



**Facultad de Ciencias de la Administración**  
**Vicedecanatura de Investigaciones y Posgrados**



**3<sup>ra</sup> Jornada de Investigación**  
**en la Facultad de Ciencias de la Administración**  
**2, 3 y 4 de diciembre de 2015**

**Vicedecanatura de Investigaciones y Posgrados, Oficina 3002,**  
Edificio 126, Universidad del Valle, Campus San Fernando  
5185797 - [investigacion.proyectos.fca@correounivalle.edu.co](mailto:investigacion.proyectos.fca@correounivalle.edu.co)

## Memorias

*Tercera Jornada de Investigación en la Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle – 2015*

Santiago de Cali - Colombia - diciembre de 2015

---

## Comité de investigaciones

*Miriam Escobar Valencia*

Vicedecana de Investigaciones y Posgrados

*Andrés Ramiro Azuero Rodríguez*

Vicedecano Académico

*Leonardo Solarte Pazos*

Representante de Grupos de Investigación

*Patricia González González*

Representante de Grupos de Investigación

*Henry Alberto Mosquera Abadía*

Representante de Departamento Administración y Organizaciones

*Maritza Rengifo Millán*

Representante de Departamento Contabilidad y Finanzas

---

## Directores grupos de investigación-2015

*Jorge Alberto Rivera Godoy*

Generación de Valor Económico

*Patricia González González*

Temas Contemporáneos en Contabilidad, Control, Gestión y Finanzas

*Mónica García Solarte*

Humanismo y Gestión

*Benjamín Betancourt Guerrero*

Previsión y Pensamiento Estratégico

*Rubén Darío Echeverry Romero*

Negocios Internacionales y Comercio Exterior

*Henry Alberto Mosquera Abadía*

Calidad y Productividad en las Organizaciones

*Héctor Augusto Rodríguez Orejuela*

Marketing

*Edinson Caicedo Cerezo*

Solvencia y Riesgo Financiero

## Personal de apoyo

*Karen Papamija Astudillo*

Profesional de apoyo a investigaciones

*Viviana Virgen Ortiz*

Profesional de apoyo al Doctorado en Administración

*Claudia Grisales Rivera*

Secretaria Vicedecanatura de Investigaciones y Posgrados

*Ana Edelbina Pérez Hurtado*

Profesional Relaciones y Enlace con la Comunicación

*Carlos Alberto Soto Rosero*

Coordinador Administrativo

*Álvaro Naranjo Navarro*

Técnico – coordinación administrativa

*Luis Guillermo Peña Rodríguez*

Nelson Muñoz Rivera

Técnicos – área de sistemas

*Juan Carlos Illera Bedoya*

Diseñador Gráfico



## Tabla de Contenido

1. Financiación de la innovación de industria manufacturera en Colombia.....(3)
2. Medición del capital intelectual en organizaciones artísticas de salsa, a través de la herramienta “el método financiero de medición de activos intangibles” (FIMIAM).....(4)
3. Artículo: costos TDABC aplicado a la música con el caso “*Mulato Blues Band*”.....(5)
4. Amenazas y miedos en las relaciones laborales: un análisis desde la psicología social crítica.....(6)
5. Impacto del género del gerente en las PYMES de la ciudad de Santiago de Cali.....(7)
6. Factores que afectan la competitividad del sector avícola en Colombia.....(8)
7. Identificación de elementos que permiten expresar la confianza en una política pública que promueve la innovación para la transformación productiva del sector alimentos.....(9)
8. Los círculos de calidad en Colombia. Surgimiento y ocaso de una técnica de difusión global..(10)
9. Segmentación de clientes y percepción de la calidad del servicio en salud.....(11)
10. El e-commerce en Colombia: la perspectiva desde los expertos.....(12)
11. Los efectos de los riesgos percibidos en la aceptación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la generación *Baby Boomer* colombiana.....(13)
12. Establecimiento de una línea de base de la cultura de la seguridad de los pacientes a partir de la identificación de las brechas entre habilitación y acreditación en un hospital de la ciudad de Palmira.....(14)
13. Experiencias y casos exitosos de los comités universidad-empresa-estado (CUEE) en Colombia: análisis desde la gestión pública.....(15)



## Financiación de la innovación de industria manufacturera en Colombia

Bernardo Barona Zuluaga\* y Jorge A. Rivera Godoy\*

### Introducción

El carácter intangible de la innovación influye de manera diferente sobre las decisiones de financiación en relación con las que se toman cuando se trata de activos tangibles. En este estudio se incorpora al análisis de la innovación – financiación, los conceptos desarrollados por la moderna economía financiera y de los costos de transacción para la financiación de activos intangibles y se compara con la evidencia empírica nacional e internacional.

### Objetivo

Se pretende conocer las fuentes de financiación que están más relacionadas con el tipo de inversión en I+D+i en empresas manufactureras colombianas.

### Metodología

Se emplea la información contenida en la EDIT VI elaborada por el DANE, la cual contiene información del año 2011 al 2012. Se usan técnicas de estadística descriptiva y modelos de regresión múltiple lineales y probabilísticos para analizar los resultados de esta Encuesta.

### Resultados

Las principales fuentes de recursos empleadas por las empresas para financiar sus inversiones en actividades relacionadas con innovación fueron los recursos propios (75.9%) y los préstamos de la banca privada (19.4%). La importancia relativa del uso de recursos propios muestra en modelos de regresión múltiple asociaciones estadísticamente significativas de signo negativo con el porcentaje de inversión en maquinaria y equipos; la banca privada nacional, mostró una relación negativa con la variable porcentaje de recursos propios y positiva con el porcentaje de recursos invertidos en maquinaria y equipo.

### Conclusiones

Se podría presumir un modelo de decisión en la industria manufacturera en Colombia en la que a medida que se obtienen mayores recursos internos usan una parte de estos para disminuir la utilización de recursos de la banca privada, que son menos idóneos que los recursos internos para financiar la innovación.

*Palabras claves:* Financiación de intangibles, I+D+i.

\* Grupo de Investigación en Generación de Valor Económico.



## Medición del capital intelectual en organizaciones artísticas de salsa, a través de la herramienta “el método financiero de medición de activos intangibles” (FIMIAM)

Martha Lucía García Orozco\*

“Lo que se mide no siempre es importante, y lo que es importante no siempre se puede medir.” Albert Einstein

### Resumen

El mundo global está pasando de la economía de producción a una economía de servicios, en donde el capital humano representa un porcentaje significativo en el valor económico que adquieren las organizaciones artísticas de salsa, razón por la cual es importante realizar una adecuada medición de las capacidades y habilidades artísticas de sus integrantes.

Ante el entorno de la nueva economía, es una realidad que la teoría contable actual no proporciona información clara para valorar el talento artístico y humano apropiadamente; desconociendo agregados como la innovación, el liderazgo y el trabajo en equipo en su calidad de variables estratégicas que generarán beneficios económicos futuros.

A partir de un estudio que se realizó seleccionando una muestra representativa de organizaciones artísticas de salsa en Santiago de Cali, la presente investigación se fundamentó en medir el capital intelectual en Organizaciones artísticas de salsa, a través de la herramienta “El método financiero de medición de activos intan-

gibles” (FiMIAM, por sus siglas en inglés), de Rodov & Leliaert.

La metodología empleada consistió en aplicar unas encuestas dirigidas a los directivos, coreógrafos y bailarines de salsa, donde ellos escogieron de una escala de 1 a 5, las variables que consideraron importantes para el éxito de la organización y de su trayectoria en el arte del baile, las variables que presentaron un nivel de importancia de 4 y 5 como máximo valor en la encuesta fueron clasificadas en los tres componentes del Capital Intelectual: Capital Humano, Capital Relacional y Capital Estructural, posteriormente se realizó un análisis de los datos obtenidos y se aplicó la metodología que ofrece el FiMIAM.

En la investigación realizada se cumplió satisfactoriamente los objetivos propuestos y los resultados fueron los esperados. Incluso, se pudo identificar que las organizaciones artísticas aportan de manera significativa al desarrollo económico, social y cultural de Santiago de Cali, generando empleo, sacando a jóvenes de las drogas, dándoles una opción y un proyecto de vida.

*Palabras claves:* Activo Intangible, Capital Intelectual, Medición, Organizaciones Artísticas, FIMIAM.

\* Grupo de Investigación Temas Contemporáneos en Contabilidad, Control, Gestión y Finanzas.

## Artículo: costos TDABC aplicado a la música con el caso “Mulato Blues Band”

Elisabeth Ortega Idrobo\* y Juan Camilo Morcillo Medina\*

### Introducción

En este estudio se pretende aclarar cómo se integra el componente intangible de las prácticas culturales en la cadena de valor respectiva del sector musical, esbozando el diseño de un modelo de costos usando el método TDABC<sup>1</sup>, el cual es compatible con los procesos de creación y producción musical de una presentación en vivo del caso estudio Mulato Blues Band. En el proceso general de realizar una presentación, se han catalogado 3 actividades principales<sup>2</sup>, las cuales se dividen en subactividades y cada una de éstas se le ha calculado un tiempo por medio del cual se les asigna el valor del costo. Para esto se calcula un coeficiente en términos de precio por minuto, que al multiplicarlo por cada tiempo individual revela los costos totales y por último se multiplica por el tiempo invertido en cada actividad. Esto brinda herramientas necesarias para estructurar un sistema de costo, para ayudar en la fijación de las tarifas y la negociación de contratos de las bandas musicales.

### Objetivo

Esbozar un diseño de un modelo para costear los procesos de creación y producción musical emergentes en la banda *Mulato Blues Band*.

<sup>1</sup> Time Driven Activity Based Costing.

<sup>2</sup> Contratación, preparación de puesta en escena y ejecución del show.

\* Grupo de investigación Temas Contemporáneos en Contabilidad, Control, Gestión y Finanzas.

### Metodología

la investigación es de naturaleza descriptiva y se usó el método inductivo.

### Resultados

El modelo permite fijar la base sobre la cual se asigna una tarifa que contemple la valoración de los recursos invertidos en expresiones culturales, y que muestre el costo total que contempla la capacidad de recursos tangibles y el tiempo invertido en el proceso de puesta en escena musical, facilitando así fijar un precio de venta mínimo.

### Conclusiones

La informalidad del medio dificulta la recopilación de información para la ejecución de un estudio de costos, además el cobro de tarifas está asignado por el precio de mercado y no por la sumatoria de los costos incurridos en una presentación.

*Palabras claves: TDABC, Modelo de Costos, Industria Musical, Toma de Decisiones*



## Amenazas y miedos en las relaciones laborales: un análisis desde la psicología social crítica

Cristian Bedoya Dorado\*

Las amenazas y los miedos han sido conceptualizados como fenómenos que caracterizan las relaciones sociales en las que se encuentra el ejercicio del poder. Sin embargo, en las relaciones laborales estos fenómenos configuran contextos de violencia y de afectividad negativa. Nuevos enfoques en psicología organizacional han señalado que las amenazas en las organizaciones no solo están mediadas por actos de violencia o ejercicios de poder, sino por la organización misma del trabajo. Por su parte, desde la psicología social crítica se ha desplazado el análisis de las emociones como un asunto de reacciones fisiológicas, psicológicas y conductuales, hacia la construcción discursiva de ellas, las cuales se encuentran en contextos y prácticas sociales localizadas, como lo es la organización. De acuerdo con lo anterior, el objetivo de esta investigación es analizar cómo se construyen las amenazas y miedos en las relaciones laborales. Para responder a este objetivo se propuso una investigación de enfoque cualitativo, en la que se empleará el Análisis del

Discurso Foucaultiano como método de investigación. Los participantes serán trabajadores con contrato laboral de la ciudad de Santiago de Cali. Para ello se realizarán dos técnicas de recolección de los datos: entrevistas semiestructuradas y *photovoice*. Los resultados serán analizados en tres niveles: (1) identificación de las construcciones discursivas sobre las amenazas y el miedo, (2) clasificación de los actantes del entorno de trabajo que son amenazantes y generan miedo; (3) descripción de las relaciones entre las construcciones discursivas y los actantes. En esta última parte el análisis se elabora desde la Teoría del Actor Red (ANT) de Latour (2008). Se espera concluir que fenómenos como la amenaza y el miedo no solo pueden analizarse en relación con sujetos, sino también como objetos. Así, se resalta la importancia que tiene la materialidad en el entorno laboral para la comprensión de las subjetividades laborales.

*Palabras Clave: amenazas; miedo; relaciones laborales; psicología social crítica.*

Profesional de Investigación, Grupo Humanismo y Gestión.

\* Grupo de Investigación Humanismo y Gestión  
E-mail: [bedoya.cristian@correounivalle.edu.co](mailto:bedoya.cristian@correounivalle.edu.co)



## Impacto del género del gerente en las PYMES de la ciudad de Santiago de Cali

Mónica García Solarte<sup>1\*</sup>, Laura Salas Arbeláez<sup>2\*</sup>, Guillermo Murillo Vargas<sup>3\*</sup> y Carlos Hernán González<sup>4\*</sup>

### Introducción

Los roles de género han estado marcados por características distintivas entre hombres y mujeres. De esta forma, se ha determinado que la forma de gestionar de hombres y mujeres es diferente al interior de las organizaciones.

### Objetivo

Identificar el impacto del género del gerente en las Pymes del sector de alta tecnología y manufacturero de Cali.

### Metodología

Se usó una metodología cuantitativa. Se aplicó un cuestionario autoadministrado a una muestra de 142 gerentes. La variable independiente fue el género del gerente (ser hombre o mujer) y las variables dependientes fueron características de la organización (tamaño, edad sector, carácter familiar, nivel de formación, junta directiva y socios), cultura organizacional, liderazgo, el desempeño, innovación, gestión del conocimiento y cambio organizacional.

1. Profesora asociada del Departamento de Administración y organizaciones.  
Monica.garcia@correounivalle.edu.co

2. Joven investigadora del Grupo de Investigación Humanismo y gestión. Salas.laura@correounivalle.edu.co

3. Profesor titular del Departamento de administración y organizaciones. guillermo.murillo@correounivalle.edu.co

4. Profesor del Departamento de administración y organizaciones. carlosh.gonzalez@correounivalle.edu.co

\* Grupo de Investigación Humanismo y Gestión.

### Resultados

Los resultados muestran que el género del gerente no impacta en las Pymes. La mayoría de las empresas son gestionadas por mujeres son en su mayoría del sector manufacturero, son de un mayor tamaño, las que tienen junta directiva la representación de mujeres miembros es mayor, son de carácter familiar, tienen más socios o dueños hombres, aunque buscan más diversidad en su propiedad que los hombres, y el nivel de formación universitaria es profesional en su mayoría. Igualmente, los hombres y las mujeres tienen un liderazgo transformacional, y gestionan organizaciones con una cultura tipo clan, un desempeño favorable, los mismos niveles de innovación, gestión del conocimiento y cambio organizacional.

### Conclusiones

El papel laboral de la mujer sigue marcado por la orientación a ser empleada y no a emplear. Es decir que, en términos de distribución del poder y autoridad, las mujeres tienden a mantener posiciones de obediencia y no de mando, sin embargo, a la hora de gestionar en las Pymes lo hacen de la misma forma en la que lo hacen los hombres.

*Palabras claves: Género, gerente, Pymes, Cali.*



## Factores que afectan la competitividad del sector avícola en Colombia

Edward Andrés Benavides Sánchez\*

Este documento hace parte de una investigación más extensa denominada “Análisis de la competitividad en el sector avícola en Colombia” la cual tuvo como objetivo formular un estudio de la competitividad del sector avícola en Colombia e identificar los principales factores que afectan su competitividad.

Esta investigación de tipo descriptivo – analítico, estuvo en primera instancia apoyada en escritos académicos de competitividad, posteriormente en el trabajo de campo, la información se obtuvo de informes gremiales, tesis académicas y revistas especializadas del sector avícola, además de entrevistas a directivos de empresas del sector.

Dentro del estudio se pudo visualizar que la avicultura colombiana afronta una coyuntura especial, dentro de la cual se pueden mencionar factores que afectan la competitividad tales como: la internacionalización de la economía, la conservación del patrimonio sanitario, la estabilidad jurídica, el contrabando, la infraestructura nacional, el acceso al crédito, los planes de ordenamiento territorial, la incer-

tidumbre en los acuerdos de paz, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad de la industria en los años venideros, entre otros.

Entre las mayores preocupaciones de los empresarios resalta lo concerniente a la inversión pública en infraestructura lo cual ha generado un fuerte descontento debido a la falta de gestión política y administrativa durante los años previos a la entrada en vigencia del TLC con EEUU y que planteaba una agenda de desarrollo integral que claramente no se cumplió.

Se concluye que el Estado debe propender por mejorar las condiciones externas al sector avícola que lo afectan en su misión de ser cada vez más competitivos, dado que la avicultura es una actividad de un enorme impacto para la economía nacional, tanto a nivel laboral como por convertirse en un bastión para la seguridad alimentaria para el país.

*Palabras clave: Competitividad, Sector Avícola, Clúster, Cadena Productiva, Productividad, Avicultura, TLC.*

\* Grupo de Investigación Previsión y Pensamiento Estratégico.



## Identificación de elementos que permiten expresar la confianza en una política pública que promueve la innovación para la transformación productiva del sector alimentos

Rubén Darío Echeverry\*, Augusto Rodríguez Orejuela\*, Tulio Ferney Silva\*, Diana Lorena Pineda\* y Leidi Ruano Arcos\*

### Introducción

Se pretende mostrar una evidencia de la evolución de la innovación en el sector de alimentos y su asociación con los cambios más relevantes que se han presentado a nivel de política pública, para promover la transformación productiva en los últimos 15 años en Colombia. Reflexionando sobre los elementos esenciales que permiten generar confianza de los actores del sector empresarial en dichas políticas públicas.

### Objetivo

Identificar Elementos que permiten expresar la confianza en una Política Pública que promueve la innovación para la Transformación Productiva del Sector Alimentos.

### Resultados

Se logró mostrar que la Industria de Alimentos principalmente cárnicos, lácteos, molinería y confitería se ha consolidado como uno de los sectores más importantes en la economía colombiana por su capacidad de generar valor agregado y crecimiento económico. Las empresas de estos sectores que son líderes en el mercado y con mayores niveles de innovación, son las que efectivamente han logrado establecer espacios de interacción con otros actores institucionales de CT&I del país.

\* Grupo de Investigación Negocios Internacionales y Comercio exterior.

Sin embargo, no se manifiesta un nivel de confianza del 100% en la institución encargada de ejecutar dicha política; por lo cual, puede afirmarse que, en términos generales, las empresas grandes, medianas y pequeñas empresas, aún se encuentran en etapa de conocimiento y comprensión de las dinámicas del sistema de innovación.

### Metodología

Se realiza un estudio cualitativo, con entrevista en profundidad, un muestreo por conveniencia de 17 empresas que son líderes en las diferentes regiones del país que determinan las tendencias de innovación.

### Conclusiones

A pesar que se ha desarrollado una política pública en torno a impulsar la innovación en el país, todavía el sector productivo no se muestra confiado en ellas y no se establece una sinergia con la academia. la innovación en la industria de alimentos sigue el modelo de “Open Innovation”, en una fase inicial de aprendizaje en todas las redes que la componen.

*Palabras clave: Innovación, Competitividad, Sector Alimentos, Política Pública, Confianza.*

## Los círculos de calidad en Colombia. Surgimiento y ocaso de una técnica de difusión global

Constanza Gómez Villarreal\*

Este documento hace parte de una investigación más extensa, aún en desarrollo, que busca observar cuál ha sido el proceso, que ha permitido la incorporación de las estrategias propias de la calidad en Colombia, producto del trabajo entre dos grupos de investigación, pertenecientes a las Áreas de Historia y Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle.

Los círculos de calidad (CC) fueron durante la década del ochenta la técnica del management de mayor difusión, se busca entonces, señalar las principales teorías y técnicas seguidas durante su aplicación en Colombia, los mecanismos de difusión de los CC, el papel desempeñado por los gremios, la academia y el estado. Para concluir si su desaparición se concentra solo en la incapacidad de los CC para alcanzar las metas prometidas, o si la adopción de la teoría de la calidad total terminó por hacer innecesario su uso en las organizaciones.

Para llevar a cabo el desarrollo del trabajo presentando, se han seguido tres etapas: la

**primera**, la identificación de las organizaciones pioneras en el uso de los CC en Colombia, en la **segunda** etapa se realizó un inventario del material bibliográfico, memoria de eventos, grabaciones de seminarios sobre las organizaciones identificadas y su aplicación de los CC, por último en la **tercera** etapa, se llevó a cabo la recolección de la información hallada, tanto en el material documental encontrado, como en entrevistas a los actores estratégicos de las organizaciones. La etapa final se encuentra aún en desarrollo que consiste en el análisis e interpretación de los datos, empleando la técnica de análisis de contenido a través del uso del software de análisis cualitativo, ATLAS TI. En este trabajo se presenta entonces los primeros resultados y conclusiones sobre esta etapa del movimiento de la calidad en Colombia.

*Palabras clave: organizaciones, círculos de calidad, democracia industrial, calidad de vida laboral, participación, solución de problemas, control total de la calidad, productividad, historia de la calidad.*

\* Grupo de Investigación Calidad y Productividad en las organizaciones.



## Segmentación de clientes y percepción de la calidad del servicio en salud

Autor: Leidy Johanna Botero<sup>1\*</sup> y Coautor: Augusto Rodríguez\*

### 1. Introducción

En un entorno global y competitivo, la manera en que las organizaciones gestionan su calidad en los servicios ofrecidos a los clientes y el conocimiento y adaptación a los mismos es fundamental para los objetivos de una organización.

### 2. Objetivo

Determinar la calidad del servicio percibido y el perfil de los usuarios de manera segmentada.

### 3. Metodología

Se consideran técnicas estadísticas multivariadas que permiten conocer de manera descriptiva la calidad del servicio prestado y el perfil de los clientes. El instrumento utilizado corresponde a la escala SERVQUAL, en una escala Likert de 1 a 7. La cantidad de encuestas se determinaron con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% para 178 encuestas. Se llevó a cabo un análisis de conglomerados, luego se hizo uso de tablas de frecuencias que permitieron identificar los perfiles de los usuarios de acuerdo a los segmentos detectados.

### 4. Resultados

Se obtuvo dos segmentos, el segmento 1 presenta una percepción de la calidad del servicio excelente y se caracteriza por pacientes mujeres con edad promedio de 37 años y bachilleres, empleadas de estrato 2 y tiempo promedio de uso de la IPS de 6 años y el segmento 2 una percepción buena que se caracterizan por ser mujeres profesionales con edad promedio de 39 años de estratos 3 y 4 y tiempo de uso de la IPS de 11 años.

### 5. Conclusiones

Para futuros trabajos de investigación se recomienda observar cómo influye el nivel educativo y el estrato socioeconómico de los usuarios sobre el valor percibido en la calidad del servicio, además enriquecer la segmentación a partir de un estudio cualitativo donde puedan detectarse otras variables, es decir, variables pictográficas que pueden dar razón de segmentos más amplios con base a características de personalidad, estilos de vida o clase social.

*Palabras clave: Calidad del servicio, segmentación, servicio en salud.*



1. Joven Investigadora Colciencias 2014, Grupo de Investigación en Marketing.

\* Grupo de Investigación en Marketing

## El e-commerce en Colombia: la perspectiva desde los expertos

Ana Marcela Londoño Silva<sup>1\*</sup>, Héctor Augusto Rodríguez<sup>2\*</sup> y Nathalie Peña García<sup>3\*</sup>

### 1. Introducción

El crecimiento de Colombia en e-Commerce se apalca en los esfuerzos del Gobierno por potenciar el uso de tecnologías de la información (TI) a través de programas que incentivan y fortalecen su uso. De acuerdo con un estudio realizado por la ONU (2014), Colombia se destaca en la región Latinoamericana con un índice alto de acceso a internet.

### 2. Objetivo

La presente investigación pretende reconstruir el estado del e-Commerce, como hecho social en Colombia y desde la perspectiva de actores públicos y privados. Se trata de la construcción del contexto del objeto de estudio.

### 3. Metodología

Investigación cualitativa que parte del supuesto de que cada sujeto construye sentidos y significados de la realidad (Agulló Tomás, 1998). Se eligieron 10 expertos en el tema, considerando que más entrevistas no aportarían información adicional a la investigación.

### 4. Resultados

El crecimiento de las ventas electrónicas se presenta de manera acelerada en un 20% o 30%

1. Estudiante Maestría en Ciencias de la Organización. Joven Investigadora COLCIENCIAS 2015.

2. PhD., Profesor Titular. Director Grupo de Investigación en Marketing.

3. Estudiante Doctorado en Marketing. Universidad de Valencia (ES).

\* Grupo de Investigación en Marketing

mensual, con mayor participación de las grandes ciudades, aunque se nota un crecimiento geográfico a nivel nacional.

El e-Commerce es impulsado en el país por políticas públicas que han facilitado el acceso de compradores y distribuidores. En contraste con las estrategias implementadas para generar mayor crecimiento del e-Commerce, se identifican barreras asociadas con la cultura de los usuarios.

### 5. Conclusiones

La confianza que se le ha transmitido a los consumidores a través de experiencias positivas de compra online y de mensajes que procuran motivar la curiosidad y el sentido de innovación en los usuarios potenciales han permitido el crecimiento del e-Commerce.

Existe una tendencia hacia el uso de los teléfonos inteligentes. Colombia es el tercer país en términos de penetración de Smartphone, después de México y Argentina. El uso intensivo de dispositivos móviles y la creciente aparición de aplicaciones electrónicas, han ido creciendo de manera importante en Colombia en los dos últimos años y esto se ve reflejado en las cifras de crecimiento del e-Commerce.

*Palabras claves: Comercio electrónico, cultura, constructivismo.*

## Los efectos de los riesgos percibidos en la aceptación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la generación Baby Boomer colombiana

Diony Ico Brath<sup>1\*</sup> y Augusto Rodríguez Orejuela<sup>2\*</sup>

### 1. Introducción

Las generaciones se constituyen por eventos externos que impactan a los individuos durante su vida, esto se representa por creencias, actitudes, valores, preferencias en determinados grupos de edad (Schewe & Noble, 2000), pero estas generaciones no solamente se ven influenciados por eventos globales sino también por eventos específicos de cada país (Schewe & Meredith, 2004) que se experimentan en tiempo real gracias a las NTICs y delimita los niveles de riesgo que cada generación asume en el proceso de adopción tecnológica. De hecho, Burgess & Steenkamp (2006) señala la importancia de realizar estudios en economías emergentes, que permitan comparar y contrastar modelos utilizados en otros contextos de mayor desarrollo económico.

### 2. Objetivo

Identificar los efectos de los riesgos percibidos en la aceptación de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) en la Generación

1. Profesional en Comercio Exterior de la Universidad del Valle. Profesional de Investigación del Grupo de Investigación en Marketing de la Universidad del Valle, calificado por Colciencias en la categoría A en el año 2014.

E-mail: Diony.ico@correounivalle.edu.co

2. PhD. Administración. Experiencia en investigación: Director del Grupo de Investigación en Marketing, Categoría A Colciencias 2014. Experiencia en docencia: 23 Años en la Universidad del Valle. Experiencia en consultoría: Consultoría en Investigación de Mercados y Estrategia de Empresa. Experiencia administrativa: Decano, Vicedecano, Jefe de Departamento y Director de programa de posgrado de la Universidad del Valle. Grupo de Investigación en Marketing. E-mail: Augusto.rodriguez@correounivalle.edu.co

\* Grupo de Investigación en Marketing.

Baby Boomer colombiana.

### 3. Metodología

La investigación parte desde la identificación de artículos calificados desde el cuartil 1 al 4, en las bases de datos Journal Citation Reports (JCR), Web of Science (WoS) y Scimago Journal & Country Rank (SJCR), y se abarca el periodo de los últimos 5 años.

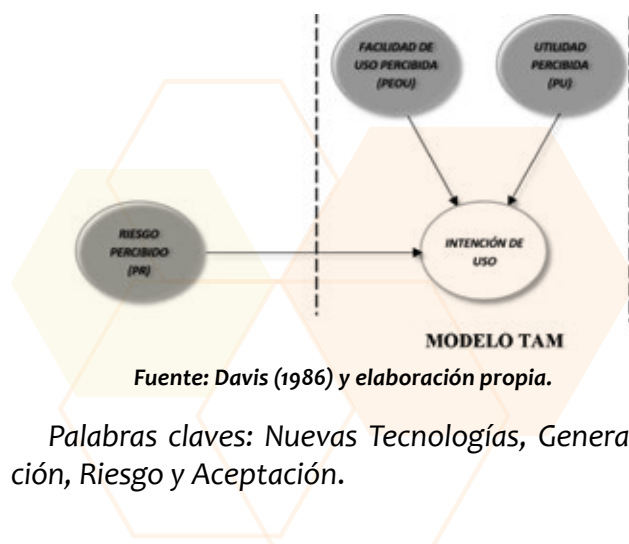
### 4. Resultados

Los eventos específicos propios de cada país y los eventos globales, que se experimentan en tiempo real gracias a las NTICs, delimitan los niveles de riesgo que cada generación asume en el proceso de adopción tecnológica.

### 5. Conclusiones

Se propone implementar el modelo básico de Modelo Teórico de Aceptación Tecnológica (TAM).

Gráfica 1: Modelo Teórico de Riesgo Percibido y Aceptación de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs)



Palabras claves: Nuevas Tecnologías, Generación, Riesgo y Aceptación.



## Establecimiento de una línea de base de la cultura de la seguridad de los pacientes a partir de la identificación de las brechas entre habilitación y acreditación en un hospital de la ciudad de Palmira

Oscar Marino Lopez Mallama\*

El Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud, se encuentra contemplado en la Ley 100 de 1993 del Sistema General de Seguridad Social en Salud - SGSSS, el cual está reglamentado por el decreto 1011 de 2006, la Resolución 1043 de 2006, la Resolución 1445 de 2006 y la Resolución 1446 de 2006 con sus respectivos anexos técnicos, de la misma manera pretende generar, mantener y mejorar la calidad de los servicios de salud en el país.

Se realizó una autoevaluación con los estándares de Acreditación de atención del cliente asistencial establecidos por el Sistema Único de Acreditación, se Verifico las condiciones de Habilitación y se aplicó la encuesta de percepción sobre la Cultura de la Seguridad del Paciente para lograr establecer una línea base sobre la percepción que tienen los colaboradores sobre la cultura de seguridad y utilizarla como una herramienta de gestión que impacte en el mejor desempeño del sistema y en la salud de los habitantes de Palmira y de su área de influencia.

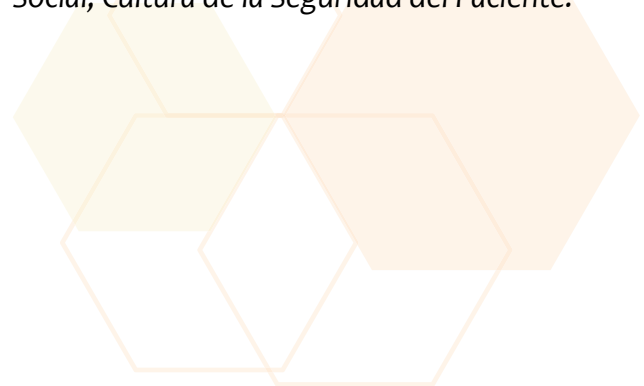
La verificación de las condiciones de habilitación podemos observar que los grupos de estándares con cumplimiento por debajo del 50%; El Sistema Único de Acreditación encontramos que el Hospital refleja grandes debilidades en las dimensiones de implementación y resultado del grupo de estándares de atención al cliente asistencial, impactando en los relacionado con los derechos de los pacientes y con el proceso de atención su seguridad; En la dimensión de la cultura correspondiente a procedimientos también se percibe que existen dificultades en el manejo de la información de los pacientes cuando es transferida de una unidad a otra.

Las debilidades presentadas frente a la Acreditación son un reflejo del incumplimiento de las condiciones de Habilitación, especialmente en el Seguimiento al Riesgo que se articula con la Seguridad del Paciente.

*Palabras clave: Habilitación, Acreditación, Seguridad del Paciente, Calidad de la Atención en Salud, Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad en Salud, Sistema General de Seguridad Social, Cultura de la Seguridad del Paciente.*

---

\* Grupo de Investigación Calidad y Productividad en las Organizaciones.





## Experiencias y casos exitosos de los comités universidad-empresa-estado (CUEE) en Colombia: análisis desde la gestión pública\*

Maria Camila Morinelly<sup>1\*</sup> y Maritza Rengifo Millán Ph.D<sup>2\*</sup>

### Resumen

En el contexto mundial de la sociedad del conocimiento, la vinculación de las Instituciones de Educación Superior (IES) con las empresas, se ha incrementado. Las empresas necesitan los conocimientos generados en las universidades, y éstas requieren de fuentes de financiamiento para cubrir necesidades en el campo de la investigación. Es claro que en los últimos años se ha producido un incremento en la autonomía de las universidades, posiblemente porque los gobiernos han percibido la dificultad e inconveniencia de seguir manteniendo un control rígido sobre ellas en un mundo tan cambiante (Neave y Van Vught, 1991, 1994). Este incremento de la autonomía es fruto de una nueva manera de afrontar la gestión de las

\* El presente Resumen de ponencia corresponde al preámbulo de la investigación “Caracterización de la relación Universidad – Empresa – Estado” realizada por los Grupos de Investigación de Calidad y Productividad de las Organizaciones y del Grupo de Solvencia y Riesgo Financiero en el trabajo desarrollado en la línea de Control, Gestión y Procesos en Organizaciones Públicas y Privadas.

1. Estudiante de Maestría en Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle. Economista de la Universidad de la Universidad Autónoma de Occidente.

E-mail: mmorinelly@gmail.com

2. Ph. D en Administración y Gestión de la Educación de la Universidad de Montreal (Canadá). Magister en Administración (MBA) de la Universidad del Valle. Contadora Pública especialista en Economía Internacional de la Universidad de Barcelona (España). Profesora de la Facultad de Ciencias de la Universidad del Valle.

E-Mail: maritza.rengifo@correo.univalle.edu.co

\* Grupo de Investigación Solvencia y Riesgo Financiero.

instituciones públicas por parte del propio Estado. Esta nueva concepción de la gestión pública es conocida como *New Public Management*.

Los estudios realizados sobre la relación Universidad-Empresa-Estado, incorporan diferentes modelos, cuyo resultado es la innovación, en la que participan tanto los usuarios potenciales como los desarrollos de la ciencia y la tecnología (Kline & Rosemberg (1986). Así, el modelo que predomina en el contexto mundial y que es citado por diferentes autores es el modelo Triple Hélice de Etzkowitz y Leydesdorff (2000) en el que se parte de una visión estratégica y dinámica donde se interacciona en una triple relación. Por lo que analizar los antecedentes, importancia y resultado de esta correspondencia tripartita es el objetivo de la investigación.

La metodología de esta investigación es de tipo descriptiva y exploratoria acerca de los aspectos de la relación Universidad, Empresa y Estado, desde un enfoque cualitativo y cuantitativo. En la ponencia se presenta un preámbulo de la investigación acerca de algunos resultados encontrados de las experiencias exitosas de los CUEE en Colombia; así como la literatura científica en la temática, teniendo como regulador al Estado.

*Palabras clave: sociedad del conocimiento, Universidad- Empresa- Estado, innovación, ciencia, tecnología, gestión pública, New Public Management.*