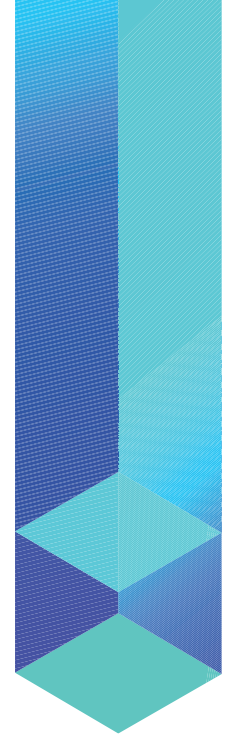




FACTORES DETERMINANTES DE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

EDITORIAL
UNIVERSIDAD CESMAQ



FACTORES DETERMINANTES **DE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN** EN LAS ORGANIZACIONES

Sandra Lucia Bolaños Delgado, Claudia Magali Solarte Solarte



Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones

Sandra Lucia Bolaños Delgado y Claudia Magali Solarte Solarte, Compiladoras -- 1 ed. -- San Juan de Pasto: Editorial Universidad CESMAG, 2019.

446p. : il. color.

Incluye Bibliografía p. 444-446

ISBN: 978-958-5504-48-6

E-ISBN: 978-958-5504-49-3

DOI: 10.15658/CESMAG19.10160109

1. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 2. CAMBIO ORGANIZACIONAL 3. COMPETENCIA ECONÓMICA 4. EMPRENDIMIENTO 5. MERCADEO – ADMINISTRACIÓN 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL 7. PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - ADMINISTRACIÓN I. Bolaños Delgado, Sandra, comp. II. Solarte Solarte, Lucía Claudia Magali, comp. III. Título

CDD 658.406 3

22 Ed.

CEP - Universidad CESMAG. Biblioteca Remigio Fiore Fortezza.



Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones.

Libro por capítulos resultados de investigación.

Primera edición, Septiembre 2019

© Sandra Lucia Bolaños Delgado, 2019

© Claudia Magali Solarte Solarte, 2019

© Universidad Cesmag, 2019

© Editorial Universidad Cesmag, 2019 Bajo el Sello Editorial

CESMAG Carrera 20A No.14-54

Tel: +572 – 7216535 Ext. 377 - 218

E-mail: editorial@unicesmag.edu.co

Website: www.unicesmag.edu.co/editorial

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

CP: 520003

Grupo de investigación: GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD

Carrera 20A 14-54

Tel: +572 – 7216535 Ext. 218

E-mail: sbolanos@unicesmag.edu.co

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

CP: 520003

ISBN: 978-958-5504-48-6

E-ISBN: 978-958-5504-49-3

DOI: 10.15658/CESMAG19.10160109

Rector:

Fray Próspero Arciniégas Zaldúa, OFM, Cap

Vicerrector de Investigaciones:

Javier Alejandro Jiménez Toledo

Editoras:

Sandra Lucia Bolaños Delgado y Claudia Magali Solarte Solarte

Edición impresa y digital Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

Diseño de cubierta y diagramación: Dg. Diego Córdoba, All Nexus SAS.
info@allnexus.com.co

Se permite la citación del texto nombrando la fuente.

El pensamiento que se expresa en esta obra es responsabilidad exclusiva de los autores y no compromete la ideología de la Universidad Cesmag.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida totalmente y en partes por ningún medio mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, digital, fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial o sus autores

Compiladoras

Sandra Lucía Bolaños Delgado
Decana Facultad de Ciencias Administrativas y
Contables
Universidad Cesmag

Claudia Magali Solarte Solarte
Directora Grupo de Investigación Gestión y
Competitividad
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Universidad Cesmag

Para referenciar este libro

Bolaños, S. & Solarte, C. (Compiladoras) (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. San Juan de Pasto, Colombia. pp. 447. Editorial Universidad CESMAG. Universidad CESMAG.



Compiladoras

Sandra Lucía Bolaños Delgado
Claudia Magali Solarte Solarte



Autores

Durley Edith Castro Monroy
Luis Ángel Meneses Cerón
Claudia Magali Solarte Solarte
Martha Lida Solarte Solarte
Pedro Pablo Burbano
Gabriel Andrés Obando
Alveiro Pantoja Guaitarilla
Faiber Heradio Solarte Galarza
Darío Noé Burbano Realpe
Diego de la Rosa Salazar
Juan Camilo Mejía
Marino Orlando Estupiñan Revelo
Guillermo Javier Hidalgo Martínez
Adriana Lagos Mora
Yashir Jurado Rodríguez
Yhancy Eliana Coral Rojas
Darlan Arley Agredo
Miguel Zambonino
Claudia del Pilar Mora
Alcibar Pila T.
Jorge Miranda Realpe
Luis Viveros Almeida
Elizabeth Adriana Recalde
Andrea Lorena Arteaga Flórez
Sandra Milena Granja Arce
Ana Lucía Checa Melo
Jinha Mauren Botina Mora
Diana Gicela Villota Ortega
Franqui Fernando Esparza Paz
Juan Bladimir Aguilar Poaquiza
Víctor Gabriel Avalos Peñafiel
Luz Nayibe Arcos Castillo
Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Lucia Casanova Guerrero
Osiris María Echeverría Ríos
Omar Barragán Fernández
Mizraim Martínez Hernández
Juan Carlos Estrada Álava
Gloria Alicia Rivera Vallejo
Danyeli Maricel Portillo Melo
Luz Stella Pemberthy Gallo
Valentina Viveros Palacios
Viviana Patricia Cruz Pino
Beatriz Jackeline Pulistar Suárez
Daniela Andrea Rosales Díaz
Elsa Rosario Díaz Terán
Humberto Palacios Rosero
Wilson Revelo Maya
Sandra Lucía Bolaños Delgado
Ludvyn Hernan Erazo Folleco

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

12

CAPÍTULO 1

19



IMPACTO DE LA INNOVACIÓN INCREMENTAL EN LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA, ESTUDIO DE CASO, CENTRO DE ENRIQUECIMIENTO CIENTÍFICO, TECNOACADEMIA SENA NODO CALI

Durley Edith Castro Monroy
Luis Ángel Meneses Cerón

CAPÍTULO 2

55



ANÁLISIS INNOVACIÓN Y ORIENTACIÓN AL MERCADO DE EMPRESAS FAMILIARES DE PASTO

Claudia Magali Solarte Solarte
Martha Lida Solarte Solarte

CAPÍTULO 3

68



PROTOTIPO DE MÁQUINA COSECHADORA DE PAPA PARA DINAMIZAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL AGRÍCOLA EN NARIÑO

Pedro Pablo Burbano
Gabriel Andrés Obando
Alveiro Pantoja Guaitarilla

CAPÍTULO 4

84



MODELO DE UN CIRCUITO DE INSPECCIÓN DIARIO DE MERCANCÍA “VALORACIÓN DE RIESGO EN EL MANEJO DE INVENTARIOS”

Faiber Heradio Solarte Galarza
Darío Noé Burbano Realpe

CAPÍTULO 5

98



PROPUESTA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL - CDE

Diego de la Rosa Salazar
Juan Camilo Mejía

CAPÍTULO 6



MODELO DE GESTION EN RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA PARA LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG EN LA CIUDAD DE PASTO

Marino Orlando Estupiñan Revelo
Guillermo Javier Hidalgo Martínez

113

CAPÍTULO 7



PERTINENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD FAMILIAR CORPORATIVA EN LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES

Adriana Lagos Mora
Yashir Jurado Rodríguez

126

CAPÍTULO 8



CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL SECTOR AGRÍCOLA Y AGROINDUSTRIAL DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO (2010-2018)

Yhancy Eliana Coral Rojas
Darlan Arley Agredo

137

CAPÍTULO 9



ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD FRONTERIZO COLOMBO-ECUATORIANO

Pedro Pablo Burbano
Miguel Zambonino
Claudia del Pilar Mora
Alcibar Pila T.

150

CAPÍTULO 10



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADO DE TELEPASTO CON LA COMERCIALIZACIÓN DEL CANAL 930

Yhancy Eliana Coral Rojas
Elizabeth Adriana Recalde

164

CAPÍTULO 11



APLICACIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES DEL SECTOR COMERCIAL

Jorge Miranda Realpe
Luis Viveros Almeida

177

CAPÍTULO 12



LAS FUERZAS COMPETITIVAS EN EL SECTOR DEL CAFÉ EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Andrea Lorena Arteaga Flórez
Sandra Milena Granja Arce
Ana Lucía Checa Melo

196

CAPÍTULO 13



INFORMALIDAD LABORAL EN LA EMPRESA FAMILIAR RURAL: CASO TRAPICHES DEL MUNICIPIO DE CONSACÁ-NARIÑO

Jinha Mauren Botina Mora
Diana Gicela Villota Ortega
Jorge Miranda Realpe

217

CAPÍTULO 14



HABILIDADES GERENCIALES, FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN EMPRESARIOS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Franqui Fernando Esparza Paz
Juan Bladimir Aguilar Poaquiza
Víctor Gabriel Avalos Peñafiel

233

CAPÍTULO 15



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE PASTO

Luz Nayibe Arcos Castillo

252

CAPÍTULO 16



EL CLIENTE EN UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Lucía Casanova Guerrero

269

CAPÍTULO 17



EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN MÉXICO Y SU RELACIÓN CON EL MARKETING SUSTENTABLE

Osiris María Echeverría Ríos
Omar Barragán Fernández
Mizraim Martínez Hernández

286

CAPÍTULO 18



PROYECTO DE VIDA Y EMPRESARISMO EN EL CORREGIMIENTO DE OBONUCO

Juan Carlos Estrada Álava
Gloria Alicia Rivera Vallejo

301

CAPÍTULO 19



ESTADO DE LA EDUCACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN NARIÑO (COLOMBIA)

Danyeli Maricel Portillo Melo
Andrea Lorena Arteaga Flórez

316

CAPÍTULO 20



DINÁMICAS UEES Y PROCESOS DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN SILVIA CAUCA

Luz Stella Pemberthy Gallo
Valentina Viveros Palacios
Viviana Patricia Cruz Pino

335

CAPÍTULO 21



TURISMO COMUNITARIO COMPETITIVO EN EL CORREGIMIENTO DE CATAMBUCO

Beatriz Jackeline Pulistar Suárez

350

CAPÍTULO 22



RED DE ACTORES PARA IMPULSAR EL DESARROLLO CULTURAL, SOCIOECONÓMICO Y TURÍSTICO DE SILVIA CAUCA

Luz Stella Pemberthy Gallo
Viviana Patricia Cruz Pino
Valentina Viveros Palacios

368

CAPÍTULO 23



EL MICROCRÉDITO. UNA REVISIÓN DESDE LAS CONTRIBUCIONES

Daniela Andrea Rosales Díaz
Elsa Rosario Díaz Terán

385

CAPÍTULO 24



MODELO DE GESTIÓN HUMANA CON ENFOQUE EN COMPETENCIAS LABORALES

Humberto Palacios Rosero
Wilson Revelo Maya

405

CAPÍTULO 25



PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON RESPECTO A LA ATENCIÓN EN LAS OFICINAS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO

Sandra Lucía Bolaños Delgado
Ana Lucía Casanova Guerrero
Ludvyn Hernán Erazo Folleco

425

INTRODUCCIÓN

En nuestros días, la apertura de los mercados mundiales y las facilidades tecnológicas han obligado a las empresas a cambiar la visión empresarial, al punto de convertir entidades desarrolladas en base a parámetros de gestión local, a entidades de clase mundial. En tal sentido, los principales aspectos que se deben cambiar en las organizaciones son: la documentación de todas sus políticas y procedimientos, con la finalidad de que las diferentes líneas de acción a ejecutar sean estandarizadas y monitoreables a lo largo de los diferentes procesos.

Fomentar la creación de ideas que aporten a la generación de la ventaja competitiva que la empresa mantiene con relación a sus competidores, invirtiendo en innovación y en la captación de nuevos talentos. Adaptabilidad al cambio, a través de concientizar a los directivos de las diferentes áreas operativas sobre la necesidad de adecuar las estrategias de la empresa a los cambios que se operan en el ambiente interno y externo, los cuales condicionan la creación de una ventaja competitiva.

Además, de permitir al área de talento humano efectuar una gestión del capital humano de forma independiente, sin la influencia del favoritismo y la imposición de candidatos a posiciones que no cuenten con las competencias exigidas por el mismo. Admitir los errores y reconocer el impacto financiero y organizacional que estos puedan tener ante los grupos de interés, ya sean a favor (hacia el futuro), o adversos (errores y pérdidas acumuladas, no declarados), por faltas estructurales y manejos no éticos.

También, descentralizar funciones, evitando la burocracia y la imposición de decisiones de forma arbitraria, sin contar con los puntos de vista de las diferentes áreas afectadas. Incentivar que las diferentes áreas de la empresa, la vean como un todo, en lugar de propugnar por los intereses particulares, sin importar los efectos sobre las demás áreas operativas.

Invertir en recursos tecnológicos actualizados que faciliten crear capacidad de respuesta ante los requerimientos de los clientes y preservar los activos de la empresa. Las organizaciones deben ser flexibles para poder responder las demandas del competitivo mercado de la actualidad, y dicha flexibilidad se obtiene sólo mediante un enfoque de administración descentralizado (empowerment). La organización flexible permite a los trabajadores y equipos gestionar su propio trabajo y talento como una práctica habitual, lo que supone aumentar el potencial de innovación y creatividad dentro de la organización. Una organización flexible es mucho más potable al cambio y

a la proactividad, es por eso que el fomento a las nuevas ideas que surgen de las áreas operativas, constituye un elemento valioso que debe ser utilizado y valorado en su justa dimensión.

Pero sin lugar a dudas, el principal aspecto a cambiar es combinar los diferentes recursos de la entidad bajo una visión empresarial emprendedora, versátil y adaptada a los retos que imponen los continuos cambios en los gustos y preferencias de los clientes.

Todo esto, contando siempre con el recurso más valioso para el alcance de los objetivos empresariales de máxima rentabilidad, permanencia en el tiempo del modelo de negocios y respeto al entorno empresarial, como lo es el capital humano, el cual es definido como, el valor económico del conocimiento, las habilidades y las capacidades de los empleados de una empresa, los cuales, en definitiva, son los que asumen el compromiso de gestionar los diferentes recursos del modelo de negocios en ejecución.

El enfoque de las competencias ha tenido auge desde el momento en que se han incrementado los cambios en el entorno, provocados por la globalización, las comunicaciones sin fronteras y la efectividad humana centrada en el valor agregado; traduciéndose en una mayor exigencia en los niveles de competitividad, calidad e innovación para la empresa, y en una mayor exigencia en el rendimiento del trabajo personal. Este panorama ha orientado a las empresas a formular estrategias que les ayuden a consolidar un grupo de colaboradores que se adapte a las exigencias del ambiente.

Para la renovación de estrategias con respecto al cumplimiento de objetivos empresariales teniendo en cuenta cada aspecto y área de trabajo los empleados deben estar en constante actualización, para ello la capacitación del personal es fundamental; de igual manera la innovación también es un tema de discusión donde los funcionarios o colaboradores tengan siempre presente en cualquier aspecto empresarial; el generar el compromiso suficiente a partir de la apropiación y sentido de pertenencia de la empresa es un tema al igual de importante de los antes mencionados, por lo tanto, se considera que de esta manera se podrá estar a la delantera de la competencia.

El establecimiento de estrategia y la innovación, serían el mayor reto porque la dinámica del entorno se mueve con rapidez, por lo que se necesita una competencia más emprendedora para adaptarse a los cambios sin agobiarse por la complejidad. En un entorno de movimiento lento, pero complejo, normalmente se requiere de capacidad para planificar con estrategia que pueda modelar la complejidad y dar tiempo para diseñar escenarios futuros. En tal sentido, lo que implica en adaptar una organización adecuando de forma natural al entorno, con el fin de poder sobrevivir, es decir, convertirla en una organización ágil.

Se debe crear una cultura dentro de la organización en la que se rompan los paradigmas tradicionales de la manera de hacer negocios y empresas, donde estas permitan que su propia cultura evolucione, incluyendo sus estilos de gestión y liderazgo, sus valores y creencias hacia la búsqueda de la eficiencia. Existen algunos cargos que necesitan personas más flexibles, que los lideran equipos creativos, donde se ejecuten procesos de innovación, áreas colaborativas. Pero a pesar de que sean personas flexibles, se trata de una cualidad que es parte de una cultura organizacional y por lo tanto, debe involucrar a todos los integrantes de la empresa. Los jefes son los primeros que deben mostrar estas cualidades, que ayuden a transmitir, enseñar y validar una cultura de la adaptación. Cuando las organizaciones implementan cambios de tecnología, procesos y sistemas de trabajo, es cuando se vuelve más necesaria esta característica de las personas.

El estilo de liderazgo debe tener un foco mayor en convertirse en facilitador y saber “gestionar” los errores que se deriven de la toma de decisiones autónoma que requiere ser flexible.

Para la divulgación del conocimiento, las ponencias fueron compiladas en el libro titulado: Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones, el cual contiene veinticinco capítulos, así: los autores del primer capítulo: Durley Edith Castro Monroy y Luis Ángel Meneses Cerón, presentan una investigación, del análisis a la adaptación de los nuevos modelos pedagógicos aplicados por el SENA en el Valle del Cauca, caso Centro de Enriquecimiento Científico, Tecnoacademia Nodo Cali, el cual permite procesos de creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento en varias áreas de investigación, con el fin de promover en los jóvenes el interés por proyectos de investigación e innovación desde su formación en la media académica, y así, brindarles herramientas efectivas que permitan encaminar a futuro su proyecto de vida personal, y profesional con enfoque empresarial.

El segundo capítulo de las investigadoras Claudia Magali Solarte Solarte y Martha Lida Solarte Solarte, tiene como propósito medir la innovación y el nivel de orientación al mercado que presentan 234 empresas familiares de la ciudad de Pasto.

El tercer capítulo de los investigadores Pedro Pablo Burbano, Gabriel Andrés Obando y Alveiro Pantoja Guaitarilla, presenta una alternativa viable para la cosecha de papa en el municipio de Yacuanquer (Nariño), a través del diseño, construcción e implementación de un prototipo cosechadora de papa acoplado al cardan de un tractor como medio de aporte de energía para su funcionamiento; la cosechadora mecánica permite al agricultor mejorar la calidad de la papa por cuanto disminuye prácticamente a cero el daño por cortes que se efectúan en la cosecha manual (azadón),

también disminuye el tiempo de cosecha lo cual impacta la productividad y competitividad de los agricultores en un 50%.

El cuarto capítulo de los investigadores Faiber Heradio Solarte Galarza y Darío Noé Burbano Realpe, es el resultado del proceso de investigación aplicada a la empresa Texcol S.A.S, empresa reconocida en la distribución de materiales de infraestructura y construcción, con sede principal en la ciudad de Pasto, con 32 empleados en las diferentes áreas, y una experiencia de 50 años en el mercado, se presenta un modelo de un circuito de inspección diario de mercancía.

El quinto capítulo de los investigadores Diego De la Rosa Salazar y Juan Camilo Mejía, da a conocer una propuesta de investigación para llevar a cabo un estudio para determinar la factibilidad de crear el Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) coordinado por la Universidad de Nariño, donde empresas de diferentes sectores pueden recibir asesoría en diferentes aspectos.

El sexto capítulo de los investigadores, Marino Orlando Estupiñan Revelo y Guillermo Javier Hidalgo Martínez presentan un modelo de gestión en responsabilidad social universitaria para la Institución Universitaria CESMAG en la ciudad de Pasto.

El séptimo capítulo es de las investigadoras, Adriana Lagos Mora y Yashir Jurado Rodríguez, quienes exploran el marco constitucional, legal y doctrinal, relacionado con el personalismo y los derechos humanos, con el fin de determinar la pertinencia de la Responsabilidad Familiar Corporativa, como política empresarial en la región, mediante la cual se motive la creación de directrices que protejan al trabajador y su grupo familiar, en especial cuando este se encuentra al cuidado de allegados en situación de vulnerabilidad e indefensión, como lo es el caso de menores de edad, discapacitados, población de la tercera edad, entre otros.

El octavo capítulo de Pedro Pablo Burbano, Miguel Zambonino, Claudia Del Pilar Mora y Alcibar Pila T., presentan la ponencia índice de competitividad fronterizo Colombo-Ecuatoriano, al utilizar el análisis de componente factorial y el análisis factorial como instrumento estadístico para ponderar las variables, pretende analizar la competitividad existente entre los departamentos o provincias fronterizas alrededor de variables como: PIB, producción per cápita, empresas industriales manufactureras, pequeñas y medianas empresas, tasa de creación y natalidad de empresas, entre otras, con el fin de comparar cuantitativamente las asimetrías existentes, pero también generar alternativas de solución.

El noveno capítulo de los investigadores Yhancy Eliana Coral Rojas y Darlan Arley Agredo, realizan la caracterización de la oferta exportable del sector agrícola y agroindustrial en el periodo comprendido entre el año 2010 y el año 2018, permite identificar y visibilizar el aporte de las empresas exportadoras, así como la identificación puntual de las capacidades productivas y competitivas del Departamento de Nariño.

El décimo capítulo de los investigadores Jorge Miranda Realpe y Luis Viveros Almeida tiene como objetivo realizar un análisis de aplicación del marketing digital y su influencia en el proceso de compras de los clientes, para el efecto se realiza un estudio de caso en la empresa Artículos JM.

El capítulo once de las autoras Yhancy Eliana Coral Rojas y Elizabeth Adriana Recalde, donde se da a conocer la gestión estratégica de mercado de la empresa Telepasto con la comercialización del canal 930.

El capítulo doce de las investigadoras Andrea Lorena Arteaga Flórez, Sandra Milena Granja Arce y Ana Lucía Checa Melo, donde se realiza un análisis del sector del café en el Departamento de Nariño, identificando sus fuerzas competitivas.

El capítulo trece de los investigadores Jinha Mauren Botina Mora, Diana Gicela Villota Ortega y Jorge Miranda, tiene como propósito principal analizar la informalidad laboral en la empresa familiar rural: caso trapiches del municipio de Consacá-Nariño.

El capítulo catorce de los investigadores Franqui Fernando Esparza Paz, Juan Bladimir Aguilar Poaquiza y Víctor Gabriel Avalos Peñafiel, efectúan una valoración de las diferentes habilidades gerenciales en los gestores y administradores de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo (Ecuador).

El capítulo quince de la investigadora Luz Nayibe Arcos Castillo presenta la investigación adelantada en el sector industrial del Municipio de Pasto, que permite conocer la situación de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial desde las perspectivas de gobierno corporativo, la relación con los clientes, relación con los proveedores, protección del medio ambiente, relación interna con los trabajadores y acciones comunitarias como conceptos contemporáneos organizacionales.

El capítulo dieciséis de las investigadoras Marleny Cecilia Farinango Vivanco y Ana Lucía Casanova Guerrero, evidencian que la calidad en la prestación del servicio puede convertirse en el elemento decisivo al momento de escoger un producto o servicio en cualquier tipo de organización privada o pública quien debe tener en cuenta el servicio al cliente y generar una cultura de calidad, que promueva la fidelización de los clientes internos y externos así como a proveedores, accionistas, y comunidad en general.

El capítulo diecisiete de los investigadores Osiris María Echeverría Ríos, Omar Barragán Fernández y Mizraim Martínez Hernández, afirma que el emprendimiento social es un concepto que tiene que ver con altruismo y caridad, pero no como una condición necesaria, sino más bien a manera de complemento de la labor de negocios que llevan a cabo este tipo de actividades empresariales, en ese sentido, el objetivo del marketing sustentable es orientado al logro de beneficios sociales, considerando el caso del Instituto Tierra y Cal, A.C., con sede en San Miguel de Allende, Guanajuato, México.

El capítulo dieciocho de los investigadores Juan Carlos Estrada Álava y Gloria Alicia Rivera Vallejo, es fruto de la investigación adelantada en el corregimiento de Obonuco, municipio de Pasto entre los años 2016 y 2017. Entre los objetivos estaba identificar las características económicas y sociales que inciden en el emprendimiento empresarial, eje fundamental del desarrollo de una región.

El capítulo diecinueve de las investigadoras Danyeli Maricel Portillo Melo y Andrea Lorena Arteaga Flórez, es el resultado de una investigación cualitativa utilizando la metodología de análisis documental sobre el estado de la educación en las áreas de administración. El desarrollo de este escrito da a conocer la necesidad de formación buscando el aporte a la competitividad empresarial y la oferta de programas profesionales en el área de administración.

El capítulo veinte, de las investigadoras: Luz Stella Pemberthy Gallo, Valentina Viveros Palacios y Viviana Patricia Cruz Pino, presenta el proyecto de diseño de un plan inclusivo e innovador para fortalecer y dinamizar la actividad turística en Silvia Cauca, ejecutado y financiado por la universidad del Cauca en el periodo 2018-2019, propone mecanismos de articulación y relacionamiento entre los actores Universidad, Empresa, Estado, Sociedad para impulsar el sector turismo de acuerdo con su naturaleza empresarial, cosmovisión y alcance en el territorio.

El capítulo veintiuno, de la investigadora Beatriz Jackeline Pulistar Suárez, tiene como objetivo contribuir al desarrollo competitivo en los habitantes y empresarios que conforman la cadena de turismo en el Corregimiento de Catambuco del Municipio de Pasto, generando valor en las pymes, propiciando empoderamiento de las personas, incentivando la organización comunitaria, mejorando condiciones de vida y desarrollo social, económico y ambiental.

El capítulo veintidós de las investigadoras Luz Stella Pemberthy Gallo, Viviana Patricia Cruz Pino y Valentina Viveros Palacios, permiten visibilizar el trabajo articulado y participativo representado en pequeñas victorias tempranas que permiten reconocer a los actores, productos y servicios turísticos que aportan al desarrollo cultural, social y económico del Municipio de Silvia Cauca.

El capítulo veintitrés de las investigadoras Daniela Andrea Rosales Díaz y Elsa Rosario Díaz Terán, da a conocer que a nivel mundial el microcrédito ha generado gran interés, convirtiéndose en tema de estudio para instituciones, investigadores, agencias especializadas, entidades financieras y organismo no gubernamentales interesados en conocer su evolución, aplicación e impacto.

El capítulo veinticuatro de los investigadores Humberto Palacios Rosero y Wilson Revelo Maya, quienes desarrollan una propuesta desde la teoría y la práctica, a partir del estudio y análisis de referentes sobre modelos de Administración de Recursos Humanos e investigaciones realizadas sobre el tema y así diseñar un “modelo genérico” de Gestión Humana con un enfoque en competencias laborales, que contenga los principales conceptos, elementos, metodología y herramientas para su aplicación en empresas (Pymes) del sector servicio en la ciudad de Pasto.

Y, por último, el capítulo veinticinco de los investigadores Sandra Lucia Bolaños Delgado, Ana Lucia Casanova Guerrero y Ludvyn Hernán Erazo Folleco, donde se muestra parte de la investigación que tuvo como objetivo el establecer la percepción de calidad y la satisfacción de los usuarios con respecto a la atención recibida en las oficinas de las entidades bancarias de la ciudad de San Juan de Pasto, permitiendo conocer la necesidad de mantener una relación continua con el cliente que genere satisfacción. Ya que las organizaciones y aún más las entidades bancarias, invierten grandes presupuestos en planes o programas de atención al cliente, tratando siempre de personalizar su servicio para fortalecer la relación buscando un compromiso del cliente con la organización.

Estamos seguras que el compendio de los capítulos presentados en este libro, contribuirá en la apropiación social del conocimiento y el fortalecimiento de la comunidad científica.

Sandra Lucia Bolaños Delgado
Claudia Magali Solarte Solarte



CAPITULO 1

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN INCREMENTAL
EN LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA,
ESTUDIO DE CASO, CENTRO DE
ENRIQUECIMIENTO CIENTÍFICO,
TECNOACADEMIA SENA NODO CALI



Durley Edith Castro Monroy
Luis Ángel Meneses Cerón

 **CAPÍTULO 1****IMPACTO DE LA INNOVACIÓN INCREMENTAL EN LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA, ESTUDIO DE CASO, CENTRO DE ENRIQUECIMIENTO CIENTÍFICO, TECNOACADEMIA SENA NODO CALI**Durley Edith Castro Monroy¹
Luis Ángel Meneses Cerón²

Para referenciar este capítulo: Castro, D. y Meneses, L. (2019). Impacto de la innovación incremental en la educación complementaria, estudio de caso, centro de enriquecimiento científico, Tecnoacademia SENA Nodo Cali. capítulo 1. pp. 19-54. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

La innovación y el desarrollo tecnológico, hoy por hoy están planteando desafíos y necesidades de cambio en los modelos de enseñanza aprendizaje en todos los niveles de escolaridad, lo que está llevando a las instituciones de formación a plantear currículos con líneas de acción para la capacitación del recurso humano con el fin de potenciar en ellos la innovación, el desarrollo tecnológico, la creatividad, la productividad y la competitividad, para su desarrollo intelectual. En este trabajo de investigación bajo la metodología de estudio de caso, se hace una lectura y análisis a la adaptación de los nuevos modelos pedagógicos aplicados por el SENA en el Valle del Cauca, caso Centro de Enriquecimiento Científico, Tecnoacademia Nodo Cali, el cual permite procesos de creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento en varias áreas de investigación, con el fin de promover en los jóvenes el interés por proyectos de investigación e innovación desde su formación en la media académica, y así, brindarles herramientas efectivas que permitan encaminar a futuro su proyecto de vida personal, y profesional con enfoque empresarial.

Palabras clave: Cambio, Conocimiento, Creatividad, Innovación Incremental, Redes de Conocimiento, Rendimiento.

1 Prof. Comunicadora Social y Periodista, estudiante Maestría en Gestión de Organizaciones, Universidad Cooperativa de Colombia Sede Popayán. dmonroy@sena.edu.co

2 Magister en Administración, Profesor Tiempo Completo, Universidad Cooperativa de Colombia Sede Popayán. luis.menesesc@campusucc.edu.co



CAPITULO 2

ANÁLISIS INNOVACIÓN Y ORIENTACIÓN
AL MERCADO DE EMPRESAS FAMILIARES
DE PASTO



Claudia Magali Solarte Solarte
Martha Lida Solarte Solarte

 **CAPÍTULO 2****ANÁLISIS INNOVACIÓN Y ORIENTACIÓN AL MERCADO DE EMPRESAS FAMILIARES DE PASTO**Claudia Magali Solarte Solarte¹
Martha Lida Solarte Solarte²

Para referenciar este capítulo: Solarte, C. y Solarte, M. (2019). Análisis innovación y orientación al mercado de empresas familiares de Pasto. capítulo 2. pp. 55-67. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El propósito de la investigación fue medir la innovación y el nivel de orientación al mercado que presentan las empresas familiares de la ciudad de Pasto. Como metodología se acogió un enfoque cuantitativo, método empírico-analítico y el tipo de investigación explicativo, se trabajó con una muestra de 234 empresarios. Los resultados evidenciaron que la innovación ejerce una influencia significativa en la orientación al mercado. Las conclusiones muestran que las empresas de familia presentan una baja innovación y orientación al mercado, y que a medida que la empresa incluye en su producción algún tipo de innovación, la orientación al mercado crece.

Palabras clave: empresas familiares, innovación, orientación al mercado.

ANALYSIS INNOVATION AND MARKET ORIENTATION OF FAMILY BUSINESSES IN PASTO**Abstract**

The purpose of the research was to measure innovation and the level of market orientation presented by family businesses in the city of Pasto. The methodology used was a quantitative approach, empirical-analytical method and the type of explanatory research, with a sample of 234 entrepreneurs.

1 Administradora de empresas, Magister en mercadeo. Docente investigadora tiempo completo Universidad CESMAG, Pasto, Colombia, Correo: cmsolarte@unicesmag.edu.co

2 Economista, Magister en mercadeo. Docente investigadora tiempo completo Corporación Universitaria Mिनuto de Dios Regional Pasto, Correo: msolartesol@uniminuto.edu.co



CAPITULO 3

PROTOTIPO DE MÁQUINA COSECHADORA
DE PAPA PARA DINAMIZAR LA
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL AGRÍCOLA
EN NARIÑO



M.Sc., Ph.D Pedro Pablo Burbano
Mg. Gabriel Andrés Obando
Alveiro Pantoja Guaitarilla

 **CAPÍTULO 3****PROTOTIPO DE MÁQUINA COSECHADORA DE PAPA PARA DINAMIZAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL AGRÍCOLA EN NARIÑO**

M.Sc., Ph.D Pedro Pablo Burbano¹
Mg. Gabriel Andrés Obando²
Alveiro Pantoja Guaitarilla³

Para referenciar este capítulo: Burbano, P., Obando, G. y Pantoja, A. (2019). Prototipo de máquina cosechadora de papa para dinamizar la competitividad empresarial agrícola en Nariño. capítulo 3. pp. 68-83. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Este proyecto presenta una alternativa viable para la cosecha de papa en el municipio de Yacuanquer (Nariño), a través del diseño, construcción e implementación de un prototipo cosechadora de papa acoplado al cardan de un tractor como medio de aporte de energía para su funcionamiento; la cosechadora mecánica permite al agricultor mejorar la calidad de la papa por cuanto disminuye prácticamente a cero el daño por cortes que se efectúan en la cosecha manual (azadón), también disminuye el tiempo de cosecha lo cual impacta la productividad y competitividad de los agricultores en un 50%. El prototipo se basa en un sistema de cuchillas que se entierran para extraer tanto tubérculo como tierra del surco, luego pasa a una zaranda en donde se retira la tierra para luego dejar la papa con la mínima cantidad de ésta, finalmente la papa cae de nuevo al terreno para ser recolectada por los agricultores. Uno de los principales componentes desarrollados en el prototipo es un acople que permite unirlo al cardán del tractor ensamblado a la caja reductora de la máquina, esta innovación le permite al prototipo funcionar en terrenos planos y quebradizos.

Palabras claves: prototipo, cosechadora de papa, eficiencia y eficacia, productividad.

1 Ph.D en Estudios Políticos, Vicerrector de I+D+I y Posgrados, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Líder grupo INMECNAR, Pasto, Colombia, innovayaco@gmail.com/vicerectoria.investigacion@aunar.edu.co

2 Ingeniero Químico, docente TC, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Integrante grupo INMECNAR, Pasto, Colombia, gabriel.obando@aunar.edu.co

3 Ingeniero mecánico, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Integrante grupo INMECNAR, Pasto, Colombia.



CAPITULO 4

MODELO DE UN CIRCUITO DE INSPECCIÓN
DIARIO DE MERCANCÍA Y “VALORACIÓN DE
RIESGOS EN EL MANEJO DE INVENTARIOS”



Faiber Heradio Solarte Galarza
Dario Noé Burbano Realpe



CAPÍTULO 4

**MODELO DE UN CIRCUITO DE INSPECCIÓN DIARIO DE MERCANCÍA
“VALORACIÓN DE RIESGO EN EL MANEJO DE INVENTARIOS”**Faiber Heradio Solarte Galarza¹
Darío Noé Burbano Realpe²

Para referenciar este capítulo: Solarte, F. y Burbano, D. (2019). Modelo de un circuito de inspección diario de mercancía “Valoración de riesgo en el manejo de inventarios”. capítulo 4. pp. 84-97. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El presente documento es el resultado del proceso de investigación aplicada a la empresa Texcol S.A.S, empresa reconocida en la distribución de materiales de infraestructura y construcción, con sede principal en la ciudad de Pasto, con 32 empleados en las diferentes áreas, y una experiencia de 50 años en el mercado.

El departamento de auditoria externa de la entidad mediante un diagnóstico de condiciones y necesidades, priorizo dos problemáticas esenciales, una de ellas el inventario de mercancías con irregularidades en los conteos físicos al cierre del ejercicio contable, siendo este un rubro de importancia relativa con respecto a los Estados Financieros, la segunda problemática abordada es el inconveniente con respecto a la reubicación de personal de logística quienes desempeñan funciones de acopio y despacho. Por recomendación de la Administradora de riesgos laborales en concordancia con los artículos 16 y 17 del decreto 2177 de 1989, expresan la obligación de reubicación laboral de manera inmediata, en consecuencia, que las funciones ejecutadas están en contravía de la enfermedad profesional calificada.

A partir de las condiciones anteriores basados en la Norma Internacional de Auditoria (NIA 501) se presenta un modelo metodológico que permite dar solución de impacto a largo plazo y con acciones correctivas de forma inmediata, en la primera problemática con la creación de un circuito de inspección diario de mercancías, que permite al auditor la realización de verificación físicos diarios de existencias en cooperación de un equipo de trabajo ocasionando la solución a

1 Docente programa de contaduría pública Udenar. Grupo de investigación: Reconta Udenar. Dirección electrónica: faibersolarte@gmail.com

2 Universidad de Nariño, Programa Contaduría Publica Correo: Dario.burbano@hotmail.com.co



CAPITULO 5

PROPUESTA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA CREACIÓN DEL CENTRO DE
DESARROLLO EMPRESARIAL - CDE



Diego De la Rosa Salazar
Juan Camilo Mejía

 **CAPÍTULO 5****PROPUESTA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL - CDE**Diego De la Rosa Salazar¹
Juan Camilo Mejía²

Para referenciar este capítulo: De la Rosa, D. y Mejía, J. (2019). Propuesta: Estudio de factibilidad para creación del centro de desarrollo empresarial CDE. capítulo 5. pp. 98-112. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmág. Universidad Cesmág.

Resumen

Esta idea o propuesta de investigación es llevar a cabo un estudio para determinar la factibilidad de crear el Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) coordinado por la Universidad de Nariño, donde empresas de diferentes sectores pueden recibir asesoría en diferentes aspectos. Tomando como referencia algunos autores se trabajó desde el paradigma positivista, el enfoque cuantitativo, el tipo de investigación descriptiva y el método deductivo. Aun no es posible presentar los resultados, pero se pretende tomar como sujetos de investigación empresas nuevas principalmente. Con base en lo anterior, se propone esta idea de investigación como una alternativa para el sector productivo desde la universidad, permitiendo un aporte social en la región, en búsqueda de una mayor competitividad y crecimiento regional como también el desarrollo de las competencias empresariales.

Palabras claves: Centro de Desarrollo Empresarial, Sector Productivo; Factibilidad,

1 Magister en mercadeo, Universidad de Nariño, Correo: marketingmixcol@yahoo.es

2 Magister en Mercadeo, Universidad de Nariño, Correo: jcmejia@udenar.edu.co



CAPITULO 6

MODELO DE GESTIÓN EN RESPONSABILIDAD
SOCIAL UNIVERSITARIA PARA
LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG
EN LA CIUDAD DE PASTO



Mg. Marino Orlando Estupiñan Revelo
Mg. Guillermo Javier Hidalgo Martínez

 **CAPÍTULO 6****MODELO DE GESTIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA
PARA LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG EN LA CIUDAD DE PASTO**

Mg. Marino Orlando Estupiñan Revelo¹
Mg. Guillermo Javier Hidalgo Martínez²

Para referenciar este capítulo: Estupiñan, M. y Hidalgo, G. (2019). Modelo de gestión en responsabilidad social universitaria para la Institución Universitaria Cesmag en la ciudad de Pasto. capítulo 6. pp. 113-125. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es una rama nueva de la Responsabilidad Social Empresarial que está comenzando a ser aplicada en distintas universidades de Colombia y Latinoamérica. La RSU incluye a los tres componentes principales de la RSE: social, económico y ambiental, que promueven el desarrollo sostenible y pueden llegar a lograr un gran impacto positivo en la sociedad.

La investigación mediante el método descriptivo, pretende determinar el estado del arte de la responsabilidad social en las organizaciones, para luego delimitar conceptual y teóricamente la responsabilidad social universitaria y proponer un modelo sistémico e integral para ser implementado por la INSTITUCION UNIVERSITARIA CESMAG pero con fundamentos generales para que sirva de guía para que pueda ser tenido en cuenta por las instituciones de educación superior en la ciudad de Pasto.

Se diseñaran instrumentos que serán validados con el fin de analizar la gestión de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) en la INSTITUCION UNIVERSITARIA CESMAG y el nivel de percepción de los Stakeholders tanto internos como externos.

1 Administrador de Empresas, Prof. Comercio Internacional, Esp. en Proyectos, Esp. en Administración Educativa, Magister en Mercadeo, Doctor© en Administración Gerencial. Docente tiempo completo Universidad CESMAG Pasto – Colombia- moestupinan@unicesmag.edu.co

2 Administrador de Empresas, Lic. Contaduría y Comercio, Esp. en Proyectos de Desarrollo, Esp. en Gerencia de Mercadeo, Esp. en Finanzas y Esp. en Docencia Universitaria, Magister en Mercadeo, Doctor© en Administración Gerencial. Docente tiempo completo Universidad CESMAG, Pasto – Colombia. gjhidalgo@unicesmag.edu.co



CAPITULO 7

PERTINENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN
DE LA RESPONSABILIDAD FAMILIAR
CORPORATIVA EN LAS POLÍTICAS
EMPRESARIALES



Magister Adriana Lagos Mora
Esp. Yashir Jurado Rodríguez

 **CAPÍTULO 7****PERTINENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD FAMILIAR CORPORATIVA EN LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES**Magister Adriana Lagos Mora¹
Esp. Yashir Jurado Rodríguez²

Para referenciar este capítulo: Lagos, A. y Jurado, Y. (2019). Pertinencia de la implementación de la responsabilidad familiar corporativa en las políticas empresariales. capítulo 7. pp. 126-136. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

En este estudio se explora el marco constitucional, legal y doctrinal, relacionado con el personalismo y los derechos humanos, con el fin de determinar la pertinencia de la Responsabilidad Familiar Corporativa, como política empresarial en la región, mediante la cual se motive la creación de directrices que protejan al trabajador y su grupo familiar, en especial cuando este se encuentra al cuidado de allegados en situación de vulnerabilidad e indefensión, como lo es el caso de menores de edad, discapacitados, población de la tercera edad, entre otros. Para de esta manera propender por la salud mental del trabajador, su mayor productividad y eficiencia en el desempeño de su labor dentro de la empresa, mediante la aplicación de políticas empresariales que exploten el potencial innovador y creativo, el uso de teletrabajo, las nuevas tecnologías de la información y la inteligencia artificial.

Palabras clave: Derechos Humanos, conciliación trabajo y familia, desarrollo, salud mental del trabajador, eficiencia laboral, teletrabajo, creatividad e innovación.

1 Magister en Derecho Procesal por la Universidad de Medellín. Abogada por la Universidad de Nariño, especialista en Derecho Administrativo por la Universidad de Nariño y especialista en Instituciones Jurídico familiares por la Universidad Nacional de Colombia – Sede Bogotá. abogada consultora y litigante; docente investigadora de la Universidad CESMAG de Pasto del Programa de Derecho. Directora Grupo de investigación IURIS COEPTUM. Editora Revista Investigium Ire: Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad CESMAG de Pasto. alagos@unicesmag.edu.co

2 Maestrante en Asesoría Personal y Familiar y Gestión de Programas para la Familia de la Universidad de la Sabana, Especialista en Derecho Administrativo de la Universidad de Nariño y Abogada de la Universidad Santiago de Cali, docente tiempo completo perteneciente al Grupo de Investigación Iuris Coeptum de la Universidad CESMAG Correo Institucional: yjurado@unicesmag.edu.co



CAPITULO 8

CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE
DEL SECTOR AGRÍCOLA Y AGROINDUSTRIAL
DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO
(2010-2018)



Yhancy Eliana Coral Rojas
Darlan Arley Agredo

 **CAPÍTULO 8****CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL SECTOR AGRÍCOLA
Y AGROINDUSTRIAL DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO
(2010-2018)**Yhancy Eliana Coral Rojas¹
Darlan Arley Agredo²

Para referenciar este capítulo: Coral, Y. y Agredo, D. (2019). Caracterización de la oferta exportable del sector agrícola y agroindustrial del Departamento de Nariño (2010-2018). capítulo 8. pp. 137-149. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El artículo se enmarca en el proyecto de investigación titulado: “*Dinámica de las exportaciones del sector agrícola y su incidencia en el desarrollo rural sostenible en el departamento de Nariño en el periodo 2010-2018*”, investigación que busca aportar con mecanismos que permitan fortalecer e incentivar las exportaciones agrícolas y agroindustriales de Nariño en función de las tendencias de la demanda internacional y el desarrollo sostenible.

La caracterización de la oferta exportable del sector agrícola y agroindustrial en el periodo comprendido entre el año 2010 y el año 2018, permite identificar y visibilizar el aporte de las empresas exportadoras, así como la identificación puntual de las capacidades productivas y competitivas del Departamento de Nariño.

Con el fin de determinar la oferta exportable agrícola y agroindustrial se realizó un análisis y revisión de información secundaria con estadísticas presentadas en declaración de exportación que reporta la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, -DIAN- y la consolidación de información en relación con comercio exterior que presenta Legiscomex para el periodo 2010-2018, para

1 Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo, Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magister en Mercadeo. Docente e investigadora Centro de Estudios de Desarrollo Regional CEDRE. Grupo de Investigación IDER. Universidad de Nariño, Pasto, Colombia Email: yhancy.coral@udenar.edu.co

2 Egresado Programa de Comercio Internacional y Mercadeo. Investigador Centro de Estudios de Desarrollo Regional CEDRE. Grupo de Investigación IDER. Pasto, Colombia. Email: darlan_agredo_94@hotmail.com



CAPITULO 9

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD FRONTERIZO
COLOMBO-ECUATORIANO



M.Sc., Ph.D Pedro Pablo Burbano
Mg. Miguel Zambonino
Mg. Claudia del Pilar Mora
Mg. Alcibar Pila T

 **CAPÍTULO 9****ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD FRONTERIZO COLOMBO-ECUATORIANO**

M.Sc., Ph.D Pedro Pablo Burbano,¹
Mg. Miguel Zambonino²
Mg. Claudia del Pilar Mora³
Mg. Alcibar Pila T⁴

Para referenciar este capítulo: Burbano, P., Zambonino, M., Mora, C. y Pila, A. (2019). Índice de competitividad fronterizo Colombo-Ecuatoriano. capítulo 9. pp.150-163. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

La ponencia *índice de competitividad fronterizo colombo-ecuatoriano*⁵, al utilizar el análisis de componente factorial y el análisis factorial como instrumento estadístico para ponderar las variables, pretende analizar la competitividad existente entre los departamentos o provincias fronterizas alrededor de variables como: PIB, producción per cápita, empresas industriales manufactureras, pequeñas y medianas empresas, tasa de creación y natalidad de empresas, entre otras, con el fin de comparar cuantitativamente las asimetrías existentes, pero también generar alternativas de solución, entre los departamentos o provincias de Nariño, Cauca, Putumayo, entre otros, del lado colombiano, y Pichincha, Tungurahua, Esmeraldas, entre otras, del lado ecuatoriano.

Palabras claves: índice fronterizo, competitividad, gestión empresarial, dimensiones competitivas.

1 Ph.D en Estudios Políticos, Vicerrector de I+D+I y Posgrados, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Líder grupo INMECNAR, Pasto, Colombia, innovayaco@gmail.com/vicerectoria.investigacion@aunar.edu.co

2 Economista, integrante grupo INMECNAR, Universidad Tecnológica Indoamérica, Quito, Ecuador, alcibar-pila@uti.edu.ec

3 Estadística, integrante grupo INMECNAR, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, AUNAR, Pasto, Colombia, claudia.mora@aunar.edu.co

4 Economista, integrante grupo INMECNAR, Universidad Tecnológica Indoamérica, Quito, Ecuador, alcibar-pila@uti.edu.ec

5 Son resultados parciales de la investigación adelantada entre la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño y La Universidad Tecnológica Indoamérica, relacionada con la competitividad fronteriza Colombo-Ecuatoriana, 2018.



CAPITULO 10

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADO
DE TELEPASTO CON LA COMERCIALIZACIÓN
DEL CANAL 930



Yhancy Eliana Coral Rojas
Elizabethn Adriana Recalde

 **CAPÍTULO 10****GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADO DE TELEPASTO CON LA
COMERCIALIZACIÓN DEL CANAL 930**Yhancy Eliana Coral Rojas¹
Elizabeth Adriana Recalde²

Para referenciar este capítulo: Coral, Y. y Recalde, E. (2019). Gestión estratégica de mercado de Telepasto con la comercialización del canal 930. capítulo 10. pp. 164-176. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Telepasto es uno de los medios de comunicación más importantes a nivel regional y la comercialización del canal 930 es y ha sido un desafío para la Corporación, teniendo en cuenta que representa una oportunidad para ampliar el nivel de posicionamiento en el mercado.

La modernización de la Televisión ha logrado alcanzar un mercado significativo, no obstante, el panorama en la ciudad de Pasto aun es incipiente y la presencia del sector empresarial en pautas televisivas es muy baja. Dadas las condiciones actuales del sector y sobre todo el interés de la entidad se diseña un Plan para la Gestión Estratégica de Mercadeo de la Corporación Tele pasto a través de la comercialización del canal 930.

El informe final contempla el desarrollo de cuatro objetivos: análisis de la situacional de la empresa; percepciones actuales de las audiencias sobre el canal y su programación; identificación de las necesidades y expectativas del sector empresarial en Pasto y el planteamiento de la gestión estratégica de mercadeo. Para el desarrollo de los objetivos se realizó un análisis teórico, se aplican instrumentos que permiten consolidar la información de la empresa y su entorno, se desarrolla un trabajo de campo con stakeholders: colaboradores de Telepasto, audiencias y empresarios.

1 Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo, Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magister en Mercadeo. Docente e investigadora Centro de Estudios de Desarrollo Regional CEDRE. Grupo de Investigación IDER. Universidad de Nariño, Pasto, Colombia Email: yhancy.coral@udenar.edu.co

2 Economista, Magister en Mercadeo, experiencia en mercadeo en empresas nacionales. Ejecutiva de Cuenta Grupo Familia. Email: elizabethrr@familia.com.co. Pasto-Nariño Colombia



CAPITULO 11

APLICACIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA
PYMES DEL SECTOR COMERCIAL



Jorge Miranda Realpe
Luis Viveros Almeida

 **CAPÍTULO 11****APLICACIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES DEL SECTOR COMERCIAL**Jorge Miranda Realpe¹
Luis Viveros Almeida²

Para referenciar este capítulo: Miranda, J. y Viveros, L. (2019). Aplicación de marketing digital para PYMES del sector comercial. capítulo 11. pp. 177-195. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El presente proyecto de investigación se encuentra en ejecución y tiene como objetivo realizar un análisis de aplicación del marketing digital y su influencia en el proceso de compras de los clientes, para el efecto se realiza un estudio de caso en la empresa Artículos JM. En virtud que el marketing digital cuenta con mayor cantidad de herramientas y canales que el marketing tradicional, en estas condiciones la aplicación de SEO (optimización de buscadores), email marketing, SEM, redes sociales o social media, marketing de afiliados, display y analítica web; permitirían mejorar los niveles de ventas de la empresa; por lo cual se analizará la información estadística de visitas a la página web, así como el uso de las redes sociales de la empresa y se comparará dicha información con las ventas efectivas de la misma. Estos resultados comparativos permitirán entender cómo la aplicación de los canales del marketing digital favorece el comercio de la empresa desde un contexto histórico, desde el inicio de la promoción de la empresa por medios digitales

1 Ingeniero en Sistemas Computacionales por la Universidad Técnica del Norte; Magister en Ingeniería de Software por la Universidad Técnica del Norte Ibarra-Ecuador, Magister en Desarrollo de la Inteligencia y Educación por la Universidad Católica del Ecuador, Ibarra-Ecuador. Master en Desarrollo Integral en Destinos Turísticos por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria-España., Diplomatura en Emprendimiento EAFIT –Colombia. Certificado Internacional como Experto en Procesos Elearning, Docente Titular en la Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM) de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi desde 2011. Tulcán – Ecuador. Correo Electrónico: jorge.miranda@upec.edu.ec

2 Licenciado en Administración (PUCE). Ingeniero Comercial mención Administración de empresas (PUCE). Diplomado superior en Docencia Universitaria. Diplomado Internacional en Pensamiento Complejo (Multiversidad Mundo Real Edgar Morín). Magister en Administración de empresas con mención en negocios internacionales (PUCE). Docente Titular en la Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM) de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi desde 2011. Tulcán – Ecuador. Correo Electrónico: luis.viveros@upec.edu.ec



CAPITULO 12

LAS FUERZAS COMPETITIVAS EN EL SECTOR
DEL CAFÉ EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO



Andrea Lorena Arteaga Flórez
Sandra Milena Granja Arce
Ana Lucía Checa Melo



CAPÍTULO 12

LAS FUERZAS COMPETITIVAS EN EL SECTOR DEL CAFÉ
EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Andrea Lorena Arteaga Flórez¹
Sandra Milena Granja Arce²
Ana Lucía Checa Melo³

Para referenciar este capítulo: Arteaga, A., Granja, S. y Checa, A. (2019). Las fuerzas competitivas en el sector del café en el Departamento de Nariño. capítulo 12. pp. 196-216. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El artículo es el resultado de una investigación cualitativa, pretendiendo dar una explicación de una realidad social con un tipo de estudio descriptivo en función de sus objetivos de investigación realizando un análisis del sector del café en el Departamento de Nariño e identificando sus fuerzas competitivas.

Se busca hacer una aproximación a la competitividad del sector de café en Nariño a través del modelo de las fuerzas competitivas propuesto por Michael Porter, así conocer las tendencias del mercado, los principales competidores, sus productos sustitutos, los canales de distribución, los gustos y preferencias; como también identificar los principales factores que aportan a la implementación de estrategias innovadoras y generadoras de diferenciación y de identidad de marca frente al cliente, concluyendo con la formulación de acciones para el sector las cuales van orientadas a generar valor a las marcas de cafés especiales en la región para el año 2018 y 2019.

1 Administradora de Empresas Universidad de Nariño, Magister en Administración de Negocios de la Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas ESEADE -- Buenos Aires Argentina. Directora Posgrados en Administración – Universidad Mariana. Pasto – Nariño – Colombia. larteaga@umariana.edu.co

2 Administradora de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia- Bogotá. Magister en Mercadeo de Universidad de Nariño. Pasto - Nariño - Colombia. Administradora comercializadora de repuestos automotores Electro carburador. Pasto- Colombia. sangranja2013@gmail.com

3 Ingeniera Agroindustrial de la universidad de Nariño, Magister en Mercadeo de la Universidad de Nariño. Jefe Gran Consumo, Almacenes Éxito sede Ipiales. Ipiales- Nariño- Colombia. Mercado415@grupo-exito.com



CAPITULO 13

INFORMALIDAD LABORAL EN LA EMPRESA
FAMILIAR RURAL: CASO TRAPICHES DEL
MUNICIPIO DE CONSACÁ-NARIÑO



Jinha Mauren Botina Mora
Diana Gicela Villota Ortega
Jorge Miranda Realpe

 **CAPÍTULO 13****INFORMALIDAD LABORAL EN LA EMPRESA FAMILIAR RURAL:
CASO TRAPICHES DEL MUNICIPIO DE CONSACÁ-NARIÑO**

Jinha Mauren Botina Mora¹
Diana Gicela Villota Ortega²
Jorge Miranda Realpe³

Para referenciar este capítulo: Botina, J., Villota, D. y Miranda, J. (2019). Informalidad laboral en la empresa familiar rural: Caso trapiches del municipio de Consacá-Nariño. capítulo 13. pp. 217-232. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Los trapiches del municipio de Consacá, se consideran una empresa familiar rural o campesina, tan solo hace algunos años atrás se ha reconocido su aporte a la economía del país. Sin embargo, no se ha generado estrategias que permitan potenciarlas, facilitar su desarrollo económico y formalizar la gestión integral del talento humano.

La informalidad laboral, representa una de las mayores preocupaciones, al evidenciar que las condiciones laborales de los trabajadores de los trapiches de Consacá no son las más adecuadas, al no cumplir con lo establecido por la normatividad legal vigente. El objetivo de ésta investigación es analizar la informalidad laboral en los aspectos de contratación.

La investigación se desarrolló bajo el paradigma crítico-social, con enfoque mixto, el tipo de investigación es investigación-acción-participación, empleando herramientas de recolección de la información dirigidas a los propietarios de los trapiches, para indagar sobre variables que permitan caracterizar la situación laboral de sus trabajadores. Los resultados obtenidos demuestran la

1 Esp. Docente investigadora Universidad CESMAG, Colombia, jmbotina@unicesmag.edu.co
2 Mg. Docente investigadora Universidad CESMAG, Colombia dgvillota@unicesmag.edu.co
3 Msc. Docente investigador Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, Ecuador jorge.miranda@upec.edu.ec



CAPITULO 14

HABILIDADES GERENCIALES, FACTOR DE
COMPETITIVIDAD EN EMPRESARIOS DE
LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS



Franqui Fernando Esparza Paz
Juan Bladimir Aguilar Poaquiza
Victor Gabriel Avalos Peñafiel

 **CAPÍTULO 14****HABILIDADES GERENCIALES, FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN EMPRESARIOS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

Franqui Fernando Esparza Paz¹
Juan Bladimir Aguilar Poaquiza²
Víctor Gabriel Avalos Peñafiel³

Para referenciar este capítulo: Esparza, F., Aguilar, J. y Avalos, V. (2019). Habilidades gerenciales, factor de competitividad en empresarios de las pequeñas y medianas empresas. capítulo 14. pp. 233-251. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador y particularmente en la ciudad de Riobamba, para ser competitivas en un mercado cada vez más exigente y globalizado necesitan que sus gerentes y administradores posean ciertas habilidades, destrezas, capacidades y aptitudes, de tal manera que sirvan como ventajas competitivas en el desarrollo de sus funciones, responsabilidades y gestión empresarial. La investigación tiene como objetivo efectuar una valoración de las diferentes habilidades gerenciales en los gestores y administradores de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo (Ecuador).

1 Ingeniero de Empresas, Máster en Dirección de Empresas mención Proyectos. Docente investigador Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas, Director de la Unidad de Educación a Distancia, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba-Ecuador. frespaz@yahoo.es, franqui.esparza@epoch.edu.ec

2 Ingeniero de Empresas, Máster en Finanzas, Doctor Ph.D., en Ciencias Empresariales, Docente investigador Escuela Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas, Director Unidad de Vinculación con Colectividad, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador. juan.aguilar@epoch.edu.ec

3 Licenciado en Ciencias de la Educación, especialidad Comercio y Administración, Magíster en pequeñas y medianas empresas, mención finanzas, Docente investigador Escuela de Finanzas y Comercio Exterior, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. gaboavalos1972@hotmail.com, victor.avalos@epoch.edu.ec



CAPITULO 15

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UN MECANISMO
DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR
INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE PASTO



Luz Nayibe Arcos Castillo

 **CAPÍTULO 15****LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE PASTO**Luz Nayibe Arcos Castillo¹

Para referenciar este capítulo: Arcos, L. (2019). La responsabilidad social un mecanismo de competitividad empresarial en el sector industrial del municipio de Pasto. capítulo 15. pp. 252-268. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

La responsabilidad social empresarial es un mecanismo de gestión organizacional con miras a convertirse en una estrategia competitiva social, económica y ambiental de adopción voluntaria pero de gran compromiso con el entorno donde se explota las actividades económicas, es así que la investigación adelantada en el sector industrial del Municipio de Pasto, permite conocer la situación de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial desde las perspectivas de gobierno corporativo, la relación con los clientes, relación con los proveedores, protección del medio ambiente, relación interna con los trabajadores y acciones comunitarias como conceptos contemporáneos organizacionales. La reflexión investigativa se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, descriptivo - analítico con una población de 308 industrias, realizando un diagnóstico donde se evidenció la aplicación incipiente de actividades de responsabilidad social empresarial que no les permitirá un desarrollo competitivo empresarial, por lo tanto, requiere el cambio de cultura organizacional con procesos de gestión que se adecuen a las marcadas exigencias contemporáneas del mundo competitivo y exigente empresarial. En la segunda fase se establecen diversas estrategias aplicables en el sector bajo las dimensiones de responsabilidad social empresarial, como un mecanismo de fácil comprensión y realización para lograr que las industrias se puedan enfrentar a los mercados competitivos locales, nacionales e internacionales.

1 Contador Público, Magister en Gestión de la Tecnología Educativa, Especialista en Administración de la Informática Educativa, Especialista en Administración y Gerencia Institucional. Docente investigador. Universidad CESMAG, Colombia. Correo-e: lnarcos@unicesmag.edu.co



CAPITULO 16

EL CLIENTE EN UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD



Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Lucia Casanova Guerrero

 **CAPÍTULO 16****EL CLIENTE EN UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

Marleny Cecilia Farinango Vivanco¹
Ana Lucía Casanova Guerrero²

Para referenciar este capítulo: Farinango, M. y Casanova, A. (2019). El cliente en un sistema de gestión de calidad. capítulo 16. pp. 269-285. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Teniendo en cuenta la desbordada competencia del mundo actual y la exigencia del consumidor se evidencia que la calidad en la prestación del servicio puede convertirse en el elemento decisivo al momento de escoger un producto o servicio en cualquier tipo de organización privada o pública quien debe tener en cuenta el servicio al cliente y generar una cultura de calidad, que promueva la fidelización de los clientes internos y externos así como a proveedores, accionistas, y comunidad en general.

El cliente es tan importante para toda organización que la atención a este es una de las razones principales que motivan a los empresarios a obtener la certificación ISO 9001, la cual se aplica a organizaciones que ofrecen tanto productos como servicios, fenómeno que se observó en la investigación sobre la incidencia de la implementación de los sistemas de gestión de calidad en las empresas certificadas en el municipio de Pasto, realizada por docentes de la IU CESMAG.

De esta manera, en el presente documento se tratarán temas relacionados con la norma ISO 9001 y la relación que la empresa debe tener con sus clientes, con el fin dar a conocer los principales criterios establecidos por la norma y así proponer algunas estrategias para mejorar la competitividad y productividad del negocio y su permanencia en este mercado competitivo.

1 Docente investigadora Universidad CESMAG. Magister en Gestión de la Tecnología Educativa, Universidad de Santander, especialista en gerencia de la informática educativa, Universidad de Santander, especialista en gerencia proyectos, universidad Regional Autónoma de los Andes, especialista en Revisoría Fiscal, Universidad Mariana, Contador Público, Universidad Mariana. Colombia. Correo mcfarinango@unicesmag.edu.co

2 Docente investigadora Universidad CESMAG. Maestrante en Mercadeo, Universidad de Manizales, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Economista, Universidad de Nariño. Colombia. Correo electrónico alcasanova@unicesmag.edu.co



CAPITULO 17

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN MÉXICO Y
SU RELACIÓN CON EL MARKETING
SUSTENTABLE



Osiris María Echeverría Ríos
Omar Barragán Fernández
Mizraim Martínez Hernández

 **CAPÍTULO 17****EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN MÉXICO Y SU RELACIÓN CON EL
MARKETING SUSTENTABLE**

Osiris María Echeverría Ríos¹
Omar Barragán Fernández²
Mizraim Martínez Hernández³

Para referenciar este capítulo: Echeverría, O., Barragán, O. y Martínez, M. (2019). El emprendimiento social en México y su relación con el marketing sustentable. capítulo 17. pp. 286-300. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El emprendimiento social es un concepto que tiene que ver con altruismo y caridad, pero no como una condición necesaria, sino más bien a manera de complemento de la labor de negocios que llevan a cabo este tipo de actividades empresariales, en ese sentido, el objetivo del marketing sustentable es orientado al logro de beneficios sociales, considerando el caso del Instituto Tierra y Cal, A.C., con sede en San Miguel de Allende, Guanajuato, México.

Por tal motivo, se pretende establecer la relación entre el emprendimiento social y el marketing sustentable, como dos aspectos que conforman una labor de creación relacionada con las capacidades sociales productivas mediante estrategias de mercadotecnia amigable con el medio ambiente,

1 Contadora Pública por la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), Maestra en Dirección Empresarial con énfasis en Finanzas en la UAT, Doctora en Ciencias Administrativas por la UAT. Profesora-Investigadora Titular “A” de Tiempo Completo en la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), integrante del Grupo de Investigación: Innovación en el Comercio Internacional, Correo institucional: oecheverria@upmh.edu.mx

2 Licenciado en Relaciones Internacionales y Maestro en Administración (Negocios Internacionales) por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), egresado del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa (UAM-C). Profesor-Investigador Titular “B” de Tiempo Completo en la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), integrante del Grupo de Investigación: Innovación en el Comercio Internacional, Correo institucional: obarragan@upmh.edu.mx

3 Licenciado en Comercio Exterior por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), Maestro en Derecho Fiscal por la Universidad del Valle de México (UVM) Campus San Ángel y egresado del Doctorado en Derecho por el Colegio Universitario del Distrito Federal (CUDF). Profesor-Investigador Titular “A” de Tiempo Completo en la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), integrante del Grupo de Investigación: Innovación en el Comercio Internacional, Correo institucional: mmartinez@upmh.edu.mx



CAPITULO 18

PROYECTO DE VIDA Y EMPRESARISMO EN EL
CORREGIMIENTO DE OBONUCO



Juan Carlos Estrada Álava
Gloria Alicia Rivera Vallejo

 **CAPÍTULO 18****PROYECTO DE VIDA Y EMPRESARISMO EN EL CORREGIMIENTO DE OBONUCO**Juan Carlos Estrada Álava¹
Gloria Alicia Rivera Vallejo²

Para referenciar este capítulo: Estrada, J. y Rivera, G. (2019). Proyecto de vida y empresarismo en el corregimiento de Obonuco. capítulo 18. pp. 301-315. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El artículo es fruto de la investigación adelantada en el corregimiento de Obonuco, municipio de Pasto entre los años 2016 y 2017. Entre los objetivos estaba identificar las características económicas y sociales que inciden en el emprendimiento empresarial, eje fundamental del desarrollo de una región.

Los hallazgos muestran que en esta comunidad ha sido difícil adelantar emprendimientos empresariales, lo cual motivó al grupo para indagar sobre las causas encontrando que estas residen en las características culturales de sus habitantes, en la poca disponibilidad de asociarse, en el escaso respaldo gubernamental y en la carencia de un proyecto de vida en las nuevas generaciones.

Los resultados mostraron que se han hecho escasos intentos de crear empresas asociativas, pero han fracasado debido a tensiones internas entre los asociados; por otra parte como fruto de sus estudios técnicos los bachilleres de la Institución educativa del corregimiento se gradúan con una idea de negocio debidamente estructurada pero que no es asumida, como se dijo anteriormente, como un proyecto de vida, más aun si esta requiere de asociarse o de recibir apoyo de entidades externas o de la familia.

1 Licenciado en Filosofía y Letras. Magister en etnoliteratura y especialista en Gestión de Proyectos, Profesor Investigador, Jefe Semilleros de Investigación Universidad CESMAG. Pasto, Colombia. Correo-e: jcestrada@unicesmag.edu.co

2 Administradora de empresas. Magister en Educación, Especialista en Administración y Gerencia Institucional, Profesora Investigadora Universidad CESMAG. Pasto, Colombia. Correo-e: garivera@unicesmag.edu.co



CAPITULO 19

ESTADO DE LA EDUCACIÓN EN
ADMINISTRACIÓN EN NARIÑO
(COLOMBIA)



Danyeli Maricel Portillo Melo
Andrea Lorena Arteaga Flórez

 **CAPÍTULO 19****ESTADO DE LA EDUCACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN NARIÑO
(COLOMBIA)**Danyeli Maricel Portillo Melo¹
Andrea Lorena Arteaga Flórez²

Para referenciar este capítulo: Portillo, D. y Arteaga, A. (2019). Estado de la educación en administración en Nariño (Colombia). capítulo 19. pp. 316-334. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El artículo es el resultado de una investigación cualitativa utilizando la metodología de análisis documental sobre el estado de la educación en las áreas de administración. El desarrollo de este escrito da a conocer la necesidad de formación buscando el aporte a la competitividad empresarial y la oferta de programas profesionales en el área de administración. De esta manera, el escrito se organiza en dos secciones, en primera instancia se analiza el tema de la pertinencia y necesidades de formación en las áreas de administración y afines a nivel internacional, nacional y local; en segunda instancia, se aborda el estado actual.

En este sentido, la educación es uno de los derechos, estrategias, procesos y potencialidades para contribuir a que las personas, sociedades y países se encaminen hacia el aprendizaje, comprensión y conocimiento de estas realidades contemporáneas, con el propósito de afrontar las problemáticas, retos, desafíos y compromisos adyacentes en sus diversas dimensiones, de la manera más humana, ética y socialmente responsable; profesional, científico y crítica posible.

Es así que, el departamento de Nariño en cuanto a la educación, se caracteriza por mantener una tendencia creciente de personas tituladas en algún programa de educación superior durante el

1 Economista de la Universidad de Nariño, Magíster en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo, Universidad de Nariño en convenio con la Universidad del Cauca. Investigadora del grupo de Investigación: Coyuntura Económica y Social-CES de la Universidad de Nariño. Pasto (Colombia). Email: danyeliportillo@gmail.com.

2 Administradora de Empresas de la Universidad de Nariño, Especialista en Finanzas Universidad de Nariño y Magister en Administración de Negocios de la Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas ES-EADE -- Buenos Aires Argentina. Directora de programas en Administración – Universidad Mariana. Pasto – (Colombia). Email: larteaga@umariana.edu.co.



CAPITULO 20

DINÁMICAS UEES Y PROCESOS DE
APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO
PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD
TURÍSTICA EN SILVIA CAUCA



Luz Stella Pemberthy Gallo
Valentina Viveros Palacios
Viviana Patricia Cruz Pino

 **CAPÍTULO 20****DINÁMICAS UEES Y PROCESOS DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO
PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN SILVIA CAUCA**

Luz Stella Pemberthy Gallo¹
Valentina Viveros Palacios²
Viviana Patricia Cruz Pino³

Para referenciar este capítulo: Pemberthy, L., Viveros, V. y Cruz, V. (2019). Dinámicas UEES y procesos de apropiación del conocimiento para impulsar la actividad turística en Silvia Cauca. capítulo 20. pp. 335-349. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El proyecto Diseño de plan inclusivo e innovador para fortalecer y dinamizar la actividad turística en Silvia Cauca, ejecutado y financiado por la universidad del Cauca en el periodo 2018-2019, propone mecanismos de articulación y relacionamiento entre los actores Universidad, Empresa, Estado, Sociedad para impulsar el sector turismo de acuerdo con su naturaleza empresarial, cosmovisión y alcance en el territorio. Así mismo propone facilitar procesos de gestión de conocimiento que fortalezcan la capacidad de gestión turística, la comunicación y la conservación de la memoria intercultural.

La metodología está soportada en el diseño y desarrollo de escenarios y encuentros para la socialización, el dialogo y la capacitación, propiciando ambientes de confianza y colaboración para compartir conocimientos y experiencias. Esta metodología hace parte de las dinámicas de los proyectos investigación acción participativa (investigación modo 2); permitiendo la interacción conjunta de los actores partícipes y beneficiarios del proyecto (sector Educativo, Sector Público y privado. Sector sociedad comunidad local. Sector sociedad comunidad indígena).

1 Profesora. Magister en administración. Jefe departamento ciencias del turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia. Investigadora asociada Colciencias 2017-2019. pemberthy@unicauca.edu.co

2 Estudiante programa de turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia valenviveros@unicauca.edu.co

3 Estudiante programa de turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia vipacrupi@unicauca.edu.co



CAPITULO 21

TURISMO COMUNITARIO COMPETITIVO
EN EL CORREGIMIENTO DE CATAMBUCO



Beatriz Jackeline Pulistar Suárez

 **CAPÍTULO 21****TURISMO COMUNITARIO COMPETITIVO EN EL CORREGIMIENTO DE CATAMBUCO ¹**Beatriz Jackeline Pulistar Suárez²

Para referenciar este capítulo: Pulistar, B. (2019). Turismo comunitario competitivo en el corregimiento de Catambuco. capítulo 21. pp. 350-367. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El turismo comunitario en el corregimiento de Catambuco, permite a los habitantes de la región producir bienes y servicios para satisfacer las exigencias y necesidades de los visitantes que reciben, a la vez que genera una participación activa del turista quienes viven la experiencia de los hábitos y costumbres de la región.

El desarrollo empresarial permite a las pequeñas empresas la consolidación de la gestión estratégica integral, al proceso de crear valor, tener visión organizacional a través de los elementos como: crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación.

La investigación tiene como objetivo contribuir al desarrollo competitivo en los habitantes y empresarios que conforman la cadena de turismo en el Corregimiento de Catambuco del Municipio de Pasto, generando valor en las pymes, propiciando empoderamiento de las personas, incentivando la organización comunitaria, mejorando condiciones de vida y desarrollo social, económico

1 El artículo de revisión es un avance de investigación del proyecto denominado: “Plan de protección, recuperación y conservación del patrimonio cultural, urbanístico y arquitectónico del Municipio de Pasto y centros poblados para integrarlo a la cadena del turismo” de autoría: Anny Viviana Caicedo, Beatriz Jackeline Pulistar Suarez y Holman Morales Upeguí

2 Beatriz Jackeline Pulistar Suarez, Magister en Gestión de la Tecnología Educativa, docente universitaria e investigadora, Grupo de Investigación: Derecho, Innovación y Desarrollo Social Programa de Derecho, Universidad CESMAG. E-mail. bjpulistar@unicesmag.edu.co



CAPITULO 22

RED DE ACTORES PARA IMPULSAR EL
DESARROLLO CULTURAL, SOCIOECONÓMICO
Y TURÍSTICO DE SILVIA CAUCA



Luz Stella Pemberthy Gallo
Viviana Patricia Cruz Pino
Valentina Viveros Palacios

 **CAPÍTULO 22****RED DE ACTORES PARA IMPULSAR EL DESARROLLO CULTURAL,
SOCIOECONÓMICO Y TURÍSTICO DE SILVIA CAUCA**

Luz Stella Pemberthy Gallo¹
Viviana Patricia Cruz Pino²
Valentina Viveros Palacios³

Para referenciar este capítulo: Pemberthy, L., Cruz, V. y Viveros, V. (2019). Red de actores para impulsar el desarrollo cultural, socioeconómico y turístico de Silvia Cauca. capítulo 22. pp. 368-384. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag, Universidad Cesmag.

Resumen

Silvia Cauca es riqueza cultural y paisajística, descanso, interacción con la naturaleza y sus pobladores. Es disfrutar de su gastronomía, artesanía, música, fiestas y multiculturalidad. Dado este contexto, el proyecto “diseño de plan inclusivo e innovador para fortalecer y dinamizar la actividad turística en Silvia Cauca, ejecutado y financiado por la universidad del Cauca en el periodo 2018-2019, busca conformar una red interdisciplinaria de actores Universidad, Empresa, Estado, Sociedad- UEES; con el propósito de promover el desarrollo local a través de la promoción social, productiva y cultural del sector turístico e incentivar la identificación y promoción de productos y servicios turísticos con identidad autóctona.

La metodología implementada está orientada en el desarrollo de dinámicas colectivas, que permitieron un acercamiento directo con cada uno de los actores; priorizando sus intereses y necesidades que contextualizan su propia realidad dando vida a una red que más adelante genera cambios entorno a sus actividades, por otra parte fue primordial el uso de las metodologías cualitativas las cuales permitieron reunir información de carácter subjetivo, identificando aspectos como: interés, valores y gustos, entre otros.

1 Profesora. Magister en administración. Jefe departamento ciencias del turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia. Investigadora asociada Colciencias 2017-2019, pemberthy@unicauca.edu.co

2 Estudiante programa de turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia vipacrupi@unicauca.edu.co

3 Estudiante programa de turismo. Universidad del Cauca. Popayán Cauca, Colombia valenviveros@unicauca.edu.co



CAPITULO 23

EL MICROREDITO: UNA REVISION DESDE
LAS CONTRIBUCIONES



Mg. Daniela Andrea Rosales Díaz
Mg. Elsa Rosario Díaz Terán

 **CAPÍTULO 23****EL MICROCRÉDITO: UNA REVISIÓN DESDE LAS CONTRIBUCIONES¹**

Mg. Daniela Andrea Rosales Díaz²
Mg. Elsa Rosario Díaz Terán³

Para referenciar este capítulo: Rosales, D. y Díaz, E. (2019). El microcrédito: Una revisión desde las contribuciones. capítulo 23. pp. 385-404. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

A nivel mundial el microcrédito ha generado gran interés, convirtiéndose en tema de estudio para instituciones, investigadores, agencias especializadas, entidades financieras y organismo no gubernamentales interesados en conocer su evolución, aplicación e impacto. Organismos internacionales como el Banco Mundial (BM), la Organización de las Naciones Unidas (PUND) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), han decidido apoyar este sistema de crédito, promulgado políticas encaminadas a consolidar las experiencias en diferentes países e involucrado a los gobiernos, entidades financieras y organizaciones sociales dedicados a la problemática de la pobreza.

Este auge, ha contribuido para que la academia y los investigadores dediquen tiempos y esfuerzos a indagar sobre el microcrédito en contextos internacionales, nacionales y locales, identificando enfoques y teorías a su alrededor. A nivel nacional se encuentra varios aportes sobre microcrédito desde la óptica del microempresario, pero son limitados desde las empresas oferentes. En Pasto, se han realizado estudios del microcrédito, teniendo en cuenta el impacto que ha generado en el microempresario.

Metodológicamente se efectuó una revisión documental de las principales contribuciones de

1 Artículo de revisión, tomado de la investigación en curso denominada Análisis del Microcrédito en Pasto: las buenas prácticas de las instituciones bancarias y no bancarias. Autoras: Mg. Daniela Andrea Rosales Díaz y Mg Elsa Rosario Díaz Terán. Universidad Mariana.

2 Magister en Investigación en Administración. Universidad de Los Andes. Docente e investigadora. Grupo de Investigación Contar. Especialización Contabilidad internacional y Auditoria Universidad Mariana. Correo electrónico darosalesd@umariana.edu.co .Pasto. Nariño. Colombia

3 Magíster en Pedagogía, Universidad Mariana. Docente Programa Administración de Negocios Internacionales e investigadora asociada. Grupo Élite Empresarial, Universidad Mariana. Correo electrónico: ediaz@umariana.edu.co Pasto. Nariño. Colombia



CAPITULO 24

MODELO DE GESTIÓN HUMANA CON ENFOQUE
EN COMPETENCIAS LABORALES



Humberto Palacios Rosero
Wilson Revelo Maya



CAPÍTULO 24

MODELO DE GESTIÓN HUMANA CON ENFOQUE EN COMPETENCIAS
LABORALESHumberto Palacios Rosero¹
Wilson Revelo Maya²

Para referenciar este capítulo: Palacios, H. y Revelo, W. (2019). Modelo de gestión humana con enfoque en competencias laborales. capítulo 24. pp. 405-424. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

El propósito de esta investigación es desarrollar una propuesta desde la teoría y la práctica, a partir del estudio y análisis de referentes sobre modelos de Administración de Recursos Humanos e investigaciones realizadas sobre el tema y así diseñar un “modelo genérico” de Gestión Humana con un enfoque en competencias laborales, que contenga los principales conceptos, elementos, metodología y herramientas para su aplicación en empresas (Pymes) del sector servicio en la ciudad de Pasto.

El proyecto contribuye a la solución de un problema, en la medida que, al diseñar un modelo de gestión humana con enfoque en competencias, se convierte en una herramienta de trabajo para que las empresas del sector terciario puedan mejorar sus procesos administrativos y operativos, fortalezcan las competencias laborales de los trabajadores y empleados, mejoren el desempeño e incrementen la productividad y calidad de los servicios siendo más competitivas.

Palabras clave: Competencia, conocimiento, globalización, productividad, tecnología, talento humano

1 Economista, Administrador público, Especialista en Talento Humano, Magister en Administración. Docente Investigador, Programa de Administración de Empresas, Universidad de Nariño.

2 Administrador de Empresas, Magister en Administración. Docente Investigador, Director del Programa de Administración de Empresas, Universidad de Nariño.



CAPITULO 25

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN
DE LOS USUARIOS CON RESPECTO A LA ATENCIÓN
EN LAS OFICINAS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS
DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO



Sandra Lucía Bolaños Delgado
Ana Lucía Casanova Guerrero
Ludvyn Hernán Erazo Folleco

 **CAPÍTULO 25****PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON RESPECTO A LA ATENCIÓN EN LAS OFICINAS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

Sandra Lucia Bolaños Delgado¹
Ana Lucia Casanova Guerrero²
Ludvyn Hernán Erazo Folleco³

Para referenciar este capítulo: Bolaños, S., Casanova, A. y Erazo, L. (2019). Percepción de la calidad y la satisfacción de los usuarios con respecto a la atención en las oficinas de las entidades bancarias de la ciudad de San Juan de Pasto. capítulo 25. pp. 425-446. En Bolaños, S. y Solarte, C. (Compiladoras). (2019). Factores determinantes de los procesos de innovación en las organizaciones. pp. 447. San Juan de Pasto, Colombia. Editorial Cesmag. Universidad Cesmag.

Resumen

Medir la calidad en la atención de los servicios se ha convertido en uno de los temas más importantes para todo tipo de organización, cuyo objetivo es establecer relaciones perdurables con sus clientes, y esa calidad se mide en la proporción en que los clientes sientan satisfacción con el servicio prestado a partir de sus expectativas, necesidades y experiencias con las compañías. Razón por la cual se deben establecer un direccionamiento claro en el que la empresa determine sus políticas, procesos y procedimientos enfocados a lograr la satisfacción de los clientes, y además en conformar equipos de trabajo con las actitudes necesarias para lograrlo.

1 Magister en Mercadeo, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Especialista en Docencia Universitaria, Administradora de Empresas. Docente Investigadora. Grupo Gestión y Competitividad Universidad CESMAG. Consultora Empresarial y Docente Universitaria. Email: sbolanos@unicesmag.edu.co

2 Magister en Mercadeo, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Economista. Docente Investigadora. Grupo Gestión y Competitividad Universidad CESMAG. Docente Universitaria. Email: alcasanova@unicesmag.edu.co

3 Magister en Mercadeo, Especialista en Docencia Universitaria, Administrador de Empresas. Docente Universitario y Consultor Empresarial. Email: lherfo@hotmail.com



UNIVERSIDAD
CESMAG



EDITORIAL
UNIVERSIDAD CESMAG