el transporte internacional producto de la devaluación del peso frente al dólar por tanto se incrementan de los costos en operaciones lo que afecta las exportaciones realizadas porque no compensan los reintegros

Factores Internos y Externos. Indicador: Flexibilización y trabajo remoto

Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
29	Su agencia, ha emprendido acciones como la creación de un comité de atención de emergencias para gestionar adecuadamente el riesgo.	5	38	8	62	0	0
30	Su agencia, posee herramientas para implementar el trabajo remoto considerando los riesgos asociados a los que pueda estar expuesta.	7	54	6	46	0	0
31	Su modelo de negocio le permite establecer políticas de flexibilidad en cuanto a trabajo remoto.	3	23	10	77	0	0
Promedio (x)		38		62		0	

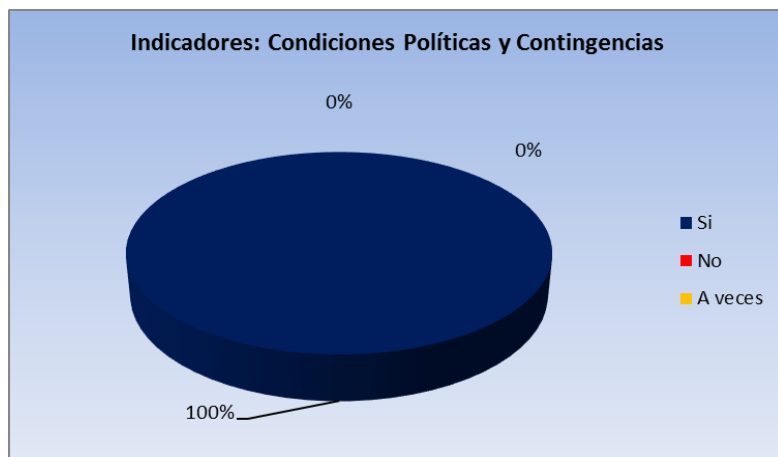


Para que las agencias de aduana puedan gestionar adecuadamente el riesgo en sus actividades, deben adaptar su modelo de negocio estableciendo políticas de flexibilidad.

Factores Internos y Externos. Indicador: Condiciones Políticas y Contingencias legales



Nro.	Ítems	Categoría de Respuesta					
		Si		No		A veces	
		F	%	F	%	F	%
15	Su agencia ha sido afectada en sus operaciones debido a la falta de seguridad jurídica.	13	100	0	0	0	0
16	La inestabilidad política debido al cierre de fronteras, ha afectado las operaciones de su agencia.	13	100	0	0	0	0
17	El funcionamiento de su agencia se ha visto afectado por procedimientos administrativos que imponen sanciones y/o proferir liquidaciones oficiales.	13	100	0	0	0	0
Promedio (x)			100	0	0	0	0



Los resultados de la investigación conllevan a señalar que actualmente en las agencias de aduana, las pérdidas financieras no están asociadas con los errores del recurso humano si no a la inexistencia de una área o gerencia para la gestión del riesgo.

Asimismo, presentan debilidades en cuanto a errores en el cálculo de los recursos necesarios para las operaciones, lo que genera suspensión de los servicios ofrecidos por incumplimiento de plazos aun cuando manejan la documentación al día, aunado a ello, por causa de los sistemas de tecnología se presentan fallas y en muchos casos suspensión de las operaciones de los servicios, lo que acarrea en pérdidas financieras.

En cuanto a los factores externos, debido a las actuales circunstancias las agencias se han presentado sobrecostos en el transporte internacional que es producto de la devaluación del peso frente al dólar por tanto se incrementan los costos en operaciones lo que afecta las exportaciones realizadas porque no compensan los reintegros.

Diseñar y aplicar un plan para la gestión de riesgos, con el que se tomen medidas conducentes a controlar riesgos y la detección de operaciones inusuales con un sistema efectivo, eficiente y oportuno de reportes tanto internos como externos, que garantice el funcionamiento de sus procedimientos y los requerimientos tanto de los usuarios como de las autoridades competentes

Establecer un control preventivo para aplicarlo sobre la causa del riesgo y su agente generador, y un control detectivo que les indique que acción tomar frente a una situación anormal.

Revisión de los procesos operativos que se ejecutan en cada área de las agencias de aduana para determinar las mejoras que sean necesarias en función de la efectividad y eficiencia de los mismos. Para ello, todos los colaboradores deben conocer y asumir el compromiso de aplicar, en desarrollo de sus funciones.



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!

Formando líderes para la **construcción**
de un nuevo **país en paz**

XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

Ponencias:

ANÁLISIS DEL PANORAMA DE LAS TIENDAS DE COMERCIO MINORISTA DEL BARRIO LA CUMBRE FRENTE A LA LLEGADA DE LAS HARD DISCOUNT

Ponentes: Campo Elías Quintero
Marisol Maestre Delgado

Resumen:

Las tiendas de barrio son más que pequeñas empresas, creadas producto de la búsqueda por lograr independencia económica e intermediarias entre clientes y empresas productoras; las tiendas son ejes que refuerzan la cultura urbana y forman parte del inventario de la sociedad que reclama atención personalizada, amable y agradable donde se intercambien palabras y conversaciones entre la comunidad. Esta propuesta de investigación explora la relación y el análisis basado en el interés literario estableciendo el estado en que se encuentra la relación entre las tiendas del barrio y sus clientes como uno de sus grupos de interés, bajo aspectos como la cercanía, la confianza, el consumo y el crédito por medio del acercamiento a los tenderos en búsqueda de información primaria que permita una descripción real de la situación.

La diversidad de efectos generados en el contexto de una sociedad global, ha promovido en el ámbito de las personas del común a impulsar diversas tendencias laborales, que redundan en el beneficio de estas y su participación en los diferentes sectores de la economía. La tendencia de orientarse hacia el mejoramiento continuo y excelencia de la gestión constituyen parte de las iniciativas emprendidas, sin embargo, el pensamiento estratégico se destaca como parte de un proceso reflexivo mediante el cual, se proyecta la efectividad del direccionamiento y la eficiencia de todos los recursos que disponen los seres humanos para organizarse, para alcanzar las metas que responden a los programas y proyectos previamente definidos por las familias. En el marco de lo descrito, se destaca el crecimiento y los aportes surgidos en el ámbito latinoamericano, mediante el perfil de empresas que durante la década de los 90 se consolidaron como grandes cadenas de almacenes y supermercados; las cuales se consideran como un fenómeno global que han generado impacto en determinados países, de los cuales se hace referencia, y donde Colombia no fue la excepción. Fenómeno que determino el ingreso de cadenas

XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

nacionales e internacionales, de las cuales se mencionan: Éxito (Grupo Casino) en 1999; Makro en

1995; Carrefour en 1998; Alkosto en 1999; Justo y bueno en 2015; D1 en 2016. Estas cadenas comerciales, promovieron escenarios de alta amenazas para las tiendas de barrio en toda América Latina, por su poderío económico, capacidad operativa y de crecimiento. El producto en sí mismo no es suficiente. El packaging, la publicidad en el punto de venta, y el Merchandising son de vital importancia para incrementar las ventas. El packaging mejora la imagen del producto, la publicidad destaca el producto entre la competencia y el Merchandising le da visibilidad.

El Merchandising consiste en una serie de actividades para estimular la compra en áreas estratégicas de un local comercial, a través de técnicas comerciales que presentan al producto de manera vistosa mediante una gestión del lineal o una gestión del espacio. El propósito del Merchandising es la optimización de las ubicaciones del producto, buscando las exhibiciones adecuadas dependiendo del lugar, la cantidad, el tiempo, la forma, escaparates, mostradores y lineales, y la arquitectura interior.

Para gestionar de manera apropiada los negocios, es necesario realizar previamente un análisis de mercado que engloba tanto el estudio de la competencia como el análisis del consumidor. Un estudio en profundidad e interdisciplinar que incluye como estoy de conocimiento ante estas técnicas de mercado, psicología del consumidor, análisis económicos, etc. Importante hay que destacar lo fundamental de que los tenderos de Floridablanca conozcan estas técnicas de los productos “imán”, es decir, productos complementarios que pueden incentivar la compra por impulso.



Análisis del panorama de las tiendas de comercio minorista del barrio la Cumbre frente a la llegada de las hard discount

Presentado por:

Elias Quintero

Institución:

Universidad de Pamplona





Introducción

- Se aplica un instrumento de medición a una muestra de 66 tiendas.
- Se desarrolla un análisis descriptivo que permite conocer de primera mano la situación actual del comercio minorista.
- Se da a conocer una posible disminución en las ventas dada la presencia de las hard discount.





Marco teórico

Para Van de Berghe (2016) la **competencia** se refiere a aquellos negocios o productos similares existentes en el mercado que deben ser identificados plenamente por la empresa.

Según Zeballos Vallejos (2007) la **antigüedad** se refiere al tiempo de existencia de una empresa, el cual se encuentra altamente relacionado con la experiencia.

Las **nociones administrativas** son la habilidad para gestionar un negocio, garantizando su sobrevivencia. (Chiavenato, 2019).

Margen de ganancias es un mecanismo empleado para determinar el margen de ganancia o utilidad de un producto, servicio o negocio. Konfio (2018).



Metodología

La estimación de la muestra se dio teniendo en cuenta que la población objeto de estudio era de **320 tiendas minoristas**. Esto junto con un nivel de **confianza y un porcentaje de error del 90% y 10% respectivamente**, permitió a través de la siguiente fórmula el tamaño de muestra más idóneo para la aplicación del instrumento:

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

Donde:

n = *Tamaño de la muestra*

N = *Tamaño de la población*

Z_{α}^2 = *cuadrado del intervalo de confianza*

p = *probabilidad de éxito*

q = *probabilidad de fracaso*

d = *error admisible*

$$n = \frac{320 * 1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2(320 - 1) + 1.645^2 * 0.5 * 0.5}$$

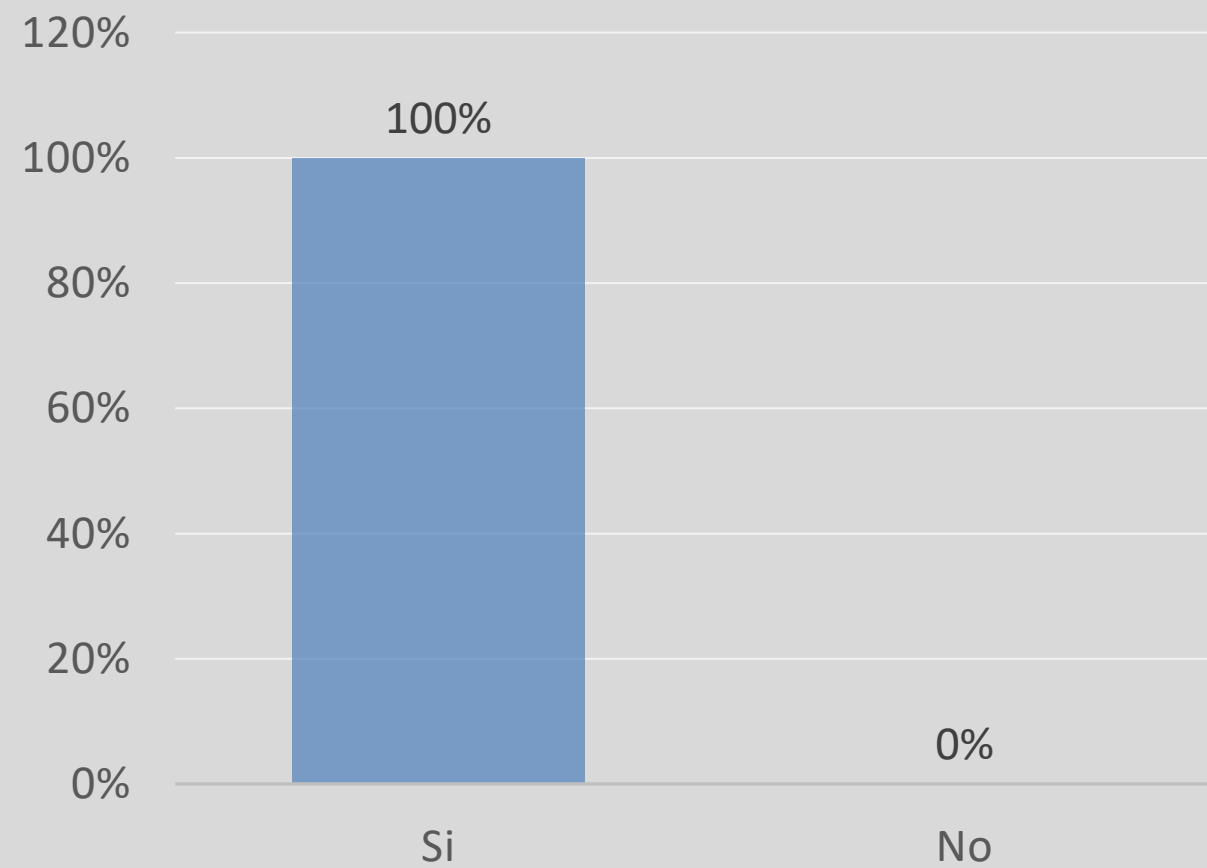
$n = 66$ encuestas



Resultados

Buitrago (2019) a 2019 las tiendas hard discount ya eran responsables del **16% del negocio de los supermercados.**

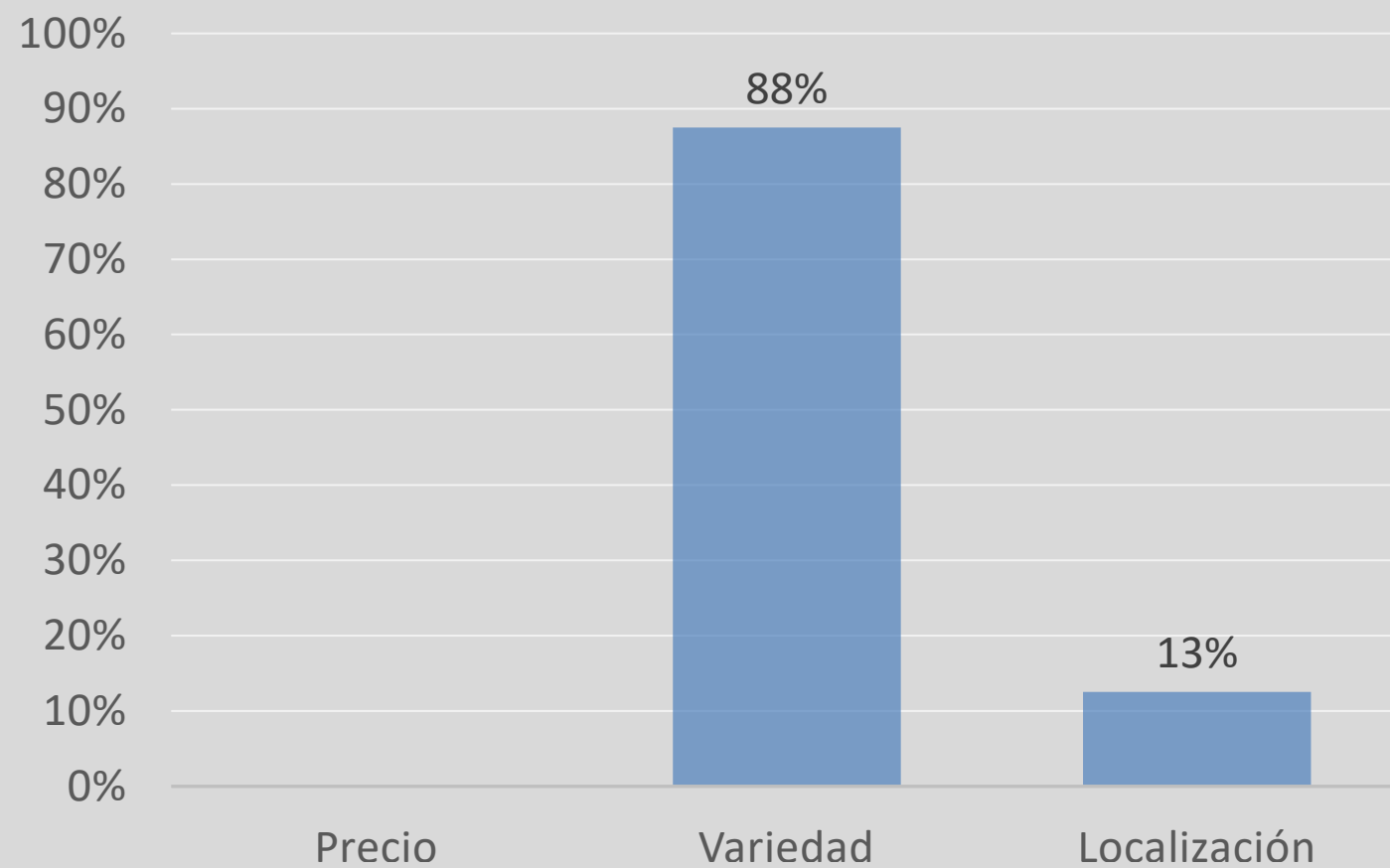
Grafica 1.
Existencia de tiendas de descuento



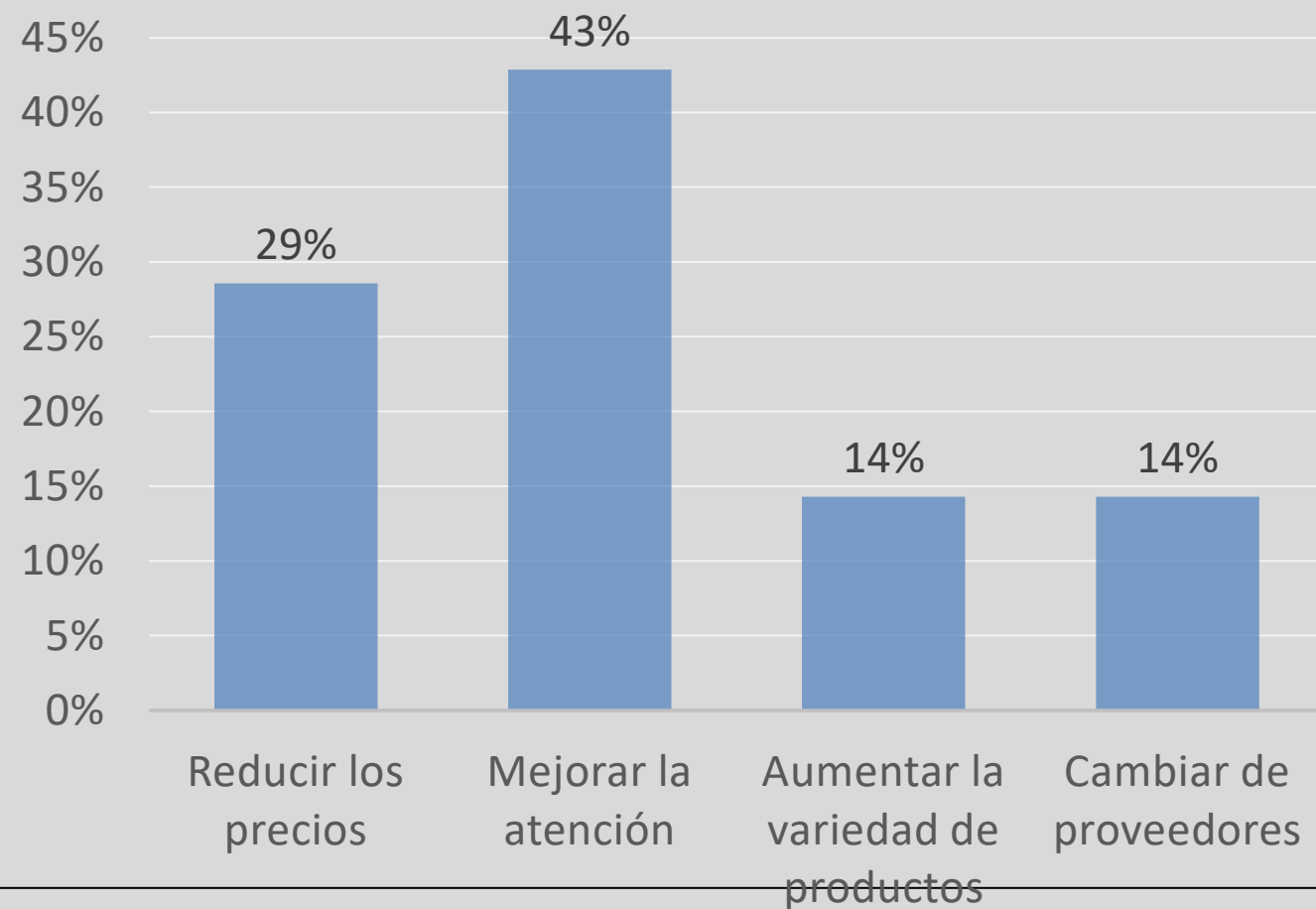


Resultados

Gráfica 2.
Ventajas competitivas.



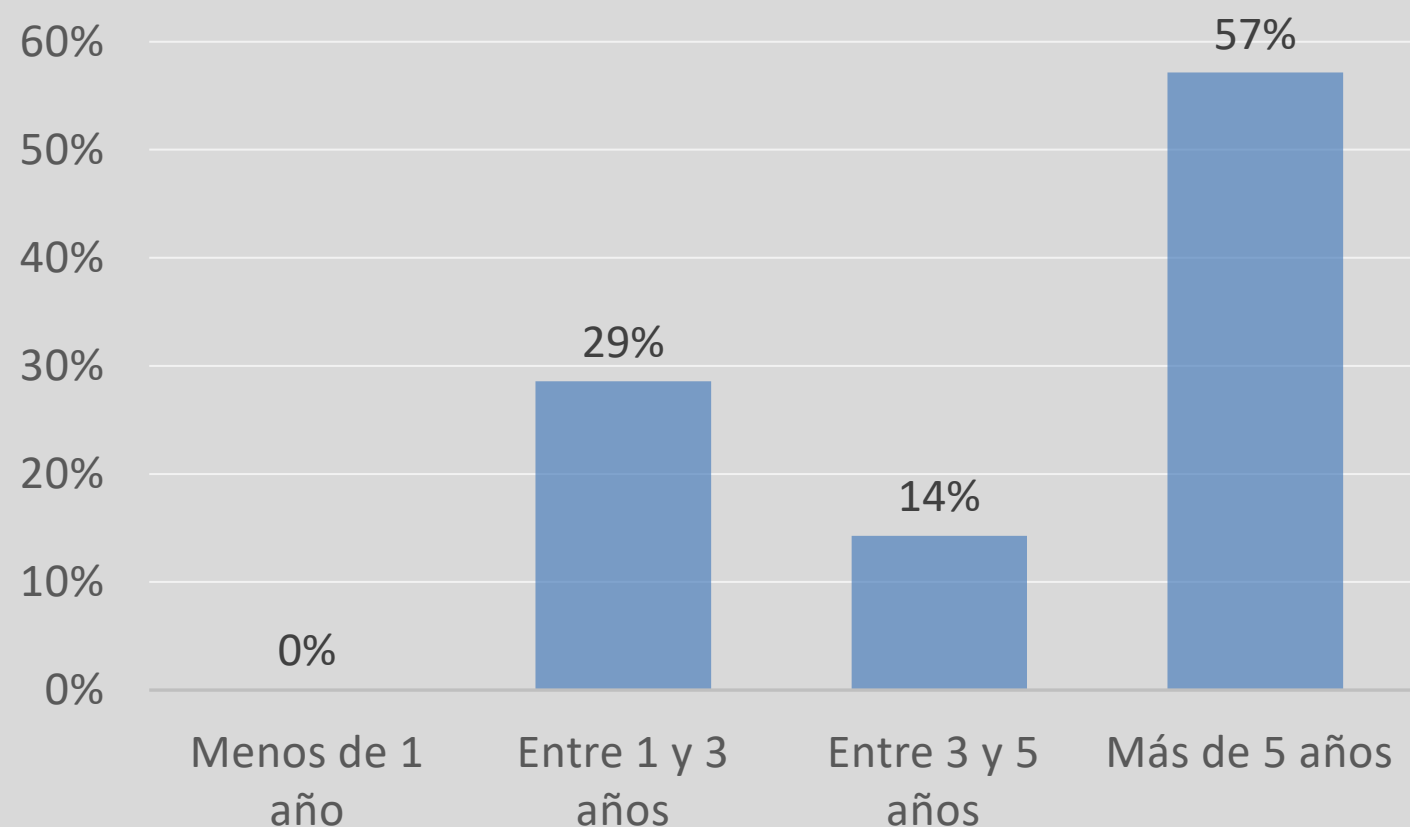
Gráfica 3.
Alternativas de competitividad.





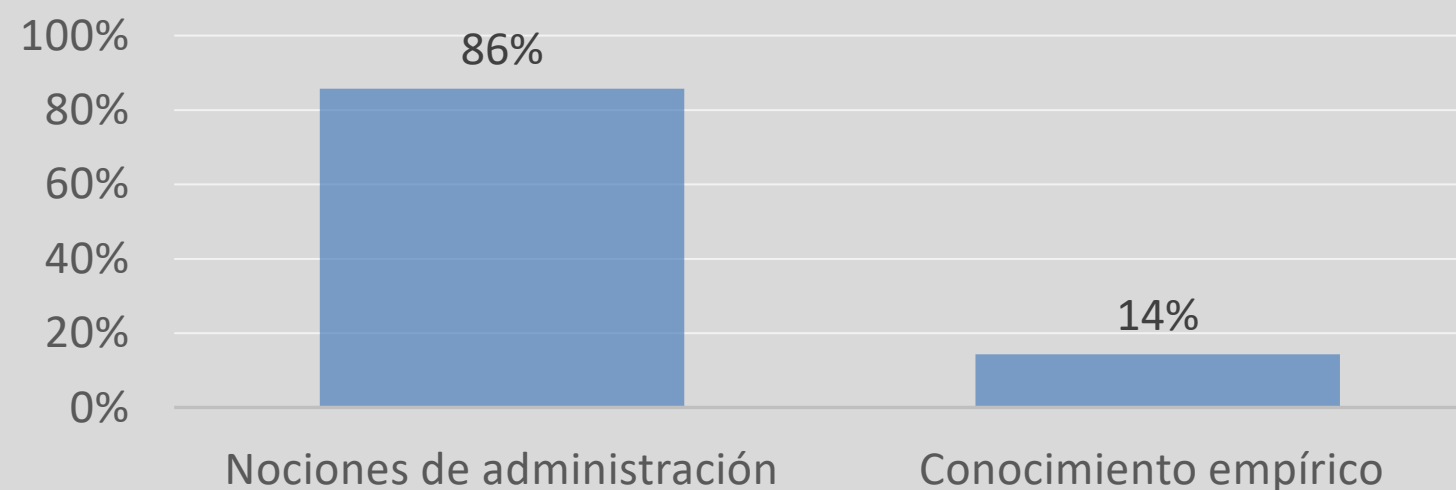
Resultados

Gráfica 4.
Antigüedad en el negocio.



Gráfica 5.
Nociones administrativas.

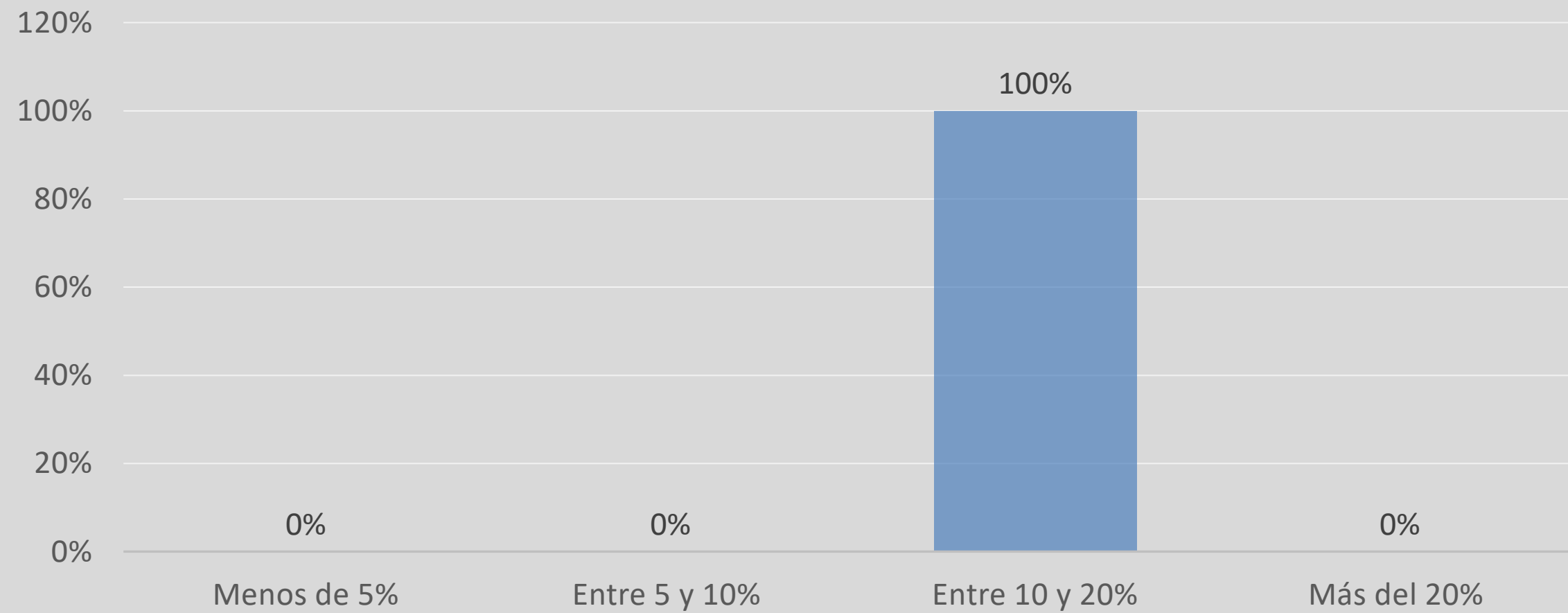
¿Cree que es importante tener nociones de administración (selección de proveedores, registro de gastos e ingresos, rotación de inventarios, etc.) para administrar su negocio o solo el conocimiento empírico basta?





Resultados

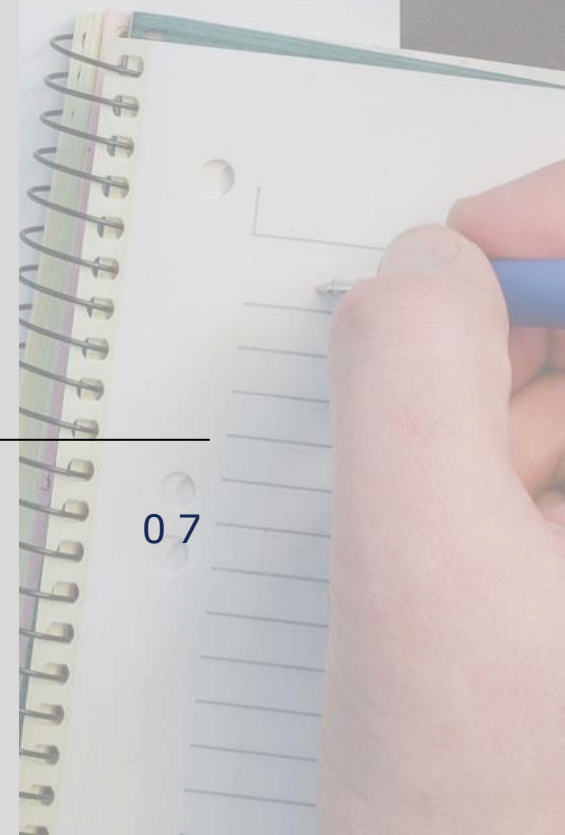
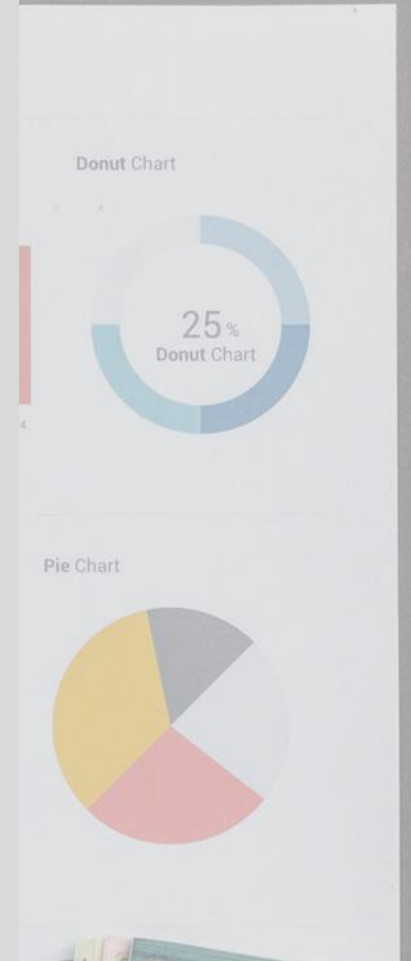
Gráfica 6.
Margen de ganancia promedio.





Conclusiones

- Existe una preocupación por parte de las tiendas de barrio de la Cumbre dada la llegada de las tiendas hard discount.
- Bajo la percepción de los tenderos lo que los haría mas competitivo seria mejorar la atención a sus clientes.
- Se debe promover a la construcción de una estrategia que fortalezca al gremio y les permitía lidiar con la competencia actual.





Gracias por su atención





Bibliografía

- Acosta, J. (2017). Así han evolucionado las tiendas de barrio. Recuperado de: Portafolio. <http://www.portafolio.co/negocios/asi-han-evolucionado-las-tiendas-de-barrio-511902>
- Buitrago Betancur, S. P. (2019). Efectos en el comportamiento del mercado colombiano por la inclusión de las tiendas de descuento.
- Contreras Cuentas, M. M., Rojano Alvarado, Y. N., & Macías, H. (2021). Motivaciones de compra en la tienda de barrio: un estudio etnográfico en el departamento del Atlántico (Colombia). Revista científica Pensamiento y Gestión, 50. Recuperado a partir de <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/14641>
- Chiavenato, I. (2019) Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones. Mc Graw Hill.
- Cruz, A., (2019). Habits of consumption in hard discount stores: case D1 stores- Cali, Colombia.
- DelSol Software. (2020). Variable exógena. Recuperado de: <https://www.sdelsol.com/glosario/variable-exogena/>
- Dinero. (2017). Tiendas de descuento duro se enfrentan contra pequeños comerciantes. Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/edicionimpresa/caratula/articulo/tiendas-de-descuento-duro-y-su-impacto-en-tiendas-debarrio/249796>
- Felizzola Martínez, C. A., Lemus Cárdenas, S. P. y Toledo Cano, A. J. (2020). Estrategias competitivas a implementar por las tiendas de barrios para competir con los hard discounters cómo, ara, Justo y Bueno Y D1 en Santa Marta- Magdalena. [tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/19803>



Bibliografía

- Fernández Molano, J., y Carrillo Orjuela, J. E. (2017). Análisis del impacto del ingreso de los establecimientos “hard discount” frente a las tiendas de barrio de la ciudad de Ibagué. *Vía Innova*, (4), 47–56. <https://doi.org/10.23850/2422068X.1180>
- Forker, O. Ward R. (1993). *Commodity Advertising: The Economics and Measurement of Generic Programs*.
- García, O. (2011). *Administración Financiera: Fundamentos y Aplicaciones*. Cali: Prensa Moderna.
- Molina Valencia, R. G., González Millán, O. U., González Millán, J. J. (2019). Tiendas Hard Discount y su incidencia en los minimercados boyacenses. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 2, 2019. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446032>
- Ortiz, L.E.; Peralta, P.E. (2014). "Análisis de los factores que influyen en la toma de decisiones de los habitantes de la ciudad de Barranquilla para realizar compras en tiendas o supermercados", en *Sotavento MBA*, n.º 24, pp. 72-87.
- Páramo Morales, D. (2012). Tiendas de barrio en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, 32, vii-xi. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64623932001.pdf>
- Van de Berghe, E. (2016). *Gestión gerencial y empresarial aplicada al siglo XXI*. Ecoe Ediciones.
- Zeballos Vallejos, E. (2007). *Restricciones del entorno a la competitividad en América Latina*. Fundes.

POSTER

**MEMORIAS XVII ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN “RETOS Y
PERSPECTIVAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”**



DISEÑO DE PLAN EXPORTADOR PARA LA PAPA AMARILLA DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN EN AGROINDUSTRIA – GICEE

LIDER DEL PROYECTO: JAVIER BECERRA DELGADO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Plan Nacional de Desarrollo considera un conjunto de pactos regionales, en el caso particular de los Santanderes, el pacto regional se propone impulsar el desarrollo de la región como eje logístico, competitivo y sostenible (DNP, 2019) para lograrlo el Pacto Regional reconoce la importancia del fortalecimiento de la diversificación económica y la internacionalización. De este modo la región podrá aprovechar sus ventajas naturales y las oportunidades de acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Es así que, se requiere continuar con el proceso de caracterización del potencial agrícola exportador del municipio, específicamente de la papa amarilla toda vez que en el entorno de reactivación económica el sector agrícola jugará un papel determinante para generar nuevas oportunidades específicas sobre la base de un diseño de plan exportador para este producto y, sobre las cuales se generen nuevos proyectos de desarrollo regional que involucren las oportunidades que generan los diferentes acuerdos comerciales vigentes suscritos por Colombia.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo llevar a cabo el diseño de un plan de exportación para la papa amarilla del municipio de Pamplona?

JUSTIFICACIÓN

El diseño del plan exportador de la papa amarilla coadyuva al cumplimiento de los objetivos de los planes de desarrollo a nivel local, departamental y nacional, puesto que su ejecución fortalecerá el potencial productivo del sector agrícola de la región, contribuirá al proceso de diversificación de la oferta exportable y al proceso de internacionalización de la economía agrícola de la ciudad.

Así, este proyecto es pertinente dado el impacto que tendrá no solo en el sector productivo de la papa amarilla en términos de productividad, empleo y competitividad, sino que además contribuirá de forma positiva con el desarrollo económico de la región, en especial debido al enfoque hacia la internacionalización que se propone con el diseño del plan exportador.

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan exportador para la papa amarilla del municipio de Pamplona.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar el margen de productividad y competitividad de la papa amarilla del municipio.
- Identificar las oportunidades y obstáculos relativos al proceso exportador de papa amarilla.
- Definir las estrategias que permitan la exportación de la papa amarilla.

REFERENTES TEÓRICOS

Ventaja Comparativa
– David Ricardo

Modelo de Factores
Específicos –
Samuelson & Jones

Ciclo de vida del
producto - Levitt

Ventaja Competitiva
– Michael Porter

Planeación
Estratégica de la
Exportación

METODOLOGÍA

Se propone una metodología de carácter analítica-descriptiva. Toda vez que el proyecto se sustenta en la fuente teórica sobre el comercio internacional, las dinámicas actuales del comercio internacional en el producto seleccionado y la proyección de un plan estratégico que permita aprovechar su potencial exportador.

Revisión teórica y estado del arte

Análisis del sector productivo

Diagnóstico de la internacionalización

Análisis del producto en el mercado objetivo

Diseño de estrategias de ingreso – Plan Exportador

RESULTADOS ESPERADOS



Contribuir al desarrollo de la población



Mejoramiento de la calidad de vida



Generar beneficios a través de la exportación

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asturias Corporación Universitaria. (sf). *Biblioteca*. Obtenido de Teorías de la Ventaja Absoluta y la Ventaja Comparativa: https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/teorias_comercio_internacional/unidad2_pdf2.pdf

Buendía Rice, E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 23-24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/413/41331033004.pdf>

DNP. (2019). *Pacto Región Santanderes*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pactos-Regionales/Region-Santanderes/Eje-logistico-competitivo-y-sostenible-de-Colombia.aspx>

E. Porter, M. (1991). *VENTAJA COMPETITIVA. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. Argentina: Rei Argentina S.A. Obtenido de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

Ospina, A. M., & Steven, R. (2015). Discusión desde el modelo de factores específicos de Jones. La entrada en vigencia del tratado de libre comercio entre Colombia y EE. UU. y los impactos sobre el sector agro: ¿Ventajas para quién? *Revista Nova et Vetera*.

Parra-Peña, R., & Puyana, R. Y. (2021). *Análisis de la productividad del sector agropecuario en Colombia y su impacto en temas como: encadenamientos productivos, sostenibilidad e internacionalización en el marco del programa Colombia más competitiva*. Bogotá: Fedesarrollo.

PNUD. (2011). *Colombia rural Razones para la esperanza*. Bogotá: PNUD Colombia



FCEE
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales
Universidad de Pamplona



CONOCER LAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES ADOPTADAS POR LAS MIPYMES ANTE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA, EN EL MARCO DE LA POS PANDEMIA

Esther Dayana Cárdenas Vega, Ludy Esperanza Carrillo Cañas y Jorge Armando Portilla Luna
/ Docente Agda Zuluaga Aldana. Asignatura Gerencia de Mipymes.

Grupo de investigación “GRAMY”
Semillero de investigación en Administración “SIA”
Programa de Administración de Empresas – Presencial
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: La crisis sanitaria mundial, provocada por el coronavirus generó importantes incógnitas para las empresas desde todos los ángulos de su actividad, afectando principalmente la economía de las micro, pequeñas y medianas empresas, dada su vulnerabilidad y las dificultades en el desarrollo de su actividad económica. (DANE, 2020). En este contexto, la presente investigación busca conocer las prácticas empresariales adoptadas por las Mipymes ante la reactivación económica, en el marco de la pos pandemia, durante el segundo semestre del año 2021 en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander.

PALABRAS CLAVE: Agilidad, Adaptación, Flexibilidad.

ABSTRACT: The global health crisis, caused by the coronavirus, generated important unknowns for companies from all angles of their activity, mainly affecting the economy of micro, small and medium-sized companies, given their vulnerability and difficulties in the development of their economic activity. (DANE, 2020). In this context, this research seeks to know the business practices adopted by Mipymes in the face of economic reactivation, in the context of the post-pandemic, during the second half of 2021 in the city of Pamplona, Norte de Santander.

KEYWORDS: Agility, Adaptation, Flexibility.

INTRODUCCIÓN:

La crisis económica desatada por efectos de la pandemia en el año 2020, afectó a diversas empresas a nivel mundial (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020), desencadenó, adicionalmente en las empresas, una serie de eventos críticos, tales como, la disminución gradual de sus operaciones, desescalamiento de su producción, reducción de personal y la baja demanda de sus bienes y/o servicios. Frente a esta situación los empresarios se obligaron a flexibilizar sus actividades empresariales, adaptándose a las demandas del entorno y a ser ágiles en la toma de decisiones, dejando de lado el modelo clásico que se venía utilizando en la administración de empresas.

En este sentido, la presente investigación pretende conocer las prácticas empresariales adoptadas por las Mipymes de la ciudad de Pamplona durante el Segundo semestre del año 2021, ante la reactivación económica, en el marco de la pos pandemia

OBJETIVOS:

Objetivo general

Conocer las prácticas empresariales adoptadas por las Mipymes de la ciudad de Pamplona ante la reactivación económica, en el marco de la pos pandemia.

Objetivos específicos

- Identificar las prácticas empresariales utilizadas por las Mipymes de la ciudad de Pamplona para ante la reactivación económica en el marco de la pos pandemia.

- Caracterizar las prácticas empresariales adoptadas por las Mipymes de la ciudad de Pamplona para ante la reactivación económica en el marco de la pos pandemia.

- Establecer los alcances de las prácticas empresariales de las Mipymes de la ciudad de Pamplona para ante la reactivación económica en el marco de la pos pandemia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- DANE. (2020). Principales indicadores del mercado laboral. Boletín Técnico-Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020, 16 marzo). *Un llamamiento a la acción sin precedentes dirigido al sector privado para hacer frente a la COVID-19.* <https://www.who.int/es/news/item/16-03-2020-icc-who-joint-statement-an-unprecedented-private-sector-call-to-action-to-tackle-covid-19>
- Naciones Unidas CEPAL. (2020, junio). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación.* CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- Grupo de investigación Productividad e Innovación Empresarial ACOPI Atlántico. (2020, agosto). *La reactivación y fortalecimiento de las Mipymes en Colombia en el marco del covid-19.* FAEDPYME. <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/08/Reflexiones-y-propuestas-para-la-reactivacion-y-fortalecimiento-de-las-mipymes-en-colombia-en-el-marco-del-covid-19.pdf>
- Gobertia. (2021, 16 marzo). *Gestión empresarial en tiempos de coronavirus y en días pos pandemia.* <https://gobertia.com/gestion-empresarial-en-tiempos-de-coronavirus-y-en-dias-pospandemia/>.

MARCO TEÓRICO:



DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:



Modelo de encuesta



Mipymes en la ciudad de Pamplona

La siguiente encuesta es con fines netamente académicos, realizada por estudiantes del programa de Administración de Empresas de la asignatura gerencia de Mipymes, con el objetivo de conocer las prácticas adoptadas por empresas de micro y pequeñas empresas en la ciudad de Pamplona ante la reactivación económica, en el marco de la pos pandemia.

¿Cuáles son las prácticas empresariales adoptadas por su empresa ante la reactivación económica?

Seleccione en las siguientes tablas de las verticales de la empresa las prácticas que han adoptado en esta situación actual.

A) Vertical financiera *

Poner en pausa todos los gastos innecesarios.

Aplazar proyectos o inversiones.

Link: <https://forms.gle/Hyj8snjAYTZFupgTA>

CONCLUSIONES PREVIAS:

Se puede proyectar, según análisis de los diversos estudios que presentan resultados de investigaciones realizadas a empresas de diferentes industrias, en donde el objetivo perseguido ha sido el de conocer sus prácticas empresariales, que la incertidumbre se convirtió en una variable permanente para el desarrollo de sus actividades, que la adaptabilidad, la flexibilidad y la agilidad como prácticas empresariales desarrollaran la capacidad de la organización para realizar con destreza una actividad en diferente forma, diferente calidad e importancia, instaurar así, las posibilidades que tiene la organización de realizar de manera competente, eficiente y rentable, las actividades clave y esenciales, cabe resaltar que las capacidades organizacionales se basan en el conocimiento y residen en las personas y en su capital intelectual.

CONSTRUCCIÓN PARTICIPATIVA DE UN NUEVO MODELO EDUCATIVO PARA NORTE DE SANTANDER CON VISIÓN 2050 Y LA FIRMA DEL PACTO POR LA EDUCACIÓN QUE LO ADOPTE

JUSTIFICACIÓN

la educación es uno de los factores más relevantes del espacio social y la formación de los diferentes agentes que lo integran, responsabiliza a la sociedad para su desarrollo y conferir a las entidades territoriales la potestad de dirigir, financiar y administrar el servicio público educativo.

SEMILLERO DE DESARROLLO



En el departamento de Norte de Santander, Persisten problemas estructurales, Corregir estos se convierte en un requisito para conseguir la mejora en los niveles de competitividad. La educación es uno de los factores más influyentes para el avance y progreso de las personas, sociedades y países. Por otro lado, en la ruralidad se encuentra con muchos problemas, uno de ellos es el territorio de difícil acceso.



OBJETIVO GENERAL: Aportar a través de los estudios socioeconómicos subregionales a la construcción de un Nuevo Modelo Educativo con visión 2050, resultado de un consenso social, que sea pertinente a la realidad del Departamento y a los retos que las nuevas generaciones deben enfrentar en el SXXI.

OBJETIVO ESPECIFICO: Determinar desde las condiciones diversas del territorio y sus pobladores la educación que se requiere para responder a las necesidades y potencialidades de esta región del país

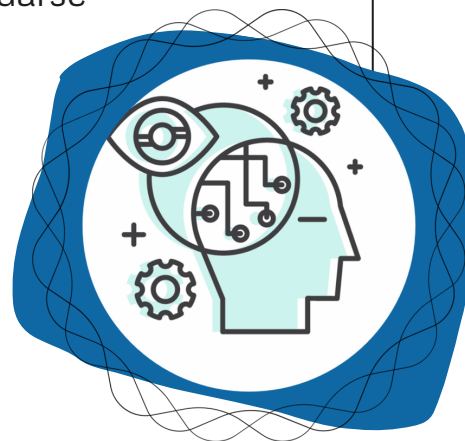
marco teorico

En el caso de Colombia, desde el año 2000 se han venido realizando importantes cambios que reflejan mejorías en algunos campos, el país sigue estando muy lejos de los estándares internacionales. Proceso de transformación de la educación debe darse de abajo hacia arriba.



metodologia

teniendo en cuenta lo anterior se utilizará una metodología que permita una amplia descripción y análisis para cumplir con los objetivos del proyecto. Se buscarán datos desde los más básicos que permitan mirar los determinantes al acceso a la formación.



conclusiones preliminares

Se observan necesidades en educación que refuercen la creación o innovación material cognitivo e industrial en donde el sector privado aporte necesidades a las universidades y las mismas pueden resolver en base a investigaciones gestionadas desde las mismas, por otro lado el sector manufacturero se posiciona como una gran apuesta a futuro como un posible potencia ya que genera empleo a muchas personas pero aún no cuenta con valor agregado definido.



References

- PNUD, Colombia rural 2011 Razones para la esperanza, Pag 14,54
- Cheshire, P., G. Duranton (2003) "Recent Development in Urban and Regional Economics". Mimeo. Departamento de Geografía y Ambiente de la London School of Economics.
- Porter, M. (1998) "The Adam Smith Address: Location, Clusters, and the "New" Microeconomics of Competition". Business Economics, January, Vol. XXXIII, No 1, pp. 7-13.
- Tello, M. (2006) "Las teorías del Desarrollo Económico Local y la Teoría y Práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo" Documento de trabajo.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

Jennifer Tatiana Barrera Uribe
María Camila Miranda Rincón

Grupo de investigación GICEE
Semilleros de investigación COHE-Consultando Historia Empresarial
Programa Administración de Empresas
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: En la actualidad en el contexto colombiano las mypimes son las que mueven gran parte de la economía colombiana, teniendo en cuenta que las ofertas laborales son muy pocas el objetivo a resolver es analizar el espíritu emprendedor que tienen los estudiantes de la Universidad de Pamplona, desde perspectivas como su pensamiento, habilidades, barreras o dificultades al momento de emprender, ya que son factores que de acuerdo a su experiencia generan efectos positivos o negativos en el desarrollo de un proyecto de vida.

PALABRAS CLAVE: Emprendedor, pensamiento, estudiante, educación superior.

ABSTRACT: Entrepreneur, thought, student, higher education.

KEYWORDS: Currently, in the Colombian context, mypimes are the ones that drive a large part of the Colombian economy, taking into account that there are very few job offers, the objective to be resolved is to analyze the entrepreneurial spirit that students from the University of Pamplona have. From perspectives such as their thinking, skills, barriers or difficulties at the time of undertaking, since they are factors that according to their experience generate positive or negative effects in the development of a life project.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad son cada vez más la cantidad de jóvenes o estudiantes que al culminar sus estudios superiores, no saben que van a realizar, porque no se han hecho las preguntas adecuadas o no han planeado con certeza que pueden ofrecer al exterior teniendo en cuenta de que hay mucha competencia en esa línea por la cual se capacitaron, por lo tanto debería ser considerado importante cuestionarse ¿En dónde voy a trabajar? ¿Qué puedo ofrecer? agregando a esto que las condiciones laborales actuales no son favorables, y se puede llegar a caer en un ciclo repetitivo en el cual pasan los años y se sigue en la misma posición en la que se inició, por consiguiente es necesario analizar otra opción para desempeñarse teniendo en cuenta como base la línea por la que se capacitó por lo tanto, al analizar si los estudiantes tienen espíritu emprendedor, se puede llegar a crear metodologías para hacer el cambio, por tal motivo se propone investigar el pensamiento emprendedor de los estudiantes de educación Superior de la Universidad de Pamplona.

PREGUNTAS CUALITATIVAS

- ¿Qué espíritu emprendedor tienen los estudiantes de la Universidad de Pamplona?
- ¿Qué piensan los estudiantes sobre el emprendimiento?
- ¿Qué habilidades desarrollan los estudiantes universitarios emprendedores?
- ¿Qué barreras les impide a los estudiantes universitarios emprender?
- ¿Qué entidades promueven el emprendimiento?
- ¿Qué estrategia generaría espíritu emprendedor en los universitarios?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bieto. E, Planells. M: Y Ollé. M. . (2005) Emprendedores Sexta Edición. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Dean-Shepherd/publication/297646761_El_Empresario_Individual/links/56e0184008aec4b3333cfd25/El-Empresario-Individual.pdf
- Espinoza. E. (2020) LA investigación cualitativa, una herramienta ética en el amito pedagógico. Scielo, volumen (16), pp 75.
- Fuster. D. (2019) Investigación Cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Scielo, volumen (7).
- Sandoval. C. (2002) Investigación Cualitativa, Recuperado de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Valenzuela. A. (2018), Métodos de investigación Cualitativa. Recuperado de <https://www-ebooks7-24-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/?il=9283>

PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Analizar el espíritu emprendedor que tienen los estudiantes de la Universidad de Pamplona.
- Comprender el pensamiento emprendedor de los estudiantes de pregrado de la Universidad de Pamplona.
- Conocer las habilidades que desarrollan los estudiantes universitarios emprendedores.
- Examinar las barreras que les impiden a los universitarios emprender.
- Investigar si los estudiantes conocen las entidades que promueven el emprendimiento.
- Crear una estrategia para inspirar el espíritu emprendedor en los universitarios.

MARCO TEÓRICO



DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Paradigma interpretativo → Serrano (1994)
Método fenomenológico → Martínez, (2008)



Martínez, 1998

TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnica de entrevista en profundidad → Jakobson(1998)

Instrumento → Hernández-Sampieri Y Mendoza(2018)

- Plataforma Teams
- Guion de entrevista
- Investigador
- Computador
- Celular

¿Grado de conocimiento y capacidad operativa en la aplicación de la factura electrónica por parte del sector comercial en la zona céntrica de Pamplona?

José Javier Moncada Contreras / Contaduría Pública
Laura Juliana Hincapié Pérez / Contaduría Pública
Jorfhan Aristides Mora Mora / Contaduría Pública



Grupo de investigación GRAMY
Semillero de investigación SEYCON
Programa de Contaduría Pública
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia



DOCENTES DE APOYO
- Julia Teresa Cañas
- Ricardo Guerrero Ragua

RESUMEN: La importancia de implementar un sistema que permita operar con factura electrónica nace de la necesidad de otorgar validez legal al ejemplar electrónico de los documentos tributarios. Este proyecto inicia con una indagación de la normatividad existente, donde se evidencia la implementación y el grado de conocimiento en la aplicación de la facturación electrónica por parte del sector comercial de la zona céntrica de Pamplona, donde se recolectó información a través de un proceso de investigación cuantitativo logrando obtener resultados precisos sobre el grado de conocimiento que tiene la comunidad pamplonesa sobre facturación electrónica.
PALABRAS CLAVE: Facturación, Conocimiento, electrónica

ABSTRACT: The importance of implementing a system that allows operating with electronic invoices arises from the need to grant legal validity to the electronic copy of tax documents. This project begins with an investigation of the existing regulations, where the implementation and degree of knowledge in the application of electronic invoicing by the commercial sector of the central area of Pamplona is evidenced, where information was collected through a process of quantitative research obtaining precise results on the degree of knowledge that the community of Pamplona has on electronic invoicing.
KEYWORDS: Invoicing, knowledge, electronic.

INTRODUCCIÓN:

La presente investigación está basada en el grado de conocimiento y capacidad operativa en la aplicación de la factura electrónica por parte del sector comercial en la zona céntrica de Pamplona - Norte de Santander, cuyo resultado permitirá evaluar la implementación de la factura electrónica, y así contribuir a minimizar los errores de registros de las operaciones del contribuyente.

Esta investigación, nace por la necesidad de orientar y crear procesos adecuados que permitan la eficacia y control de los registros, aquellos que crean beneficios al contribuyente y principalmente al País; ya que a través del entendimiento y la implementación de la factura electrónica, la Administración tributaria tendrá un acceso rápido, y oportuno que permita la transparencia en los procesos inherentes declarados por el contribuyente. Tributariamente es un soporte de transacciones de venta de bienes y/o servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Barreix, A., Zambrano, R., Costa, M., Da Silva Bahia, Á., Almeida de Jesus, E., Pimentel de Freitas, V., . . . Pazos. (2018). Factura electrónica en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/facturaelectronica-en-america-latina>.
- DIAN. (2019). Guía facturación electrónica. Obtenido de https://www.dian.gov.co/impuestos/facturaelectronica/Documents/Guia_uso_facturacion_gratuita_DIAN.pdf.
- DIAN. (2018). Guía del usuario. Servicio "Facturación gratuita DIAN". Obtenido de https://www.dian.gov.co/fiscalizacioncontrol/herramientaconsulta/FacturaElectronica/Facturaci%C3%B3n_Gratuita_DIAN/Documentos/Gu%C3%ADa_Factura_Electronica.pdf
- DIAN. (2019). Abecé factura electrónica. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/fiscalizacioncontrol/herramientaconsulta/FacturaElectronica/Ayudas/Documents/abc.pdf>
- DIAN. (2019). Factura Electrónica. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/impuestos/facturaelectronica/Paginas/inicio.aspx>

MARCO TEÓRICO:

MARCO TEÓRICO

Ley de inversión social 2155 de 2021, por medio de la cual adoptan normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario, de acuerdo con los objetivos que sobre la materia impulsaron la ley 1943 de 2018 y se dictan otras disposiciones.

Decreto 358 de 2020, por el cual se reglamentan los artículos 511,615,616-1,616-2,616-4,617,618, 618-2 Y 771-2 del Estatuto Tributario, 26 de la Ley 962 de 2005 y 183 de la Ley 1607 de 2012 y se sustituye el Capítulo 4 del Título 1 de la Parte 6 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016 Único Reglamentario en Materia Tributaria.

Resolución 00042 de 2020, Por la cual se desarrollan los sistemas de facturación, los proveedores tecnológicos, el registro de la factura electrónica de venta como título valor, se expide el anexo técnico de factura electrónica de venta y se dictan otras disposiciones en materia de sistemas de facturación.

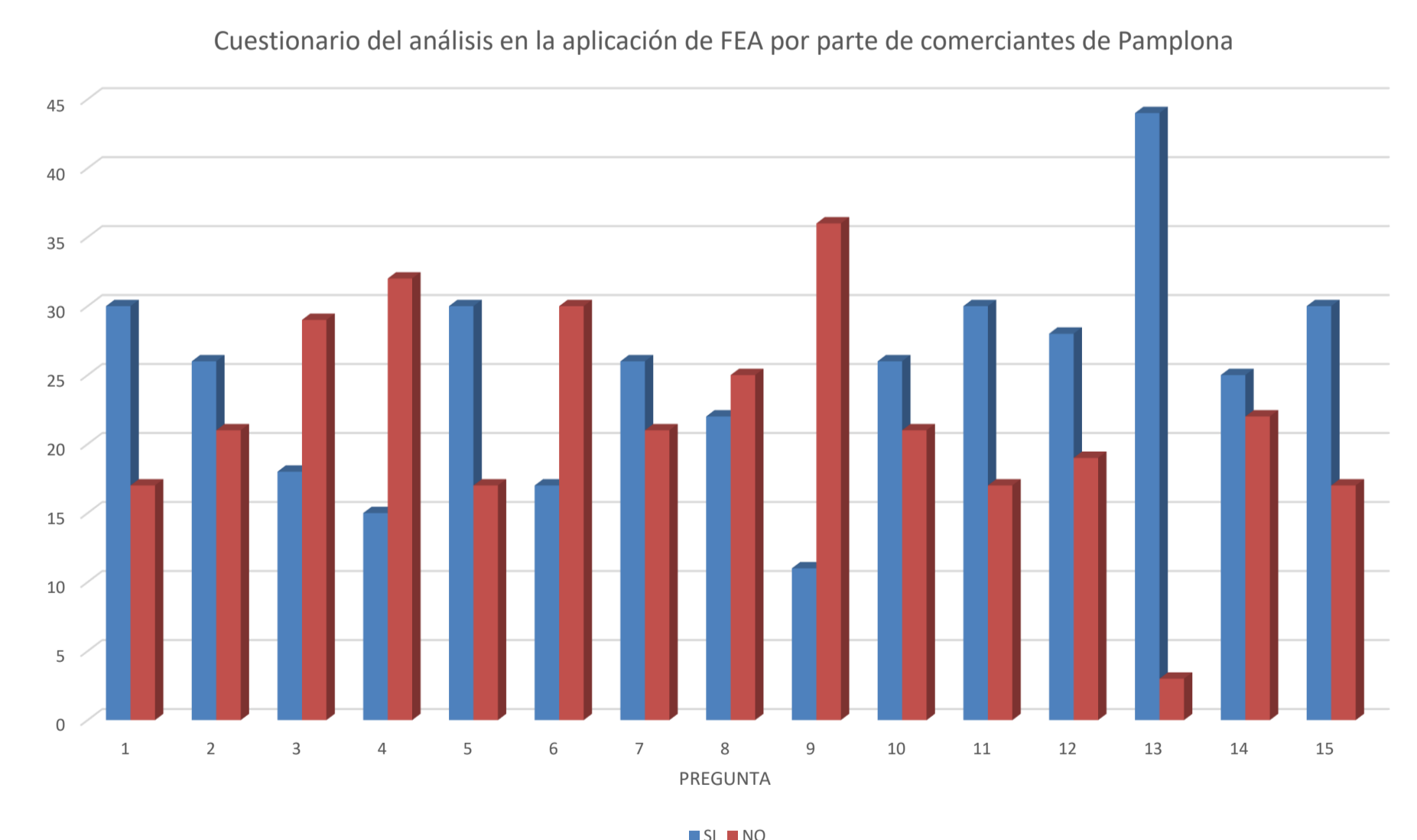
Decreto 723 de 2021, por el cual se modifican el numeral 13 del artículo 1.6.1.4.6., el numeral 7 y el parágrafo 3 del artículo 1.6.1.4.12. del Capítulo 4 del Título 1 de la Parte 6 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Descriptiva Cualitativo: Recolectara información acerca de la capacidad operativa de conocimiento sobre la normatividad existente hasta la fecha, la cual corresponderá al análisis de los datos producto de la encuesta realizada en el sector comercial en la zona céntrica de Pamplona acerca de la aplicación de la facturación electrónica, a través de la estadística, para así recoger opiniones, ventajas, desventajas y conocimiento que sobre el nuevo proceso de facturación electrónica en el régimen simple de tributación.

RESULTADOS PARCIALES: 47 Encuestados

PREGUNTA	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿La empresa es responsable del IVA?	30	17
2	¿Conoce las condiciones que lo obligan a facturar electrónicamente?	26	21
3	¿Sabía usted que al estar al régimen simple de tributación obligatoriamente tiene que facturar electrónicamente?	18	29
4	¿Conoce los beneficios de pertenecer al régimen simple de tributación?	15	32
5	¿Su Empresa actualmente adelanta el proceso de implementación para expedir y recibir la factura electrónica, de acuerdo con la normatividad de la DIAN?	30	17
6	¿La empresa cuenta actualmente con software contable para el registro de sus transacciones (facturación, inventarios, contabilidad, etc.)?	17	30
7	¿Tiene usted conocimiento de los deberes y obligaciones tributarios?	26	21
8	¿Tiene usted conocimiento e información sobre el sistema de facturación electrónica?	22	25
9	¿Sabía usted, que desde el año 2020 se estableció el decreto 358 que expide las condiciones y el uso de facturas electrónicas?	11	36
10	¿Tiene conocimiento que el sistema de facturación electrónica incrementará el cumplimiento tributario del contribuyente y permitirá obtener un cruce de información tributaria más eficiente?	26	21
11	¿Sabía usted que el sistema de facturación electrónica ayuda a disminuir costos de papel al contribuyente?	30	17
12	¿La implementación y puesta en marcha de la factura electrónica requiere que usted posea conocimientos mínimos de informática. Tiene usted conocimientos básicos de sistemas de información (software)?	28	19
13	Para hacer uso de facturas electrónicas debe contar como mínimo de un correo electrónico. ¿Posee actualmente cuenta de correo electrónico?	44	3
14	¿La implementación y puesta en marcha de la factura electrónica acarreará costos adicionales a los contribuyentes. Considera que esto afecta las finanzas de su empresa?	25	22
15	¿El sistema de facturación electrónica beneficiará el resguardo de documentos y disminuirá el tiempo de recepción y entrega de documentos. Cree usted que esto aporta a la eficiencia de los procesos en su empresa?	30	17



CONCLUSIONES PARCIALES:

1. Se lograron identificar que pasos o requisitos se deben tener en cuenta para poder facturar electrónicamente, las condiciones, los reglamentos que son necesarios para generar dicha factura y la capacidad que tiene el vendedor para implementar los medios tecnológicos para comenzar a realizar el proceso.
2. Existe una extensa normatividad sobre el tema hasta la fecha iniciando por el decreto 358 de 2020, Por el cual se reglamentan los artículos 511,615,616-1,616-2,616-4,617,618, 618-2 Y 771-2 del Estatuto Tributario, 26 de la Ley 962 de 2005 y 183 de la Ley 1607 de 2012 y se sustituye el Capítulo 4 del Título 1 de la Parte 6 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016 Único Reglamentario en Materia Tributaria donde se establecen requisitos, características y todo lo relacionado a la facturación electrónica.
3. Existe un alto grado de desconocimiento y falta cultura tributaria parte del contribuyente, ya que la Dian ha venido realizando capacitaciones en la implementación de la factura electrónica; sino que muchas veces el contribuyente es ajeno acercarse a la Dian o desconoce en manejo de los sistemas de información.
4. En Colombia se empezó a implementar este modelo de facturación mediante la resolución 000072 de 2019, toda empresa que estuviera bajo el Decreto 1929 de 2007 empezó a facturar electrónicamente al inicio del año 2019.
5. Las capacidades y eficiencia que van a ofrecer los diferentes proveedores de servicios tecnológicos son la rapidez y claridad para el empresario y el cliente al momento de generar una factura electrónica.

RELACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DE CÚCUTA CON LAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Un análisis entre la Generación X, Generación Millennials

Mayerly Geraldine Rueda Rangel / Angelis Yulieth Duarte León / Desarrollo Empresarial

Grupo de investigación GICEE
Semilleros de investigación COHE-Consultando Historia Empresarial
Programa Administración de Empresas
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: *Objetivo:* Estudiar el uso de las herramientas digitales en los microempresarios de Cúcuta. *Método:* Enfoque cuantitativo mediante la aplicación de ocho encuestas a microempresarios. *Resultado:* cada generación de microempresarios se caracterizan por dominar determinadas herramientas digitales y prefieren no usar otras. *Conclusiones:* la brecha en el uso de las herramientas digitales entre la generación X, la generación Millennials es un área de oportunidad empresarial.

ABSTRACT: Objective: To study the use of digital tools in the micro-entrepreneurs of Cúcuta. Method: Quantitative approach through the application of eight surveys to microentrepreneurs. Result: Each generation of micro-entrepreneurs is characterized by mastering certain digital tools and prefer not to use others. Conclusions: the gap in the use of digital tools between generation X, the Millennials generation is an area of business opportunity.

PALABRAS CLAVE: Herramientas digitales, microempresarios, generación X, generación Millennials.

KEYWORDS: Digital tools, microentrepreneurs, generation X, generation Millennials.

INTRODUCCIÓN:

• Los estudios de las MiPymes en Colombia evidencian la alta participación de las microempresas en el contexto empresarial del país. Según Confecamaras de las 251.000 empresas creadas en Colombia para el periodo enero a septiembre 2021, el **99,5%** está conformado principalmente por **microempresas**, seguido por las pequeñas empresas con un 0,4% y en el restante 0,03% se encuentran las medianas y grandes empresas.

• Los datos de la Cámara de Comercio de Cúcuta indican que de las 96.431 unidades productivas creadas en los tres primeros meses del 2021, dentro de la clasificación de acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por **microempresas (99,6%)**, seguido por las pequeñas empresas (0,38%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,02%). Teniendo en cuenta que, las herramientas digitales permiten realizar o facilitar diferentes actividades propias de las empresas, actualmente se está invirtiendo y apostando en su uso, lo que les permite adecuarse a los nuevos escenarios de la sociedad en pospandemia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Alles, M. (2012). *Social media y recursos humanos*. Ediciones Granica.
- Aras, R. E. (2017). Los nuevos aprendizajes del sujeto digital. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (64), pág. 107
- Confecamaras. Informe de Gestión. Recuperado 2021 en: <https://www.confecamaras.org.co/noticias/802-mas-de-251-mil-empresas-se-crearon-en-colombia-entre-enero-y-septiembre-de-2021>
- Congreso de la República. (2004). LEY 905 DE 2004. *Promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011 [Decreto 957 de 2019]. Recuperado 2021 en: <https://www.mincit.gov.co/normatividad/decretos/2019/decreto-957-por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13>
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials. *Ciéo América*, 11(22).

MARCO TEÓRICO Y LEGAL

Gráfico 1. Características de la Microempresa colombiana

MICROEMPRESA	
Planta de personal no superior a los diez trabajadores.	
Activos totales por valor inferior a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes.	

Fuente: Elaboración propia: A partir de la Ley 590 del 2000 y Ley 905 del 2004

Gráfico 2. Rangos de clasificación de las microempresas según valor de los ingresos por actividades anuales

TAMAÑO/SECTOR	MANUFACTURERO	SERVICIOS	COMERCIO
MICROEMPRESAS	HASTA (23.563 UVT)	HASTA (32.988 UVT)	HASTA (44.769 UVT)

Fuente: Elaboración propia: A partir del Decreto 957 del 2019

Gráfico 3. Características de las generaciones X, Millennials

GENERACIÓN X 1965-1980	GENERACIÓN MILLENNIALS 1981-1996
<ul style="list-style-type: none"> Conservadores y precavidos Independientes y pragmáticos Mantienen pasión por el trabajo Responsables y comprometidos Excelentes gestores de equipo Competitivos Mantienen un balance entre su vida privada y el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Liberales en todo sentido Optimistas y tolerantes Emprendedores e idealistas Se adaptan a la tecnología Exigentes y creativos Mantienen una visión extendida del equilibrio entre su vida privada y el trabajo

Fuente: Elaboración propia: A partir de varios autores (Alles, 2012; Aras, 2017, Díaz, 2017)

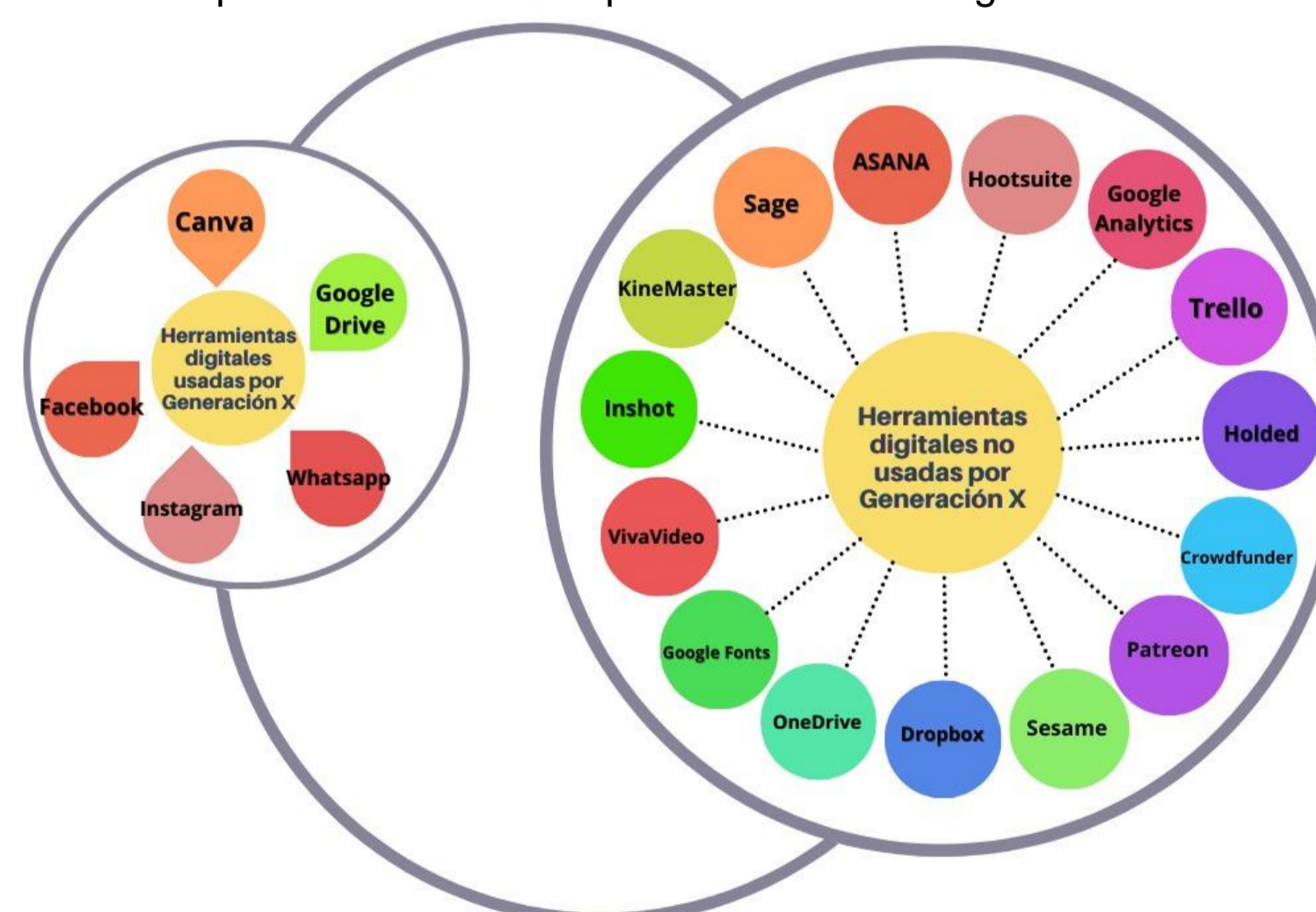
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

La investigación se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo y bajo un diseño no experimental, con un alcance descriptivo, y tiene como objetivo estudiar el uso de las herramientas digitales en los microempresarios de Cúcuta. Para la recolección de la información se aplicó una encuesta a 8 microempresarios de Cúcuta. El instrumento incluía datos demográficos relacionados con el género, la edad, el sector económico, tiempo de funcionamiento de la empresa, el rol, nivel de estudios y uso de las herramientas digitales en (a) redes sociales (b) procesos en la nube (c) reuniones virtuales (d) control de proyectos (e) publicidad.

RESULTADOS PARCIALES:

De los (8) microempresarios participantes, el 37,5% son del sector servicios y 62,5% son del sector comercio; su periodo de funcionamiento está 25% menos de 2 años, 37,5% entre 5 y 8 años y 37,5% entre 12 a 20 años. Según su género, el 62,5% son hombres y el 37,5% son mujeres; en cuanto a su rol, el 37,5% son propietarios y 62,5% gerente/administrador; además, el 50% son bachilleres, el 25% técnicos, 12,5% tecnólogos, el 12,5% universitarios y la distribución de los encuestados según la generación a la que pertenece es de 50% pertenecen a la generación X y 50% a la generación Millennials.

Gráfico 4. Herramientas digitales utilizadas por los microempresarios de Cúcuta pertenecientes a la generación X.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5. Herramientas digitales utilizadas por los microempresarios de Cúcuta pertenecientes a la generación Millennials.



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES PARCIALES:

La relación de los microempresarios con el uso de las herramientas digitales evidencia una diferencia enorme en cuanto a su utilización, se observa que mientras la generación Millennials o denominados Nativos Digitales desarrollan mayores comportamientos hacia el uso de diferentes herramientas digitales, la generación X manifiestan menor comportamiento de uso de las herramientas digitales en las microempresas, lo anterior se convierte en una oportunidad de mejora empresarial.

Avance en la Determinación de los fundamentos de mercadeo en los cuales se han apoyado las MIPYMES en el Departamento de ARAUCA, ante la reactivación económica en el marco de la Pos pandemia

KARLA YIBETH SANCHEZ VILLAMIZAR, KAROL JULIANA CARREÑO RAMIREZ, JORGE ANDRES MAFLA ALVARADO, KAREN MILENA PERDOMO ROMERO, KARELYN LILIANA MORRON PORRAS, JUAN DAVID MANTILLA POSADA, YEISON FABIAN ACUÑA HERNANDEZ, JARID JAZDEINY BARON FORERO / FUNDAMENTOS DE MERCADEO

Grupo Arauca
Semilleros de investigación en Administración
Programa de ciencias económicas y empresariales
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: El departamento de Arauca y sus municipios se caracterizan mas por tener Microempresas(pequeñas empresas) y medianas empresas.

ABSTRACT: The department of Arauca and its municipalities are characterized more by having Microenterprises (small companies) and medium-sized companies.

PALABRAS CLAVE: Empresa, departamento, resultados, búsqueda, productividad

KEYWORDS: Company, department, results, search, productivity

INTRODUCCIÓN:

En la búsqueda de pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas en Arauca (capital), Tame y Saravena que hacen parte del departamento de Arauca, nos encontramos con 560 resultados en los cuales nos basamos para hallar la actividad o denominación de cada empresa. Es importante conocer y valorar las empresas que constituyen nuestro entorno ya que son indispensables para la productividad del departamento e incluso del país y al generar empleo contribuyen al incremento del valor agregado de la economía. También es importante tener en cuenta que para el éxito y prosperidad de la empresa debe tener calidad en el servicio al cliente, para así satisfacer las necesidades del consumidor y garantizar la lealtad de este.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

El economista.es
<https://empresite.economistaamerica.co/Ta manoFabricacion/pequenas/departamento/A RAUCA/>
DIAN POR UNA COLOMBIA MAS HONESTA
<https://www.dian.gov.co/Paginas/Inicio.aspx>

MARCO TEÓRICO:

- 1 Cantidad de Mipymes en Arauca(capital), Saravena y Tame.
 - 1.1 Que son las Mipymes: Es el nombre designado a las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia.
 - 1.1.1 ¿Cuales son las microempresas? Empresas cuyo personal no es superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes, dentro de los cuales no se suma la vivienda familiar.
 - 1.1.2 ¿Cuales son las pequeña empresas? Empresas cuyo personal esta entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
 - 1.1.3 ¿Cuáles son las medianas empresas? Empresas cuyersonal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales por valor de 5001 a 30000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

En la busqueda de diferentes empresas del departamento de Arauca, se encuentra con teléfono, dirección y otros datos comerciales y financieros de las empresas. Se demuestra con coincidencias con la actividad o la denominación de cada empresa.

RESULTADOS PARCIALES:

Podemos encontrar diferentes empresas en el mercado del Departamento de Arauca. ante la reaccion economica en el marco de la pos pandemia.

EMPRESAS	ARAUCA	TAME	SARAVENA
MICROEMPRESAS		128	151
PEQUEÑAS EMPRESAS	251		
MEDIANAS EMPRESAS	23	7	

CONCLUSIONES PARCIALES:

En nuestro departamento contamos con un alto grado de microempresas las cuales son las que más sostienen nuestra economía.
Las empresas medianas son pocas pero no por esto menos importantes, ya que también cumplen un papel fundamental. No contamos con grandes empresas.
Tenemos un gran número de emprendedores modernos que inician desde cero con sus pequeñas empresas.

Análisis del Impacto social y tecnológico que tiene el núcleo de apoyo contable y fiscal NAF de la Universidad de Pamplona en su entorno, en época de pandemia

Jorphan Aristides Mora Mora / Contaduría Pública
Karoll Viviana Báez Ríos / Contaduría Pública
José Javier Moncada Contreras / Contaduría Pública



Grupo de investigación GRAMY
Semillero de investigación SEYCON
Ricardo Iván Guerrero Ragua - Coordinador
Programa de Contaduría Pública
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia



RESUMEN: La economía al ser una materia transversal en el ser humano se alimenta y fortalece de los avances en otros campos de acción. La tecnología como uno de estos avances proporciona una ayuda indispensable para realizar orientaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, a la vez que genera una nueva brecha llamada "digital". Y es donde los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) tiene su razón de ser, en el apoyo acertado y oportuno por medio de orientaciones a los ciudadanos. Por tanto, en este trabajo se propone analizar el impacto social y tecnológico que el grupo NAF ha desarrollado en las comunidades en época de pandemia, utilizando encuestas a los integrantes del grupo, que nos permitan conocer de los modelos tecnológicos ya probados en las personas que demandaron las orientaciones, cuál fue el más acogido y por medio de qué servicio.

PALABRAS CLAVE: NAF, DIAN, TECNOLOGIA, TRABAJO SOCIAL.

ABSTRACT: The economy, being a transversal subject in the human being, feeds and strengthens the advances in other fields of action. Technology, as one of these advances, provides indispensable help to carry out tax, customs and exchange orientations, at the same time that it generates a new gap called "digital". And it is where the Accounting and Fiscal Support Nuclei (NAF) has its reason for being, in the correct and timely support through guidance to citizens. Therefore, in this work it is proposed to analyze the social and technological impact that the NAF group has developed in the communities in times of pandemic, using surveys of the members of the group, which allow us to know the technological models already tested in the people who They demanded the orientations, which was the most welcomed and through what service.

KEYWORDS: NAF, DIAN, TECHNOLOGY, SOCIAL WORK

INTRODUCCIÓN:

Actualmente toda persona que nace en cualquier nación está inmersa en un engranaje compuesto, funcional e intercomunicado entre sí, para facilitar primeramente la identificación del ciudadano y seguidamente registrar y organizar los movimientos cotidianos realizados por este ya sea en materia penal, laboral, económica, entre otros. En materia económica todos estos procesos impactan al hombre de manera transversal, por ejemplo:

¿Quién no ha necesitado el RUT para finalizar la selección laboral?

¿O para la compra legal de un producto al diligenciar la factura electrónica?

Entre otros procesos tributarios, aduaneros y cambiarios que conforman el espectro económico al cual un ciudadano directa o indirectamente no puede escapar para lo cual el objetivo del grupo NAF es brindar "una respuesta conjunta entre la administración tributaria y el sector académico a aquellos microempresarios con dificultades para asumir costos de cumplimiento tales como la contratación de contadores y asesores tributarios" (Brochure NAF, 2019) como también el orientar a los contribuyentes de bajos recursos siendo este el sentido social del proyecto NAF, acompañar a las comunidades en el desarrollo personal y regional.

Es por esto que la importancia de analizar el impacto social y tecnológico que ha realizado el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF no se reduce solamente en dar a conocer los beneficios que ha proporcionado a comunidades de bajos recursos principalmente de los estratos 1 y 2, sino que desea realizar una radiográfica que permita por medio de los actores principales identificar que desarrollos virtuales tienen un impacto mayor que permita acercar los servicios digitales a las comunidades de estrato bajo, brindando una orientación y solución efectiva, oportuna y gratuita.

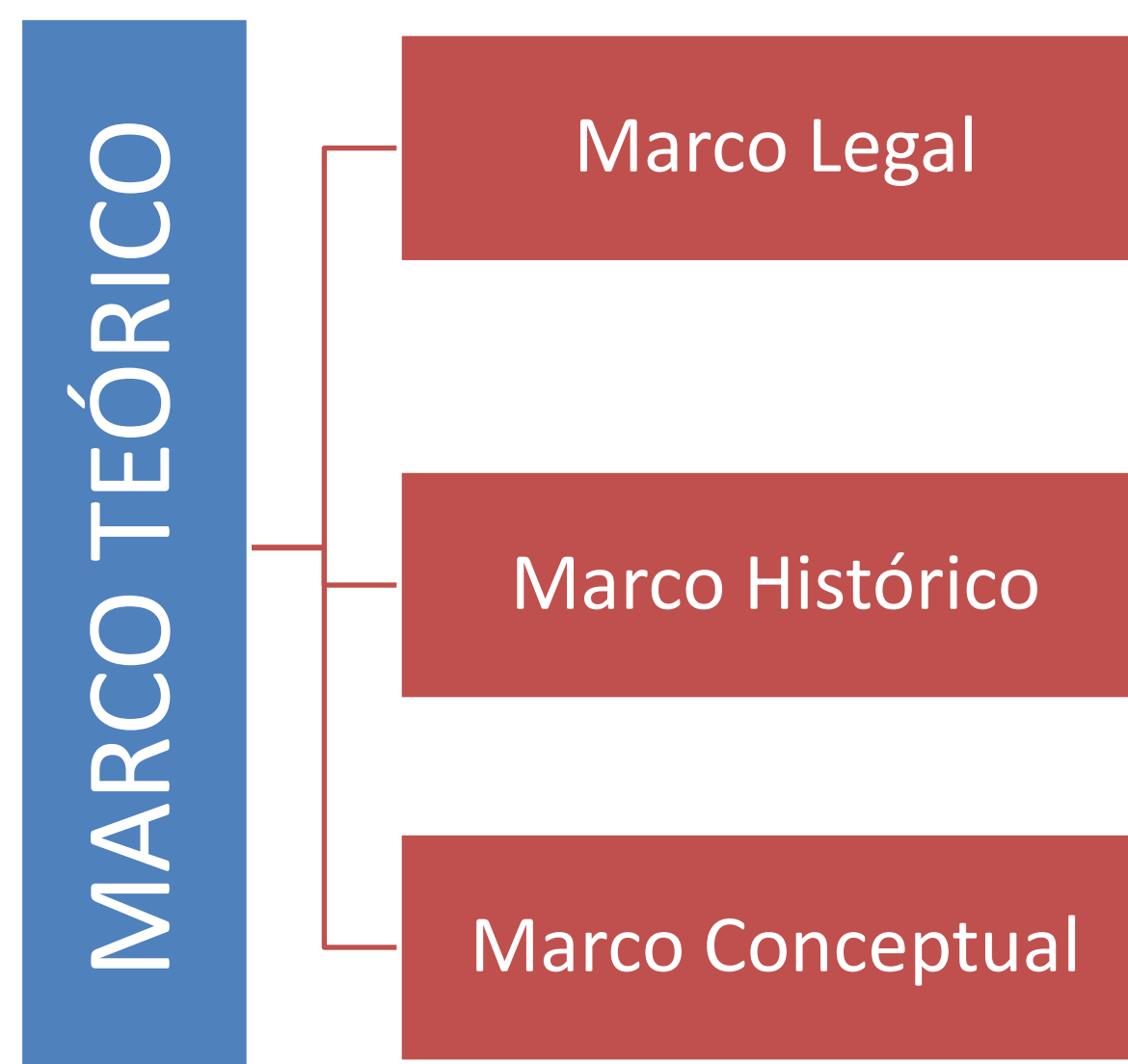


Foto de Naren, practicante NAF trabajando con Resguardos indígenas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ✓ MinTIC. (2019). *Versión Observaciones Versión 1 Enero 2010 Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno en Línea.*
- ✓ Convenio de cooperación interinstitucional suscrito entre la U.A.E. DIAN Dirección seccional delegada de impuestos y Aduana de Pamplona y la Universidad de Pamplona 11 de Octubre De 2.018.
- ✓ Hiler López, Y., Mesa Mejía, K. A., & Velasco Marín, A. C. (2019). Núcleo de apoyo contable y fiscal.
- ✓ Lozada Pabón, M. K., & Plazas Rojas, J. F. (2020). Instrumento de comprobación del cumplimiento de formalidades contables y tributarias, aplicables a las empresas aliadas al proyecto cierre de brechas para la empleabilidad de la población víctima y vulnerable en el municipio de Villavicencio.
- ✓ Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente DIAN. (2019). Brochure NAF Presentación para instituciones de educación superior.

MARCO TEÓRICO:



"Todos los proyectos desarrollados por las entidades públicas que incorporan el uso y aprovechamiento de las TIC, deben aplicar los siguientes lineamientos de los Componentes TIC para el Estado y TIC para la Sociedad, para garantizar un uso eficiente y efectivo de la tecnología" (MinTIC, 2019, p. 30) entre los cuales resaltamos: "Busquen colaboración con otras entidades y tengan estrategia de gestión de conocimiento, uso y apropiación por parte de los beneficiarios" (MinTIC, 2019, p. 30)

En Colombia los NAF se implementaron mediante la resolución de DIAN número 47 del 10 de junio de 2016, orientado actualmente al acercamiento de la virtualidad en tiempos de pandemia, y a orientar sobre necesidades propias del entorno. (Lozada, 2020). En la universidad de Pamplona se establece mediante Convenio NAF en el 2018. (Convenio de cooperación interinstitucional, 2018)

NAF (Núcleos apoyo contable y fiscal) son una iniciativa de responsabilidad social, adoptados por la DIAN implementados por las Instituciones de Educación Superior - IES. Con el fin de fortalecer las políticas públicas de educación fiscal, promover los programas de cultura tributaria y contable, además de ser un proceso de acercamiento estado-contribuyente en el cumplimiento de las obligaciones formales de recaudo. Mejía (2019)

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Descriptiva cualitativa: Recolectará información acerca del convenio NAF manejado en el país, su alcance de acuerdo a la capacidad operativa, características de su entorno y atención al contribuyente mediante el uso de la virtualidad.

Nuestra investigación tendrá como método de recolección de información la encuesta, que se llevará a cabo de forma estructurada. En el sentido que Tamayo y Tamayo definen la encuesta:

"es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida"

Tamayo y Tamayo (2008, pág. 24)

RESULTADOS PARCIALES:

A las preguntas planteadas encontramos las siguientes similitudes y diferencias:

PREGUNTA	PREGUNTA 1: ¿Actualmente a que ciclo de formación pertenece?	PREGUNTA 2: ¿Dentro de la proyección social a que área cree que se enfocó este semestre el proyecto NAF?	PREGUNTA 3: Si su respuesta ha sido otras, ¿cuáles considera?	PREGUNTA 4: ¿Qué estrategias virtuales utilizo para llevar a cabo su trabajo con la DIAN?	PREGUNTA 5: ¿Qué sistemas virtuales de los que se implementaron en los NAF fue el más demandado por los contribuyentes?	PREGUNTA 6: ¿Qué probabilidades hay de que las orientaciones bajo estos medios virtuales sean eficientes y el contribuyente quede satisfecho con el proceso? De cero (Nada probable) hasta diez (Muy probable)	PREGUNTA 7: ¿Por qué medios se indujo a la aplicación de la tecnología dentro del proyecto NAF? (celulares, anuncios, otros)
ENCUESTADO							
SIMILITUDES		-Pensionados -Juntas de Acción C		Redes sociales. WhatsApp. Reuniones sincronicas Publicidad.	WhatsApp	8	Anuncios. Computador.
DIFERENCIAS				Teams. Facebook live. Email. Capacitaciones en vivo.	Actualización del RUT en línea. Agendamiento de citas en línea. Inscripción del RUT en línea. Orientación Asincrónica.		Videos Redes Sociales Celular Otros

CONCLUSIONES PARCIALES:

- Hay un alto grado de satisfacción por parte de los contribuyentes en los procesos de la DIAN orientados por medios virtuales, siendo más eficiente y eficaz.
- Durante la pandemia se han implementado estrategias virtuales, focalizadas especialmente en las redes sociales y reuniones sincrónicas para publicitar las orientaciones ofrecidas por los NAF y la DIAN.
- Los mayores beneficiarios hasta el momento han sido personas mayores como los pensionados y comunidades de bajos recursos organizadas por medio de Juntas de Acción Comunal.
- Los servicios mas demandados durante la pandemia por medio de los canales virtuales son los relacionados con el Registro Único Tributario, documento básico e indispensable de información tributaria.

OBSTÁCULOS ENFRENTADOS POR LAS MIPYMES DE CÚCUTA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Julián Alejandro Ferreira Montes/ Cristian Andrés Cerón Abaunza

Grupo de investigación GICEE
Semilleros de investigación COHE-Consultando Historia Empresarial
Programa Administración de Empresas
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: Analizar las dificultades enfrentadas por las microempresas en cuanto a la implementación de las herramientas digitales en Cúcuta y área metropolitana realizando una encuesta con enfoque cuantitativo en microempresarios de la ciudad de Cúcuta observando que porcentaje de los empresarios presento problemas para la correcta implementación y ejecución de las herramientas digitales

ABSTRACT: Analyze the difficulties faced by micro-enterprises in terms of the implementation of digital tools in Cucuta and the metropolitan area by conducting a survey with a quantitative focus on micro-entrepreneurs in the city of Cucuta, observing that percentage of entrepreneurs presented problems for the correct implementation and execution of the digital tools.

PALABRAS CLAVE: Digitalización, herramientas digitales, pandemia, adaptación, obstáculos

KEYWORDS: Digitization, digital tools, pandemic, adaptation, obstacles.

INTRODUCCIÓN:

A sabiendas que las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son un importante motor de desarrollo para la economía local y que son las fuentes principales de trabajo para el sustento de su población estas no pueden permitirse el hecho de cerrar sus puertas y perjudicar de quien se beneficia principalmente, las empresas locales que no tenían considerado dentro de su planeación estratégica ni en su estrategia comercial, el impacto de un agente externo como lo es una pandemia es por esto que muchas empresas han tenido que reajustarse y reinventarse incluyendo dentro de su planeación estratégica elementos que le permitan adaptarse rápidamente a un mercado en crisis y austeridad.

Es aquí donde entran a juego las denominadas herramientas digitales y todo el conjunto que lo engloba desde la transformación digital hasta su consolidación como revolución en las empresas, a pesar de sus muchos beneficios entra en ecuación la complejidad que pueden representar para un gran número de microempresarios que no dominan la implementación o pueden presentar problemas de gestión en sus organizaciones, de esta forma observando que no necesariamente al hablar de herramientas digitales todos son pros también tienen sus desventajas con respecto a diversos sectores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

García Monsalve, J.J Tumbajulca Ramírez, I.A , y Cruz Tarrillo, J.J (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en MiPymes durante el Covid-19. Comunicación, 12 (2), 99-110

Medina Blum, F. , Quijano García, R. A. ., & Patrón Cortés, R. M. . (2020). Marketing proactivo como estrategia en MiPymes para afrontar Mercados en crisis por la pandemia covid-19..

Segura-Castro, G. (2021). Las MIPYMES en Colombia y el impacto de la pandemia COVID-19. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia

MARCO TEÓRICO:

Grafico No.1: Principales obstáculos para la implementación de las herramientas digitales en MiPymes



Fuente: Realización propia en base a diversas fuentes (Blum, 2020; Castro,2021; Monsalve 2020.)

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Se realizó una encuesta con enfoque cuantitativo a las MiPymes de Cúcuta para conocer y analizar las dificultades por las que pasaron en el proceso de la implementación de las herramientas digitales. Este instrumento se aplicó a 12 microempresas, donde se recopiló información sobre el nivel de digitalización de sus empresas, sector al que pertenece, problemas presentados en el uso de herramientas digitales, resistencia al cambio, capacitación del personal, entre otras variables que se cree que fueron decisivas en cuanto a salir a flote tras la crisis dada por la pandemia.

RESULTADOS PARCIALES:

De acuerdo a los datos recabados de las MiPymes participantes, el 36,4% utilizan en gran medida las herramientas digitales y el 63,6% los utilizan de una menor forma; las dificultades mas relevantes a la hora de hacer uso de herramientas digitales fueron la falta de intención por parte de los directivos (36,4%), la limitación económica (35,4%) y la resistencia al cambio (32,1%), en menor medida esta el desconocimiento de cómo aplicarlas (25%) y la falta de personal capacitado (27,3%); el 90% pertenece al sector de comercio y el 10% es prestadora de servicio a la vez; en cuanto al nivel de digitalización de las empresas, el 60% se encuentran en un nivel medio – alto de digitalización, mientras que el 40% se encuentran en un nivel bajo de esta; el 54,6% de las MiPymes observó una media – alta resistencia al uso de herramientas digitales mientras que un 45,4% tuvo una baja resistencia a la implementación de estas; la falta de capacitación retraso el 45,5% de las empresas, el 9,1% de estas capacitó al personal y el 45,5% restante se defendía en el uso de las herramientas digitales



CONCLUSIONES PARCIALES:

De acuerdo a los datos recabados se concluye que a las MiPymes la emergencia sanitaria las forzó de cierta manera a hacer uso de las herramientas digitales como las plataformas de videoconferencias o la venta y publicidad de sus artículos en la web, pero, esto no se dio de una manera orgánica y sencilla, el uso de estas herramientas digitales conllevó ciertas dificultades como la resistencia al cambio, la falta de capacitación del personal, el desconocimiento de como aplicar estas herramientas a sus empresas y falta de disposición de los directivos a hacer uso de estas. Además, algunas empresas optaron por no hacer uso de las herramientas digitales, puesto que se sentían cómodas con su modelo de negocio tradicional y el uso de estas implicaba tanto una inversión de recursos como un cambio al que les tomarían tiempo adaptarse, asimismo algunas empresas consideran que aplicar este cambio conlleva un gasto de tiempo y recursos innecesario, puesto que su modelo de negocio continuo siendo rentable.

PERFIL DEL EMPRESARIO DEL SECTOR BARES EN LA CIUDAD DE PAMPLONA. UN ANÁLISIS DESDE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR POST PANDEMIA.

Esther Dayana Cárdenas Vega, Julio Cesar Carrillo Velazco, Ludy Esperanza Carrillo Cañas, Glendy Natali Mogollón Parada, Jorge Armando Portilla Luna / Docente Akever Karina Santafé Rojas. Asignatura Investigación Cualitativa.

Grupo de investigación "CEyCON"
Semillero de investigación: "CONMIPYME"
Programa de Administración de Empresas – Presencial
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: A partir de la emergencia sanitaria por la pandemia del Covid – 19 y los estragos que está ha producido en la economía mundial, el sector de los bares ha sido uno de los más afectados, teniendo una reducción del más de 44% en sus ingresos totales. (DANE, 2020). Por consiguiente, la presente investigación busca definir el perfil del empresario del sector bares en la ciudad de Pamplona , mediante el análisis desde la percepción del consumidor post pandemia, y de este modo lograr fundamentar sobre los rasgos más significativos que han repercutido en la baja dinámica comercial del sector y como las habilidades resilientes y adaptabilidad de los empresarios impactan y cautivan al consumidor.

ABSTRACT: Since the health emergency caused by the Covid-19 pandemic and the damage it has caused in the world's economy, the bars, pubs and nightclubs are presented as one of the most affected, having a reduction of more than 44% in its income totals. (DANE, 2020). Consequently, this research wants to define the profile of the entrepreneurs of the bars, pubs and nightclubs of the Pamplona city by analyzing the perceptions of the post-pandemic consumer, and in this way based on the most significant features that have had an impact on the low business cycle of this part of the economy and such as the resilient skills and adaptability of these entrepreneurs can captivated and influence the consumer.

PALABRAS CLAVE: Perfil de empresario, consumidor, sector bares, Covid – 19, post pandemia.

KEYWORDS: Entrepreneur profile, consumer, bars, pubs and nightclubs, Covid – 19, post pandemic.

INTRODUCCIÓN:

La temática a tratar surge desde la pandemia en el año 2020, afectando diversos sectores en la economía mundial. (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020), Lo que incidió en una nueva transición al provocar cambios en el contexto social, económico y tecnológico, de igual forma, en las reglas y regulaciones de todos los países del mundo, ocasionando inevitablemente nuevos hábitos de consumo (Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Católica de Honduras [UNICAH], 2020). De manera que, se evidenciaron en gran medida impactos en el bolsillo de las familias colombianas, en el desarrollo de las actividades económicas y la rentabilidad de la mayor parte de las empresas (Cámara de comercio [CCC], 2020). Tal fue el caso del impacto que generó en el sector de los Bares en Colombia, obligando a los empresarios a buscar alternativas que contribuyeran a minimizar dichas barreras (Diario La Opinión, 2020). Así mismo, en la ciudad de Pamplona, los propietarios de establecimientos como discoteca, bares y estancos, se vieron en la obligación de ajustar o cambiar su actividad economía, provocando en algunos locales, el cierre temporal de estos.

PROPÓSITOS:

Propósito general

•Develar el perfil del empresario del sector bares en la ciudad de pamplona. Un análisis desde la percepción del consumidor post pandemia.

Propósitos específicos

•Conocer las características del perfil del empresario del sector bares en la ciudad de pamplona. Un análisis desde la percepción del consumidor post pandemia.

•Determinar los tipos de percepción del consumidor post pandemia del sector de los bares en la ciudad de Pamplona.

•Definir el aporte del empresario en la dinamización de la economía del sector de los bares en la ciudad de Pamplona. Un análisis desde la percepción del consumidor post pandemia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- CASCO, A. R. (2020). Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología.
- DANE. (2020). Principales indicadores del mercado laboral. Boletín Técnico-Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
- Universidad Católica de Honduras. (2020, 30 agosto). *Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor*. INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología. <https://www.lamjol.info/index.php/INNOVARE/article/view/10208/11882>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020, 16 marzo). *Un llamamiento a la acción sin precedentes dirigido al sector privado para hacer frente a la COVID-19*. <https://www.who.int/es/news/item/16-03-2020-icc-who-joint-statement-an-unprecedented-private-sector-call-to-action-to-tackle-covid-19>
- Cámara de comercio de Cúcuta (CCC). (2021, abril). *Impacto económico a raíz del Covid - 19*. Cámara de comercio de Cúcuta. <https://www.cccucuta.org.co/media/estudioimpacto.pdf>
- Diario la Opinión. (2020, 8 octubre). *Comerciantes de Pamplona, en quiebra*. La Opinión. <https://www.laopinion.com.co/pamplona/comerciantes-de-pamplona-en-quiebra>

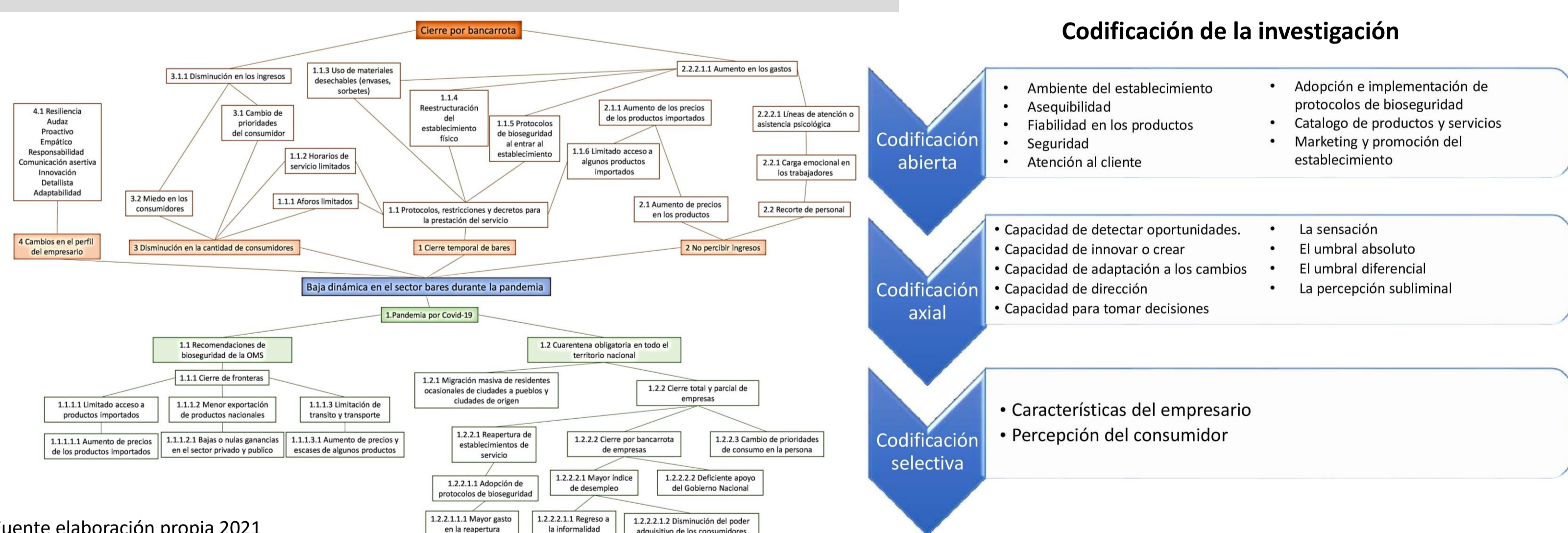
MARCO TEÓRICO:



DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:



RESULTADOS PARCIALES:



Fuente elaboración propia 2021

CONCLUSIONES PARCIALES:

Los aspectos más característicos del perfil de los empresarios en el sector de los Bares, se basó en la articulación de habilidades y competencias como la resiliencia, la proactividad y la comunicación asertiva en sus prácticas empresariales, así mismo, el ser empático, audaz, responsable, creativo y analista, fortaleció la dinámica de la economía del sector de los bares en la ciudad de Pamplona. Esto también repercutió en la percepción de sus clientes ya que, se forjó una interacción más cercana, que contribuyó a un reajuste de los modelos administrativos que se venían desempeñando previos a la pandemia, por lo cual, impacto de manera positiva en el consumidor post pandemia.

FABIAN ALBERTO CARRILLO LASSO

SIGCONT

Semilleros de investigación en Gestión Contable – Contaduría Pública
Contaduría pública
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: Este proyecto de investigación tiene por fin identificar la manera en que como la pandemia COVID-19 afectó económicamente el recaudo del impuesto de industria y comercio en la secretaria de hacienda del municipio de Villa del Rosario. La información que se busca emplear con el fin de llevar a cabo esta investigación será recopilada de fuentes como documentos e informes de carácter oficial de la secretaria de hacienda del municipio de Villa del Rosario, oficina de rentas y entrevistas a colaboradores de la misma entidad.

ABSTRACT: The purpose of this research project is to identify the way in which the COVID-19 pandemic affected economically the collection of the industry and commerce tax at the tax office of the municipality of Villa del Rosario. The information to be used in order to carry out this research will be compiled from sources such as documents and official reports of the finance department of the municipality of Villa del Rosario, revenue office and interviews to collaborators of the same entity.

PALABRAS CLAVE: Impuesto de industria y comercio, Recaudo, Covid-19, Administración municipal, Villa del Rosario, Oficina de hacienda, Pandemia, Impacto.

KEYWORDS: Industry and commerce tax, Collection, Covid-19, Municipal administration, Villa del Rosario, Tax office, Pandemic, Impact.

INTRODUCCIÓN:

La pandemia por COVID-19 trajo consigo no solo centenares de habitaciones de cuidados intensivos a tope, sino que ha afectado a millones de familias, organizaciones, empresas y la administración pública. La crisis económica ha traído consigo un impacto negativo en la estructura tributaria de todos los entes públicos del mundo. Es necesario tomar como ejemplo a Colombia, en la cual la pandemia trajo una ralentización de la economía lo que generó una afectación a nivel social, económico y fiscal, por lo tanto, el gobierno se vio en la tarea de establecer medidas de carácter urgente con el fin de impulsar una mediática reactivación del sistema económico y de la economía nacional. En materia tributaria, el recaudo de impuestos del 2020 fue menor al esperado por el gobierno nacional, la pandemia y el confinamiento obligatorio ocasionaron afectación en dos tipos de impuesto; el aportado por empresas y los impuestos de carácter territorial. En cuanto el virus fue tomando fuerza en el país, entidades nacionales como el Ministerio de Hacienda y Crédito público y la DIAN tomaron decisiones que solventaron, de cierto modo, el impacto financiero en los recaudos tributarios ampliando plazos y corriendo fechas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Acuerdo N° 027 del 09 de Diciembre de 2020 (Estatuto tributario del municipio de Villa del Rosario)
- Decreto 1625 del 2016 (Estatuto tributario nacional)
- Decretos municipales
- Administración del municipio de Villa del Rosario
- Departamento de impuestos y aduanas nacional (DIAN)
- Actualícese

MARCO TEÓRICO:

La constitución de 1991, permitió que se agregaran reformas al gasto público, adicional, se otorgaron pautas para saldar la descentralización del Estado. En 1992 y de acuerdo a la ley 6, se genera una nueva reforma tributaria, la cual buscaba garantizar los recursos que financien de manera directa o indirecta los compromisos instaurados por la constitución del 91, haciendo énfasis en el incentivo para el proceso de apertura económica de la época. Para aumentar y fortalecer el recaudo, se aumentó el nivel de sanciones a quienes evadían los impuestos, en busca de «obligar» al pago de dicha responsabilidad. En el 2006 algunos bienes pasan del 10% al 16%, en el 2009 en Renta hay una Reducción del 40% al 30% para la deducción en renta de las inversiones en activos fijos productivos. En el 2010 también se dio la reforma con la ley 1430 donde se dio la eliminación de la deducción por inversión en renta, también eliminaron en la sobretasa del consumo eléctrico del sector industrial un 20%, además de la reforma arancelaria impactando el PIB en un 10% o más.

Fuente: DIAN

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

De acuerdo o teniendo como base el análisis cuantitativo y cualitativo se darán a conocer los resultados del impacto que tuvo la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19, en el recaudo del impuesto de industria y comercio en el municipio de Villa del Rosario, para ellos se utilizarán las cifras proporcionadas.

Cualitativamente será necesario analizar la repercusión de las medidas adoptadas por la administración municipal de Villa del Rosario a lo largo de la emergencia sanitaria; como es el caso de los Decretos y/o beneficios pensados para contribuir al pago inmediato y en su totalidad de casos de moras altas y antiguas.

Adicional al enfoque mixto, el proyecto de igual manera tendrá un enfoque no experimental, en el cual no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista. Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. México 2001

RESULTADOS PARCIALES:

Proyecto en desarrollo.

CONCLUSIONES PARCIALES:

- Análisis del resultado del impacto de la pandemia en los ingresos del municipio de Villa del Rosario por recaudo del impuesto de industria y comercio.
- Construir propuestas que permitan mitigar de manera positiva el impacto de la disminución en el pago del impuesto de industria y comercio.

ANÁLISIS, DESCRIPCIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS MIPYMES EN LA REACTIVACION ECONÓMICA DE LA CIUDAD DE PAMPLONA

FREDDY JOVANNY GARCÍA MANTILLA - KAROL MICHELLE PARADA JAIMES - MARGARITA ROSA IBARRA GUARIN - NURY YESENIA TORRES GOMEZ - PABLETH SANTIADTH CONTRERAS FERNANDEZ - SILVIA JULIANA MEDINA RIAÑO- / DOC. LUZ ANGELA MORENO CUEVA – FUNDAMENTOS DE MERCADEO

Grupo de investigación : 2 - Norte de Santander
Programa: Administración de Empresas- PRESENCIAL
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: Esta investigación pretende determinar el tamaño, estado y la situación financiera de las MIPYMES del municipio de Pamplona a través de un análisis descriptivo y detallado de este tipo de empresas y como se han desenvuelto dentro de la reactivación económica.

El número total de empresas en el Municipio de Pamplona en total fueron 1895 micro empresas, 252 pequeñas empresas y 10 medianas empresas.

PALABRAS CLAVE: MIPYMES - REACTIVACIÓN- PANDEMIA- SITUACION ECONOMICA – EMPRESAS .

INTRODUCCIÓN:

Las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas que realizan actividad económica) en la ciudad de Pamplona, según la investigación ya hecha, la mayoría de dichas empresas son micro y pequeñas empresas, esto se debe a que en esta ciudad hay muchas personas emprendedoras que sueñan con ser su propio jefe, tener su propia empresa y poder salir adelante, las medianas empresas que se encuentran en este municipio, son muy pocas y grandes empresas no hay casi ninguna y ahora mucho menos con el problema que parece ser que ya está pasando, llamado covid 19, debido a este problema muchas empresas de todo tipo cayeron en banca rota o quebraron, pero ahora con la reactivación económica, nuevas empresas han nacido o se han reconstruido, otras empresas que le sacaron beneficios a esta situación y pudieron crecer aún más, porque aun en la adversidad hay ganas de salir adelante, esto es lo que caracteriza a las personas de esta región, que siempre tiene ganas de salir adelante.

MARCO TEÓRICO:

En el municipio de Pamplona hay un total de 1895 micro empresas, 252 pequeñas empresas y 10 medianas empresas. Con la pandemia emergieron 580 microempresas y 80 pequeñas empresas.

En lo que respecta a las empresas del municipio de Pamplona se refleja que en su mayoría son micro empresas y desde la pandemia de covid-19 aumentaron aún más.

Esto debido a que la pandemia quebró muchas medianas empresas y muchas personas vieron la oportunidad de crear su propia empresa, de independizarse y ser su propio jefe, dando así como resultado que la economía de muchas personas mejorara.

Click to add text
https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/localidad_pamplona

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Tipo de investigación

- Descriptiva

Enfoque

- Cuantitativo

Muestra

- Empresarios del municipio de Pamplona

Procedimiento

- Encuestas
- Análisis de la información
- investigación

Empresas en Pamplona	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas
Totales	1315	172	10	0

COMPARACIÓN ANTES Y DESPUÉS QUE INICIO LA PANDEMIA EN EL 2020

Desde inicio de la pandemia	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas
Totales	580	80	0	0

*Datos Cámara de Comercio de Pamplona.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ✓ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_741870.pdf
- ✓ <http://camarapamplona.org.co/camara2/>
- ✓ <http://camarapamplona.org.co/camara2/>
- ✓ https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/localidad_pamplona

RESULTADOS PARCIALES:

- Afectación en la generación y conservación de empleos en la región.
- Pérdida de ganancias por el tema del cierre de negocios por la pandemia
- Aumento del precio de la materia prima y disminución de la oferta en el mercado.

CONCLUSIONES PARCIALES:

- El impacto económico y social de la pandemia sobre las Mipymes afecta a todos los niveles de la sociedad debido al deterioro económico que se traduce en la inactividad y cierre de los generadores básicos de empleo dentro del país.
- En conclusión, en Norte de Santander, se encuentran diversas empresas prestadoras de servicios, que se encargan de generar sus propios, aunque sean de diferentes tipos, todas esas empresas ayudan a que la economía de la región permanezca y siga floreciendo

RUTA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MIPYMES DE CÚCUTA

Nenly Yuriani Mantilla Barrera – Jeismy Dayana Garcia Garcia/ Desarrollo Empresarial

Grupo de investigación GICEE
Semilleros de investigación COHE-Consultando Historia Empresarial
Programa Administración de Empresas
Universidad de Pamplona
Pamplona - Colombia

RESUMEN: La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis de la ruta para la transformación digital de las MiPymes de Cúcuta, esta se enmarca en un paradigma cualitativo y un diseño documental a partir de la búsqueda de la información, mediante esta investigación se puede determinar la importancia que tiene para las MiPymes llevar a cabo la ruta para la transformación digital, concluyendo que las MiPymes deben realizar la integración de los procesos y así lograr una cultura más digital dentro de su organización.

ABSTRACT: The present research aims to carry out an analysis of the route for the digital transformation of Cúcuta's MSMEs, this is framed in a qualitative paradigm and a documentary design based on the search for information, through this research the importance can be determined that has for the MSMEs to carry out the route for the digital transformation, concluding that the MSMEs must carry out the integration of the processes and thus achieve a more digital culture within their organization.

PALABRAS CLAVE: Transformación digital, cultura digital, MiPymes, Globalización.

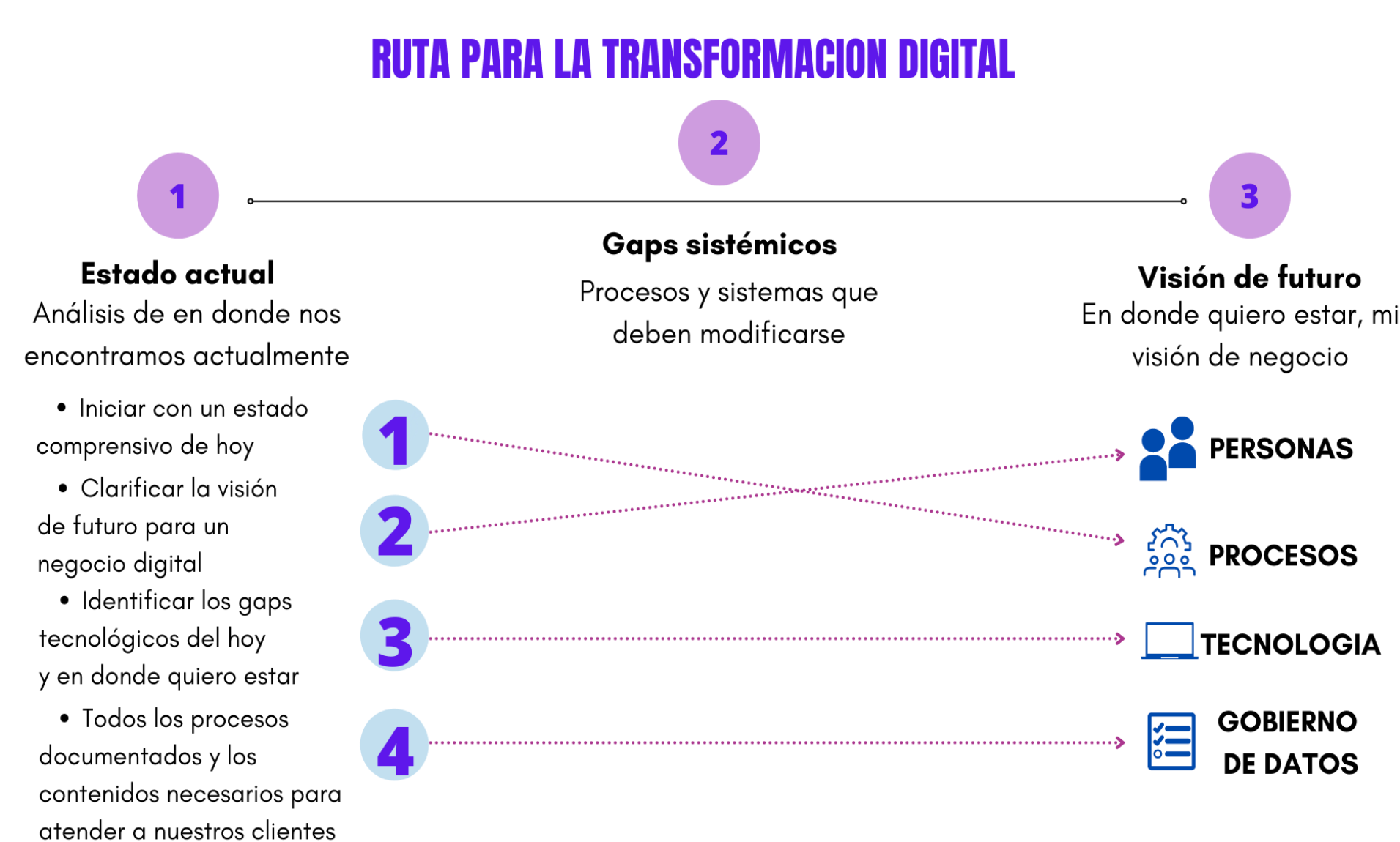
KEYWORDS: Digital transformation, digital culture, MSMEs, Globalization.

INTRODUCCIÓN:

Debido a la globalización, cada vez es más común que las empresas adquieran nuevas estrategias de negocio basadas en la tecnología, una de ellas es la transformación digital, entendida como la aplicación de nuevas tecnologías dentro de cada una de las jerarquías organizacionales.

En la transformación digital se conjugan tres variables importantes para el desarrollo de las MiPymes, como lo son: conocer el estado actual, los gaps sistémicos y crear una visión a futuro. Teniendo en cuenta como base fundamental la cultura organizacional y así visualizar el negocio dentro de un proceso completo que integre las personas, los procesos, la tecnología y el gobierno de datos.

La transformación digital permite mejorar la eficiencia en las diferentes áreas de la empresa mediante la integración de las nuevas tecnologías, además también es un tema cultural en donde se debe involucrar toda la empresa para alcanzar los objetivos de forma exitosa.



Fuente elaboración propia. A partir de Cifuentes, 2020

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aldás López, B. A. (2021). Diagnóstico de transformación digital en las pymes afiliadas a la Cámara de Comercio y Producción Ibarra (Bachelor's thesis).
- Angel Vargas, G. J. (2020). Relación entre la competitividad y la transformación digital de las mipymes colombianas (Master's thesis, Universidad EAN).
- Figueredo Betancourt, C. A., & Causil García, F. C. (2021). La transformación digital como herramienta de creación de valor en las pymes latinoamericanas: estudio de casos 2009–2019.
- Cifuentes, C. (2021). Ruta de transformación digital para PYME. <https://www.youtube.com/watch?v=CjdWniw3gIM&t=2774s>

MARCO TEÓRICO:



Fuente realización propia. A partir de varios autores.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

La investigación se enmarca en el paradigma cualitativo, el cual según Bavaresco (2011) es considerado como "el interés clave para comprender el fenómeno desde las perspectivas de los participantes, el investigador es el instrumento primario para la recolección de datos y análisis" (p 154). La investigación se fundamentó en un diseño documental, a partir de la búsqueda de información en libros, revistas, sitios web especializados y artículos, la cual posteriormente fue organizada sistemáticamente. Es de tipo no experimental transversal y exploratorio, que posteriormente dará bases para un abordaje más amplio al incluir datos, características y condiciones de las Mipymes. Para validar la información se diseñó un instrumento que fue entregado a tres MiPymes, las cuales por medio de una encuesta realizaron sus aportes.

RESULTADOS PARCIALES:

La percepción que se tuvo de la cartilla permitió precisar que la transformación digital en las MIPYMES de Cúcuta aún se presenta muy sectorial y no integrada dentro de la organización, se encontro MiPymes en procesos de sistematización y que muy poco conocen la integración de la ruta, es decir, que no llegan a generar una cultura organizacional dentro de su empresa, faltando capacitaciones del personal, recursos para tener la infraestructura y demás, explicando limitantes que les impiden ser altamente competitivas y entrar en la cultura digital. Se identificó que dicha relación se debe a la existencia de factores internos como la cultura organizacional, el clima organizacional, las relaciones humanas y factores externos como la economía, las regulaciones gubernamentales y la tecnología adquirida.

CONCLUSIONES PARCIALES:

De acuerdo a distintas investigaciones realizadas en el contexto latinoamericano, la transformación digital a través de la vinculación de las tecnologías de información y comunicación, es valorada como el primer factor en la competitividad de las MIPYMES, también, existen distintas limitantes en su efectiva incorporación, debido especialmente a los costos que genera la digitalización en estas empresas, en la mayoría de los casos, acudir a fuentes de financiamiento externo. Asimismo, y asociada a las limitantes económicas, no siempre la incorporación de las tecnologías cumple con los estándares de calidad y certificación que exige un adecuado funcionamiento organizacional. Es por ello que la ruta para la transformación digital efectivamente nos muestra teniendo en cuenta todos estos factores y limitantes, que las MiPymes pueden llegar a esa verdadera digitalización integrando los procesos, las personas, la tecnología y el gobierno de datos.