

PERCEPCIÓN DE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE HONDA CON RELACIÓN AL TEMA DE CULTURA ORGANIZACIONAL, CONTABLE E INNOVACIÓN

Perception of the small Honda traders with regard to the topic of organizational culture, accounting and innovation

Francisca Barragán Galindo

frabarragan70@gmail.com

Ivonne Verónica Quintero Pedraza

veroqui1982@hotmail.com

Dirección de Investigación, Corporación del Norte del Tolima “Coreducación”. Honda, Colombia País.

Cómo citar este artículo: Barragán, F., Quintero, I., (2019) percepción de los pequeños comerciantes de honda con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación, Revista INNOVA ITFIP, 4 (1), 33-43

Recibido: Octubre de 2018 **Aprobado:** Abril de 2019

Resumen

Las pequeñas empresas en Colombia representan hoy en día una unidad fundamental para el desarrollo y crecimiento de las regiones, es por esto que estas deben tener gran capacidad de adaptación a los cambios que exige la globalización de mercados y en especial ajustarse a las necesidades del entorno en que operan; es por esta razón que los pequeños comerciantes deben conocer nuevas metodologías, procesos de innovación tanto en organización, producción, transformación, comercialización, área contable como también en servicio al cliente y poder así sobrevivir en entornos competitivos. Se puede afirmar que gran parte de las dificultades de crecimiento de los pequeños comerciantes objeto de estudio se ven limitadas por el ámbito organizacional y las técnicas de mercadeo que emplean; en esta medida, el presente análisis tiene como propósito buscar a través de una metodología didáctica brindar estrategias que les permiten resolver necesidades organizacionales, contables, tecnológicas, ambientales y de mercadeo a los pequeños comerciantes, y que al ser implementadas por ellos, les permitirá elevar sus niveles de permanencia y competitividad en el mercado. El estudio se complementa con el diseño de un material didáctico tipo cartilla, elaborado por investigadores vinculados al proyecto, con este se busca que se genere un proceso de reflexión frente al tema de: emprendimiento, organización, cultura contable e innovación en procesos y servicios; todo esto se espera ser logrado a través de la concientización de los comerciantes acerca de la importancia del cambio, de la mejora de las prácticas comerciales para que se vea reflejado en la productividad del negocio, se busca hacer de la cultura organizacional y contable una herramienta gerencial para la toma de decisiones que los lleven como empresarios al crecimiento y sostenibilidad. La prueba piloto del presente estudio se realizará en el

municipio de Honda Tolima, la implementación de esta estrategia metodológica permitirá generar una propuesta conceptual e innovadora; en una segunda fase se medirá el nivel de aceptación del modelo para así aplicarse en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima.

Palabras Clave: Cultura organizacional, cultura contable, innovación, comerciante, transformación

Abstract

Small businesses in Colombia today represent a fundamental unit for the development and growth of the regions, which is why they must have great capacity to adapt to the changes required by the globalization of markets and in particular to adjust to the needs of the environment in which they operate; It is for this reason that small traders must know new methodologies, processes of innovation in organization, production, transformation, marketing, accounting area as well as in customer service and be able to survive in competitive environments. It can be affirmed that a large part of the growth difficulties of the small merchants under study are limited by the organizational scope and the marketing techniques they employ; In this measure, the purpose of this analysis is to seek through a didactic methodology to provide strategies that allow them to solve organizational, accounting, technological, environmental and marketing needs for small merchants, and that by being implemented by them will allow them to raise their levels of permanence and competitiveness in the market. The study is complemented with the design of a primer-type didactic material, prepared by researchers linked to the project, with which it is sought to generate a process of reflection on the subject of: entrepreneurship, organization, accounting culture and innovation in processes and services; All this is expected to be achieved through the awareness of the traders about the importance of change, the improvement of business practices so that it is reflected in the productivity of the business, it seeks to make the organizational and accounting culture a tool management to make decisions that lead them as entrepreneurs to growth and sustainability. The pilot test of this study will be carried out in the municipality of Honda Tolima, the implementation of this methodological strategy will generate a conceptual and innovative proposal that will be measured in a second phase, the acceptance level of the model and thus be applied in the municipalities within the jurisdiction of the Chamber of Commerce of Honda, Guaduas and Norte del Tolima

Keywords: Organizational culture, accounting culture, innovation, merchant, transformation

1. Introducción

Las pequeñas empresas en Colombia representan hoy en día una unidad fundamental para el desarrollo y crecimiento de las regiones, es por esto que estas deben tener gran capacidad de adaptación a los cambios que exige la globalización de mercados y en especial ajustarse a las necesidades del entorno en que operan; es por esta razón que los pequeños comerciantes deben conocer nuevas metodologías, procesos de innovación tanto en organización, producción, transformación, comercialización, área contable como también en servicio al cliente y poder así sobrevivir en entornos competitivos.

Lo anterior, tiene relación con adoptar nuevas tácticas para sacar adelante las empresas mediante adecuadas estrategias de competitividad, innovación y gestión empresarial, (Castro, 2017; Batista & Guacari, 2018; Peña, Velázquez & Rincón (2018).

También, se puede afirmar que gran parte de las dificultades de crecimiento de los pequeños comerciantes objeto de estudio se ven limitadas por el ámbito organizacional y las técnicas de mercadeo que emplean; en esta medida, el presente análisis tiene como propósito buscar a través de una metodología didáctica brindar estrategias que les permiten resolver necesidades organizacionales, contables, tecnológicas, ambientales y de mercadeo a los pequeños comerciantes, y que al ser implementadas por ellos les permitirá elevar sus niveles de permanencia y competitividad en el mercado. El estudio se complementa con el diseño de un material didáctico tipo cartilla, elaborado por investigadores vinculados al proyecto, con este se busca

que se genere un proceso de reflexión frente al tema de: emprendimiento, organización, cultura contable e innovación en procesos y servicios; todo esto se espera ser logrado a través de la concientización de los comerciantes acerca de la importancia del cambio, de la mejora de las prácticas comerciales para que se vea reflejado en la productividad del negocio, se busca hacer de la cultura organizacional y contable una herramienta gerencial para la toma de decisiones que los lleven como empresarios al crecimiento y sostenibilidad.

En ese sentido, “una buena gestión de los procesos contables permite tener un conocimiento global del negocio y de cómo funciona, permitiendo al comerciante tomar decisiones con más precisión”. Varón., Gutiérrez., & Rodríguez (2018).

La prueba piloto del presente estudio se realiza en el municipio de Honda Tolima, la implementación de esta estrategia metodológica permite generar una propuesta conceptual e innovadora con la que se medirá en una segunda fase, el nivel de aceptación del modelo y poder así aplicarse en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima.

1.1 Fundamentación Conceptual

Los establecimientos comerciales son parte fundamental en la economía y el desarrollo regional; para este estudio se escogieron las tiendas de barrio, en este contexto, el sujeto de estudio es el propietario del establecimiento comercial conocido como “tendero”; los pequeños comerciantes consideran el tema de cultura organizacional y contable como algo difícil, ven bastante limitaciones en

el manejo de la tecnología, específicamente en el software contable, se evidencia desconocimiento en el manejo de los libros de contabilidad y aún más si se le menciona la elaboración de los estados financieros básicos. La gran mayoría de propietarios de esta clase de establecimientos tienen una forma particular de ver sus negocios, no llevan control de mercancías, tampoco el libro fiscal, las ventas las realizan de contado y dan crédito sin ningún respaldo, conocido comúnmente como (fiao), consideran a la mayoría de sus clientes como amigos y/o vecinos, no tienen control en las compras, el dinero obtenido por las ventas lo convierten de bolsillo. Ante lo expuesto es importante conocer la percepción de los pequeños comerciantes con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación; esta investigación permite conocer las diferentes formas de pensamiento de los tenderos, permitiendo con esto presentar estrategias encaminadas al mejoramiento de los procesos de emprendimiento, contables, financieros, organizacionales y evitar pérdida de clientes y por ende la disminución en las ventas. Esta problemática no solo afecta de forma individual al empresario, sino también al desarrollo económico del municipio y en conjunto de la región; cuando en la pequeña empresa no existe una cultura organizacional y contable, con claridad se puede evidenciar que no se tiene la contabilidad como base para la toma de decisiones, en la mayoría de casos, en los pequeños comerciantes existe desconocimiento en los costos y gastos que se generan en la actividad mercantil, difícilmente se puede llevar un sistema de control que permita el crecimiento de la empresa; de continuar esta sintomatología, se puede perder competitividad y disminuir la rentabilidad afectando con esto el desarrollo

económico del municipio y de la región porque se presentaran aumento de cierres de establecimientos. Para la obtención de buenos resultados en este estudio se requiere además del diseño del material didáctico “cartilla” realizar una prueba piloto, donde se implemente la metodología de transformación, con esta se busca mejorar procesos de innovación tanto en el área contable como en la organizacional y de servicio al cliente que contribuyan al fortalecimiento de la actividad comercial.

¿Cuál es la percepción comercial que tienen los tenderos con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación?

¿Tienen los pequeños comerciantes actitudes positivas con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación?

¿Cómo deben prepararse los pequeños comerciantes si quieren desenvolverse competitivamente?

Con esta investigación se busca analizar la percepción de los pequeños comerciantes de Honda con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación; para esto se ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- Identificar las condiciones internas en las tiendas de los pequeños comerciantes de la ciudad de Honda Tolima con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación.
- Reconocer la percepción que tienen los propietarios de las tiendas con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación.
- Definir una metodología de cambio para que el pequeño comerciante se oriente hacia la

excelencia en la organización del negocio y en la prestación del servicio.

- Diseñar material didáctico “cartilla” que le permita al pequeño comerciante a través de un caso exitoso concientizarse de la importancia del proceso de transformación.
- Realizar prueba piloto de la metodología de cambio organizacional utilizando como estrategia la planteada en el material didáctico “cartilla”.
- Plantear a los pequeños comerciantes estrategias de mejoramiento que le permitan innovar y mejorar la prestación del servicio.

1.2 Fundamentación Teórica

Las empresas grandes y pequeñas se enfrentan al reto de la competitividad, es por esto que se deben preparar para ser innovadores con los productos que ofrecen, al igual que con el servicio, en este contexto es importante que realicen diagnósticos que le permitan identificar como se encuentra el clima laboral, de igual manera, con facilidad diferencien entre satisfacción y motivación, en muchos casos cuando no hay claridad conceptual, la persona se puede confundir porque considera la motivación como un indicador de la satisfacción, sin embargo hay casos donde la satisfacción está determinada por la motivación personal con relación a cada una de las condiciones en las que opera; para la investigación que se adelanta, el comerciante se puede sentirse bien en su establecimiento comercial, donde atiende a sus clientes y está conforme con las condiciones del mercado sin incidir esto

con la motivación intrínseca, viéndose si reflejado en el entorno donde labora.

Al realizar una revisión documental se encontró que el Departamento Administrativo de la Gestión Pública. (2001) afirma que: “El concepto de satisfacción hace referencia al estado afectivo de agrado que una persona experimenta acerca de su realidad laboral. Representa el componente emocional de la percepción y tiene componentes cognitivos y conductuales” (p 15).

En este mismo orden se aclara que la motivación influye en el desempeño de la persona y su capacidad y eficiencia, es por esto que se puede deducir que la satisfacción es de carácter afectivo y la motivación conductual.

La cultura organizacional representa una percepción común de los miembros que influyen en la conducta y que determinan en gran medida la visión que tiene la persona que labora de su propio mundo y la forma en que reaccionan (Campos Cisneros, 2008, p 4).

Ayala (2014) Establece que la cultura organizacional corresponde a la forma de interacción de los individuos de una organización, los cuales buscan de acuerdo a sus necesidades el logro de objetivos individuales, lo que lleva al cumplimiento de objetivos comunes con otros individuos y permite alcanzar los objetivos de la organización.

Desde este ámbito, la cultura organizacional es la base a través de la cual se articulan los procesos y miembros de la organización, con el objeto de generar ventajas competitivas sostenibles. Es por ello, que “los gerentes deben desafiar el problema de la gestión empresarial a partir de una renovada

perspectiva y mantener en ella un sólido perfil gerencial, caracterizado por un liderazgo proactivo y visión estratégica” Barrios Zarta, J. (2018).

Según Pavón y Goodman (1981), la innovación corresponde al conjunto de actividades inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que conducen a la introducción con éxito, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización.

La conceptualización aportada por Escorsa y Valls (2003) establece que la innovación es la explotación con éxito de nuevas ideas: innovación = invento + explotación.

Según el Manual de Frascati de la OCDE (2003), el concepto de innovación corresponde a la transformación de una idea en un producto o servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo; o un método de proporcionar un servicio social, nuevo o mejorado. El manual de Oslo define la innovación como “la implementación de un producto, o proceso, nuevo o significativamente mejorado, un nuevo método de comercialización, o un nuevo método organizacional en las prácticas de negocio, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas” (OECD & Eurostat, 2005, p.56).

Así, la cultura innovadora se define como la conducta desarrollada por algunas organizaciones orientadas por el impulso a ideas creativas de sus miembros, estimulados por un ambiente de trabajo caracterizado por una alta motivación al logro, asignación de recursos para darle soporte a los procesos y estímulos a las

habilidades demostradas por las personas capaces de producir ideas originales y exitosas, con el fin de satisfacer las demandas de conocimiento en un ambiente competitivo y globalizado (Ramos-Parra, 2006). Así pues, según (Palma, Leyva, Marroquín, & Torres, 2017). “Los cambios generados por los procesos de globalización de la economía e internacionalización” traen una cultura innovadora y organizacional.

De acuerdo con Naranjo-Valencia y Calderón-Hernández (2015), en la actualidad la cultura organizacional es considerada como uno de los factores que más puede estimular la conducta innovadora en los colaboradores de una organización. No obstante, según los autores en referencia, la cultura organizacional no siempre puede favorecer la innovación, en algunos casos, pueden dificultarla dependiendo de los rasgos o valores que fomente, y en consecuencia, de los comportamientos que estimule en los colaboradores. (Hult, Hurley, & Knight, 2004).

2. Métodos y Materiales

La presente investigación propone un modelo para la generación de la cultura innovadora en los comerciantes. El trabajo se desarrolla desde un enfoque cualitativo, con este se busca comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los pequeños comerciantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 364).

El proyecto metodológicamente se ubica en un estudio de caso, el cual se presenta en el material didáctico que fue elaborado como producto de esta investigación y

que se denominó “cartilla” que lleva el título “¡MI NEGOCIO, lo quiero, lo transformo!” este material ha sido desarrollado a partir del resultado del trabajo de campo de dos investigaciones institucionales de la Corporación de Educación del Norte del Tolima Coreducación y teniendo como aliado estratégico la Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima.

El presente trabajo se estructura bajo un diseño de tipo no experimental, transaccional y de campo (Hernández et al., 2010). Los datos se obtienen a través de la técnica de la observación directa utilizando como instrumento de observación una lista de chequeo que se aplicó en el momento de realizar las visitas a las tiendas; para conocer e identificar las condiciones internas en las tiendas de los pequeños comerciantes de la ciudad de Honda Tolima con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación; para reconocer la percepción que tienen los propietarios de la tiendas con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación se diseñó una encuesta, esta fue aplicada a la población objeto de estudio, estos son 752 comerciantes, nivel de confianza del 95% y un error del 3%, teniendo como muestra 130 comerciantes con registro mercantil y 20 sin él; a esta muestra se le aplicó la encuesta; además, los tipos de pregunta utilizadas fueron cerradas con una única respuesta. También, se realizaron un total de 22 preguntas con diferentes secciones de información de interés para el encuestador y el análisis de cada una de las preguntas se llevó a cabo un análisis con estadística descriptiva.

Para realizar la prueba piloto donde se aplica la metodología de cambio organizacional, se escogieron 26 establecimientos “tiendas” ubicadas en

Honda, en esta prueba se aplicó la metodología de la cartilla “MI NEGOCIO, lo quiero, ¡lo transformo!” como estrategia para generación de una cultura innovadora.

Para realizar la aplicación de este modelo de transformación, se propone desarrollar tres momentos con el fin de comprender el proceso pedagógico; para tal fin, el primero, es previo a la intervención didáctica con los propietarios de tiendas, en éste se consideran los procesos de pensamiento de la persona que atiende al cliente y de las expectativas que tiene frente a la obtención de clientes potenciales y mejoramiento de las ventas; el segundo momento, comprende la interacción propietario de la tienda – cliente, y la didáctica desarrollada en torno a la transformación del establecimiento y del servicio y, el tercer momento, considera los resultados alcanzados, en el contexto de lo ocurrido en los dos momentos anteriores.

A continuación, se presenta el esquema de la metodología de cambio organizacional.

Figura 1 metodología de cambio organizacional



Fuente: Barragán, G.F. 2017

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con los datos que arrojó la observación utilizando como instrumento la lista de chequeo en los establecimientos “tiendas” en la ciudad de Honda, se logró visualizar que los pequeños comerciantes presentan debilidades en el tema de servicio al cliente, tienen actitudes que afectan de forma directa e indirecta al mismo, en la parte organizacional son escasos los que hacen inventarios, el 3% de la población objeto lleva contabilidad sistematizada, el resto solo la registran de forma manual, no llevan un control de costos y gastos, no tienen claro el concepto de innovación y emprendimiento, solo el 1% le da valor agregado a algunos productos, en este mismo orden fue fácil evidenciar que un 90% tiene teléfonos celulares de alta gama, utilizan las redes sociales de forma personal pero no realizan publicidad ni promociones a través de ellas.

En concordancia con lo anterior, es importante, destacar que “las tecnologías de la información amplían el horizonte de las competencias para la construcción de escenarios sociales, económicos, políticos y educativos”. (Velásquez, García, Rincón, & Peña 2018, p. 53) “En consecuencia, se hace necesario incorporar nuevos métodos y estrategias que permitan enfrentar las demandas del proceso científico tecnológico”. (Sánchez, Duany & Pozo, 2018, p. 9).

Siguiendo con el análisis, la encuesta de percepción que se aplicó dio como resultado, que los comerciantes encuestados tienen un nivel de conocimiento básico por tal motivo, no tienen una base que los dirija para llevar a cabo un proyecto emprendedor o una idea innovadora; el 87% están matriculados ante la cámara de Comercio de Honda, y solo el 13% se encuentran en la informalidad; por consiguiente, ninguno de ellos realiza capacitaciones para prestar un buen servicio y dar una mejor orientación en los productos que venden, además no cuentan con

conocimiento para llevar una administración o contabilidad en su negocio.



Figura 2. ¿Cuenta usted con matrícula (registro) mercantil en su negocio?

Fuente: Los Autores

En la sección C (Gestión Ambiental) se le pregunto a los comerciantes que, si tienen una iniciativa de reciclar, aunque al momento de llevar a cabo el proceso no lo hacen con sus debidas precauciones ya que solo reciclan el cartón y botella Pet., y otros materiales que se pueden reciclar no los reciclan, si no que desechan los residuos al carro recolector de basura;



Figura 3. ¿Cuál es el manejo que se le da a los residuos producidos en su local, teniendo en cuenta que no tiene un proceso de reciclaje?

Fuente: Los Autores

En este mismo orden, los comerciantes manifestaron en el instrumento que el costo de energía es muy alto, aunque algunos de los comerciantes realizan buenas prácticas de ahorro de energía aún sigue llegando elevado el costo de energía.

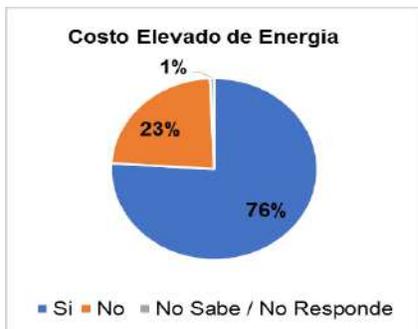


Figura 4. ¿Considera usted que tiene un costo Elevado de energía en su local?

Fuente: Los Autores

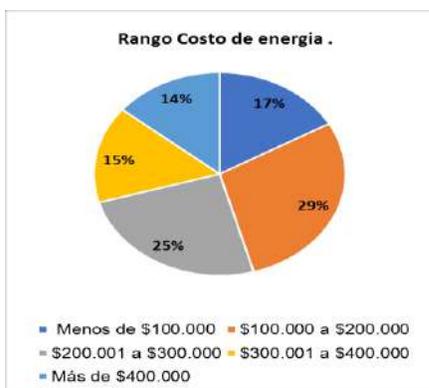


Figura 5 ¿Qué costo de energía cancela usted mensualmente en el local?

Fuente: Los Autores

El 77% de los comerciantes no cuenta con un sistema de cómputo directamente para el negocio ya que manejan su contabilidad manual, así mismo no dan a conocer sus productos ni su establecimiento comercial, sino que solo se encargan de dar a conocerlo entre amigos y de voz a voz entre los mismos vecinos. También se les pidió a ellos que calificaran su servicio al cliente y prácticamente el 93% dijeron que era muy bien y bien su atención al cliente, aunque los encuestadores les hicieron la pregunta a los clientes de una muestra del 7% y arrojaron que tenían un servicio regular.

Como avance, se logró diseñar el material didáctico “cartilla” “MI NEGOCIO, lo quiero, lo transformo!” en esta se aplica la metodología de transformación cumpliendo hasta el momento con lo planteado en los objetivos específicos, esta metodología se

espera implementar en los municipios de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima con el apoyo de Coreducación, este trabajo investigativo permitirá mejorar procesos de innovación tanto en el área contable como en la organizacional y de servicio al cliente y contribuirán al fortalecimiento de la actividad comercial de la región.



Figura 6. Portada de la cartilla “MI NEGOCIO, ¡lo quiero, lo transformo!”

Fuente: Los Autores

Hasta el momento se puede deducir según la percepción de la población objeto de estudio, que hay desconocimiento de temas organizacionales, se evidencia la carencia de cultura contable y ambiental, al igual que se necesita estrategias innovadoras para el mercadeo.

4. CONCLUSIONES

La observación que se realizó a los establecimientos seleccionados para aplicar la lista de chequeo permitió identificar las condiciones internas en las tiendas de los pequeños comerciantes de la ciudad de Honda Tolima con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación.

La encuesta aplicada a los 26 establecimientos permitió reconocer la percepción que tienen los propietarios de las tiendas con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación.

Con la información obtenida con los dos instrumentos anteriores se conoció el estado actual de los comerciantes con respecto al tema de cultura organizacional, contable e innovación y con precisión se definió la metodología de cambio para que el pequeño

comerciante se oriente hacia la excelencia en la organización del negocio y en la prestación del servicio.

Se procedió a diseñar el material didáctico “cartilla” que le permita al pequeño comerciante a través de un caso exitoso concientizarse de la importancia del proceso de transformación.

La prueba piloto se realizó con la intervención de 26 establecimientos “Tiendas” de la ciudad de Honda lográndose excelentes resultados y con los que se realizaran estrategias de mejoramiento que le permitan innovar y mejorar la prestación del servicio.

5 AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan agradecimientos a la Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima y a la Corporación de Educación del Norte del Tolima COREDUCCIÓN

6. Referencias Bibliográficas

- Barragán Galindo, F., & Zarete Escobar, S. I. (2017). MODELO RESIGNIFICACIÓN PARA INCENTIVAR EL USO DE LAS TIC EN LA PRÁCTICA PEDAGÓGICA EN COREDUCCIÓN. *Revista Innova ITFIP*, 1(1), 36-46. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/11>
- Barrios Zarta, J. (2018). ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA GERENCIA DE MPYMES DEL SECTOR SERVICIOS EN ESPINAL, TOLIMA-COLOMBIA. *Revista Innova ITFIP*, 2(1), 30-42. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/24>
- Batista Castillo, A., & Guacari Villalba, W. D. (2018). GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES DEL CENTRO COMERCIAL NUEVA COLOMBIA DE LA CIUDAD DE CARTAGENA. *Revista Innova ITFIP*, 3(1), 76-82. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/41>
- Cámara de Comercio de Honda, Guaduas y Norte del Tolima & Coreducación. Mi negocio, ¡lo quiero, lo transformo! ISBN: 978-958-52125-0-3
- Castro Alfaro, A. (2017). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES. *Revista Innova ITFIP*, 1(1), 78-89. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>
- Eumed.net García e Ibarra, (2006) Diagnóstico De Clima Organizacional del Departamento de Educación de la Universidad De Guanajuato. Recuperado de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizaciona.html
- Eumed.net. Pereo Luis Héctor y Silvia Miguel Romina (2014) Innovación e inteligencia estrategica. P. 36. Recuperado: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1405/innovacion.htm>
- Hernández, Fernández, Batista (2010) - 4ta Edición. Metodología de La Investigación. p. 364; Departamento Administrativo de la Función Pública. Clima organizacional. Recuperado de: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/climaorganiza.pdf>
- Palma Cardoso, E., Leyva Ardila, F., Marroquín, M., & Torres, N. (2017). IMPACTO DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA DEL ITFIP EN EL MERCADO LABORAL. *Revista Innova ITFIP*, 1(1), 98-103. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/18>

- Peña Estrada, C. C., Velázquez García, L. A., & Rincón García, M. B. (2018). CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: FACTORES DE CAMBIO EN UNA EMPRESA AUTOMOTRIZ. *Revista Innova ITFIP*, 2(1), 15-22. Recuperado a partir de <http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/22>
- Revista de investigación, desarrollo e innovación. Modelo de cultura organizacional innovadora en caficultores del departamento del Cesar, Colombia. Recuperado https://revistas.upc.edu.co/revistas/index.php/investigacion_duitama/article/view/3687/0
- Sánchez Ramírez, L. de la C., Duany Sánchez, E., & Pozo, M. A. (2018). MÉTODO COLABORATIVO INVESTIGATIVO PARA LA GESTIÓN DEL CONTENIDO EN DIFERENTES ÁREAS DEL CONOCIMIENTO. *Revista Innova ITFIP*, 2(1), 6-13. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/21>
- Varón Giraldo, O., Gutiérrez Delgado, D. M., & Rodríguez López, W. D. (2018). PROCESOS CONTABLES APLICADOS POR LOS COMERCIANTES AL POR MENOR DEL MUNICIPIO DE ICONONZO - TOLIMA PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN EN EL ÁREA. *Revista Innova ITFIP*, 3(1), 27-34. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/36>
- Velásquez García, L. A., García Mendoza, R. del C., Rincón García, B., & Peña Estrada, C. C. (2018). TI EN EL PROCESO DE INGRESO EN UNA IES EN MÉXICO. *Revista Innova ITFIP*, 3(1), 53-63. Recuperado a partir de <http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/39>

AUTORES

FRANCISCA BARRAGÁN GALINDO



Administradora Financiera, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Magister en Educación de la Universidad del Tolima, actualmente me desempeño como Directora de Investigación en la Corporación de Educación del Norte del Tolima Coreducación en la ciudad de Honda, con experiencia de más de quince años como Coordinadora Académica del programa de Administración de empresas, Directora de Programa de Contabilidad y Costos, Directora de bienestar, Consejera Académica, docente de seminario de Investigación, Asesor metodológico y docente en la Escuela de Aviación y profesora universitaria en diferentes instituciones; de igual forma he ejercido como Directora del Distrito N0. 4 de Transito Departamental - Tolima



IVONNE VERÓNICA QUINTERO PEDRAZA

Profesional en Contaduría Pública, graduada de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Especialista en Innovación y Desarrollo de Negocios de la Universidad Externado de Colombia. Cuento con ocho años de experiencia en áreas administrativas de empresas comerciales y en departamentos financieros como contadora de entidades públicas y privadas. Así mismo, me he desempeñado en el ámbito académico, como directora de programas tecnológicos, y coordinadora de la unidad de emprendimiento y orientando cátedras universitarias.