

EXPERIENCIAS
contables
económicas &

Experiencias
Contables & Económicas
#3

EXPERIENCIAS
contables
económicas &

Experiencias n.º 3
julio-diciembre 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, Sur América

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	
Aprender a investigar los costos, llave para gestionar eficientemente una organización.....	7
Reflexiones estudiantiles	
Importancia de las soluciones tecnológicas en la sostenibilidad del sector hotelero en Cali.....	15
El <i>marketing</i> digital como instrumento de competitividad para las empresas.....	29
Aspectos contables del emprendimiento Distribuidora de Frutas Sam's.....	34

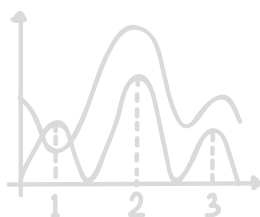
Presentación

Experiencias amplía las contribuciones de los ejercicios investigativos de profesores, estudiantes y egresados de diferentes universidades nacionales e internacionales. Para este número, cuenta con la colaboración de la Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum, el Tecnológico de Estudios Superiores de San Felipe del Progreso en México, la Universidad de Pamplona y la Universidad de San Buenaventura (USB) Cali.

Poco a poco, esta apuesta divulgativa se consolida como un espacio para compartir avances o resultados de los procesos de investigación formativa de su comunidad educativa, que aúna esfuerzos en la indagación de problemáticas cercanas a su quehacer diario. Esta motivación enriquece y moviliza el deseo de aprender a investigar indagando en sus propios interrogantes y descubriendo cómo las competencias que se adquieren, para el caso de los egresados, aportan a su crecimiento y desarrollo personal, laboral y profesional.

De esa manera, la apuesta curricular de los programas se revisa y actualiza para continuar aportando experiencias significativas, durante el proceso formativo de sus estudiantes, al vincular docentes con experticia en el sector empresarial, académico e investigativo.

Comité Editorial



Reflexiones docentes

Aprender a investigar los costos. llave para gestionar eficientemente una organización

Carlos Arturo Vargas Sierra¹

Edy Lorena Burbano Vallejo²

Eugenio Moreno³

Magdalena Murgueitio⁴

1. Magíster en Admón. Financiera. Director del programa de Contaduría Pública de la USB Cali. Integrante del Grupo de Investigación en Economía, Gestión, Territorio y Desarrollo Sostenible (GEOS). Correo electrónico: cavsierr@usbcali.edu.co - <https://orcid.org/0000-003-4656-7371>

2. Doctora en Economía. Directora del programa de Economía de la USB Cali. Integrante del Grupo de Investigación en GEOS. Correo electrónico: elburban@usbcali.edu.co - <https://orcid.org/0000-0002-4366-9172>

3. Docente tiempo completo de la USB Cali. Integrante del Grupo de Investigación en GEOS. Correo electrónico: emoreno@usbcali.edu.co - <https://orcid.org/0000-0003-3874-872X>

4. Docente tiempo completo de la USB Cali. Integrante del Grupo de Investigación en GEOS. Correo electrónico: mmurguei@usbcali.edu.co - <https://orcid.org/0000-0003-3634-5839>

Introducción

La eficiencia de los costos es determinante para la competitividad y permanencia en los mercados actuales; por ello, el contador necesita aprender a calcularlos y controlarlos para optimizar tiempos, recursos y resultados (ganancia o pérdida) en la organización. De esa necesidad proviene un principio fundamental: reducir costos y enfocarse en los medios para alcanzar un fin. Teniendo en cuenta estos planteamientos, el programa de Contaduría Pública acoge diversas estrategias pedagógicas para propiciar espacios y ambientes adecuados, con el fin de incentivar la investigación en torno a los costos, mediante un contraste entre la teoría y la práctica en el sector.

Aquella confrontación es posible gracias a la convergencia de la investigación formativa que los docentes del programa lideran; esta permite la ejecución de un currículo por competencias, con el que se pretende formar a un contador crítico y propositivo, cuyas soluciones sean eficientes y sostenibles para las organizaciones en las que trabaje, mediadas por las habilidades investigativas adquiridas en su formación y por principios éticos y de responsabilidad social. Igualmente, gracias a esta perspectiva es posible ampliar el horizonte de significado y realidad de la profesión y, claro está, de su ejercicio, lo cual integra una de las premisas del programa. A continuación, se describen algunas de las orientaciones de la carrera para enseñar a investigar los costos.

Convergencia entre la investigación formativa y la investigación en sí misma

La investigación en el programa es el eje transversal que dinamiza los contenidos analíticos y propicia la incorporación de diferentes estrategias, en pro de potenciar las competencias y habilidades necesarias para la indagación de las necesidades empresariales. En este artículo se aborda el componente de los costos, fundamental en la formación y gestión de un contador en ejercicio. Cabe resaltar que los costos de bienes y servicios son el núcleo central de las organizaciones; por tanto, conscientes de esta prioridad, los docentes enriquecen el quehacer en el aula con su experticia en el sector, tanto en lo académico como en lo laboral –particularmente con la ejecución de proyectos o consultorías–.

El aprender a investigar los costos es una actividad que se moviliza dentro y fuera del aula, cuando estos se vinculan a las investigaciones lideradas por el docente o a los negocios familiares o de terceros en donde laboran los estudiantes. Aplicar en

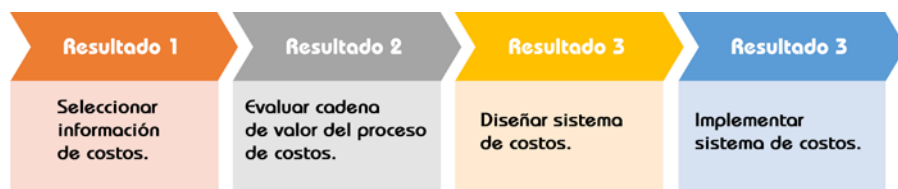
ámbitos reales lo aprendido da lugar a aprendizajes para la vida, porque allí es posible observar la utilidad y aplicabilidad de esos conocimientos a las necesidades reales que requieren la intervención de la academia, como actor activo y participe en el desarrollo del territorio. En efecto, con el acto de aprender a investigar investigando se ha demostrado la pertinencia de profundizar en la comprensión y lógica del proceso investigativo y en la búsqueda de soluciones empresariales sostenibles –este término implica no solo lo económico, sino lo ambiental y lo social–.

La participación del contador en formación en los proyectos liderados por docentes se lleva a cabo a partir de diferentes modalidades: (i) como auxiliar o monitor con reconocimiento pecuniario en su matrícula financiera; (ii) puede vincular su trabajo de grado a un objetivo específico; (iii) desarrollar un trabajo de aula asociado a un tópico específico del proyecto y relacionado con la naturaleza del curso; y (iv) como integrante del semillero de investigación, tiene la posibilidad de formular una investigación asociada al proyecto y realizar una publicación conjunta con el tutor. Cualquiera que sea la forma de vincularse, estas maneras de hacer investigación convergen en un propósito común: que el contador en formación se apropie de las habilidades y competencias requeridas para resolver problemáticas de costos en las organizaciones.

Competencias

Asignar docentes con experticia en el campo empresarial y de la investigación permite orientar las habilidades en el área de costos, con el fin de “estructurar sistemas de costos que permitan la eficiencia y competitividad de las organizaciones”, de acuerdo con el mapa de competencias del programa de Contaduría Pública (2022, p. 5). En el mapa de competencias del programa se definen los resultados de aprendizaje que el contador en formación debe alcanzar en su proceso formativo, el cual se dinamiza con la investigación y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como lo indica la Figura 1.

Figura 1
Resultados de aprendizaje requeridos en el área de costos



Nota. Tomado del Mapa de competencias, Programa de Contaduría Pública, 2022.

Para alcanzar estos logros, el equipo docente aplica actividades de aprendizaje acordes a su experticia y a las condiciones específicas de los contadores en formación,

debido a que cada cohorte tiene sus particularidades; en este contexto, el proceso de enseñanza ha de considerar esos elementos para allanar el camino hacia las habilidades que se pretenden potenciar. Ahora bien, el primer resultado sobre la selección de la información en torno a los costos es un insumo fundamental para todo el proceso, porque la calidad y confianza de las fuentes de búsqueda, recolección, revisión y clasificación es la base para el siguiente resultado: evaluar.

Cuando se evalúa la cadena de valor del proceso de costos de productos o servicios de la organización, con el propósito de conocer la secuencia lógica de los costos, el contador en formación se adentra en el análisis de los datos recolectados aplicando técnicas cualitativas y cuantitativas; estas últimas, cruzadas o trianguladas, aportan información clave que contribuye a determinar los elementos necesarios para formular soluciones acordes a las necesidades de la organización.

En esta fase de profundización, centrada en la lógica del proceso investigativo de los costos, convergen los demás saberes y conocimientos propios de la formación de un contador, es decir, lo contable, lo financiero, lo económico, los presupuestos, lo tributario y las TIC; todo ello se entrelaza con una fuerte convicción sobre la responsabilidad social de su quehacer, orientado a dar fe pública de los hechos económicos de la empresa. A lo anterior se suma la necesidad actual de liderar procesos con un enfoque sostenible en términos de lo social, lo económico y lo ambiental, que contribuya al desarrollo local y nacional. Esta premisa lleva al tercer resultado del aprendizaje: diseñar.

Diseñar un sistema de costeo para la organización que se ajuste a sus demandas, en pro de garantizar un sistema eficiente con enfoque sostenible, es una necesidad imperante hoy para asegurar la permanencia de la entidad en armonía con el entorno y con las cambiantes condiciones del mercado y la sociedad —no hay que olvidar que el consumidor demanda cada vez más una producción de bienes y servicios amigables con el planeta—.

Finalmente, implementar el sistema de costos de la organización en el *software* de información contable y financiero, con enfoque sostenible, será la materialización de las habilidades y competencias alcanzadas en el componente de costos, en trabajo colaborativo con las demás áreas que configuran el plan de estudios del contador bonaventuriano. En ese orden de ideas, el grado de apropiación de saberes y conocimientos en costos será la forma de contribuir a la productividad y competitividad empresarial y del sector, que, a su vez, moviliza el mercado laboral de la región.

Proyecto de aula

El proyecto de aula es una estrategia pedagógica que el programa viene desarrollando desde hace un poco más de una década; esta ha tenido múltiples adaptaciones conforme a las experiencias de docentes y estudiantes que la han vivido de primero a séptimo, cuando el programa constaba de nueve semestres. Actualmente, son ocho y este proyecto se extiende hasta sexto semestre, vinculando las competencias a desarrollar en el currículo y los cursos específicos de la profesión contable. En ese sentido, los cursos de componentes institucionales como inglés, formación humana y bienestar no entran en la dinámica de la estrategia.

Esta forma de dinamizar la investigación formativa y la investigación en sí misma ofrece un espacio de participación a aquellos estudiantes que, por tiempos u otras condiciones, no pueden hacer parte de las modalidades referidas en este artículo (entre ellas, ser auxiliar o monitor de investigación o participar en semilleros). De acuerdo con el programa de Contaduría Pública de la Universidad de San Buenaventura Cali (2024), el propósito de la estrategia es fomentar ambientes de aprendizaje para el desarrollo de las competencias del programa, así como “la búsqueda, discusión e integración de los conocimientos y saberes propios de los diferentes cursos, articulándolos en un ejercicio reflexivo y propositivo de una problemática común de la realidad contable y social” (p. 54), para lograr un perfil profesional del egresado acorde a las competencias del programa.

Contar con diferentes opciones para cumplir con este fin propicia escenarios posibles en la investigación sobre los costos en el sector real, al que cada vez se tiene mayor cercanía, por cuanto los egresados del programa abren las puertas de sus organizaciones a sus colegas en formación. Además, son ellos quienes como conocedores creen en la apuesta educativa orientada a formar un profesional que, de acuerdo con el mapa de competencias, estará en capacidad de ofrecer:

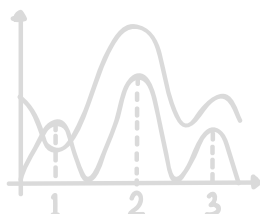
Servicios profesionales en empresas privadas, públicas y mixtas, relacionados con la gestión contable y financiera, la gestión tributaria y el aseguramiento de la información, con responsabilidad ética y social, reconociendo para ello la complejidad y dinámica de los entes económicos y del mercado. (Programa de Contaduría Pública, 2024, p. 9)

Además, este profesional debe involucrarse en procesos administrativos y financieros del contexto organizacional e institucional, para contribuir al entorno social y empresarial desde sus competencias técnicas, reflexivas y de análisis. De esta manera, será capaz de aportar a la toma de decisiones y a “la construcción de propuestas pertinentes para las problemáticas sociales y organizacionales” (Programa de Contaduría Pública, 2024, p. 9), con objetividad, confidencialidad y diligencia.

Cabe agregar que la estrategia proyecto de aula cuenta con diversas formas de evaluar las evidencias de los resultados de aprendizaje; estas se determinan según el alcance de las competencias trabajadas en el semestre y la naturaleza del curso orientado. Las posibilidades de entregables son: un pódcast; un documento de Excel interactivo; un weblog; las infografías; una propuesta de investigación; un artículo de reflexión académica; los simuladores de costos; un *pitch* con metodología Canvas; e informes. Los formatos anteriores permiten afianzar la creatividad y las habilidades adquiridas durante el semestre, en pro de consolidar las competencias necesarias para su vida laboral.

El quehacer para aprender a investigar los costos en una organización demanda un trabajo articulado de los actores involucrados en el proceso formativo del contador bonaventuriano. En este escenario educativo prevalece un alto compromiso por la verdad y por mantener los valores éticos que van a transformar a ese estudiante en un profesional único que dé fe pública del desempeño económico y financiero de las empresas, para contribuir a la transformación del país y de la sociedad. A lo anterior, se suma la impronta institucional que invita a formar a un profesional con un perfil que integre lo humano. Este sello humanístico perfila al estudiante como un ser comprometido con la sociedad, la naturaleza y los valores morales y espirituales para vivir en sociedad y en armonía con el planeta.

Por último, el desarrollo de las habilidades investigativas en el área de los costos le brinda al contador en formación una nueva perspectiva laboral: emprender su propio negocio o configurar un intraemprendimiento en la empresa familiar o en donde labore. Dichas iniciativas pueden desarrollarse por medio de la estrategia de proyecto de aula, con el apoyo del docente orientador del curso –quien da lugar a la idea– y de otras materias del plan de estudios. Por ello, las prácticas pedagógicas y la caja de herramientas didácticas activas deben replantearse y renovarse, para formar profesionales en el contexto de una sociedad que vive cambios vertiginosos y globales, mediados por las tecnologías, las redes sociales y, la última tendencia, ChatGPT. Así, el desafío hoy es propiciar aprendizajes con sentido y propósito para el contador en formación.

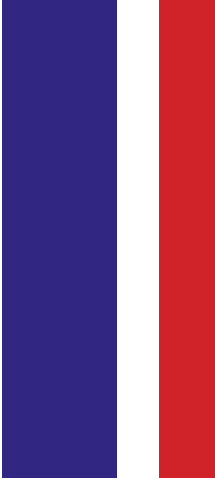


Referencias

Programa de Contaduría Pública. (2022).
Mapa de competencias. Universidad de
San Buenaventura Cali.

Programa de Contaduría Pública. (2024).
*Proyecto educativo programa de Con-
taduría Pública*. Universidad de San
Buenaventura Cali. [https://usbcali.
edu.co/wp-content/uploads/2025/10/
PEP-Ejecutivo_CP-2024-1.pdf](https://usbcali.edu.co/wp-content/uploads/2025/10/PEP-Ejecutivo_CP-2024-1.pdf)

Reflexiones estudiantiles



Importancia de las soluciones tecnológicas en la sostenibilidad del sector hotelero en Cali⁵

Meilin Yotzin Real Rojas⁶
Gustavo Reyes Caballero⁷
José Rodolfo Padilla Cabarca⁸

5. El artículo es producto del ejercicio de investigación en Contaduría Pública en el Verano de la Investigación Científica y Tecnológica del Pacífico del Programa Delfín 2023, vinculado al programa de investigación Negocios Verdes, Competitividad y Aporte al Desarrollo Territorial en el Valle del Cauca 2022 - 2025 de la Facultad de Ciencias Económicas de la USB Cali.

6. Estudiante de octavo semestre en Ingeniería Informática del Tecnológico de Estudios Superiores de San Felipe del Progreso, México. Correo electrónico: meilinreal8@gmail.com

7. Estudiante de cuarto semestre en Ingeniería Informática del Tecnológico de Estudios Superiores de San Felipe del Progreso, México. Correo electrónico: gustavocaballero306@gmail.com

8. Estudiante de sexto semestre de Economía de la Universidad de Pamplona. Correo electrónico: joropaca13@gmail.com

Introducción

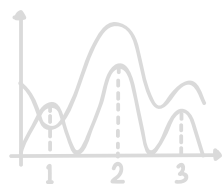
En los últimos años, la preocupación por el medioambiente y la adopción de prácticas sostenibles ha ganado un lugar fundamental en diversas industrias, incluyendo el turismo y la hotelería. El sector hotelero, consciente del impacto ambiental que genera debido a su alta demanda de recursos naturales y energía, ha tomado medidas para implementar tecnologías sostenibles en sus operaciones.

En la búsqueda del equilibrio entre el medioambiente, lo social y lo económico ha surgido un concepto clave que guía nuestras acciones hacia un futuro más prometedor: la sostenibilidad. En un mundo donde los recursos naturales son limitados, la sostenibilidad se ha convertido en una necesidad imperativa para garantizar la supervivencia y el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Igualmente, el crecimiento del turismo en el ámbito internacional ha sido una tendencia notable en las últimas décadas, lo que ha llevado a un aumento en la construcción y operación de hoteles en diversas ubicaciones. Si bien el turismo es una fuente importante de ingresos y empleos para las comunidades, también puede generar problemas ambientales significativos, como el consumo excesivo de recursos naturales, la generación de residuos y la contaminación.

En este contexto, las soluciones tecnológicas sostenibles adquieren una relevancia especial, porque ofrecen una oportunidad única para que los hoteles reduzcan su huella ecológica sin comprometer la calidad de la experiencia del huésped. Al adoptar tecnologías inteligentes y eficientes, los hoteles pueden mejorar su eficiencia energética, gestionar adecuadamente el agua y minimizar la producción de residuos. Por tanto, el presente artículo indaga en la siguiente pregunta: ¿cuál es la importancia de las soluciones tecnológicas en la sostenibilidad del sector hotelero en Cali? Cabe agregar que es esa importancia la que aportan al desarrollo económico, social y ambiental de la empresa.

Cali, ubicada en el suroeste de Colombia y siendo la capital del departamento del Valle del Cauca, también conocida como la Capital de la Salsa, es una ciudad vibrante, con una rica historia y una gran oferta turística. En cuanto al turismo, es un lugar que atrae a numerosos visitantes por su rica cultura, música y famosa vida nocturna. La salsa es un elemento central de la identidad cultural de la ciudad; los turistas disfrutan de la oportunidad de aprender a bailar o de ver los espectáculos de baile en los clubes y bares locales. De acuerdo con la Alcaldía de Santiago de Cali (2023), “el sector del turismo en Cali continúa demostrando su fortaleza y capacidad de recuperación, aportando de manera significativa al crecimiento económico de la región” (párr. 1). Además, la ciudad cuenta con varios festivales a lo largo del año, como el Festival Mundial de Salsa y el Festival Petronio Álvarez, que atraen visitas nacionales e internacionales (Alcaldía de Santiago de Cali, 2022).

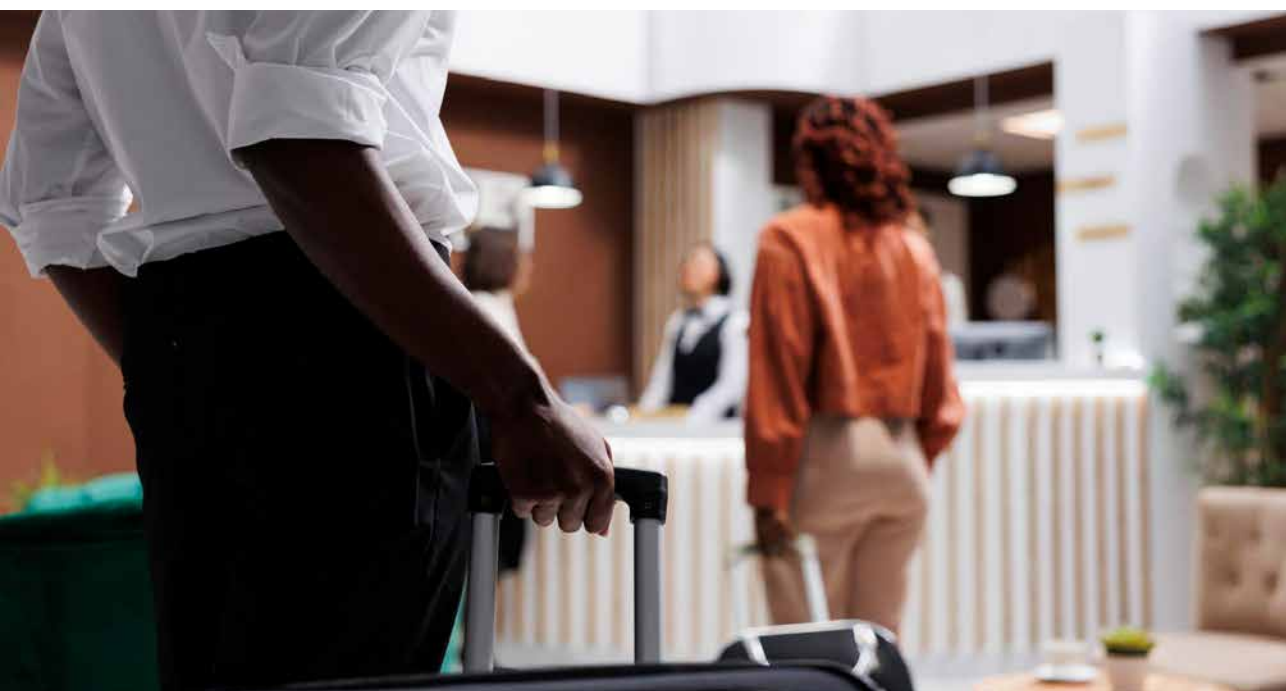


A ello se suma el crecimiento de la economía de Cali, que ocurre sobre todo gracias a la industria manufacturera, la agricultura y el comercio; su zona industrial se encuentra en buena parte al norte de la ciudad, entre Cali y Yumbo, en donde se registran más de 2000 grandes empresas. Respecto a su comercio, la mayoría funciona en centros comerciales, cuyo diseño es el de un bulevar urbano con pasillos al aire libre (Alcaldía de Santiago de Cali, 2014), por ejemplo, Unicentro en el sur de la ciudad y Chipichape en el norte; allí se encuentran restaurantes, cines, supermercados de grandes superficies y tiendas de ropa y otros productos. Cabe destacar que uno de los aportes más relevantes que realizó “el sector público ha sido la construcción de grandes infraestructuras, como por ejemplo las 21 Megaobras o el MIO, que han permitido el desarrollo comercial e industrial” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2014, párr. 7).

Metodología

El análisis de las soluciones tecnológicas en favor de la sostenibilidad del sector hotelero se abordó con un método cualitativo, en el marco de una investigación bibliográfica o documental, a partir de una ecuación de búsqueda que permitió recolectar, seleccionar, revisar y organizar documentos. En este caso, además, se aplicó una técnica de análisis textual.

La búsqueda bibliográfica se realizó por medio de varios recursos como catálogos y repositorios de bibliotecas y bases de datos digitales. Asimismo, se recopilaron los materiales en el repositorio bibliográfico Mendeley para su revisión y análisis, para luego hacer uso de la estrategia de discusión colectiva del equipo investigador, con el fin de contrastar la comprensión analítica de los documentos.



Resultados y discusión

Sector hotelero en Cali

El sector hotelero es parte esencial del turismo y desempeña un papel fundamental en la ciudad de Cali. Este comprende una amplia gama de establecimientos dedicados a proporcionar un alojamiento temporal a viajeros nacionales e internacionales, a cambio de una tarifa específica que varía de acuerdo con la calidad y la cantidad de servicios ofrecidos (Mestres, 1999). La tipología de este sector se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1
Tipología del sector hotelero

Tipología del sector hotelero	Características principales
Hoteles de lujo	- Alta calidad del servicio y comodidades de lujo. - Instalaciones de primera clase como <i>spas</i>, restaurantes <i>gourmet</i> y piscinas.
Hoteles boutique	- Tamaño pequeño y enfoque en la personalización y atención al detalle. - Ambientes únicos y diseño distintivo.
Hoteles todo incluido	- Tarifa que incluye alojamiento, comidas, bebidas y actividades. - Se enfocan en facilitar la planificación y experiencia del huésped.
Hoteles de negocios	- Ubicados cerca de áreas comerciales y centros de negocios. - Servicios y facilidades para viajeros de negocios.
Hoteles urbanos	- Situados en centros urbanos y cercanos a atracciones y lugares de interés. - Priorizan la comodidad y la accesibilidad.
Hoteles de cadena	- Operados y gestionados por una cadena hotelera con estándares y servicios uniformes. - Amplia presencia en múltiples ubicaciones.
Hoteles ecológicos	- Compromiso con prácticas sostenibles y reducción del impacto ambiental. - Uso de energías renovables y prácticas <i>eco-friendly</i>.
Hoteles temáticos	- Ambientados en torno a un tema específico, como cultura, historia o entretenimiento. - Experiencias temáticas para los huéspedes.
Hostales	- Alojamiento económico y sencillo para viajeros con presupuesto ajustado. - Habitaciones compartidas y ambiente social.
Posadas	- Establecimientos acogedores, generalmente ubicados en áreas rurales o históricas. - Tienen un ambiente hogareño y una atención personalizada.

Tipología del sector hotelero	Características principales
Albergues	- Alojamiento económico y enfocado en viajeros jóvenes y mochileros. - Habitaciones compartidas y espacios comunes.
Moteles	- Ubicados cerca de carreteras principales. - Enfoque en estancias breves y acceso conveniente a viajeros en carretera.
Apartamento turístico	Ofrecen a los viajeros un espacio independiente y cómodo con áreas separadas, como cocina, sala de estar y dormitorios.
Fincas turísticas (alojamiento rural)	Suelen estar ubicadas en áreas rurales, rodeadas de naturaleza, lo que brinda a los huéspedes un ambiente tranquilo y alejado del bullicio de la ciudad.

Nota. Elaboración propia a partir de *Capacidad instalada y percepción de la oferta turística de Cali en 2021*, por Ospina *et al.*, 2021, Cotelco; Situr Valle; Alcaldía de Santiago de Cali.

Infraestructura hotelera relacionada con las tipologías de turismo en Cali

La infraestructura hotelera es un componente clave para el turista. La disponibilidad de alojamientos ideal puede influir mucho en la elección de destinos. En los lugares costeros, los hoteles suelen estar ubicados en o cerca de la costa, con el fin de ofrecer fácil acceso a las playas y vistas panorámicas al mar; en contraste, en aquellos destinos con atracciones históricas, la infraestructura suele incluir hoteles *boutique* o alojamientos en edificios históricos restaurados.

Por otra parte, brindar experiencias relacionadas con la cultura local y proporcionar acceso a museos, sitios arqueológicos o centros culturales, en áreas urbanas y centros económicos, son factores que se adaptan a las necesidades de los viajeros de negocios. Estos suelen tener instalaciones para conferencias y reuniones, acceso a internet y comodidades para que puedan trabajar de manera eficiente durante su estancia. En el caso de los destinos rurales o de naturaleza, la infraestructura hotelera está diseñada para atender a los turistas interesados en actividades al aire libre y experiencias de aventura. Los hoteles pueden ser cabañas o campamentos situados cerca de áreas naturales como reservas, debido a que el país cuenta con un potencial turístico importante en naturaleza y aventura, gracias a su biodiversidad y a la cantidad de especies de aves (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

Tecnologías sostenibles

En la actualidad, la creciente demanda de turistas ha impulsado la expansión del sector y la mejora de los servicios existentes. En este orden de ideas, es crucial que los hoteles adopten soluciones tecnológicas como una estrategia clave para afrontar los

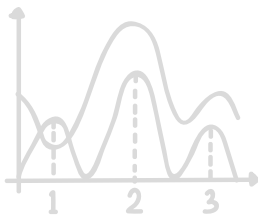
desafíos ambientales y económicos que enfrenta la industria. La incorporación de estas soluciones para la sostenibilidad es importante porque contribuye positivamente al medioambiente y brinda ventajas competitivas que benefician tanto a los hoteles como a los viajeros conscientes del impacto ambiental.

De igual manera, el uso de tecnologías sostenibles en el sector hotelero implica varias alternativas o soluciones acordes a la demanda del sector. Para comprender el alcance de lo anterior, es fundamental explorar ejemplos concretos de soluciones tecnológicas sostenibles que están liderando el camino hacia la sostenibilidad en la industria hotelera, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2
Tipología de las tecnologías

Tipologías	Clasificación	Ejemplos de tecnologías sostenibles	Beneficios principales	Costos de implementación
Gestión de energía	Iluminación eficiente	Bombillas LED	- Eficiencia energética y larga vida útil. - Bajo costo de operación. - Baja emisión de calor. - Mayor resistencia y durabilidad. - Variedad de opciones de diseño. - Amigables con el medioambiente.	Moderados
		Sensores de movimiento	- Ahorro de energía. - Prolongación de la vida útil de las bombillas. - Automatización y comodidad en el encendido/apagado de las luces. - Reducción de la contaminación lumínica y mejora en la gestión de la iluminación en áreas con uso intermitente.	

Tipologías	Clasificación	Ejemplos de tecnologías sostenibles	Beneficios principales	Costos de implementación
Gestión de energía	Sistemas de gestión energética (SGE)	Sistemas de control automatizado	- Optimización del consumo de energía. - Personalización y flexibilidad. - Integración con otros sistemas.	Altos
		Temporizadores para el apagado automático	- Ahorro de energía. - Solución al olvido del apagado. - Reducción de costos. - Contribución a la sostenibilidad. - Mayor durabilidad de los equipos.	
	Energías renovables	Paneles solares	- Generación de energía limpia y renovable. - Reducción de la dependencia de combustibles fósiles. - Contribución a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. - Ahorro en costos de energía a largo plazo. - Mayor resiliencia energética al aprovechar la luz solar.	
		Turbinas eólicas	- Generación de energía limpia y renovable a partir del viento. - Reducción significativa de emisiones de gases de efecto invernadero. - Aprovechamiento del viento.	



Tipologías	Clasificación	Ejemplos de tecnologías sostenibles	Beneficios principales	Costos de implementación
Gestión de agua	Tecnologías de ahorro de agua	Grifos y duchas de bajo flujo	- Reducción significativa del consumo de agua. - Ahorro de agua potable, un recurso escaso y valioso. - Contribución a la sostenibilidad y protección del medioambiente. - Menor demanda de calentamiento de agua, reduciendo el consumo de energía. - Reducción de las facturas de agua para el hotel y los huéspedes. - Cumplimiento de regulaciones y estándares ambientales relacionados con el uso eficiente del agua.	Bajos
		Sistemas eficientes de riego de áreas verdes	- Uso más eficiente del agua para el riego de áreas verdes y jardines del hotel. - Programación y control automatizado del riego según las necesidades hídricas de las plantas. - Reducción del desperdicio de agua al evitar el riego excesivo o innecesario. - Ahorro de agua potable y disminución de la demanda en los recursos hídricos locales. - Menor costo en facturas de agua y gastos de mantenimiento de áreas verdes. - Contribución a la conservación del agua y preservación del paisaje natural. - Adaptación a las condiciones climáticas y estacionales para un riego óptimo. - Integración con sensores climáticos para ajustar el riego según la humedad del suelo y las condiciones climáticas.	

Tipologías	Clasificación	Ejemplos de tecnologías sostenibles	Beneficios principales	Costos de implementación
Gestión de agua	Reutilización de aguas grises	Sistemas que tratan y reciclan aguas grises	- Reutilización de aguas grises para riego y descarga de inodoros. - Reducción del consumo de agua potable al aprovechar aguas previamente utilizadas. - Contribución a la conservación de los recursos hídricos y la protección del medioambiente. - Menor carga en el sistema de tratamiento de aguas residuales. - Ahorro en costos de agua y alcantarillado para el hotel.	Moderados
	Sistemas de captación de agua de lluvia	Recolección y almacenamiento de agua	- Aprovechamiento de recursos naturales para usos no potables, como riego de jardines.	
Gestión de residuos	Sistemas de reciclaje	Sistemas de reciclaje para separar y gestionar adecuadamente los residuos reciclables	- Reducción de residuos enviados a vertederos. - Potencial generación de ingresos a través de la venta de materiales reciclables.	
Tecnologías inteligentes y automatización	Control de climatización	Uso de sistemas inteligentes para controlar la climatización de las habitaciones y áreas comunes	- Regulación y optimización de la temperatura en las habitaciones y áreas comunes. - Ahorro de energía al ajustar la climatización según las necesidades reales de cada espacio. - Reducción de costos de energía y facturas de calefacción y refrigeración. - Mayor comodidad para los huéspedes al mantener un ambiente agradable en todas las estancias. - Contribución a la sostenibilidad y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.	Altos

Tipologías	Clasificación	Ejemplos de tecnologías sostenibles	Beneficios principales	Costos de implementación
Tecnologías inteligentes y automatización	Check-in y check-out digital	Implementación de aplicaciones móviles o quioscos para agilizar el proceso de registro y minimizar el uso de papel	- Agilización del proceso de registro y salida de los huéspedes. - Reducción de colas y tiempos de espera en la recepción. - Mayor comodidad y conveniencia para los huéspedes al poder hacer el <i>check-in</i> y <i>check-out</i> desde sus dispositivos móviles. - Menor uso de papel y documentos impresos, contribuyendo a la sostenibilidad y reduciendo el impacto ambiental. - Opción de realizar el proceso de registro en cualquier momento y lugar antes de la llegada al hotel. - Menor interacción física entre el personal del hotel y los huéspedes; adecuado para situaciones de distanciamiento social. - Integración con sistemas de gestión hotelera para un registro automático y actualización de datos en tiempo real. - Mejora en la experiencia del huésped al ofrecer una opción moderna y tecnológica para el <i>check-in</i> y <i>check-out</i>.	Moderados

Nota. Elaboración propia a partir de “Prácticas sostenibles en hoteles de lujo y primera en Guayaquil, Ecuador”, por Valle *et al.*, 2019, *Rosa dos Ventos*, 11(2). <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i2p400>

Tecnologías en la tipología del sector hotelero

Con base en la relación que existe entre la información de las tablas 1 y 2, es posible afirmar que existen múltiples tipos de hotelería, cada uno con un tamaño y turismo diferente. En este sentido, las características principales de cada tipo de hotel influyen en las tecnologías que implementan para su sostenibilidad y en los costos asociados a estas implementaciones.

Un ejemplo de ello son los hoteles de lujo, pues debido a su enfoque en la alta calidad del servicio y en las comodidades, estos podrían optar por tecnologías de eficiencia energética como la iluminación eficiente con bombillas LED, que brinda una experiencia lujosa y agradable para los huéspedes. Así como estas implementaciones pueden tener un costo alto para estas empresas, también se verán beneficiadas con la reducción de gastos operativos a largo plazo y con una imagen positiva de marca asociada con ese tipo de prácticas sostenibles.

Por otro lado, tenemos los hoteles temáticos, hostales, posadas, albergues, moteles, apartamentos y fincas turísticas, los cuales optan por tecnologías sostenibles adaptadas a su presupuesto; algunas de ellas son:

- Iluminación eficiente.
- Tecnologías de ahorro de agua.
- Sistemas de gestión energética.

Sostenibilidad: infraestructura - tipos de turismo y soluciones tecnológicas

Es importante destacar que el sector hotelero tiene la oportunidad y la responsabilidad de liderar el camino hacia un turismo sostenible en lo social, lo económico y lo ambiental, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Así lo ha argumentado ONU Turismo (s.f.), un organismo especializado de las Naciones Unidas según el cual un turismo sostenible debería:

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (párrs. 2-4)

Adicionalmente, existen múltiples razones para que los empresarios opten por implementar en sus hoteles soluciones tecnológicas sostenibles, ya que su importancia emerge en los tres aspectos de la sostenibilidad, como se aprecia en la Tabla 3.

Tabla 3
Importancia de las soluciones tecnológicas

Tecnología sostenible	Importancia social	Importancia económica	Importancia ambiental
Gestión de energía	- Reducción del impacto ambiental y la huella de carbono. - Mejora del bienestar y comodidad de los huéspedes.	- Ahorro en costos de energía y recursos. - Mayor eficiencia operativa y competitividad.	- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. - Conservación de recursos energéticos.
Gestión de agua	- Promoción de prácticas sostenibles y conciencia ambiental. - Contribución a la disponibilidad de agua limpia para futuras generaciones.	- Reducción de costos de agua y alcantarillado. - Uso más eficiente de recursos hídricos.	- Conservación de recursos hídricos y ecosistemas acuáticos. - Prevención de la contaminación del agua.
Gestión de residuos	- Fomento de la cultura de reciclaje y responsabilidad ambiental. - Reducción de la generación de residuos y su impacto en vertederos.	- Potencial generación de ingresos a través de la venta de materiales reciclables. - Eficiencia en la gestión de residuos.	- Reducción de residuos enviados a vertederos. - Conservación de recursos naturales.
Tecnologías inteligentes y automatización	- Mejora de la experiencia del huésped y satisfacción. - Facilitación de procesos y servicios más eficientes.	- Mayor eficiencia operativa y reducción de costos. - Incremento de la productividad.	- Uso más eficiente de recursos, como energía y agua. - Reducción del impacto ambiental.

Nota. Elaboración propia a partir de *Modelo de sostenibilidad hotelera*, por Instituto Tecnológico Hotelero, s.f., Secretaría de Estado de Turismo.

Como se observó, la adopción de las soluciones tecnológicas en el sector hotelero no solo mejora la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, sino que contribuye al cuidado del medioambiente y fortalece la viabilidad económica de los establecimientos.

Conclusiones

Las soluciones tecnológicas desempeñan un papel vital en la sostenibilidad del sector hotelero en Cali. Estas reducen el impacto ambiental y, a su vez, mejoran la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Para mantenerse competitivos en el mercado y contribuir al desarrollo sostenible de la ciudad, los hoteles en Cali deben abrazar e implementar activamente tecnologías que promuevan la sostenibilidad y el respeto

por el entorno natural. A continuación, se describen algunas conclusiones adicionales sobre ello:

- Las tecnologías avanzadas permiten una gestión más eficiente de recursos naturales como el agua, la energía y los materiales. Actualmente, existen desde sensores inteligentes que regulan el uso de energía hasta sistemas de riego (zonas verdes) precisos, basados en datos climáticos; sin duda, estas innovaciones ayudan a reducir el desperdicio y a optimizar el consumo de recursos.
- Las tecnologías sostenibles han impulsado el desarrollo y la adopción de fuentes de energía renovable como la solar, la eólica y la geotérmica. Estas alternativas energéticas contribuyen a disminuir la dependencia de los combustibles fósiles y a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- El uso de estas herramientas ha fomentado la transición hacia una economía circular, en la cual los productos y materiales se reutilizan y reciclan en lugar de desecharse después de su uso. La implementación de la tecnología ha facilitado la creación de sistemas de reciclaje más efectivos y el diseño de productos más sostenibles.
- Las TIC han incidido en el aumento de la conciencia sobre los problemas ambientales y sociales. A través de redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas de educación en línea, se ha difundido información sobre la sostenibilidad y se han incentivado acciones individuales y colectivas para proteger el medioambiente.
- Las tecnologías sostenibles desempeñan un papel fundamental en el sector hotelero actual y futuro. A medida que enfrentamos desafíos ambientales y la necesidad de reducir nuestra huella ecológica, estas tecnologías ofrecen soluciones innovadoras para abordar problemas como el cambio climático, la escasez de recursos naturales y la contaminación. La adopción de tecnologías sostenibles no solo nos permite proteger el medioambiente, también presenta oportunidades significativas en términos económicos y sociales. Al impulsar la eficiencia energética, la conservación de recursos y la promoción de prácticas más responsables, podemos lograr un desarrollo más sostenible.



Referencias

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2014, 10 de noviembre). *Economía de Cali*. <https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia-de-cali/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2022, 16 de mayo). *Comienza la temporada de festivales de Cali, la más esperada del año*. Secretaría de Cultura. <https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/168996/comienza-la-temporada-de-festivales-de-cali-la-mas-esperada-del-ano/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2023, 30 de junio). *El turismo en Cali impulsa crecimiento económico y oportunidades laborales*. Secretaría del Desarrollo Económico. <https://www.cali.gov.co/desarrolloeconomico/publicaciones/176755/el-turismo-en-cali-impulsa-crecimiento-economico-y-oportunidades-laborales/>
- Instituto Tecnológico Hotelero (s.f.). *Modelo de sostenibilidad hotelera*. Secretaría de Estado de Turismo.
- Mestres, J. R. (1999). *Técnicas de gestión y dirección hotelera* (2.^a ed.). Gestión 2000.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Infraestructura hotelera y turismo*. <https://colombiainvestmentsummit.co/es/oportunidades-de-inversion/turismo>
- ONU Turismo. (s.f.). *Desarrollo sostenible*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ospina, J., Doglioni, S., y Guzmán, O. (2021). *Capacidad instalada y percepción de la oferta turística de Cali en 2021*. Cotelco; Situr Valle; Alcaldía de Santiago de Cali. <https://www.cali.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=visorpdf&file=https%3A%2F%2Fwww.cali.gov.co%2Floader.php%3FIServicio%3DTools2%26lTipo%3Ddescargas%26lFuncion%3DexposeDocument%26idFile%3D59173%26tmp%3D103f952f2c83bdf640654e4bfb81fe4b%26urlDeleteFunction%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.cali.gov.co%252Floader.php%253FIServicio%253DTools2%2526lTipo%253Ddescargas%2526lFuncion%253DdeleteTemporalFile%2526tmp%253D103f952f2c83bdf640654e4bfb81fe4b&pdf=1&tmp=103f952f2c83bdf640654e4bfb81fe4b&fileItem=59173>
- Valle, J., García, C., y Torres, Y. (2019). Prácticas sostenibles en hoteles de lujo y primera en Guayaquil, Ecuador. *Rosa dos Ventos*, 11(2), 400-416. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i2p400>



El *marketing* digital como instrumento de competitividad para las empresas

Eliana Patricia Luna Mórelo⁹

Xiomara Vanessa Villadiego Cavadia¹⁰

Miguel Avilez Espitia¹¹

Aníbal Enrique Toscano-Hernández¹²

José Fernando Acosta López¹³

9. Estudiante de Contaduría Pública e integrante del semillero Gestión Inteligente, Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Montería, Colombia).

10. Estudiante de Contaduría Pública e integrante del semillero Gestión Inteligente, Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Montería, Colombia).

11. Egresado no graduado de Administración de Empresas e integrante del semillero Gestión Inteligente, Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Montería, Colombia).

12. Profesor investigador, programa de Administración de Empresas, Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum (Montería, Colombia).

13. Profesor investigador, programa de Administración de Empresas, Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum. Correo: joseacostal@unisnu.edu.co

Introducción

Hoy, el *marketing* digital es un instrumento cada vez más relevante para el crecimiento y la competitividad de las empresas, debido a que facilita la comunicación con los clientes y públicos objetivo. En los últimos años, y en especial después del COVID-19, se han registrado cambios drásticos en la comunicación de las empresas con sus clientes, los cuales evidencian la demanda de una mayor presencia virtual de las empresas. De hecho, las organizaciones han reconocido la necesidad de aprovechar el *marketing* digital como un instrumento útil para fortalecer su imagen y favorecer la comunicación con sus clientes, con el fin de atraer y retener público.

Frente al reto de fortalecer la competitividad empresarial, esta herramienta les permite a las empresas conectarse con sus clientes, mediante una interacción constante que les da la capacidad de atender sus requerimientos y anticiparse a sus expectativas. Es indiscutible la enorme utilidad del *marketing* digital para las empresas, al posicionarse como un canal directo de comunicación entre empresa-cliente, con el cual se aprovecha la eficacia y la rapidez de un simple clic (Vaca, 2021). Entre las causas de la rápida y masiva adopción del *marketing* digital se destacan sus bajos costos y las facilidades de uso de sus herramientas (Montiel *et al.*, 2022). Además, su relevancia se fundamenta, por un lado, en la capacidad de las empresas para monitorear su desempeño, evaluando los resultados y ajustando sus estrategias ágilmente; y, por otro, en lo que respecta a las personas, en la creación de comunidades que aumentan su visibilidad (Striedinger, 2018).

A partir de lo descrito, este artículo se propone exponer reflexivamente las estrategias desarrolladas desde el *marketing* digital, mediante las redes sociales, y su impacto en la competitividad empresarial. Además, se hace énfasis en su relevancia, explicando sus beneficios en un negocio y las oportunidades que ofrece; todas estas reflexiones tienen respaldo en los argumentos de investigaciones previas. Conviene aclarar que el objetivo de este acercamiento teórico es brindar conocimiento sobre el tema a estudiantes, profesionales y empresarios interesados en comprender y poner en práctica métodos tecnológicos e innovadores.

Desarrollo reflexivo

Marketing digital y las nuevas tecnologías

En el contexto actual –agudizado por los efectos del COVID-19– se han observado cambios en la adopción de estrategias empresariales, estimulados por el efecto de las macro tendencias tecnológicas, socioeconómicas y geopolíticas. Afortunadamente, los efectos presentes y futuros de estas tendencias en el mercadeo son predecibles,

hasta cierto punto, y permiten asegurar ventajas para las empresas que implementen con responsabilidad el *marketing* digital; entre estas, se pueden destacar la creciente capacidad de la organización para comunicarse con los clientes, así como las mejoras en los procesos de recopilación, almacenamiento y análisis de datos del mercado.

En específico, el *marketing* digital se basa en el uso de aplicaciones, *softwares* y redes sociales para gestionar contenidos. Tal es el caso de plataformas sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn, entre otras, que han sido las pioneras en aportar alternativas de visibilidad y reconocimiento para las marcas. Inclusive, a partir de las funcionalidades que tienen estas plataformas, a las empresas se les ha facilitado la promoción de sus productos en los mercados objetivos que han definido, lo cual ha generado cambios en el campo laboral y ha tenido un impacto socioeconómico a nivel mundial.

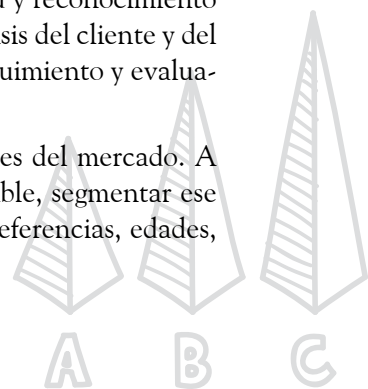
Más allá de las redes sociales, también se debe valorar el uso de herramientas alternativas de *marketing* digital; entre ellas se encuentran: sitios web, *marketplace*, aplicaciones personalizadas, publicidad contextual, *e-coupons*, blogs virtuales, eventos en línea, *e-games*, correos electrónicos, entre otros. Recientemente, se ha popularizado el uso de la inteligencia artificial en el *marketing* digital, lo que ha posibilitado la integración de herramientas de comunicación y dispositivos electrónicos, para robustecer la información almacenada y transmitida en la comunicación empresa-cliente.

En cualquier caso, además de lo mencionado, emplear estos medios conlleva una reducción de los costos derivados del proceso de creación de valor de la empresa. El uso adecuado de las nuevas tecnologías y del *marketing* digital se constituye en una inversión de tiempo y dinero con tasas de retorno positivo para las empresas, al mejorar su posicionamiento y competitividad en el mercado. Asimismo, este escenario implica el diseño de experiencias personalizadas y la creación de comunidades virtuales, con el fin de que los clientes no solo consuman contenido, sino que también lo generen. Es de este modo como se propicia una relación bidireccional, es decir, se generan procesos de cocreación de valor.

Pautas para el uso del *marketing* digital

En el diseño y la implementación de estrategias para potenciar la oferta de valor mediante el *marketing* digital, incluyendo mejoras en su visibilidad y reconocimiento en el mercado, el empresario puede seguir algunas pautas: (i) análisis del cliente y del mercado; (ii) identificación de herramientas adecuadas; y (iii) seguimiento y evaluación de estrategias.

En primer lugar, la empresa debe procurar analizar las condiciones del mercado. A su vez, se hace necesario definir un público objetivo y, en lo posible, segmentar ese mercado con variables relevantes, ya sea por ciudades, gustos, preferencias, edades,



entre otras. Es clave que las estrategias de *marketing* digital estén fundamentadas en el conocimiento adquirido sobre las preferencias del comprador; esto permitirá que sean más precisas y se adapten mejor a lo que el mercado encuentra atractivo, con el propósito de ganar más confiabilidad.

En segundo lugar, y luego de conocer las condiciones del mercado objetivo, las empresas deberían investigar información suficiente acerca de las herramientas de *marketing* digital que pretenden utilizar para lograr sus metas. Aquellas organizaciones interesadas en adoptar exitosamente estos medios deben preocuparse por definir un esquema paso a paso para alcanzar las metas y las condiciones que aseguren su utilización eficiente; por ejemplo, podrían examinar las experiencias previas de uso, los requerimientos de recursos, los resultados esperados y las posibles dificultades o problemas que suponga implementar estas herramientas.

Por último, las empresas tienen que esforzarse por realizar seguimiento y control de las estrategias de *marketing* digital. De hecho, es inevitable definir metas claras, así como los métodos que utilizarán para alcanzarlas; posteriormente, es clave medir y analizar los resultados obtenidos, verificando que la metodología que se plantea le funcione debidamente al negocio.

Marketing digital y competitividad

La adopción de una estrategia de *marketing* digital puede optimizar la competitividad empresarial, puesto que permite lograr objetivos de manera efectiva y eficiente; dicha mejora se explica mediante el impacto que tiene esa estrategia en las ventajas competitivas de carácter externo e interno de la empresa.

En cuanto a la ventaja competitiva externa, que se basa en las características distintivas otorgadas por el consumidor al producto o servicio, con respecto a la oferta de la competencia, el *marketing* digital le facilita a la empresa la posibilidad de brindarles a sus clientes una experiencia personalizada con mayor interacción, proximidad y rapidez. De igual modo, el desarrollo de estrategias de mercadeo en medios digitales reduce el impacto negativo de la empresa en el ambiente, al evitar el uso de material impreso o físico (piezas impresas, volantes, pendones, vallas, etc.). Este cambio implica un valor superior para el consumidor, que se transforma en una mayor disposición a pagar un precio más elevado; este hecho le otorga a la empresa un mayor poder en el mercado.

En relación con la ventaja competitiva interna, el *marketing* digital fortalece la optimización de los costos y gastos de la empresa, lo cual favorece una oferta de precios más bajos para sus clientes, en comparación con la competencia. Es incuestionable que el uso del *marketing* digital resulta más rentable que aplicar estrategias de mercadeo en cualquier otro canal tradicional, pues en este caso se tienen menores

requerimientos de personal, mayor alcance geográfico, menor demanda de inversión económica, costos marginales decrecientes, entre otras ventajas. Al mismo tiempo, se incrementa la capacidad de la empresa de atraer inversionistas interesados en aportar su capital. Todos estos elementos resultan beneficiosos para el crecimiento de la organización, tanto en su bajo costo relativo como en la mejora en la excelencia de los productos o servicios que son puestos a disposición del mercado.

Conclusiones

Actualmente, el *marketing* digital se ha posicionado como un cambio disruptivo en la gestión empresarial, frente a los canales tradicionales utilizados en el mercadeo. La incursión continua de nuevas tecnologías ha estimulado la innovación en el desarrollo de las estrategias empresariales, soportada en diversas herramientas tecnológicas. Estas últimas han facilitado los esfuerzos de las empresas por fortalecer su imagen y reputación corporativa, y por atraer y fidelizar clientes, procurando generar con ellos relaciones de largo plazo.

En la práctica, hacer uso de estos medios implica analizar su efectividad y adaptación a las necesidades específicas del mercado objetivo, para mejorar la competitividad empresarial. Además, el *marketing* digital brinda la oportunidad de evaluar el rendimiento de las estrategias de mercadeo y de realizar los ajustes ágilmente para contribuir a su impacto. Estas facilidades inciden positivamente en el incremento saludable de la tasa de retorno de la inversión de la empresa y, por consiguiente, en su competitividad y sostenibilidad empresarial.

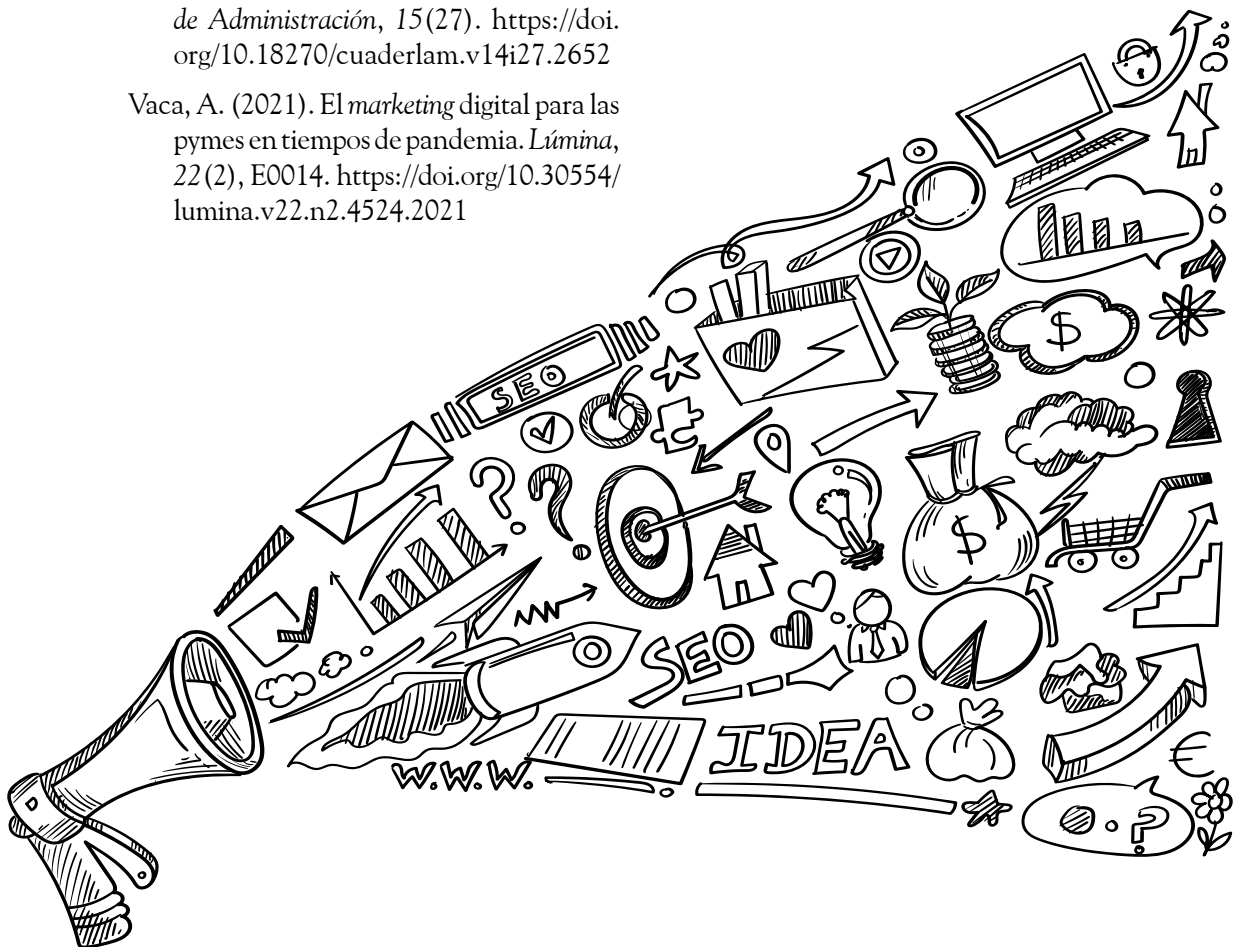
En síntesis, el *marketing* digital es un instrumento de competitividad para las empresas. Al utilizar estrategias efectivas y aprovechar las herramientas disponibles, las organizaciones fortalecen su imagen, a la vez que atraen y conservan clientes; de ese modo, obtienen ventajas competitivas tanto a nivel externo como interno. Por ello, es esencial que los empresarios comprendan la importancia de esta área y tomen decisiones apropiadas para implementarla de manera adecuada en sus negocios.

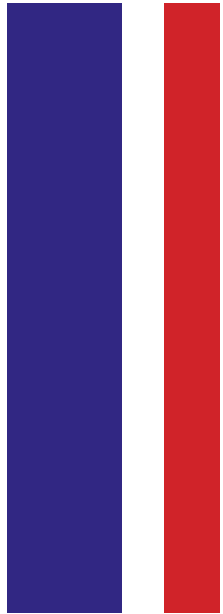


Montiel, A., Yáñez, J., Toscano-Hernández, A., y Hernández, Y. (2022). Capítulo 7. Uso del *marketing* digital en pymes de Montería: herramientas, motivadores y barreras. En A. Toscano-Hernández, J. Acosta-López y D. Rocha-Ruiz (Eds.), *Marketing estratégico e investigación de mercados: casos de estudio en la ciudad de Montería* (pp. 130-152). Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm.

Striedinger, M. P. (2018). El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(27). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v14i27.2652>

Vaca, A. (2021). El marketing digital para las pymes en tiempos de pandemia. *Lúmina*, 22(2), E0014. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4524.2021>





Aspectos contables del emprendimiento Distribuidora de frutas Sam's

Emma Tanive Hinestroza Caicedo¹⁴

14. Graduada del programa de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas de la USB Cali.



Introducción

Esta investigación se realizó desde un enfoque contable que contempla lo financiero y los costos, para llevar a cabo un análisis al emprendimiento caleño Distribuidora de Frutas Sam's, ubicado en la galería de Santa Elena. Este negocio había sido manejado hasta la fecha de manera empírica y enfrentaba dificultades para organizar sus principales áreas funcionales. Igualmente, el estudio surge en un contexto nacional en el que los emprendimientos han alcanzado gran relevancia por su capacidad para generar empleo y ser un motor para la economía nacional.

Según datos de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras, 2022), Colombia es un país de emprendedores; esta realidad se evidencia en el aumento de empresas creadas en el 2022. En ese año se alcanzó una cifra importante de 310 731, lo que representa un aumento del 1 % respecto a las 307 679 empresas creadas en 2021. Asimismo, el Informe de dinámica de creación de empresa que realizó Confecámaras, con base en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), agrupó los datos del registro mercantil de todas las 57 cámaras de comercio del país. Allí se encontró que el 73.8 % de las empresas creadas corresponden a personas naturales y el 26.2 %, a sociedades. También se observó un crecimiento en las sociedades de “3.1% respecto a 2021, al pasar de 78 880 en 2021 a 81 350 en 2022” (Confecámaras, 2022, p. 2). En el caso de las matrículas de personas naturales, estas pasaron de 228 799 a 229 381, dato que revela una variación positiva de 0.3 %.

A pesar de este panorama positivo, el emprendedor debe enfrentar retos como la sostenibilidad financiera, debido a los riesgos existentes en el mercado. Por ello, expertos recomiendan hacer una buena planeación financiera que les ayude a organizar de manera inteligente sus recursos. Para Rodrigo Riaño, entrevistado por Portafolio (2022), otro reto a tener en cuenta es el aprovechamiento de la tecnología; en un mundo digitalizado, los emprendedores necesitan implementar propuestas digitales rentables para sus empresas.

En Colombia, de acuerdo con un estudio de The Failure Institute, al año aproximadamente 35 000 empresas se cierran y el 51 % de las interrupciones de las pymes y emprendimientos se dan por dificultades financieras y falta de rentabilidad (Torres, 2020). A estas problemáticas se suma la falta de planeación:

Para Lorena Roa, CEO y Founder de Panal Edtech, compañía especializada en el desarrollo de *software* y soluciones didácticas, los emprendedores deben conocer la importancia de planear el futuro financiero de la empresa que se crea y utilizar herramientas para evitar su cierre, teniendo en cuenta que 90 % de los empresarios en el país carecen de educación financiera. (párr. 2)



Problemática

El comercio de productos agrícolas tiene un rol fundamental en la economía nacional (Camacho y Toledo, 2021). En este contexto, la Distribuidora de Frutas Sam's se ha destacado en la ciudad de Cali por ofrecer fresas al por mayor y al detal en la plaza de mercado Santa Elena. Es crucial destacar la importancia del abastecimiento de fresas en una plaza de mercado como la mencionada, lo cual subraya la necesidad de mejorar y optimizar las variables relevantes para el funcionamiento exitoso de este emprendimiento. De acuerdo con Zapata (2022):

Un emprendedor debe ser integral, debe manejar el tema de mercadeo para la viabilidad comercial de su proyecto, lo técnico para la operatividad y el tema de organización para saber cómo administrar. Hay algo en lo que sufren muchas veces los emprendedores, que es el tema financiero y cómo hacer para que crezcan sus empresas. (párr. 2)

Lo anterior enmarca las necesidades de la Distribuidora de Frutas Sam's, un emprendimiento que ha estado en el mercado de Cali durante seis años y que ha sido dirigido empíricamente por su fundadora, quien no contaba con los conocimientos necesarios al momento de iniciarlo. Por este motivo, ella buscó la manera de implementar en la práctica los saberes adquiridos durante su formación en contaduría pública.

Sin embargo, actualmente el emprendimiento enfrenta dificultades para organizar sus áreas funcionales y se muestra resistente a la adaptación de procesos digitales e innovadores. Estas dificultades se deben a las dinámicas propias del sector, en el que tanto clientes como proveedores no están acostumbrados al manejo formal de los negocios y cuentan con poca capacitación empresarial, gerencial y financiera. Para superar estas barreras, es necesario implementar estrategias que permitan mejorar la organización de las áreas funcionales del emprendimiento y fomentar la adopción de procesos digitales e innovadores, con el fin de mejorar la competitividad de la Distribuidora de Frutas Sam's en el mercado.

La investigación, entonces, tiene como finalidad mejorar y fortalecer la Distribuidora de Frutas Sam's con un modelo de negocio acorde a sus necesidades. La implementación de herramientas de análisis y la aplicación de conocimientos en áreas administrativas, contables y financieras serán fundamentales para tomar decisiones informadas y asegurar el crecimiento sostenible de la empresa en el mercado, para que sea uno de los principales proveedores de frutas en la ciudad. Se aspira a aumentar la rentabilidad y a implementar estrategias de crecimiento que contribuyan a su consolidación como una empresa líder en el sector. Por lo anterior, el propósito de este estudio es elaborar una propuesta de mejora en las áreas administrativa, contable y financiera, con una proyección de desarrollo a cinco años.

Método

En términos metodológicos, la investigación se planteó desde lo descriptivo-analítico, en la medida en que se delimitaron las variables que conforman las falencias del emprendimiento; mediante el uso de herramientas como la matriz DOFA, el modelo de las 7S de McKinsey y la revisión de los registros contables, se analizó y diagnosticó el estado y sostenibilidad del emprendimiento. Esta revisión se llevó a cabo con el objetivo de plantear una propuesta de mejora en las áreas administrativa, contable y financiera, con una proyección a cinco años para el emprendimiento Distribuidora de Frutas Sam's. Para el cumplimiento de ello, se ejecutaron estas fases:

- Revisión bibliográfica.
- Diagnóstico y análisis del emprendimiento utilizando matriz DOFA y el modelo de las 7S de McKinsey.
- Análisis de la información por áreas.
- Plan de mejora por departamentos (administrativo, contable y financiero).
- Simulación contable de tres meses.
- Planeación y simulación financiera a cinco años.

Resultados y discusión

Los resultados evidencian la importancia de aplicar herramientas para conocer en profundidad el estado del emprendimiento. Igualmente, la legislación tributaria, el registro del emprendimiento y llevar una contabilidad organizada son aspectos fundamentales no solo para evaluar la rentabilidad y sostenibilidad del emprendimiento, sino para que los emprendedores tomen decisiones informadas y acertadas con el ánimo de mejorar constantemente y posicionarse como empresas reconocidas.

Desde hace seis años, este negocio se ha especializado en el empaque y distribución de bandejas de fresas de diferentes calibres, así como en la venta de fresas por libra. El producto llega directamente del agricultor, se realiza el empaque y se distribuye a comercios que las transforman para otro tipo de industrias como la repostería, jugos para restaurantes, mermeladas, entre otros. Además, se cuenta con un equipo capacitado para la selección y el empaque en las instalaciones de la galería de Santa Elena en la ciudad de Cali.

En esta plaza se encuentra un próspero mercado de venta de fresas en el que la Distribuidora de Frutas Sam's se distingue por su calidad y servicio, al atender las preferencias de los clientes, quienes buscan adquirir productos en óptimas condiciones. Para lograrlo, este emprendimiento establece alianzas con proveedores ubicados en

diversas regiones del país, tales como Sibaté, Facatativá y otros pueblos pertenecientes al departamento del Cauca, entre ellos Cristal, vereda Piedra de León, Paletará, Paispamba y Silvia. Esta estrategia les permite garantizar un suministro diario de fresas frescas en presentación de bandeja y a granel, como lo muestran las figuras 2 y 3.

Figura 2
Bandejas de fresa



Nota. Empaque final del producto en Distribuidora de Frutas Sam's.

Figura 3
Fresas a granel



Nota. Presentación del producto en Distribuidora de Frutas Sam's.

Aspectos contables

Los aspectos contables del emprendimiento Distribuidora de Frutas Sam's constituyen un área fundamental para su buen desempeño, en la que se analizan elementos como la formalización del negocio, los registros contables en *softwares* especializados, los procesos de facturación, entre otros. Un factor a destacar es el avance del negocio en términos contables, el cual se pudo observar en los registros contables de los últi-

mos tres meses que influyen en la toma de decisiones estratégicas y en la evaluación financiera.

Para empezar, se realizó el registro mercantil actualizado a enero de 2023, en la Cámara de Comercio de Cali, como persona natural de régimen ordinario; este documento posibilita el ejercicio de cualquier actividad comercial. A su vez, se formalizaron algunos aspectos contables:

- Durante el mes de enero de 2023 se adquirió un *software* de sistema de información contable denominado Siigo. Este permite el registro oportuno y el control de las operaciones comerciales y financieras del emprendimiento.
- Se implementó la facturación electrónica, para dar cumplimiento a la emisión de documentos electrónicos.
- Fue definida la actividad económica, código CIIU: al emprendimiento se le designó la clasificación industrial internacional uniforme de las actividades económicas con el número 4721; este abarca el comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados.
- Se recomienda verificar la homonimia en la Cámara de Comercio de Cali, en la siguiente página: <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/consulta-homonimia/>. Este enlace redirige a la consulta del RUES.

A la emprendedora se le sugiere que en un plazo máximo de tres meses culmine el proceso de formalización empresarial, teniendo en cuenta los requisitos indispensables para legalizar su actividad económica, estos son:

- Concepto de uso de suelo (pendiente).
- Concepto de bomberos (pendiente).
- Matrícula mercantil (activa).
- Concepto sanitario (pendiente).
- Pago anual de la declaración de renta (realizado).
- Pago anual de industria y comercio (pendiente).
- En los activos fijos se definió que el método de depreciación será por línea recta, regulado a través del Decreto 3019 de 1989, compilado por el Decreto 1625 de 2016, el cual contempla la vida útil de los activos.



Conclusiones y lecciones aprendidas

Con esta investigación se evidenció que los emprendimientos desempeñan un papel crucial en la economía, dado que contribuyen al crecimiento económico y a la generación de empleo. Emprender fomenta el amor, la pasión, la creatividad y la innovación, elementos fundamentales para el desarrollo sostenible de un país.

Igualmente, en la fase metodológica se enfrentaron diversas barreras y desafíos que pusieron a prueba las capacidades y habilidades de los investigadores respecto al análisis de la gestión del emprendimiento; en particular, cuando se aplicó el modelo de negocio llamado las 7S de McKinsey, con el cual se evaluaron los siete elementos clave del negocio. Estos últimos fueron cambiados siguiendo el modelo para beneficio del emprendimiento.

En la matriz DOFA se pudo observar la importancia de identificar las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas del negocio; cada una de estas dimensiones fue analizada, en pro de buscar posibles soluciones. Por ejemplo, el hecho de vender fresa para hacer pulpas genera una pérdida, pero al tener presente la oportunidad que brinda el contexto caleño, en donde hay un gran número de comercios que hacen uso de la fresa para elaborar productos refrescantes (ensaladas de fruta, salpicones, jugos naturales, entre otros), es necesario buscar nuevos clientes que hagan uso de la fresa a diario, para que sea posible disminuir o eliminar esta pérdida.

Por último, en el ámbito contable, se realizó el registro de las cuentas en el programa Siigo, incluyendo la facturación electrónica. Mediante este ejercicio se logró que el emprendimiento tuviese una contabilidad con valores precisos, los cuales ayudan a la toma de decisiones informadas.

Podría concluirse que por medio de este estudio se obtuvo un mayor entendimiento sobre el producto (en este caso, la fresa), su demanda en el mercado y su potencial económico. Además, se comprendió la importancia de la organización empresarial, incluso en pequeñas empresas, para lograr un crecimiento sólido y establecido a partir de metas ambiciosas. Con base en los resultados obtenidos, se pretende implementar las mejoras planteadas y expandir la presencia de la distribuidora en el mercado, incluyendo la venta a grandes superficies, para posicionarla como una empresa reconocida por la calidad de sus productos.



Referencias

- Camacho, C., y Toledo, M. (2021). *Nota de productividad Colombia. Desafíos de la productividad en el sector agropecuario*. CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1877>
- Confecámaras. (2023, 24 de enero). *Más de 310 mil en empresas se crearon en Colombia en 2022*. <https://confecamaras.org.co/noticias/865-mas-de-310-mil-en-empresas-se-crearon-en-colombia-en-2022>
- Portafolio. (2022, 11 de enero). *Desafíos y oportunidades para emprendedores colombianos en 2022*. <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/desafios-y-oportunidades-para-emprendedores-colombianos-en-2022-560399>
- Presidencia de la República de Colombia. (2016, 11 de octubre). Decreto 1625 de 2016. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario en materia tributaria. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83233>
- Torres, I. (2020). *Planeación financiera, reto de los nuevos emprendimientos*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/planeacion-financiera-reto-de-los-nuevos-emprendimientos-543025>
- Zapata, J. (2022). *A bordo del Aula Móvil de la Gobernación del Valle y la WWB Colombia, emprendedores aprenderán de educación financiera*. Gobernación departamento del Valle del Cauca. <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/77131/a-bordo-del-aula-movil-de-la-gobernacion-del-valle-y-la-wwb-colombia-emprendedores-aprenderan-de-educacion-financiera/>

