

EXPO RIESGO DIAZ contables económicas

&

**Programas de Contaduría Pública y Economía
de la Universidad de San Buenaventura Cali.
Enero-junio de 2025**



Experiencias
Contables & Económicas
#2

**EXPE
Rien
cias
contables &
económicas**

Experiencias n.º 2 Enero-junio 2025
ISSN 3074-0074
bexperiencias@usbcali.edu.co

Directivos de la universidad

Fray Sergio Iván Rojas Díaz, OFM
Rector

Fray Jorge Luis Valdés Barragán, OFM
Secretario

Fray Luis Fernando Benítez Arias, OFM
Vicerrector para la Identidad y el Bienestar Institucional

Luis Alberto García Ramírez
Vicerrector académico

Fray Alexis Páez Chala, OFM
Vicerrector administrativo y financiero

Julián Mauricio Gómez López
Decano Facultad Ciencias Económicas

Equipo Editorial Bonaventuriana
Ricardo Flórez Puentes (director editorial)
Universidad de San Buenaventura, Colombia

A.A. 25162
www.usbcali.edu.co
Carrera 122 # 6-65
PBX: 488 22 22 - 318 2200 / FAX: 4882231.
Cali - Colombia, Suramérica
Resolución número 1326 del 25 de marzo de 1975,
expedido(a) por Ministerio de Educación Nacional

Comité editorial
Carlos Arturo Vargas Sierra,
director programa de Contaduría Pública
Edy Lorena Burbano Vallejo,
directora programa de Economía
Magdalida Murgueitio,
profesora tiempo completo del programa de Contaduría Pública

Comité científico
Doctor Aníbal Enrique Toscano Hernández©, Universidad del Sinú
Alfonso Carlos Ortiz Rico, Universidad del Quindío
William de Jesús Acevedo Morales, Universidad Autónoma de Occidente

Contenido

Presentación	5
Reflexiones docentes	6
Perspectivas actuales de la educación en contaduría pública por competencias en uno de sus ejes transversales: el entorno económico de las organizaciones	7
Reflexiones estudiantiles	18
Estudio de mercado y estrategias de ventas implementadas en la empresa Herencia Guapireña Ltda.....	19
La relación de los negocios verdes de la CVC con el mercado de carbono	24
Ludoteca intercultural, inclusión y diversidad para familias afectadas por el conflicto armado en Colombia	34
Gestión ambiental para la disminución de la huella de carbono del Grupo Bimbo del 2014 al 2019	39

Presentación

Las experiencias académicas e investigativas compartidas en este número responden a iniciativas propias del quehacer de docentes y estudiantes de los programas de Contaduría Pública y Economía de la Facultad de Ciencias Económicas (FCE), de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (FCHyS) de la Universidad de San Buenaventura Cali; y de los estudiantes participantes en el Verano de la Investigación Científica y Tecnológica del Pacífico 2021, quienes se interesaron por una investigación que vincula a docentes de los cinco pregrados en la FCE.

Para el periodo académico que convoca este medio de publicación, las investigaciones convergen en la necesidad común de indagar en la realidad con diferentes ópticas, y aportar, desde sus perspectivas, elementos para ayudar a entender esas realidades a partir de la mirada de los estudiantes con distintos grados de formación disciplinar, tanto del ámbito nacional como internacional.

En ese sentido, la investigación formativa es vital en el proceso de transformación para ver, pensar y actuar en una comunidad académica. De ahí proviene la permanente labor que tiene como fin tender puentes y fortalecer el trabajo colaborativo, en pro de robustecer los programas y continuar aportando a la sociedad profesionales con competencias acordes a los desafíos actuales.

Comité Editorial Experiencias



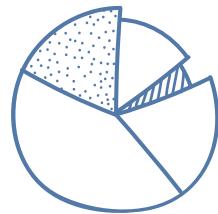
**REFUE
XIO
nes
docentes**

Perspectivas actuales de la educación en contaduría pública por competencias en uno de sus ejes transversales: el entorno económico de las organizaciones

Jerfenzon Salazar-Tabima

Doctor en Administración de Negocios, docente tiempo completo de la Universidad de San Buenaventura Cali, Colombia, e integrante del grupo de investigación en Economía, Gestión, Territorio y Desarrollo Sostenible (GEOS).

Correo: jsalazar2@usbcali.edu.co <https://orcid.org/0000-0001-7636-3033>



Introducción

El entorno económico de las organizaciones es un factor fundamental que influye en la formación profesional de los contadores públicos, no solo con respecto a los contenidos, sino en cuanto al papel del profesor en la selección eficiente y la calidad de estos para el alcance de los resultados de aprendizaje (Findeisen y Seifried, 2023). En la actualidad, las empresas operan en un entorno altamente dinámico y competitivo, en donde los cambios económicos, tecnológicos y financieros son constantes. Estos cambios demandan profesionales de la contabilidad capacitados y actualizados, capaces de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan en este ambiente, razón por la que las mediaciones tecnológicas y las redes de información adquieren un papel más importante (Liu y Cui, 2023).

La globalización, los avances tecnológicos y las fluctuaciones en los mercados financieros son algunos de los factores que contribuyen a la complejidad del entorno económico. Las organizaciones necesitan adaptarse rápidamente a estos cambios para mantener su competitividad y asegurar su supervivencia a largo plazo. En este sentido, los contadores públicos desempeñan un rol crucial (Garstka, 2023), ya que son responsables de proporcionar información financiera precisa y oportuna que les permita a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas.

Ahora bien, en el ámbito de la formación profesional de los contadores públicos, es clave que los programas educativos estén diseñados para proporcionarles a los estudiantes las habilidades y los conocimientos necesarios para comprender y enfrentar los desafíos de ese contexto económico. Casos como el rápido desarrollo económico de China, y de otros países, lo verifican (Li, 2023); la continua expansión de la enseñanza de áreas como la economía, la contabilidad y los negocios no solo han hecho posible una mejora en la calidad de la educación, sino que han generado la base para un desarrollo empresarial y social sin precedentes en el país asiático. Esto implica adquirir conocimientos técnicos en contabilidad y finanzas, y desarrollar habilidades analíticas, de pensamiento crítico y resolución de problemas en el proceso de enseñanza, tal como lo revelaron en su trabajo Siswanto *et al.* (2022).

Además, es esencial que los programas educativos fomenten el aprendizaje continuo, con consideraciones éticas e inclusivas de las dimensiones sociales de los negocios, y no solo desde una perspectiva cuantitativa que, por lo general, predomina (LeClair *et al.*, 2021). Esta mirada, junto con la actualización constante de los conocimientos –teniendo en cuenta la rápida evolución de las normas contables y las prácticas financieras–, permitiría ofrecerles a los contadores públicos en formación una perspectiva que los invite a mantenerse al día con los cambios regulatorios y las tendencias en el ámbito económico, para garantizar la calidad de su trabajo y cumplir con las expectativas de las organizaciones.

En resumen, el entorno económico de las entidades representa una competencia relevante en la formación profesional de los contadores públicos. La capacidad para comprender, analizar y adaptarse a los cambios económicos y financieros es primordial para el éxito en esta profesión. Por tanto, los programas educativos deben preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del contexto económico actual, proporcionándoles las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñarse de manera efectiva en un mundo empresarial que se transforma constantemente.

Antecedentes

La educación en contabilidad ha experimentado un cambio significativo en las últimas décadas, pues ha pasado de un enfoque tradicional centrado en la transmisión de conocimientos teóricos a uno basado en competencias (Fontaine *et al.*, 2023). Esta modificación surgió en respuesta a la creciente demanda de profesionales contables con mejor capacitación y mayores competencias para enfrentar los retos del ámbito empresarial.

En el pasado, la educación en contabilidad se enfocaba principalmente en la adquisición de conocimientos técnicos y normativos, como los principios contables y las prácticas de auditoría. Sin embargo, con el tiempo se reconoció la necesidad de desarrollar habilidades más amplias y transferibles que les ayudaran a estos profesionales a enfrentar los desafíos complejos y cambiantes del campo contable y financiero, especialmente en el área de la analítica de datos (Koh *et al.*, 2023).

En este sentido, la formación en economía para los contadores públicos desempeña un papel clave para el fortalecimiento de sus competencias; además, estas últimas se consideran un factor esencial en una era de la educación mediada por tecnologías (Bishop-Monroe *et al.*, 2022). Así, al adoptar un enfoque basado en competencias, se reconoce que los profesionales contables deben poseer una combinación de conocimientos, habilidades y actitudes para ejercer su labor de un modo efectivo.

Por ejemplo, mediante la enseñanza de temas como microeconomía, macroeconomía, finanzas y tributaria, los estudiantes de contaduría pública adquieren una comprensión más profunda de los aspectos económicos que influyen en las decisiones contables y financieras. A partir de estos fundamentos teóricos y conceptuales, se fortalece su capacidad de comprender y analizar el entorno económico en el que operan las organizaciones.

La enseñanza de la economía, sin embargo, no solo se enfoca en la adquisición de conocimientos, sino en el desarrollo de habilidades analíticas y críticas. Los contadores públicos han de ser capaces de interpretar y evaluar la información económica, identificar tendencias y patrones, y utilizar estos análisis para tomar decisiones fundamentadas y estratégicas.

Asimismo, la formación en dicha área fomenta el desarrollo de actitudes y valores imprescindibles para el ejercicio ético de la profesión contable, especialmente en lo



que se refiere al pensamiento crítico (Turner y Tyler, 2022). Los contadores públicos deben comprender la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad económica en sus prácticas profesionales, y justamente la capacitación en economía les proporciona las bases para reflexionar sobre estas cuestiones.

En suma, dentro del marco de la educación por competencias, adquirir conocimientos del campo de la economía es esencial para formar profesionales preparados y eficientes. Esta materia les proporciona habilidades y actitudes necesarias para comprender y analizar el contexto económico, tomar decisiones informadas y éticas, y contribuir, de forma efectiva, al éxito y la sostenibilidad de las organizaciones (Sidaway *et al.*, 2023). La combinación de competencias contables y económicas construye una base sólida para formar profesionales integrales y adaptados a las demandas del mercado actual.

Metodología

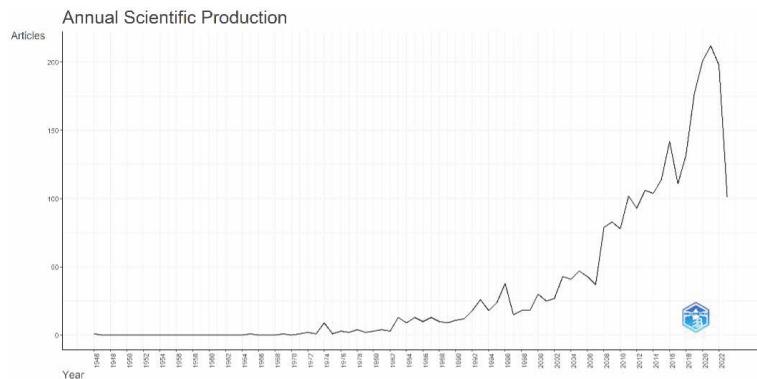
El método utilizado en este trabajo fue el análisis matemático y estadístico de referencias bibliográficas, conocido como bibliometría. De acuerdo con referencias indexadas provistas por Scopus (base de datos creada por Elsevier), se pretende explorar y examinar los aspectos clave de la temática de interés: la educación en contaduría pública, desde una perspectiva académica e integradora por competencias. Teniendo en cuenta que la disciplina en cuestión es fundamental en el ámbito empresarial, el valor de la enseñanza de la economía, con respecto a la toma de decisiones contables y financieras, ha generado un creciente interés en la investigación educativa relacionada con esta área.

Mediante una revisión bibliométrica exhaustiva, se recopilaron 2639 documentos que incluyen artículos de investigación, revisiones y capítulos de libros; con estos materiales se analizó una parte del corpus de artículos científicos y publicaciones académicas relevantes en el campo de la educación en contaduría pública. En concreto, este análisis permitió identificar y explorar los principales temas, enfoques metodológicos, tendencias y brechas de investigación en esta área específica; para tener un panorama general de ello, se examinaron asuntos como los métodos de enseñanza y evaluación utilizados, la integración de tecnologías educativas, el desarrollo de habilidades profesionales, la formación ética y el aprendizaje experiencial, entre otros. Se deja a discreción del lector la interpretación de las mediciones y elementos esenciales de la producción de literatura más reciente.

Resultados

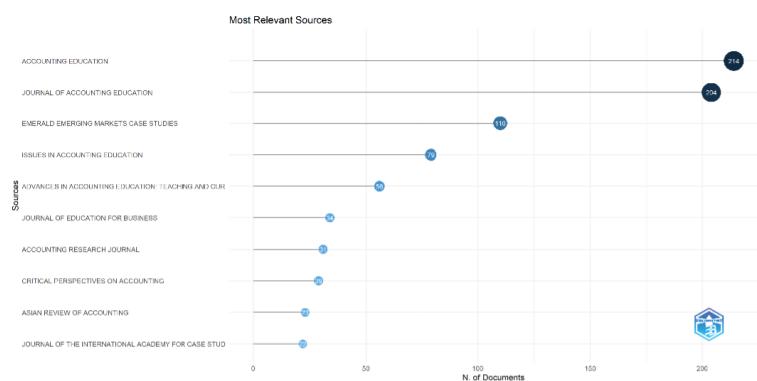
A continuación, se presenta un compendio de métricas y aspectos relevantes de la literatura sobre la educación en contaduría pública por competencias.

Figura 1
Producción científica anual



Nota. Elaboración propia en entorno de programación R.

Figura 2
Medios de publicación relevantes



Nota. Elaboración propia en entorno de programación R.

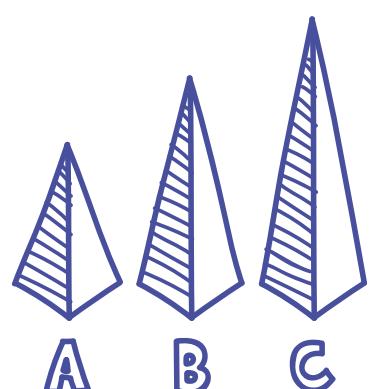
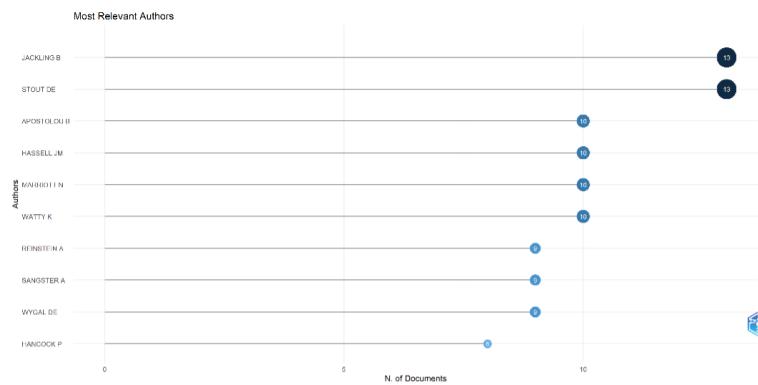
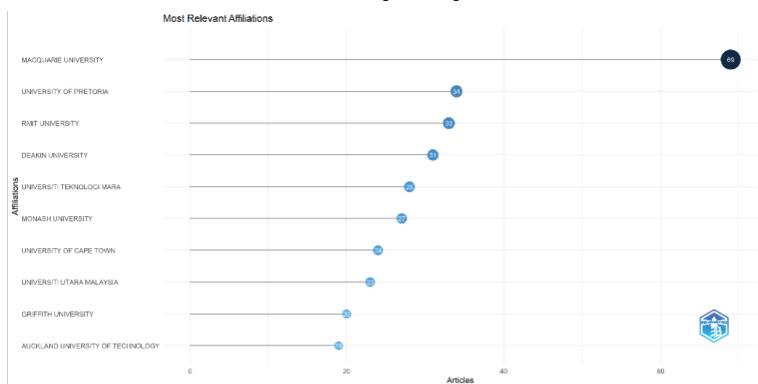


Figura 3
Autores de mayor producción científica

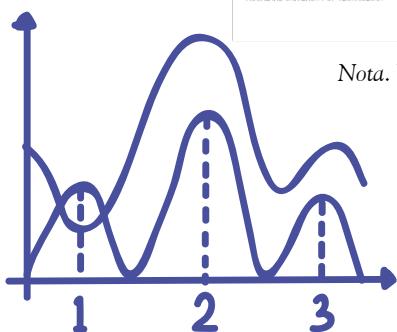


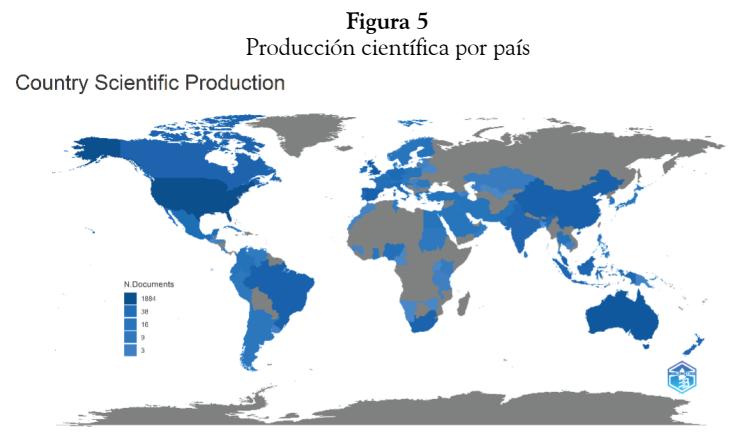
Nota. Elaboración propia en entorno de programación R.

Figura 4
Afiliaciones más relevantes para la producción científica



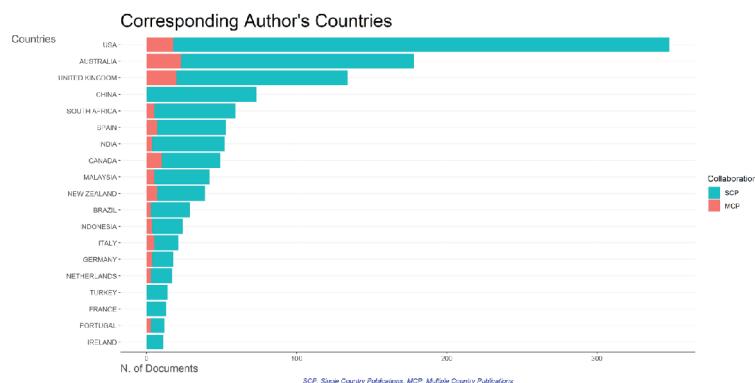
Nota. Elaboración propia en entorno de programación R.



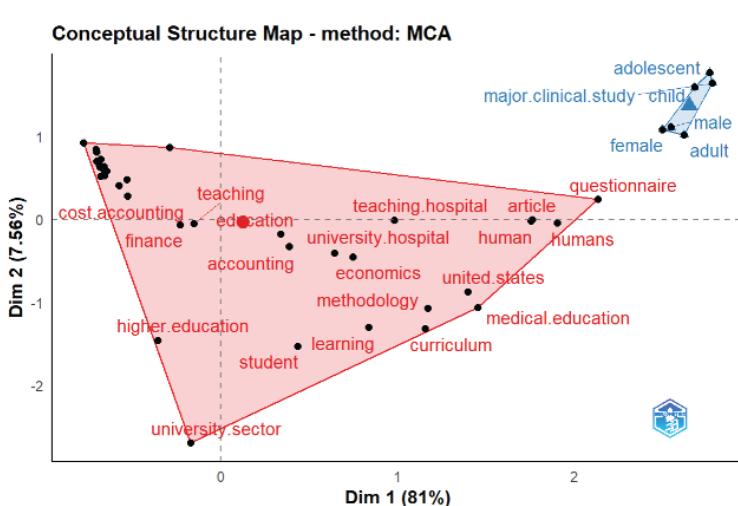
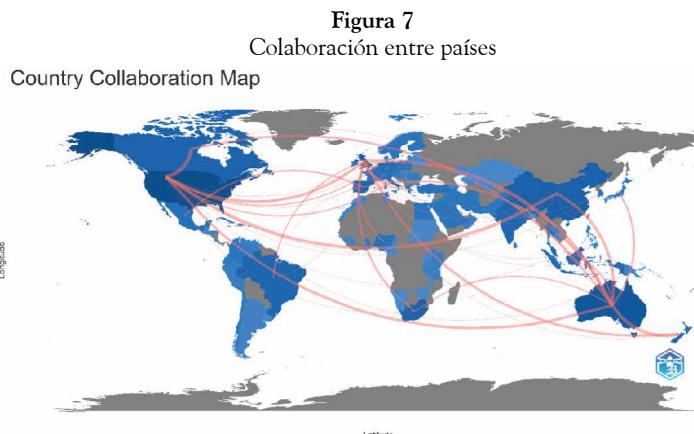


Nota. Georreferenciación realizada en entorno de programación R. El azul oscuro muestra mayor intensidad en la producción.

Figura 6
Producción científica en colaboración entre autores por país



Nota. Elaboración propia en entorno de programación R. SCP: autores de un solo país; verde: autores de varios países.



Conclusión y discusión desde la perspectiva docente

La experiencia de un profesor de economía para contadores públicos es de vital importancia en el proceso de aprendizaje de los profesionales en contabilidad y finanzas. El rol de este docente va más allá de transmitir conocimientos teóricos, ya que su labor implica fomentar la comprensión profunda de los conceptos económicos y su aplicación práctica en el ámbito contable.

Uno de los aportes más significativos que puede brindar un profesor de economía es el enlace entre la teoría económica y la realidad empresarial; a través de ejemplos, casos de estudio y análisis de situaciones reales, el profesor les ayuda a los estudiantes a comprender cómo los principios económicos afectan la toma de decisiones financieras y contables en el mundo real. Esta conexión entre la teoría y la práctica es esencial para que los futuros contadores públicos comprendan la relevancia de los conceptos económicos en su campo profesional y los apliquen con efectividad.

Además, el profesor de economía puede contribuir al desarrollo de habilidades analíticas y de pensamiento crítico en los estudiantes; al presentarles situaciones económicas complejas y desafiantes, les brinda la oportunidad de desarrollar su capacidad para analizar, evaluar y resolver problemas de manera estratégica. Estas habilidades son fundamentales en el entorno empresarial actual, donde los contadores públicos tienen que tomar decisiones informadas y adaptarse a los cambios económicos y financieros constantes.

Otra característica destacable del docente es que se mantiene actualizado con respecto a los avances y cambios en el campo económico y financiero. La economía está en constante evolución, por ese motivo, es su responsabilidad estar al día con las últimas tendencias, investigaciones y desarrollos. De este modo, los estudiantes están expuestos a información actualizada y relevante, la cual les permite prepararse para enfrentar los retos del mundo empresarial con un enfoque contemporáneo.

En conclusión, la experiencia de un profesor de economía para contadores públicos es invaluable en el fortalecimiento de las habilidades de los profesionales en contabilidad y finanzas. Sus aportes temáticos, la conexión que puede hacer entre la teoría económica y la práctica empresarial, el fomento de competencias analíticas y de pensamiento crítico que propicia, y su actualización constante son elementos fundamentales para preparar a los estudiantes de contabilidad ante un panorama económico y financiero que se transforma y les propone retos. Por consiguiente, el profesor de economía tiene un rol clave en la formación de profesionales competentes y adaptados a las demandas de las organizaciones.

Líneas de investigación a futuro

- A continuación, se proponen tres posibles líneas de investigación a futuro sobre la promoción del análisis del entorno económico de las organizaciones, en pro de contribuir a la toma de decisiones, a partir de lo contable, financiero y tributario.
- Impacto de la enseñanza de la economía en el desempeño profesional de los contadores públicos: esta línea de investigación exploraría cómo la formación en economía, y específicamente los aportes temáticos de los profesores, influye en el éxito y la efectividad de los contadores públicos, a nivel de su desempeño.

profesional. Se podrían realizar estudios longitudinales que sigan a los graduados y evalúen su rendimiento en el campo laboral, en relación con la calidad de su formación económica.

- Desarrollo de metodologías de enseñanza innovadoras: se podría investigar el diseño y la implementación de nuevas metodologías de enseñanza que permitan una mejor comprensión y aplicación de los conceptos económicos en el contexto contable. Este análisis podría incluir el uso de tecnologías digitales, simulaciones o estudios de casos interactivos que fomenten el aprendizaje práctico y el pensamiento crítico.
- Evaluación de las necesidades cambiantes del mercado laboral: esta línea de investigación se centraría en identificar las habilidades y conocimientos concretos que demanda el mercado laboral, con respecto a la economía y la contabilidad. Para ello, se realizarían estudios de empleadores, encuestas a profesionales de contabilidad y análisis de tendencias económicas para comprender cómo evolucionan las necesidades, y cómo adaptar los contenidos temáticos de los cursos de economía que se dictan a los contadores públicos.

Finalmente, estas líneas de investigación podrían contribuir a mejorar la calidad de la formación en economía para los contadores públicos, fortaleciendo su capacidad para enfrentar los desafíos del entorno económico y financiero, y asegurando de su parte un desempeño profesional exitoso y efectivo.

Referencias

- Bishop-Monroe, R., Jordan, M., Ma, Z., y Royalty, K. (2022). Enhancing business professional competencies in a virtual educational environment. *International Journal of Management Education*, 20(3), 20-34. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100700>
- Findeisen, S., y Seifried, J. (2023). Explaining skills of prospective teachers – Findings from a simulation study. *Vocations and Learning*, 16(2), 313-341. <https://doi.org/10.1007/s12186-023-09319-w>
- Fontaine, R., Khemakhem, H., y Wolcott, S. (2023). Enhancing students' enabling competencies: Student perspectives and recommendations for educators. *Accounting Perspectives*, 22(1), 111-138. <https://doi.org/10.1111/19113838.12326>
- Garstka, M. (2023). Consistency in teaching accounting in the light of profes-, *The Theoretical Journal of Accountings* considerations. –sor Jan Winiecki 47(1), 25-38. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0016.2905>

- Koh, S., Lee, H. H., y Perdana, A. (2023). Data analytics in an undergraduate accountancy programme: The spaced retrieval method. En T. Rana, J. Svanberg, P. Öhman y A. Lowe (Eds.), *Handbook of big data and analytics in accounting and auditing* (pp. 415-437). Springer.
- LeClair, D. T., Clark, R., Ferrell, L., Joseph, G. J., y LeClair, D. (2021). Ethics in international business education: Perspectives from five business disciplines. En E. Kaynak y G. Iyer (Eds.), *Teaching international business: Ethics and corporate social responsibility* (pp. 43-71). Routledge.
- Li, L. (2023). The reform of accounting education in colleges and universities based on cloud computing in the era of big data. En O. Akan, P. Bellavista, J. Cao, G. Coulson, F. Dressler, D. Ferrari, M. Gerla, H. Kobayashi, S. Palazzo, S. Sahni, X. Shen, M. Stan, X. Jia y A. Zomaya, *Lecture notes of the Institute for Computer Sciences, Social-Informatics and Telecommunications Engineering, LNCS* (pp. 318-323). Springer.
- Liu, K., y Cui, F. (2023). Application of virtual machine technology in teaching mode of financial budget in vocational colleges. En K. Liu y F. Cui (Eds.), *2023 6th IEEE Eurasian Conference on Educational Innovation (ECEI)* (pp. 47-50). IEEE.
- Sidaway, S. I. L., Juric, D., y Deegan, C. (2023). Teaching the concept of decision-usefulness, and accounting as a technical, social and moral practice: The case of COVID-19 “case number” reporting. *Meditari Accountancy Research*, 31(1), 121-140. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-06-2021-1329>
- Siswanto, S., Muhsin, A., Rosidah, y Wibawa, E. A. (2022). The teaching readiness of pre-service teachers from the economics and business education programs. *Cakrawala Pendidikan*, 41(3), 676-687. <https://doi.org/10.21831/cp.v41i3.50016>
- Turner, M., y Tyler, M. (2022). Demonstrating critical thinking in accounting: Applying a competency framework. *Accounting Education*, 32(6), 713-734. <https://doi.org/10.1080/09639284.2022.2105653>

**EXPO
RIO
DIAS
estudiantiles**



Estudio de mercado y estrategias de ventas implementadas en la empresa Herencia Guapireña Ltda.

El texto es producto de la reflexión del proyecto de investigación ejecutado en la empresa familiar de uno de los integrantes, desarrollado en el curso de Análisis y Expresión Científica que responde a la estrategia pedagógica de proyecto de aula.

Branwdy Julevssi Perea Plaza

Estudiante de tercer semestre del programa de Contaduría Pública,
correo: bjpereap@correo.usbcali.edu.co.

Issa Leonary Pandales Obregón

Estudiante de tercer semestre del programa de Contaduría Pública,
correo: Ilpandaleso@correo.usbcali.edu.co.

Brayan Rodrigo Angulo Montaño

Estudiante de tercer semestre del programa de Contaduría Pública,
correo: brangulom@correo.usbcali.edu.co.

Introducción

La empresa Herencia Guapireña surgió en el sur de la costa pacífica colombiana, en una bahía conocida como Guapi, que hace parte del departamento del Cauca. Herencia Guapireña fue fundada por la familia Montaño, y la persona encargada de transmitir todos los conocimientos relativos a la producción fue José Domingo Montaño; por más de cuarenta años, este hombre ha sido productor del aguardiente de caña llamado viche. Sus saberes fueron la base para que sus hijos continuaran adelante con el proyecto y dieran a conocer en otros mercados su tradición.

Herencia Guapireña fue fundada en el año 2012, específicamente en el marco del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez que se realiza a mediados del mes de agosto en la ciudad de Cali. A partir de allí, la empresa comenzó su proceso de expansión, dedicada a producir y distribuir productos artesanales del Pacífico colombiano, teniendo en cuenta tres categorías: aceites, dulces y licores; asimismo, definieron que su objetivo sería preservar y mantener las tradiciones del Pacífico colombiano. La Figura 9 muestra el logo empresarial y algunos de los productos que actualmente comercializan en diferentes mercados colombianos.

Figura 9
Logo y productos de Herencia Guapireña



Nota. Registro fotográfico de los autores.

Desafíos de la pandemia

La pandemia le planteó un nuevo reto a esta empresa: mantenerse en el mercado; en el año 2020 presentó problemas con sus pasivos y debió ingeníárselas para sostenerse. A finales del 2021, las secuelas continuaron y la necesidad de aumentar sus ingresos se convirtió en una tarea fundamental para permanecer en el sector. Las entradas de dinero se vieron reducidas aproximadamente en un 50 %, debido a los gastos que tuvieron en pandemia y pospandemia. Por ese motivo, fue necesario que revisaran su forma de operar y comercializar los productos.

Para el año 2022 tuvieron que reinventarse, generando estrategias de ventas para obtener mejores resultados económicos, crecer como empresa y, sobre todo, alcanzar la rentabilidad. A propósito de estas necesidades, Arechavaleta (2015) concluyó lo siguiente:

La globalización y la creciente competitividad que hoy día enfrentan las empresas en todos los niveles, ya sean locales, regionales o transnacionales, han ocasionado que para poder posicionarse y mantenerse en las preferencias de los mercados, las organizaciones no puedan escatimar esfuerzos y recursos para asegurar un crecimiento sostenido que les permita garantizar los niveles de rentabilidad exigidos por sus inversionistas o dueños. (p. 1)

Por lo anterior, los responsables de gestionar Herencia Guapireña realizaron un análisis de la estrategia de venta (este implica generar conocimientos a partir de datos y tendencias), para establecer objetivos y predecir el rendimiento futuro de la empresa. La mejor práctica para analizar las ventas es seguir de cerca todas las actividades, con el fin de determinar los ingresos y establecer las metas del negocio. Por ejemplo, en este caso, la empresa en los años 2020 y 2021 tuvo problemas con la venta y comercialización de los productos, como efecto de la pandemia; para los años 2021 y 2022, este hecho los obligó a implementar estrategias de venta para mantener sus ingresos. Según Abrigo-Córdova *et al.* (2017), “las estrategias de ventas son una importante herramienta empleada por las empresas para mejorar la atención al cliente, permitiendo llegar a un público más amplio generando al mismo tiempo ingresos para las mismas [sic]” (p. 98).

En el contexto de la pandemia, hubo restricciones que provocaron poco a poco el cierre de sus canales de distribución, una circunstancia que disminuyó cada vez más sus ingresos y aumentó progresivamente los pasivos. Además, la situación generó pérdidas en otros niveles vinculados a los mercados laborales, de acuerdo con Weller (2020), quien mencionó algunas de ellas en una reflexión sobre el impacto de la COVID-19:

Específicamente respecto a las tendencias de destrucción, transformación y creación de empleos, la evolución de la productividad laboral y la desigualdad, así como en el debate sobre las políticas sociales y laborales requeridas para hacer frente a los desafíos que emergen de estas tendencias para una política de desarrollo sostenible e inclusivo. (p. 7)

A partir de estos hechos, el equipo de estudiantes indagó por las estrategias de ventas que usó la empresa Herencia Guapireña Ltda. para aumentar sus ingresos y comercializar de una mejor manera sus productos en los años 2021-2022. El trabajo de campo, realizado mediante entrevistas a los responsables de la empresa, evidenció que diseñaron y ejecutaron varias estrategias:

- Las redes sociales: Herencia Guapireña Ltda. vio la necesidad de darse a conocer en las redes sociales para atraer más clientes en otras partes del país; este cambio implicaba abrir un nuevo canal de comunicación con sus clientes o nuevos prospectos, dado que el 76.4 % de la población usa este medio.
- Canal de distribución (puntos de venta): en la empresa cuentan con un canal directo e indirecto de distribución.
- El canal directo se refiere a que son ellos quienes se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes, porque cuentan con espacio para almacenar los productos y transportarlos a los puntos de venta físicos; esta forma de trabajo les permite mantener un contacto directo con sus clientes en distintas ciudades como Cartagena, Bogotá, Cali y Medellín. Asimismo, los sistemas de punto de venta posibilitan que su personal atienda tareas que generan ingresos (por ejemplo, ayudar a los clientes), con el fin de mejorar la eficiencia de la empresa.
- En el canal indirecto usan terceros para realizar sus envíos nacionales para las personas que no pueden acercarse a sus puntos físicos.

Reconociendo que las estrategias de ventas son uno de los pilares importantes en un negocio para obtener alta rentabilidad y crecer como empresa, creemos que Herencia Guapireña Ltda. implementó valiosas estrategias para mantenerse en el mercado; principalmente buscaron expandirse para darse a conocer y atraer más prospectos e incrementar sus ventas, las cuales serían un ingreso constante para ellos. Otros tópicos por cuidar para garantizar su sostenimiento en un mercado altamente competitivo son la calidad de sus productos y el buen servicio al cliente, dado que un cliente satisfecho será el mejor canal de publicidad de la empresa.

Conclusiones

La globalización y la creciente competitividad son dos factores clave para las empresas de todos los niveles, quienes se enfrentan a estos para mantenerse en las preferencias de los mercados, y se la juegan para sobresalir y satisfacer las necesidades de sus clientes. Por esta razón, no deben escatimar en recursos y esfuerzos para asegurar un crecimiento que les dé estabilidad y rentabilidad, teniendo en consideración los cambios constantes de los mercados.

Referencias

- Abrigo-Córdova, I., Salazar, M., y Celi, G. (2017). Estrategias de ventas: alternativa para mejorar la atención al cliente. *Innova Research Journal*, 2(9.1), 88-100.
- Arechavaleta, E. F. (2015). Estrategias de comercialización. En M. E. Ramírez-Ortiz (Ed.), *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos* (pp. 169-195). OmniaScience.
- Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45759-la-pandemia-covid-19-su-efecto-tendencias-mercados-laborales>



la relación de los negocios verdes de la CVC con el mercado de carbono

Valentina Cháves Mendoza

Estudiante de los programas de Contaduría Pública y Finanzas y Negocios Internacionales 2022-2,
correo: vchavesm@correo.usbcali.edu.co

Isabella Guarín Piedrahíta

Estudiante del programa de Contaduría Pública,
correo: iguarinp@correo.usbcali.edu.co

Introducción

La contaminación es un tema que se ha tratado constantemente, debido a que las industrias evolucionan en cuanto a su proceso de producción, en pro de satisfacer las necesidades de los seres vivos; sin embargo, estos cambios traen consigo un impacto negativo y positivo para el medioambiente. De ahí que la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC) dispusiera de la ventanilla verde, una herramienta en la que se registran negocios verdes que trabajan desde diversas actividades económicas de bienes y servicios, generando impactos ambientales, sociales y económicos enfocados en un ciclo de vida, y cuyo mayor aporte es la contribución al medioambiente. Los negocios verdes se clasifican en tres categorías, pero para esta investigación se aborda solo el mercado de carbono.

El mercado del carbono es un espacio en el que se compran y se venden unidades de carbón, con el fin de reducir los gases de efecto invernadero (GEI); si bien existen varios mercados relacionados con la compra y venta de carbono, en este texto se hará énfasis en los mercados voluntarios que se caracterizan por ser opcionales y sin regulaciones. Por ende, el foco de atención se centra en la siguiente pregunta: *¿cuál es la relación entre un negocio verde de la CVC y el mercado de carbono?*, ya que, para nosotras, como contadoras y potenciales investigadoras, pero sobre todo como seres razonables, es importante indagar respecto a cómo se puede desarrollar una actividad económica sin impactar en gran escala al medioambiente.

Método

La metodología que se propone a partir de la rejilla metodológica (Grande *et al.*, 2020) define el qué, a quién y cómo encontrar las respuestas a los objetivos planteados. La investigación inició con una rigurosa revisión bibliográfica en las bases de datos institucionales para determinar la problemática a resolver, asociada al programa de investigación de los negocios verdes, actualmente en ejecución por docentes de los cinco programas de pregrado de la FCE. Acto seguido, se hizo la búsqueda de un negocio verde dispuesto a permitir el trabajo de campo definido en la rejilla metodológica; se llevó a cabo la recopilación de los datos mediante la observación directa del quehacer diario del negocio, y se realizó una entrevista en profundidad al responsable del negocio verde, a través de un cuestionario semiestructurado.



Resultados y discusión

Objetivo específico 1. Reconocer los parámetros de la CVC para incluir a las empresas como negocios verdes

La ventanilla verde de la CVC inscribe emprendimientos que en su mayoría son de personas de la zona rural del Valle del Cauca, previo cumplimiento de ciertos criterios. Al realizar una búsqueda exhaustiva, se hallaron estos criterios en un informe llamado Manual de instrucciones. Ventanilla de Negocios Verdes; cada uno varía dependiendo de la actividad económica que realicen las empresas, por ende, es fundamental estipular cuál es la clasificación de dicha actividad.

En esta revisión documental del manual citado, se lograron recopilar los doce criterios que determina la CVC para admitir los negocios, indicados en la Figura 10. Cabe aclarar que el cumplimiento de los criterios no tiene que darse en su totalidad –teniendo en cuenta que se vinculan a las características del bien o del servicio del negocio verde–, pero sí se deben cumplir la mayoría.

Figura 10
Criterios que determina la CVC para admitir a las empresas



Nota. Elaboración propia a partir de Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030, por Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022, BID; Biontropic; Corporación Biocomercio Sostenible.

Es esencial implementar estos criterios al constituir el negocio verde, porque permiten visualizar la potencialidad del mercado del bien o servicio que se va a ofertar, así como su aporte eficaz al medioambiente y a las finanzas de la empresa. A lo anterior se suma la posibilidad de tener una vida útil mayor que la de sus competidores, teniendo en consideración que la responsabilidad social desempeña un papel clave, tanto al interior como en el exterior del negocio, pues es allí, en la cadena de valor de los emprendimientos, en donde logra mayor visibilidad.

Objetivo específico 2. Identificar la relación del mercado de carbono y los negocios verdes

Una vez conocidos los criterios y qué negocios pueden pertenecer a la iniciativa de la ventanilla verde, procedimos a recopilar información que abarcara los conceptos de mercados de carbono y negocios verdes; se hallaron artículos, tesis e informes provenientes de bases confiables adquiridas por la universidad. En el proceso de búsqueda encontramos conceptos que engloban los mercados de carbono y negocios verdes, no obstante, los que más prevalecen se describen a continuación.

Mercado de carbono

Este término se refiere a las negociaciones con las cuales se compran y venden unidades de carbono, con el propósito de disminuir las emisiones de GEI, dinámica que hace posible el intercambio entre diversas entidades, de manera global. Adicionalmente, este mercado de carbono tiene una clasificación especial, puesto que depende de las personas que quieren contribuir o hacer parte de él de forma voluntaria o con el ánimo de cumplir con una obligación. Los que pertenecen a la segunda clasificación se involucran para responder ante las metas obligatorias relacionadas con la disminución de emisiones de manera internacional, regional y nacional.

Dentro de este mercado regulado existen los mercados creados bajo el Protocolo de Kioto; en este caso, los países pueden vincularse mediante dos mecanismos llamados mecanismos de desarrollo limpio (MDL) y mecanismos de implementación conjunta (MIC). El primero de ellos impulsa la posibilidad de que los países desarrollados puedan acreditar las reducciones de proyectos realizados en territorios en vía de desarrollo; entretanto, el segundo se centra en permitir a ciertos países la acreditación de dichas reducciones en el mismo tipo de proyectos, pero en países industrializados.

En concordancia con ello, también se encuentran los mercados regidos bajo el Acuerdo de París. Este documento se centra principalmente en postular dos mecanismos cooperativos que, a su vez, crean dos mercados de carbono: el artículo 6, numeral 2, permite una transferencia no nacional en relación con la mitigación entre países; asimismo, el artículo 6, numeral 4, le abre paso a las unidades de car-

bono vinculadas con proyectos que son controlados por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC).

Finalmente, encontramos el Plan de Compensación y Reducción de Carbono para la Aviación Internacional, el cual se basa en no seguir permitiendo el aumento de las emisiones de GEI relacionadas con el sector de la aviación.

Después de detallar estos mercados de cumplimiento, es necesario mencionar los mercados voluntarios; estos se basan en que cualquier entidad, ya sea pública o privada, logre remediar sus emisiones o su huella de carbono (HdC) voluntariamente. Al realizar este tipo de actividades se pueden tener ciertos beneficios, por ejemplo, cumplir con las responsabilidades social y empresarial, logrando elaborar productos que ayuden a la conservación ambiental, lo cual atrae la atención de compradores. Asimismo, al ser voluntario, no existen castigos para aquellas entidades que no desean ser parte del proceso.

Negocios verdes

Otro concepto complementario en este tema es el de los negocios verdes; estos engloban todas las actividades económicas en las que se ofrecen bienes y servicios, pero con la diferencia de que estas impactan al ambiente de una manera positiva, así como lo social y económico. Además, dicho concepto va de la mano con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, encargado de la gestión del ambiente y los recursos naturales renovables; este ministerio creó su propia oficina de negocios verdes y sostenibles, encargada de planear, ordenar y proponer estrategias de negocios para que se logre incentivar la protección del medioambiente.

En el año 2010, este ministerio optó por impulsar una política de producción y consumo sostenible, la cual soporta la estrategia que realizan los negocios verdes. Para promoverla, se crearon diferentes herramientas:

- Un plan de negocios verdes que define los lineamientos brindando herramientas.
- Un portafolio de bienes y servicios de negocios verdes.
- Bioexpo Colombia, la feria de bienes y servicios que contribuyen al medioambiente.
- Grupos técnicos y de gestión que operan al interior de las corporaciones autónomas regionales, es decir, la CVC.
- En cuanto a la virtualidad, se creó una plataforma con el fin de promover los negocios verdes (Ventanilla Verde).

Tener un negocio verde implica algunas ventajas, como mejorar la competitividad; atraer inversionistas; más fuentes de financiamiento; aumentar el conocimiento del producto y servicio; la oportunidad de relacionarse con mercados especializados y

avanzados; reducción del impacto ambiental actual; mejora de las relaciones con los entes reguladores del país; e incentivos económicos o de recursos. A pesar de que el mercado de carbono en la actualidad no está tan desarrollado como los negocios verdes, en los primeros sí hay oferta y demanda. En Colombia, para el 2019, se emitieron casi 240 millones de toneladas de GEI en el año, lo que generaría una obligación de capturar estos gases si se quiere mejorar en este aspecto. Mirando hacia otra dirección, aparte de la compra de bonos para la financiación de proyectos que reducen los GEI, están los negocios verdes; gracias a ellos, se realizan ciertas actividades o prácticas que ayudan de una manera incalculable en esta problemática ambiental, sin dejar atrás la economía.

Por lo que se mencionó en los párrafos anteriores, se comprende que la relación del mercado de carbono con los negocios verdes no solamente consiste en el factor ambiental, sino que cuenta con una dimensión social y económica, porque de ella se derivan ciertos acontecimientos interrelacionados; por ejemplo, la actividad económica del negocio verde, ya que esta determina a lo que la empresa se dedicará en su vida útil. A su vez, la CVC, al adoptar el mercado de carbono como un criterio para acoger a las empresas o los negocios verdes, supone que están vinculadas con lo social, pues al generar un impacto positivo al medioambiente, de uno u otro modo benefician a la sociedad al contribuir a la mejora en la calidad del aire; estas organizaciones, al ser reservas naturales o trabajar con productos orgánicos, follajes, flores, biohuertos, entre otros, ayudan a salvaguardar el clima gracias a las actividades económicas que ejecutan.

Objetivo específico 3. Explicar la relación entre negocios verdes y mercados de carbono

Después de reconocer las características de los negocios verdes y el mercado de carbono, así como los parámetros que tiene la CVC para incluir a las empresas como negocios verdes y analizar cada criterio de la ventanilla verde, nos encontramos con uno de los negocios inscritos que recibe el nombre de Reserva Natural Bosque Colibrí, ubicada en la vía Villa Carmelo, aproximadamente a 35 minutos de la ciudad de Cali. Una vez seleccionado este negocio, observamos e identificamos que cumple con los siguientes criterios estipulados por la CVC en la Ventanilla Verde.

Figura 11
Criterios de un negocio verde



Nota. Elaboración propia a partir de Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030, por Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022, BID; Biontropic; Corporación Biocomercio Sostenible.

Una vez realizada la identificación de los criterios, procedimos a comunicarnos con el negocio, mientras obteníamos los permisos y autorizaciones para seguir con la investigación. En específico, se diligenciaron formatos de autorización para la publicación de imágenes y videos con finalidad académica, con el objetivo de desarrollar una entrevista semiestructurada acerca del negocio verde, en donde se evidencie su historia, sus experiencias, y su respuesta ante algunas preguntas relacionadas con el mercado de carbono que, posteriormente, fueron analizadas.



En suma, los resultados de la entrevista permitieron dar respuesta a la inquietud formulada sobre la relación entre negocios verdes y mercados de carbono. La Reserva Natural Bosque Colibrí tiene conocimiento de lo que implican estos mercados, a pesar de que se trata de un tema nuevo; gracias a su ubicación geográfica y al tener áreas de bosques, ríos y gran variedad de flora y fauna, este lugar cuenta con buenas prácticas en sus sistemas productivos y logra alcanzar el concepto de la captura de carbono. En otras palabras, este negocio realiza acciones o actividades en pro de ese fin; por ejemplo, participan en eventos o iniciativas que ayudan a la conservación natural, como el pago por servicio ambiental (PSA), enfocado en los bosques para la producción de agua, y en otras actividades del Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA) y de la CVC. Estos ejercicios no solamente ayudan a la conservación y protección de la naturaleza, sino que concientizan e impulsan a las personas que trabajan y viven de estos negocios verdes para que sigan con su negocio, mientras que contribuyen a la disminución de la HdC y a la inclusión de ese mercado que se abordó en este texto.

Conclusiones

Del primer objetivo de este estudio se concluye que la CVC, como corporación, adopta unos criterios para acoger a las empresas que soliciten ser parte de la ventanilla de negocios verdes. Al inicio del proyecto se creía que el hecho de ser un negocio verde ya implicaba cumplir con todos los criterios; sin embargo, no ocurre de este modo, pues cada criterio está ligado a la actividad económica en la que se registre el bien o servicio ofrecido. La CVC aborda estos protocolos como una medida para que, en un futuro, más empresas comiencen a incorporarse y, de ese modo, el medioambiente se vea más beneficiado, teniendo en cuenta la relevancia de este tema actualmente.

Ahora bien, en cuanto al segundo objetivo, relacionado con la importancia del conocimiento de los negocios verdes y los mercados de carbono, es importante resaltar que el primer país en desarrollo que creó un proyecto para el comercio de las emisiones de GEI fue Jordania. Este proceso implica soluciones digitales que logren innovar con respecto al control y la seguridad de los datos generados por las entidades que contribuyen en este aspecto.

Además, la solución o el foco para disminuir las emisiones mundiales y dar un giro al cambio climático, presentado durante los últimos años, está en los mercados de carbono; a pesar de que su evolución ha comenzado y se ha enfatizado en el ámbito internacional, Colombia no se queda atrás, ya que, afortunadamente, se encuentra en desarrollo esta iniciativa de los negocios verdes que generan impactos ambientales positivos, al ofrecer productos y servicios sin dejar en declive la economía. Cabe agregar que los negocios verdes en Colombia han tenido un avance inimaginable, dado que han obtenido colaboraciones con corporaciones autónomas regionales y ferias ambientales; además, considerando los retos del mundo moderno, se han involucrado en el mundo virtual con plataformas como la Ventanilla Verde.

Con respecto al último objetivo que buscaba aclarar la relación entre los negocios verdes y los mercados de carbono, se encontró que, por ejemplo, el negocio verde llamado Reserva Natural Bosque Colibrí sí se vincula con los mercados de carbono; a pesar de que estos últimos constituyen una noción o un campo que apenas está iniciando en nuestro país, la organización mencionada realiza acciones y actividades en las que son conscientes de que ayudan a disminuir la HdC y así logran ser parte de estos mercados. Es importante aclarar que, por el hecho de ser un tema relativamente nuevo, este se encuentra expuesto a que las entidades que están en el proceso de desarrollo de dicho mercado tengan la posibilidad de acceder no solamente a este negocio, sino a otros muchos, aunque no siempre se alcancen los resultados esperados, dado que esto implica un proceso que engloba altos costos monetarios. Sin embargo, el Bosque Colibrí sigue aportando a la disminución de la HdC y, con las acciones que realiza, poco a poco, se une a este mercado en desarrollo.



ludoteca intercultural. inclusión y diversidad para familias afectadas por el conflicto armado en Colombia

Mayra Alejandra Upegui Carvajal

Estudiantes de séptimo semestre de la Licenciatura en Primera Infancia,
correo: maupeguic@correo.usbcali.edu.co

Ruby Natalia Hernández Gaviria

Estudiantes de séptimo semestre de la Licenciatura en Primera Infancia,
correo: rnherandezg@correo.usbcali.edu.co

Introducción

Hoy en día, debido al conflicto armado, las familias enfrentan diversas formas de violencia, exclusión y marginalidad; este es un flagelo de vieja data en Colombia, y una de sus consecuencias es que los infantes son vulnerados en su derecho fundamental a una infancia en paz y con bienestar. Por lo anterior, la apuesta lúdica, didáctica, pedagógica, educativa e inclusiva con diversidad cultural que pretende convertir una ludoteca tradicional en una intercultural, para las familias en condición de desplazamiento, es importante para aportar a la infancia vulnerada usuaria de los Centros Regionales de Atención a Víctimas (CRAV).

Desde nuestra perspectiva como maestras en formación de primera infancia, es clave aportar nuestro saber y experiencia pedagógica por medio de elementos que permitan el rediseño de la ludoteca como espacio, para construir un nuevo comienzo por y para las familias en condición de desplazamiento; el propósito es que puedan reencontrarse con algunas formas de expresión de sus raíces culturales, étnicas y sociales, mediante una ludoteca inclusiva e intercultural en donde la lúdica, el cine, las creaciones artísticas, entre otros posibles recursos, serán herramientas de bienestar durante su paso por el CRAV.

Para ofrecer esta experiencia, el lugar debe contar con espacios adaptados a la normatividad vigente de las ludotecas, y con una propuesta educativa, pedagógica y didáctica acorde a las necesidades interculturales de los infantes. A lo anterior, se suma la necesidad de tener a un ludotecario responsable de la unidad, quien deberá estar a la altura de los desafíos que conlleva atender población vulnerable por el conflicto armado.

Conflictivo armado y familia

En Colombia, la violencia, el desplazamiento forzado, los homicidios, las amenazas, las desapariciones forzadas, la pérdida de bienes, los actos terroristas, los delitos sexuales, los secuestros, las torturas, los abandonos, los despojos, las minas antipersonas, entre otras situaciones, han tenido efectos relevantes para la primera infancia, los adolescentes y las familias (Barcelona Centre for International Affairs [CIDOB], 2015). El conflicto armado nació el 27 de mayo de 1967, aún hoy sigue presente en el país y ha dejado 6 263 826 víctimas registradas (Comité Internacional de la Cruz Roja, 2021).

En el caso del Valle del Cauca, de acuerdo con la información reportada en Sis-gestión 2.0 y documentada por la Oficina Asesora de Planeación y la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas (2022), existen algunas metas incumplidas de la dirección territorial con respecto a planes o actividades que permiten ayudar a las víctimas. Por ejemplo, en la Subdirección de Reparación

Colectiva se buscaba “implementar la fase de formulación de los Planes Integrales de Reparación Colectiva (...) étnicos” (p. 85); a corte de junio, esta tarea tenía un 0 % de cumplimiento. Asimismo, en el grupo de retornos y reubicaciones se pretendía “tramitar las solicitudes de acompañamiento en el proceso de retorno y reubicación individual o familiar” (p. 85), y a corte de junio este objetivo llevaba un 91 % de cumplimiento.

Es un hecho que el conflicto armado ha obligado a diferentes comunidades, como afrodescendientes e indígenas, a desplazarse de sus tierras, lo cual ha vulnerado sus derechos como seres humanos. En la práctica pedagógica de séptimo semestre de la Universidad de San Buenaventura Cali nos encontramos con esta población, durante un ejercicio de observación en el CRAV y en un hogar de paso para víctimas del conflicto armado. De ese modo, surgió la curiosidad por la ludoteca; además, durante la práctica se logró identificar que las comunidades provenían del Bajo Calima, Chocó, Buenaventura y Nariño, y traían consigo familias conformadas por padres, abuelos, hermanos, entre otros parentescos.

Desde una mirada que afecta a la familia, Cifuentes (2009) ha afirmado que “las fuerzas de las circunstancias creadas en los territorios de conflicto rodean a las personas de tal manera que no pueden escapar, quieran o no, están atrapadas y se ven arrastradas a la confrontación armada” (p. 88). Por lo provocado a partir del conflicto armado, las familias han aprendido del entorno y a sobrevivir en él. Surgen, entonces, rutas de atención integral para la población víctima del conflicto armado interno en Colombia; un ejemplo de ello son los CRAV, entidades encargadas de atender esta población desplazada por la violencia entre los grupos armados y las fuerzas del orden público.

El infante en condición de desplazamiento

El desplazamiento es un acto en el que alguien se ve forzado a dejar su hogar dentro de su mismo país. “En el contexto del desplazamiento forzado, la violencia representa la mayor injusticia que se le puede infligir a una persona, especialmente cuando la agresión es perpetrada por sus pares o por el propio país” (Hernández y Restrepo, 2011, p. 6). En Colombia, el conflicto armado cuenta con un alto número de víctimas (Reliefweb, 2020), y ha tenido impactos en lo social, económico, político, cultural y psicológico en todos los miembros de las familias, incluidos los infantes, quienes son la población especial a atender en los CRAV.

Las familias de los niños y las niñas deben decidir qué hacer ante el desplazamiento forzado, lo habitual es huir de su lugar de origen hacia la ciudad, en donde encuentran dos caminos que podrían ayudarles: el Estado o las organizaciones no gubernamentales. En Colombia, existen diferentes proyectos y programas que le apuestan a una población infantil con mejores condiciones de vida, especialmente en los casos de desplazamiento. Teniendo en cuenta esta realidad, le apostamos a una propuesta pedagógica con el método Reggio Emilia, cuya lúdica y didáctica se creó a partir de este método, para construir una ludoteca intercultural en la ciudad de Cali.



De una ludoteca tradicional a una intercultural

Pasar de una ludoteca tradicional a una intercultural con población víctima del conflicto armado es fundamental para propiciar un ambiente de empatía que facilite la interacción entre diferentes culturas, y que permita modificar e implementar estrategias de acuerdo con las realidades interculturales y diversas de la población atendida en los CRAV. En este sentido, el espacio y las condiciones deben cumplir con los lineamientos establecidos en Colombia, referidos a las ludotecas. Según el documento que contiene estos criterios:

La ludoteca promueve habilidades para la vida, ya que jugar en este entorno protector permite el autodescubrimiento, la empatía, la comunicación efectiva o segura, las relaciones interpersonales, la toma de decisiones, la resolución de problemas y conflictos, el pensamiento creativo, el pensamiento crítico, el manejo de emociones, de sentimientos, el manejo de estrés y la tensión. (Mesa Técnica de Ludotecas *et al.*, 2017, p. 7)

Inclusión y diversidad intercultural

La inclusión y diversidad intercultural son dos conceptos relevantes para esta investigación, debido a que los desplazados provienen de diferentes culturas y razas, motivo por el cual el rediseño de las ludotecas tradicionales debe contemplar estos tópicos. Además, es necesario tener en cuenta la perspectiva del fortalecimiento de las identidades y el acercamiento a otras culturas, como lo expresaron el Ministerio de Educación Nacional y la Organización de Estados Iberoamericanos (2018), estos factores contribuyen a la construcción de un sentido de orgullo y valoración de sí mismo, tanto como al desarrollo de capacidades que inciden en la relación con otros: la escucha, la capacidad de ponerse en el lugar del otro, la comprensión de la diversidad como algo natural y enriquecedor. (p. 7)

A partir de lo anterior, se requiere que la diversidad intercultural sea valorada como un elemento enriquecedor en el país, y no ajeno o excluyente en las dinámicas o rutas de atención a la población víctima del conflicto armado; en este contexto, es clave tener en cuenta a los infantes, quienes son altamente vulnerables y requieren la mayor atención por parte de la familia, el Estado y las organizaciones no gubernamentales, responsables de ejecutar programas de atención para esta población vulnerable.

Finalmente, las ludotecas son espacios que acogen y abren camino a la reparación de las infancias y de sus familias, porque son lugares que le ofrecen un lugar de paso al niño, mientras los adultos solicitan y tramitan las ayudas del Estado para manejar su situación de desplazamiento forzado, una problemática común en la realidad colombiana.

Referencias

- Barcelona Centre for International Affairs [CIDOB]. (2015). *Conflicto en Colombia: antecedentes históricos y actores*. Recuperado el 9 de octubre de 2022 de <https://www.cidob.org/publicaciones/conflicto-en-colombia-antecedentes-historicos-y-actores>
- Cifuentes, M. R. (2009). Familia y conflicto armado. *Trabajo Social*, (11), 87106.
- Comité Internacional de la Cruz Roja. (2021). *El conflicto armado en Colombia: un dolor que no se va*. <https://www.icrc.org/es/colombia-conflicto-armado-dih-balance-humanitario>
- Hernández, A., y Restrepo, M. (2011). *Salud mental en niños en condición de desplazamiento en Colombia y su incidencia en políticas públicas* [Tesis de pregrado, Universidad el Rosario]. Repositorio Institucional E-docUR.
- Mesa Técnica de Ludotecas, Asociacion Mission Enfance, Corporación Juego y Niñez, Dirección de Niñez y Adolescencia del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF], Fundación Solidaria La Visitación, Fundación de Atención a la Niñez, Gerencia de Infancia, Adolescencia y Juventud de la Gobernación de Antioquia, Instituto Distrital de Recreación y Deportes de Bogotá, Indeportes Antioquia, Gerencia de Educación y Cultura Colsubsidio, Inder Medellín, y Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social de la Gobernación de Cundinamarca. (2017). *Lineamientos ludotecas en Colombia*. <https://juegogninez.org/wp-content/uploads/2022/02/LINEAMIENTO-LUDOTECAS-COLOMBIA-2017.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional y Organización de Estados Iberoamericanos. (2018). *Interculturalidad*. <https://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/pdf/Interculturalidad.pdf>
- Oficina Asesora de Planeación y Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas. (2022). Plan de acción segundo trimestre 2022. Informe de seguimiento junio 2022. <https://www.unidadvictimas.gov.co/sites/default/files/documentosbiblioteca/informetrimestraljunio2022.pdf>
- Reliefweb. (2020). *La violencia es más fuerte en los departamentos que producen oro*. <https://reliefweb.int/report/colombia/la-violencia-es-m-s-fuerte-en-los-departamentos-que-producen-oro>





Gestión ambiental para la disminución de la huella de carbono del Grupo Bimbo del 2014 al 2019

El artículo se vincula al programa de investigación en negocios verdes, innovación social y desarrollo territorial con la asesoría de Magdalida Murgueitio del programa de Contaduría Pública de la FCE, en el marco del XXVI Verano de la Investigación Científica y Tecnológica del Pacífico, en el periodo del 14 de junio al 30 de julio de 2021.

Mabel Gallardo Ruiz

Estudiante de quinto semestre de la Licenciatura en Administración en el
Instituto Tecnológico de Matamoros en México,
correo: gallardomabi@gmail.com

Alondra Abigail Zúñiga Flores

Estudiante de quinto semestre de la Licenciatura en Administración en el
Instituto Tecnológico de Matamoros en México,
correo: zuniga.flores.ab.1f@gmail.com

Introducción

La gestión ambiental es un proceso orientado a resolver, mitigar o prevenir problemas ambientales para el desarrollo sostenible en las organizaciones. Dicho proceso permite que las personas puedan desarrollar potencialidades que les brindan la posibilidad de tener una mayor permanencia en el tiempo y territorio que habitan (Botero y Marín, 2020); sin duda, el desarrollo de la sostenibilidad, el cual implica cuidar y preservar los recursos naturales, a corto, mediano o largo plazo, retorna los beneficios de ser amigables con el ambiente. En este orden de ideas, un buen desempeño ambiental de las organizaciones se convierte hoy en una carta de presentación o factor diferenciador en el mercado; además, es una característica que genera ventajas competitivas beneficiosas en los ámbitos comercial, económico y financiero.

Para Massolo (2015), a partir del concepto de desarrollo sostenible, “se trata de conseguir el equilibrio adecuado para el desarrollo económico, crecimiento de la población, uso racional de los recursos y protección y conservación del medioambiente” (p. 11). Específicamente en el ámbito empresarial, área de interés para esta investigación, se parte de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) que da lugar a la postura de las organizaciones y que define lineamientos y políticas para gestionar el impacto al medioambiente, como producto de la operación de la empresa.

¿Qué es la gestión ambiental?

La gestión ambiental también se refiere al conjunto de acciones y estrategias implementadas para organizar actividades antrópicas en pro del ambiente, con el ánimo de prevenir problemas ambientales y contribuir a una mejor calidad de vida (Massolo, 2015). Este concepto se vincula con la definición de desarrollo sostenible expresa en el Informe Brundtland, documento en el que lo abordan como un factor “que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1987). Cabe agregar que, para el logro de esta meta, es necesario asociar a la gestión ambiental principios como solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, entre otros, de todas las partes involucradas.

Sin duda, un SGA bien ejecutado puede generar beneficios ambientales evidentes, cuando los programas o campañas implementadas, bajo los lineamientos del SGA, cumplen las políticas de la organización, las normativas externas (es decir, las del país donde se ubica la empresa) y un marco regulatorio internacional como la ISO 14001. En estos casos, se puede hacer una valoración del manejo “de los procesos como residuos sólidos, aguas residuales, consumo de energía y comportamientos ambientales de los trabajadores que se involucran en el propio funcionamiento del modelo de gestión ambiental” (Vera y Cañón, 2018, p. 1).

Huella de carbono (HdC)

- La medición de la HdC es una necesidad urgente para la reducción del calentamiento global, tanto en organizaciones como en el hogar. En ese sentido, es fundamental revisar e implementar mejoras en el desempeño de las actividades, para mantener la baja emisión de gases de efecto invernadero que tienden a aumentar la HdC. En el ámbito empresarial, es oportuno revisar, a modo de ejemplo, las campañas implementadas por el Grupo Bimbo para la disminución de la HdC; en la política ambiental de esta organización se evidencia que han asumido un compromiso amplio y de largo plazo con esta problemática, dado que buscan desarrollar su negocio mediante la implementación de diversas prácticas sustentables.
- Sin embargo, uno de los problemas que la industria del Grupo Bimbo tiene es la contaminación de sus vehículos y el consumo de energía generado por sus instalaciones. En México han implementado prácticas para la disminución de la HdC, entre ellas está el uso de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables del parque eólico Piedra Larga, un sistema que los ayuda a abastecer sus instalaciones y a cuidar el consumo de energía. Además, se aplicó la energía eólica en su flotilla vehicular, con el objetivo de disminuir los gases de efecto invernadero.
- Hay enfoques que ayudan a la cuantificación de la HdC dependiendo de cuál sea el propósito del análisis que se quiera realizar, estos son: el enfoque corporativo; enfoque de ciclo de vida de un producto o servicio; enfoque personal; enfoque de eventos; enfoque territorial y otros específicos por industria. Es importante que el Grupo Bimbo ejecute estos enfoques para obtener un mejor resultado con respecto a la HdC, y así lograr sus metas establecidas a largo plazo.
- Para este estudio se eligió el foco corporativo, con el fin de analizar la gestión que la unidad de Gestión Global Ambiental de la organización ha realizado en la ejecución de las campañas ambientales, en pro de reducir la HdC. Dicho análisis permitirá ver una trazabilidad que detalla qué, cómo y quiénes se han beneficiado con el cumplimiento de esta responsabilidad ambiental que, como grupo empresarial, adquieren al incursionar en los sectores económicos industrial, comercial y del agro.

Metodología

- El análisis de las campañas ambientales desarrolladas por el Grupo Bimbo en México implicó una revisión de los informes generados del 2010 a la fecha, del mismo modo que de las políticas globales ambientales que regulan las campañas. Esta información permitió tener un mejor enfoque para comprender hacia dónde se dirige el desarrollo sustentable de la organización, teniendo en cuenta que su propósito es reducir el impacto ambiental generado en la cadena de valor.

La información se amplió con bases de datos especializadas como Scopus y Science Direct; además, se tuvieron como referencia otras bases institucionales que regulan y demarcan los derroteros para la reducción de la HdC, como la Plataforma de Financiamiento para América Latina y el Ministerio de Ambiente. Cabe aclarar que esta investigación es de tipo bibliográfico y cuenta con un análisis documental que hace posible recaudar información sobre lo ambiental, la HdC y la gestión administrativa en este tipo de campañas ambientales. En este caso, el análisis bibliográfico tuvo como instrumentos fichas y matrices documentales para recoger la información.

Como se indicó al inicio de este apartado, la empresa Grupo Bimbo elabora informes anuales en los que exponen las mejoras implementadas en sus instalaciones; fue a partir de este material que se logró comprender cómo esta empresa ha ayudado a disminuir la HdC y qué impacto ambiental ha generado con su aporte.

Resultados

La investigación presenta los siguientes resultados parciales, según la revisión bibliográfica hecha en bases de datos especializadas y el análisis de la información oficial del Grupo Bimbo en México.

- Uno de los resultados significativos, y que marca el derrotero del Grupo Bimbo, está materializado en sus políticas globales; para este estudio se tomó la política ambiental que plantea como meta promover, cuidar y respetar el medioambiente, con el propósito de reducir el impacto negativo de la huella ambiental originada en su operación diaria. En este contexto, la organización también define políticas globales que abordan diferentes tópicos de importancia para este estudio, por ejemplo, la política global en sustentabilidad y en lo ambiental.
- Las políticas globales están dirigidas a impactar el ambiente en cuatro ejes estratégicos: “huella de carbono, huella de agua, manejo integral de residuos, el uso de recursos renovables y la mejora continua, en todos los aspectos de nuestra cadena de valor”, así lo especifica su Política Global Ambiental. Estos criterios son recomendados por el SGA, con énfasis en mantener la sustentabilidad mediante el liderazgo visible en todas las áreas de la organización y en los países en donde tiene presencia la empresa.
- De los reportes anuales se extrajeron algunos resultados relevantes categorizados por ejes o estrategias ambientales, tal como lo definió Grupo Bimbo (2016):
 - HdC: para enfrentarla se realizó una migración a energías renovables con el Parque Eólico Piedra Larga dedicado a Grupo Bimbo. Además, se incorporó una flotilla de más de trescientos vehículos eléctricos desarrollados por una subsidiaria de la compañía.

- Huella de agua: se añadieron plantas de tratamiento de agua residual con calidad de reúso en todas las fábricas de México, dieciséis de ellas con aprovechamiento de aguas pluviales para diversos fines.
- Manejo integral de residuos: más del 90 % de residuos sólidos son destinados a uso benéfico. Se manejan envolturas degradables y reducción de calibre de empaques.
- Uso de recursos renovables y la mejora continua: en todos los aspectos de la cadena de valor se tienen en cuenta estos dos factores. Desarrollo de Ecora, placas de plástico reciclado, y una alternativa ecológica de la madera. Se implementó también una política y plan de acción para el suministro de aceite de palma sustentable. Grupo Bimbo tiene el compromiso de realizar un tránsito gradual hacia sistemas de producción de huevos que provengan de gallinas libres de jaula de batería.
- Por último, cabe destacar la disminución del consumo de energía de más de 36 000 toneladas de CO₂ que equivale a un millón de árboles, todo esto se ha logrado gracias a los programas que ha implementado la empresa para disminuir el impacto ambiental.

Conclusiones

La investigación analizó las políticas ambientales del Grupo Bimbo y cómo esta organización, desde el 2010, implementó el desarrollo sustentable, adoptando un compromiso a largo plazo con varios ejes estratégicos como la HdC, la huella de agua, el manejo integral de residuos, el uso de recursos renovables y la mejora continua. El enfoque de la indagación fue la HdC, herramienta que permite transformar el uso de los recursos sustentables e identificar formas de ahorrar para el grupo. En el momento en que se reducen los gases de efecto invernadero, surge una mejora energética, lo cual les da una buena imagen a los productos y posiciona a la empresa en el mercado, promoviendo la sustentabilidad.

En conclusión, el Grupo Bimbo, en su política global del medioambiente, expresa su compromiso por las buenas prácticas ambientales en sus productos e instalaciones. La HdC se caracteriza por ser una de las estrategias más utilizadas en la empresa, pues el desempeño energético ha logrado las mejores operaciones e implementado las diversas energías renovables en los últimos años.

Referencias

Botero, D., y Marín, I. (2020). *Propuesta de plan de manejo ambiental como estrategia administrativa para el mejoramiento de la gestión ambiental en el Hotel de la Guadua, vereda La Cuchilla del municipio de Alcalá, Valle del Cauca* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio Institucional Universidad Tecnológica de Pereira.

Grupo Bimbo. (2016). *Grupo Bimbo reafirma su compromiso con el medio ambiente.* <https://www.grupobimbo.com/es/prensa/comunicados/mejoramiento-del-medio-ambiente/grupo-bimbo-reafirma-su-compromiso-con-el-medio-ambiente>

Massolo, L. (2015). *Introducción a las herramientas de gestión ambiental.* Editorial de la Universidad de la Plata.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. <https://undocs.org/es/A/42/427>

Vera, J., y Cañón, J. (2018). El valor agregado de un sistema de gestión ambiental más allá de la certificación. *BISTUA. Revista de la Facultad de Ciencias Básicas*, 17(1), 86-91. <https://doi.org/10.24054/01204211.v1.n1.2018.2929>

