



UNIVERSIDAD LIBRE
Vigilada Mineducación



Gaceta empresarial 112

Capacitación, asesoría y consultoría empresarial

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Septiembre 2023

ISSN 2344 - 777X



CONTENIDO

Editorial	3
Proyectos.....	1-17
Normas y vencimientos	18
Eventos	19-22

CARACTERIZACIÓN DEL TERCER ESLABÓN DE UNA CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ ESPECIAL EN EL MUNICIPIO DE SEVILLA - VALLE DEL CAUCA

Por: Valentina Ortiz Ospina
Ingeniería Industrial
Universidad Libre, Cali

Esta investigación busca aportar estrategias de solución a uno de los retos más grandes para la agroindustria del Valle del Cauca: la articulación efectiva de actores productivos en el sector del café especial, en este caso puntual para el eslabón de comercialización. En Colombia el café es uno de los productos con mayor aporte al PIB nacional. Gracias a la Ley 0811 del 2003 se busca crear en las organizaciones acciones de mejora para su productividad, competitividad y el desarrollo de alianzas estratégicas. En 2012

el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó el programa Rutas Competitivas para redefinir estrategias para la competitividad. El presente proyecto busca diseñar el eslabón comercial de la iniciativa clúster de café especial de Sevilla, capital cafetera de Colombia, mediante mecanismos de asociatividad empresarial, trabajo de campo y caracterización de los actores involucrados en la cadena productiva de cafés especiales de Sevilla (Valle del Cauca).

Palabras clave: asociatividad empresarial, cadenas productivas, clúster Valle del Cauca, café especial, comercialización.





INTRODUCCIÓN

2

Se entiende la comercialización como la ruta que toma un producto desde la fábrica hasta las manos del proveedor y posteriormente al consumidor final. El objetivo, aparte de que los clientes lo consuman, consiste en que sobre su marca se obtenga un reconocimiento en dicho mercado.

Puntualmente, en Sevilla se tienen conocimientos y datos sobre más de 100 marcas de café cuya meta, aparte de producir un café de alta calidad, es dar a conocer su marca como productora de café en los distintos métodos de preparación y tipos de café que se encuentran como lo son el café suave lavado o pergamino, honey verde, amarillo y rojo y, como tercer tipo, el café secado al natural. Hay un promedio de 50 tiendas de café cuya actividad es netamente comercial y que oferta productos de café y sus derivados.

En muchas tiendas son ellos quienes también tienen la finca cafetera y asumen el rol de productores y comercializadores, mientras que en otras se dedican netamente a la comercialización de productos de terceros. También es válido tomar en cuenta que no solo se están contando las tiendas netamente de café, ya que también hay otras de artesanías, restaurantes, panaderías, hoteles y cafeterías que ofrecen dentro de su menú el café de los productores de Sevilla.

La primera vez que se habló del término café especial fue en una entrevista en el Tea & Coffee Trade Journal, en 1974, en la que Erna Knutsen de Knutsen Coffee Ltd ejemplificó y definió al especial como un café que bajo microclimas geográficos especiales produce granos con perfiles de sabor único y diferenciador. (Fórum Cultural del Café, 2019).

Para la Federación Nacional de Cafeteros FNC, la producción de café especial trae consigo una diferenciación muy atractiva para los consumidores de todo el mundo y por la que están dispuestos a pagar un mayor precio. Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción. (Federación de Cafeteros, s.f.)

Para la identificación y clasificación del café existe el puntaje SCAA el cual fue creado por la Asociación de Cafés especiales de América; en esta escala, mediante una cata realizada por profesionales, se logra clasificar el café de origen especial, de acuerdo con 10 distintas características organolépticas relacionadas con la calidad de bebida. Dichas características son:

Tabla 1
Características del café

#	Característica	Qué se evalúa	Puntaje
1	Aroma	Fragancia en seco y en infusión	1 - 10
2	Sabor	Intensidad, calidad y complejidad de las notas	1 - 10

GACETA EMPRESARIAL

Presidente Nacional: Jorge Alarcón Niño

Vicepresidente Nacional: Jorge Gaviria Liévano

Rector Nacional: Édgar Ernesto Sandoval Romero

Rectora Seccional Bogotá: María Elizabeth García G.

Decana Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (E): Amparo Elizabeth Pérez P.

Comité Editorial: Javier Eduardo Lobo Marioti, Miguel Antonio Alba Suárez, Hugo Eduardo Celis

Director Proyección Social Unilibre Seccional Cali: Armando José Vargas Salcedo

Editores: Yenni Marilyn Muñoz, Gonzalo Guerrero Amaya

Corrección de estilo y diagramación: Oficina de Comunicaciones

EDITORIAL

Amigos, comunidad Unilibrista nacional...

Nos complace presentarles el No. 112 de la Gaceta Empresarial. La presente edición da continuidad al proceso iniciado en la edición 109, en el sentido de ampliar la cobertura de este medio en el panorama nacional, es decir, hacia las siete seccionales de la Universidad Libre y darle a nuestro medio institucional el carácter de NACIONAL.

En este sentido, resaltamos la efectiva participación de la Seccional Cali, esta vez con los interesantes trabajos denominados *Caracterización del tercer eslabón de una cadena productiva de café especial en el municipio de Sevilla - Valle del Cauca, Proyectos de emprendimiento familiar desde las prácticas formativas de enfermería, y MEMPO, revoluciona tu vejez: Emprendimiento y proyección social en psicología Universidad Libre Cali*, que son nuestros artículos centrales, y que son producto de investigación de los programas de Ingeniería Industrial, Enfermería y Medicina de esa seccional.

También, como ya es usual, se presenta una nota especial que les recuerda a los contribuyentes sus principales obligaciones tributarias del período, lo mismo que lo más significativo de las actividades extracurriculares de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, y los eventos organizados y ejecutados por CEIDEUL.

Así, profesores, estudiantes, directivos y administrativos de todos los niveles, y en todas las seccionales del país, tienen la posibilidad de leer y compartir este producto Unilibrista. Por esta vía, la Gaceta Empresarial manifiesta que son bienvenidos los comentarios y sugerencias encaminados a mejorar nuestros contenidos, con el ánimo de contribuir a la construcción de la información pertinente relacionada con el empresarismo y el emprendimiento que persigue, como fin primordial, el desarrollo y puesta en práctica de la proyección social de la Universidad Libre. ■

Cordial saludo, Unilibrista.

#	Característica	Qué se evalúa	Puntaje
3	Acidez	Favorabilidad o avinagramiento	1 - 10
4	Cuerpo	Sensación de la intensidad de la bebida	1 - 10
5	Uniformidad	Consistencia de la bebida en distintas tomas	1 - 10
6	Taza limpia	Desarrollo de la bebida en distintas tomas	1 - 10
7	Puntaje catador	Origen del café y sus características únicas	1 - 10
8	Sabor residual	Sensación de la bebida a través del tiempo	1 - 10
9	Balance	Equilibrio entre sabor, acidez, cuerpo y sabor residual	1 - 10
10	Dulzura	Dulzura natural o amargura	1 - 10

Fuente: Puntaje SCAA Komacol

La clasificación del café se realiza de acuerdo con los atributos presentados en la taza; en Colombia se realiza con los estándares de la Asociación de Cafés Especiales de América SCAA, la Federación Nacional de Cafeteros FNC y el Centro Nacional de Investigaciones de Café CENICAFÉ. A continuación, la tabla de clasificación del café:

Tabla 2
Puntajes del Café Especial

Puntaje	Clasificación
Menos de 40	Fuera de rango
40 - 49	Rango bajo
50 - 59	Rango comercial
60 - 69	Rango intercambio
70 - 74	Calidad promedio
75 - 79	Usualmente de buena calidad
80 - 84	Premium
85 - 89	Especial
90 - 94	Premium especial
95 - 100	Premium superespecial

Fuente: (Arcila, Farfán, Moreno, Salazar, & Hincapié, 2007)



Las conclusiones de la cata se establecen de acuerdo con la Rueda de Sabores del Catador de Café de la SCAA.

Ilustración 1 Tabla SCAA



Fuente: La Canaleta. Cata de café.

DESARROLLO

Cuando se habla del café se referencia indirectamente a todo el proceso que hay detrás de lo que se ve que es solo su eslabón final, la comercialización. En Sevilla puntualmente se constata que no existe el diseño claro del eslabón comercial del café especial, así como tampoco el de producción ni transformación, debido a la falta de una estructura asociativa de los integrantes de dichos eslabones.

En este hilo de ideas, como solución en vía de combatir esta falta de asociatividad y lograr una conexión o enlace entre los interesados, aparece Clúster de Café Especial de Sevilla, Capital Cafetera de Colombia, una iniciativa que desde el 2015 llevaba dos intentos de salir a flote sin resultados óptimos, y que busca guiar a los cafeteros de la región con las labores propias del café especial, manejando todos los temas relacionados con las fases y los

eslabones del café con el fin de que sea potencializado el nivel de competitividad en dicho sector.

En un tercer intento se hizo la vinculación con la Universidad Libre, Seccional Cali, en la que, gracias al acuerdo de cooperación interinstitucional 007 con la Cámara de Comercio de Sevilla, se realizó una estrategia conjunta por parte de la Universidad Libre y su semillero de investigación inscrito a la línea SIGO (Sistemas Integrados de Gestión de Operaciones) “Fortalecimiento de Encadenamientos Productivos”, y actuando de acuerdo con algunos ODS de la ONU: 1) Fin de la pobreza, al proponer precisamente estrategias de mejoramiento productivo para familias productoras de café. 2) Hambre cero, al proponer alianzas asociativas entre actores claves de cada entorno que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de las familias campesinas y productoras de café. 9) Industria, Innovación e Infraestructura, por tratarse de metodologías de fortalecimiento productivo.

Para que este clúster sea funcional y desarrolle su función de potencializar el sector de café especial debe formular un plan estratégico aplicado a cada uno de los eslabones antes mencionados y así generar una herramienta completa de competitividad sectorial para el municipio de Sevilla, que presenta el escenario propicio para trabajar con productores de café, en ocasiones artesanales, informales, de tradición familiar campesina o emprendedores a quienes se busca beneficiar directamente para el desarrollo de sus proyecciones cafeteras.

De esta manera, en otros municipios ya se está haciendo y se han creado clústeres que han potencializado las regiones y los servicios o productos que estos ofrecen, como en el departamento del Huila que se cuenta con la denominación de café origen con reconocimiento internacional; también cuenta con el centro de investigación Cesurcafé, de la Universidad Surcolombiana que tiene en Pitalito la Escuela Nacional de la Calidad del Café con apoyo del SENA y certificados por la SCAA.

Está también la iniciativa Clúster del Tolima cuyo principal enfoque es la “Experiencia Individual”, la cual se basa en ambientación de los entornos de consumo de café para crear una experiencia organoléptica que beneficie y potencie el desarrollo agroindustrial de la región, brindándole al cliente la trazabilidad y garantizando la calidad de los productos.

Una iniciativa similar en torno al café especial se está estructurando en Norte de Santander ya que tiene distintos convenios empresariales con diferentes empresas en el extranjero en países como Reino Unido, Rumania, Corea del Sur, EE. UU., Australia, Japón, Países Bajos, entre otros.

Para la identificación de las empresas y marcas de café que hay en el municipio de Sevilla se trabajó en conjunto con la empresa Special Coffee, que es la transformadora que más marcas de café tiene afiliadas y transforma su café con ellos para su posterior comercialización.

TALLERES DE ARTICULACIÓN CON CAFETEROS DE SEVILLA, VALLE DEL CAUCA

Gracias al convenio 007 de la Universidad Libre, Seccional Cali con la Cámara de Comercio de Sevilla Valle del Cauca, se adelantaron ejercicios de capacitación y articulación con los cafeteros líderes pertenecientes a la Iniciativa Clúster de Cafés Especiales de Sevilla, capital Cafetera de Colombia. Dichos talleres se realizaron los días 7 y 8 de abril de 2022. Como resultado de estos talleres se realizó la caracterización del eslabón de producción, transformación y comercialización, identificación del objetivo de la calidad y de la cultura cafetera, así como la identificación de distintas brechas en el sistema de los cafeteros y el producto.

OBJETIVO DE LA CALIDAD: fortalecer los procesos de producción de café de alta calidad con denominación de origen Sevilla Capital Cafetera de Colombia, que cumpla con unas características particulares que generen reconocimiento nacional e internacional.

OBJETIVO DE LA CULTURA CAFETERA: promover el desarrollo de una cultura de producción cafetera que integre a todos los sectores de la cadena productiva de los cafés

especiales de Sevilla y su área de influencia, manteniendo el respeto por los atributos de la declaratoria del patrimonio cultural cafetero de Colombia.

BRECHAS: se identificó que la caficultura de Sevilla atraviesa por situaciones que los líderes del clúster identifican como obstáculos o brechas en:

HUMEDAD: si el café viene con un secado previo que esté por debajo del nivel requerido pierde el caficultor porque el café al ser procesado a altas temperaturas pierde calidad y por ende su precio baja; y si está por debajo del nivel pierde el transformador ya que el proceso que se le tiene que invertir al café va a ser más largo y tedioso.

TRANSPORTE: la infraestructura vial del Valle del Cauca no es la óptima para el transporte de alimentos; adicional a esto los caficultores no acostumbran a utilizar las bolsas recomendadas para el cuidado del café lo que hace que, sumado a las vías en mal estado, pierda calidad a la hora del procesamiento.

COSTOS: las marcas propias ya no quieren procesar su propio café sino hacerlo mediante tercerización, debido a que no es rentable para ellos comprar las máquinas para su procesamiento ya que este en mayor parte es en pequeños volúmenes, pero, por el contrario, si se trabaja con volúmenes amplios de producción es una inversión a futuro el realizar la compra de maquinaria ya que minimizaría los tiempos y costos que implican tener un transformador por aparte.



INSEGURIDAD: no hay garantías para el transporte en el sector de la agricultura, porque tanto en las fincas, como en el transporte del producto son víctimas de atracos y atentados por parte de grupos armados al margen de la ley.

EDUCACIÓN FINANCIERA: la falta de conocimientos técnicos, contables y financieros toma importancia en el momento de generar una conciencia sobre el producto porque ante más calidad en los procesos del café especial es mayor el ingreso de dinero.

DESPERDICIO DEL SUBPRODUCTO: cada uno de los residuos que se generan por producción y procesamiento del café tiene características suficientes para generar subproductos como azúcares, mieles, insumos para confites, entre otros, pero si no se aprovecha esta oportunidad se convierte en una amenaza ya que es una opción para generar valor agregado a la marca, al producto y al proceso.

CREACIÓN DEL ESTÁNDAR DEL CAFÉ ESPECIAL: no existe un manual de estandarización de preparación de café especial en Sevilla, de modo que se hace necesario realizar estudios de preparación, talleres de barismo, entre otras ayudas, para que el café de Sevilla sea elaborado con las más altas exigencias en su preparación y así asegurar un café de calidad para sus consumidores.

6 CONEXIÓN CON LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS

Los cafeteros de Sevilla no tienen ni quieren una conexión directa con la Federación Nacional de Cafeteros porque, según ellos, los precios y motivaciones que emplea la federación para la comercialización de café especial no compensan los esfuerzos tanto físicos, como económicos, que conlleva el cambio de café tradicional a café especial. Por ende, los cafeteros han optado por un modelo de comercialización directa con los clientes, que realizan exportaciones a todo el mundo, pero en cantidades reducidas.

De acuerdo con las brechas, dificultades, y condiciones del mercado que se mencionaron en los talleres, se realizaron las 5 fuerzas de Porter aplicadas a la comercialización del café especial de Sevilla, capital cafetera de Colombia

a. Rivalidad entre competidores

Las fincas cafeteras en el municipio de Sevilla tienen como punto final en su cadena de producción llegar a la comercialización de su producto para las tiendas o a los clientes que se tengan ya destinados. Se entiende la comercialización como la ruta que toma un producto desde su fabricante hasta las manos del proveedor y posterior-



mente al cliente final, con el objetivo de que los clientes lo consuman y sobre su marca se tenga un reconocimiento en dicho mercado. Puntualmente, en Sevilla se tiene conocimiento y datos sobre más de 30 marcas de café que su meta, aparte de producir un café de alta calidad, es dar a conocer su marca como productora de café en los distintos métodos y tipos que se encuentran. El grado de competencia que se tiene en la comercialización del café es alto ya que en Sevilla hay en promedio de 50 tiendas de café cuya actividad es netamente comercial que oferta productos como el café y sus derivados.

En muchas tiendas son ellos mismos los productores y en otras se dedican a la comercialización de productos de terceros. También es válido tomar en cuenta que no solo se están contando las tiendas netamente de café, pues también hay otras de artesanías, restaurantes, panaderías y cafeterías que ofrecen dentro de su menú el café de los productores de Sevilla.

b. Poder de negociación de los proveedores

El café de Colombia es uno de los más apetecidos en el mundo por lo que debe tener una regulación en cuanto a la calidad del producto. El encargado de su realización es la Federación Nacional de Cafeteros. Para un proceso efectivo en la siembra del café y así obtener buenos resultados en su comercialización su proceso debe ser diferenciador en cuanto a control de plagas, siembra, y abonos; de esta manera se obtienen las certificaciones de calidad necesari-

rias para que su producto sea diferenciador en el momento de su venta, aunque esto no es lo que rige directamente el precio pues es el valor de la carga en el mercado (dependiendo de la calidad del grano) lo que define el valor de su venta final sea a un cliente directo o un tercero que lo comercialice, por lo que la negociación con los proveedores no está en las manos del cafetero, ni de las tiendas de café, ni de los clientes porque es algo que desde los métodos de cosecha, control de plaga, abonos hasta el precio de venta está regulado por la FNC.

c. Poder de negociación de los clientes

Como ya se mencionó, los métodos de cosecha y el valor de venta no es algo en lo que se pueda entrar directamente porque el mercado está estrictamente regulado por la FNC, por lo que la negociación de los clientes en cuanto a la comercialización del café es casi nula, pues su poder tiene lugar en el momento de decisión de compra sobre el producto, es decir, a qué tienda, finca o marca de café le va a realizar su compra; en esto influye el factor de reconocimiento y el grado de calidad que necesita el cliente sobre el café, ya que las distintas marcas y productores trabajan su producto en las diferentes líneas que son requeridas y que existen para él.

También se debe tener en cuenta que no solo hay compradores para el café como producto principal sino para todos sus derivados; entonces, mientras más productos y de mejor calidad oferte la tienda, más clientes va a poder integrar a su mercado por la variedad de productos que le ofrece y el cliente tendrá el poder de elegir sobre ellos.

d. Amenaza de nuevos competidores

Los nuevos productores que ingresan en el mercado son conscientes de la alta competencia a la que se enfrentan, pues hay fincas cafeteras que llevan décadas comercializando el café, que tiene los documentos para su venta, sus clientes fijos, su mercado definido, sus procesos son distinguidos y su marca es altamente reconocida. Sin embargo, los nuevos competidores ingresan de igual forma en el mercado con sus marcas propias ya que, bien sabemos, el café es un producto de consumo masivo y diario. La ventaja que tienen todos estos nuevos entrantes es su capacidad de manejo de información, redes sociales y canales de mercadeo para su producto, que al final es el medio por el cual las personas ven su marca, sus tipos y saben de su existencia.

e. Amenaza de nuevos productos o servicios

En el mercado de un producto como el café siempre se va a contar con la amenaza de nuevos productos debido a que los derivados que se sacan de él son múltiples, constantes y de gran acogida para los consumidores. Ejemplos pueden ser: vino, yogurt, galletas, arequipes, aceites, mer-

meladas, pan, dulces, helados y hasta cosméticos, pero esto no finaliza ahí; se debe tener en cuenta que día a día ya no solo la industria de los alimentos es la interesada en sacar provecho de los derivados del café, sino ahora las empresas de cosméticos, cuidado personal, artesanías, entre otras, son las que presentan ideas de negocios atractivas y funcionales por lo que la comercialización del café cada día sube su demanda tanto para los clientes frecuentes como para las empresas que lo requieren y utilizan materia prima colombiana. No es un secreto que algunas empresas lo importan ya sea por factores económicos o por lo que prometen al consumidor con su marca.

También se debe tener en cuenta que la importación de café tuvo un momento crucial hasta diciembre de 2021 por las protestas que se vivieron en el país y que imposibilitaron las cosechas y el transporte del producto, además de su alto costo, por lo que ingresó el mercado cafetero de otros países como Brasil, Perú y Ecuador para satisfacer la demanda que se tenía sobre el café, lo cual incrementó la compra de café externo en más de 20 millones de dólares.

CONCLUSIONES

El tercer eslabón de la cadena productiva del café especial ha sido una de las más abarcadas por los integrantes del clúster de cafés especiales de Sevilla, especialmente para aquellas personas que no tienen familiares o antepasados de tradición cafetera, lo cual puede ser gracias a que compran a diferentes fincas productivas el fruto ya sea recién cosechado o ya café pergamino seco, y lo transforman en empresas especializadas de este sector. Esto les permite obtener una gran variedad y un factor diferenciador con las demás marcas, a pesar de que posiblemente provengan de la misma finca. Para dar ejemplos de este modelo de negocio, se puede hablar de café Saflí cuyo café proviene de la finca Palomino, y Yoli Coffee con su café de la finca La Floresta, entre otros casos.

También están los productores que poseen su propia tienda de café; tal es el ejemplo de Café Villa Laura, con sus tiendas de café Coffe House y Brew Lab. Y, por último, se tiene el modelo de negocio de tiendas como Specials Coffee, quienes se encargan de la transformación y en algunos casos la distribución del café bajo las diferentes marcas que contratan sus servicios.

Los cafeteros de Sevilla Valle del Cauca, utilizan diversas metodologías para comercializar sus productos; sin embargo, comparten algo y es la comunicación directa con sus clientes, porque consideran que es poco el apoyo que brindan diferentes entidades tanto públicas como privadas, en temas de distribución y comercialización de café.



Por esta razón las personas que comercializan café y en particular, café especial, generaron una red de contactos en el ámbito nacional y algunos en el internacional, lo cual les permite estandarizar unos precios acordes con las necesidades del cliente y la calidad de sus productos, sin tomar en consideración lo que diferentes redes como la Federación Nacional de Cafeteros, puedan presentar, además, para evitar costos extras como comisiones a personal comercial, en distribución, entre otros.

Este modelo de comercialización directa mejora las condiciones de venta de café especial para los cafeteros; sin embargo, no los exime del inconveniente de la poca cantidad que pueden llevar consigo.

BIBLIOGRAFÍA

4 ENFOQUES. (s.f.). Obtenido de <https://4enfoques.com/cluster-norte-de-santander-cuna-del-cafe-en-colombia/>

Arcila, J., Farfán, F., Moreno, A., Salazar, L. F., & Hincapié, E. (2007). *Sistemas de producción de café en Colombia*. Chinchiná: Cenicafé.

Bernal V, O. M. (2011). *El mercado del café y la política sectorial*. Conferencia Economía Cafetera - ICESI. Fondo Nacional de Cafeteros.

Café, F. C. (2019). *Fórum cultural del café*. Obtenido de <http://www.forumdelcafe.com/>

Cayeros Altamirano, S., Robles Zepeda, F., & Soto Ceja, E. (2016). *Cadenas Productivas y Cadenas de Valor*. *Educate con Ciencia*, 6-12.

CEPAL. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Un análisis comparativo*. Santiago de Chile: CEPAL.

Clúster Café Huila. (s.f.). Obtenido de <https://clustercafehUILA.com/>

Federación de Cafeteros. (s.f.). *Federación de Cafeteros*. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/wp/programas/cafes-especiales/>

Federación Nacional de Cafeteros. (2021). *Informe de Gestión 2021*. Bogotá.

Gómez Bastos, L. C., & Lagos Escobar, L. A. (2019). *Modelo de comercialización del café artesanal de Viotá desde la perspectiva sociocultural*. Bogotá.

Grasso, L. (2006). *Encuestas: Elementos para su diseño y análisis*. Córdoba: Encuentro grupo editor.

Gruoso Hinestroza, M., Gómez, J. H., & Garay Quintero, L. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: Documentos de Investigación*

Iniciativas Cluster. (s.f.). Obtenido de <http://www.clusters-magdalena.com/cluster/cafe>

Komacol. (s.f.). *Komacol*. Obtenido de <https://www.komacol.co/puntaje-scaa>

Liendo, M., & Martínez, A. (2001). *ASOCIATIVIDAD. UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO Y*. Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, noviembre de 2001. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. ■



PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO FAMILIAR DESDE LAS PRÁCTICAS FORMATIVAS DE ENFERMERÍA

Por: *Dra. Mary Cielo Flórez García**

SÍNTESIS

En el Programa de Enfermería de la Universidad Libre de Cali, los estudiantes y profesores realizan actividades de Proyección Social con las comunidades en las cuales desarrollan las prácticas formativas de la asignatura Enfermería Básica en Atención Primaria, que se dicta en III semestre. Además de los objetivos propios de la asignatura, también se orienta en proyectos de emprendimiento que permiten generar ingresos para mejorar la economía familiar.

Por medio de la elaboración de productos de fácil preparación, almacenamiento y conservación, estos proyectos buscan generar alternativas de ingresos económicos y recursos para las familias en su sustento diario.

Es así como se desarrollan varias ideas de emprendimiento con las familias de una comunidad de Cali, teniendo en cuenta sus recursos, habilidades y los riesgos para su elaboración; con la venta de estos productos pueden obtener un lucro, o pueden ser consumidos -utilizados por la misma familia.

Palabras clave: práctica, enfermería, proyecto, emprendimiento, familia.

INTRODUCCIÓN

El programa de Enfermería de la Universidad Libre, Cali, en su plan de estudios del III semestre, tiene la asignatura de Enfermería Básica en Atención Primaria, cuyo propósito central en el proceso de formación de los estudiantes es promover desde el sentir humano el cuidado de las personas, familias y comunidades, mediante sus experiencias de vida, la incorporación de conocimientos y el fortalecimiento de estas habilidades durante las prácticas formativas, teniendo en cuenta los factores socioculturales, económicos, políticos, entre otros, de los sectores donde se realizan las prácticas y porque, en definitiva, dichos factores influyen en las condiciones de vida de las personas.

En este sentido, en el compromiso social de la Universidad con la población de la región pretende lograr un acercamiento a la realidad de algunos sectores de Cali y desde allí promover esa interacción con las personas, donde se fortalezcan actitudes y comportamientos fa-

vorables frente a la salud, su responsabilidad en el autocuidado, la utilización adecuada de los servicios de salud y los recursos con los que cuentan las familias.

Es así como en los primeros acercamientos a los sectores de La Arboleda y La Sirena de la comuna No. 18 de Cali, en los cuales se desarrolla la práctica formativa de la asignatura mencionada anteriormente, y por medio de entrevistas con las familias, se encontró que no solo era común encontrar dudas alrededor del autocuidado y la salud, sino también dificultades de tipo económico para solventar los gastos familiares y es allí donde nacen, con estudiantes, profesores y las personas de la comunidad, las ideas de los emprendimientos que se presentarán en este documento.

DESARROLLO EL EMPRENDIMIENTO Y LA SALUD

El emprendimiento cobra cada vez más importancia en diversos círculos académicos y empresariales en Colombia que lo ven como una oportunidad para estudiar, investigar y proponer alternativas de desarrollo común, desde la oportunidad de emprender con la distribución de la riqueza por medio de la generación de empleos o hasta ayudar en muchas comunidades que están bajo la influencia de diversos fenómenos sociales. En esas circunstancias se encuentran oportunidades para apoyarse, capacitarse y beneficiarse de ideas o innovaciones que provienen de su identidad y lugar de residencia (Cardona, 2015).

Lo expuesto sugiere, de cierta manera, que lograr una conceptualización del emprendimiento es una tarea que diversos campos de investigación han intentado caracterizar, sin lograr una homogeneidad en este proceso. No obstante, cada investigación, hipótesis o estudio han derivado en premisas comunes que exponen el espíritu de superación, la innovación y el deseo de progreso, como aspectos descriptivos de este tema en particular o todo aquello que sucede alrededor de la persona, lo que hace que se conecten y creen soluciones o cambios para elevar su nivel de vida y obtener el objetivo inmediato que se haya definido para subsistir (Patiño, 2018).

Desde la mirada de la enfermería, todo lo anterior se integra en la necesidad de crear una propuesta pedagógica en la que se articulen la comunidad y la academia, estudiantes y profesores, por medio de la ideación de proyectos de emprendimiento que permitan adaptarse a las necesidades locales de las personas, las familias y las posibilidades globales del sector, y así fomentar la participación integral de la comunidad en los procesos organizacionales de interés individual y colectivo, reconociendo los aspectos culturales de los habitantes del sector.

Es así como la participación social de la comunidad logra articular los procesos académicos de formación de estudiantes de enfermería en la orientación de proyectos de emprendimiento y la gestión de las acciones relacionadas con el tema; además, es necesario resaltar que estos proyectos son una alternativa para que las personas ocupen su tiempo libre en actividades productivas y contribuir al manejo oportuno de aquellas situaciones emocionales que en muchas ocasiones pueden ser motivo de problema que afectan su salud. La importancia de este proyecto radica, entonces, en el impacto social que puede tener en un futuro ya que la información ofrecida puede llegar a otras personas y contribuir indirectamente a mejorar su salud.

LA COMUNIDAD Y EL EMPRENDIMIENTO

La práctica formativa de los estudiantes de enfermería se realiza con familias de los sectores de La Arboleda y La Sirena, de Cali, las cuales se encuentran ubicadas en la comuna 18 que, según el documento “Cali en Cifras 2022” del Departamento Administrativo de Planeación de la Alcaldía de Santiago de Cali, cuenta con alrededor de 115.529 habitantes, quienes en su mayoría son originarios del occidente del país y trabajadores del campo.

La población beneficiaria fueron 228 familias de los sectores mencionados anteriormente, que viven en estrato 1; algunas de ellas no cuentan con ingresos estables, están conformadas en su mayoría por más de 5 integrantes, compuestas por mujeres cabeza de hogar con escolaridad no mayor a la educación media y participan voluntariamente en las prácticas formativas comunitarias que realizan los estudiantes de III semestre del Programa de Enfermería de la Universidad Libre, Seccional Cali.

Así como deciden participar voluntariamente en las prácticas formativas de los estudiantes de enfermería, también deciden involucrarse voluntariamente en las ideas de emprendimiento orientadas por estudiantes y profesores, con el objetivo principal de generar alternativas de ingreso económico para sus familias y además de generar ingresos extras puedan mejorar su calidad de vida, así como también brindar oportunidades laborales a personas que no cuentan con un trabajo estable, es decir, crecer económicamente con productos de fácil elaboración, de bajo costo y con alta demanda en el mercado.

Estos proyectos también motivan a las personas a aprender y a obtener nuevos conocimientos sobre algo novedoso que, al ser llevados con orden, responsabilidad y disciplina, pueden generar grandes resultados y como consecuencia pueden afectar positivamente la salud de las personas involucradas.



Calles del sector de La Arboleda. Cali. Archivo propio.

EL INICIO Y EL PASO A PASO DEL TODO

Las familias voluntarias que participaron en los proyectos de emprendimiento fueron las mismas familias voluntarias de las prácticas formativas con los estudiantes y con las cuales, como valor agregado a esta participación, se planearon con ellas las ideas de emprendimiento; cabe anotar que también se vinculan otras familias del sector que deseen participar.

Se identificaron los recursos con los que cuentan las familias y las necesidades económicas. Se orienta en la elaboración de los productos por medio de estrategias metodológicas encaminadas a integrar los conocimientos y a fortalecer las habilidades. Los encuentros educativos con las familias se desarrollan un día a la semana durante tres sesiones y al finalizar todas las sesiones se les entrega un certificado de asistencia a los talleres y un paquete de insumos para poner a rodar su emprendimiento y la elaboración del producto en casa.

Se reúne a las personas en la caseta comunal o en la institución educativa del sector, donde las familias reciben la orientación con un componente teórico para

elaborar los productos; en este componente teórico se tienen en cuenta aspectos como:

- Qué es un proyecto de emprendimiento
- Qué es emprender y cómo empezar a hacerlo
- Importancia de un proyecto de emprendimiento
- Requerimientos legales para desarrollar un proyecto de emprendimiento
- Utilidad del producto seleccionado en el emprendimiento
- Medidas de prevención para elaborar el producto
- De qué manera comprar los insumos para economizar y no malgastar
- Cómo se vende o promociona un producto
- Cómo se almacena el producto.

Después se continúa con un componente práctico en el cual se comienzan a crear los productos. En la orientación para el inicio del emprendimiento se realizaron tres sesiones:

Sesión 1: se presenta el proyecto a las familias y se da a conocer la forma de trabajo; todo esto se realiza me-



diante ayudas didácticas como rotafolios, franelógrafos, láminas, tarjetas, entre otros, con el fin de que se comprenda el propósito del proyecto.

Sesión 2: se especifica la forma en la que se elabora el producto, los materiales que se requieren, los valores y posteriormente se pasa a la demostración de cómo realizarlos.

Sesión 3: se hace un recuento de la productividad del proyecto con el fin de evaluar las ganancias de este para las familias y los resultados que se podrán ver a largo plazo.

Los proyectos de emprendimiento realizados hasta el momento con las familias reciben un nombre y estos son:



“Iluminando los hogares”

“Limpia amor”



“Esencialmente para ti”

“Exfoliarte, el cuidado de tu piel”



“Embellaciendo los hogares”

• **Iluminando los hogares**

Es un proyecto que pretende explicar y demostrar la manera como las familias pueden fabricar diferentes tipos de velas, teniendo en cuenta sus recursos, habilidades y riesgos para su elaboración; estos productos pueden ser utilizados por la familia u obtener un lucro con ellos luego de su venta.

• **Limpia amor**

En este proyecto se aborda la elaboración de productos de aseo de bajo costo para el hogar, por medio de estrategias metodológicas orientadas a integrar los conocimientos y a fortalecer las habilidades en la comunidad, con el fin de hacer que los hogares tengan un ambiente agradable, promover el aseo y la higiene.

• **Esencialmente para ti**

Este proyecto busca ofrecer a las familias una orientación para la elaboración de un producto que sea económico, de fácil acceso y preparación, con el objetivo de generar ingresos y recursos para su sustento diario; es un proyecto que pretende explicar y demostrar la manera como las familias pueden hacer diferentes tipos de fragancias de uso personal.

• **Exfoliarte, el cuidado de tu piel**

Integra un kit con múltiples beneficios enfocados todos al autocuidado; el primer producto es un exfoliante corporal, el segundo un exfoliante para el rostro cu-

yos beneficios son: limpieza en profundidad de la piel para eliminar células muertas, renovar y tonificar la piel aporta suavidad y uniformidad, activa la circulación y reduce el envejecimiento, mayor permeabilidad de la piel al desobstruir los poros. El tercer producto, elaborado con insumos naturales, es un jabón de avena que contribuye con la exfoliación para limpiar y aliviar alergias, irritación, picazón y quemaduras ocasionadas por el sol, además de que por las grandes propiedades de la avena previene y sana el acné pues absorbe el exceso de grasa en la piel y cierra los poros, elaborados con productos naturales.

• **Embellaciendo los hogares**

Es un proyecto que pretende explicar y demostrar la manera como las familias pueden elaborar un tejido en material de algodón (macramé) y materas en material reciclable, con el fin de tener un entorno en sus viviendas que les genere agrado y salud, como también para la comercialización.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Desde la formación de los profesionales de enfermería es necesaria la creación de estrategias significativas de aprendizaje, como este tipo de experiencias en las que se orienta al estudiante en proyectos de emprendimiento, que exijan un trabajo desde lo personal y que permitan desarrollar habilidades desde el sentir, el saber y el saber

hacer, que ayuden a evidenciar el papel transformador de los profesionales de enfermería en la salud de las personas, familias y comunidades. Además, como futuros profesionales de enfermería, se debe buscar incentivar la participación de la comunidad en trabajos colectivos donde no solo se quiera buscar un beneficio personal de manera individual, sino realizar trabajos en equipo que los involucren como comunidad y puedan ofrecer como grupo un producto elaborado por ellos mismos.

Trabajar por proyectos de cuidado familiar y comunitario, contar con mecanismos y estrategias de soporte en la comunidad anclados al desarrollo de capacidad colectiva y a las condiciones socioeconómicas, les facilita ampliar el desarrollo de las personas colectivamente para la obtención de recursos; además, con este tipo de experiencias, las personas de la comunidad mostraron gran aceptación e interés por lo aprendido; consideran que es necesario aprender acerca de este tipo de proyectos, ya que son oportunidades que a ellos les favorecen mucho.

El emprendimiento globalmente es analizado y estudiado por su innegable impacto en la sociedad y su desarrollo. El orientar adecuadamente los proyectos de emprendimiento en las familias es beneficioso no solo para aspectos como la formación académica y la generación de nuevas fuentes de trabajo, sino también para todos los aspectos relacionados con la promoción del desarrollo global en tiempos de competencia.

* Docente Universidad Libre, Seccional Cali. Enfermera. Especialista en Salud Familiar. Magíster en Salud Pública. Magíster en Informática Educativa. Coordinadora Proyección Social Facultad de Ciencias de la Salud, Seccional Cali.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Franco, V. B., & Arbeláez, D. A. C. (2015). La responsabilidad social empresarial y la lucha contra la pobreza. *Saber, ciencia y libertad*, 10(1), 115-124.
- Patiño, J. D., Ruiz, A., & Pitre-Redondo, R. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Revista espacios*, 39(14).
- Gómez, H. J., & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia-Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018.
- Departamento Administrativo de Planeación. Alcaldía Santiago de Cali. (2022). Cali en Cifras 2022. Disponible en: <https://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137803/documentos-cali-en-cifras/> ■

PROYECTO ADULTO MAYOR VOLVER A VIVIR CON LA LIBRE II VERSIÓN UNIVERSIDAD LIBRE - CEIDEUL

“Volver a vivir con la Libre” es un proyecto que organiza y desarrolla CEIDEUL en la Universidad Libre Seccional Bogotá, que este año llegó a su segunda versión, y está dirigido a adultos mayores de 60 años.

Para su realización cuenta con el apoyo del Banco de Alimentos de Bogotá y, en esta ocasión, con las siguientes organizaciones sociales: Fundación Social La Tía Loren, Parroquia San Felipe Apóstol, Fundación Tejer Vida, de las localidades de Engativá y Suba.

En el evento, llevado a cabo el pasado mayo en el Campus Bosque Popular, 70 adultos mayores (58 mujeres y 12 hombres) aprovecharon los espacios e instalaciones de la Universidad Libre para realizar diversas actividades de socialización (culturales, lúdicas, físicas y capacitación en TIC).

En esta oportunidad los abuelitos disfrutaron una muy variada programación: danzas, ejercicios motrices, interacción culinaria con idioma extranjero, ejercicios de actividad mental y, finalmente, demostración del funcionamiento de la impresora 3D, todo organizado por CEIDEUL con el apoyo de estudiantes, docentes y funcionarios de las Facultades mencionadas y, por supuesto, con la presencia y apoyo permanente de colaboradores de la Unidad de Emprendimiento.

La actividad Adulto Mayor “Volver a vivir con la Libre” II versión 2023 resultó placentera y agradable para los adultos mayores y estudiantes y docentes de la Universidad Libre, colaboradores en el evento. Se logró el objetivo de integrar a los abuelitos de las entidades mencionadas de la localidad de Engativá por medio de la práctica dirigida de actividades físicas, motrices, culturales y capacitaciones en TIC que resaltan la importancia del ser humano y su participación activa dentro de los grupos sociales. Además, se continuó con el propósito de integrar a las diferentes Facultades de la Universidad Libre en actividades interdisciplinarias de proyección social. ■



MEMPO, REVOLUCIONA TU VEJEZ: EMPREDIMIENTO Y PROYECCIÓN SOCIAL EN PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD LIBRE, CALI

14

Por: Dras. Verónica Lucía Molina Pertuz* y Alejandra Sapene Chapellín**

SÍNTESIS

El Programa de Psicología de la Universidad Libre y la Corporación para la tercera edad han desarrollado el proyecto de práctica Intervención psicosocial a grupos de la tercera edad para la convivencia y la participación social. Ante las innumerables necesidades que no pueden ser abordadas desde las prácticas formativas, se despierta la creatividad para crear soluciones.

Así surgió Mempo, Revoluciona tu vejez. Un proyecto empresarial para encontrar el potencial de desarrollo en la vejez, por medio de servicios psicosociales en salud mental para el envejecimiento exitoso. Su creación requirió la mentoría de la incubadora de emprendimiento Campus Nova (Centro de Innovación y emprendimiento CI- E, de la Pontificia Universidad Javeriana Cali).

Del emprendimiento a la proyección social, nació “De Cara al Envejecimiento” en el Programa de Psicología. Este tiene la proyección de interdisciplinariedad desde los diferentes programas y facultades de la Universidad Libre, para el desarrollo científico al servicio de sociedades envejecidas.

INTRODUCCIÓN

Mempo, Revoluciona tu vejez, es un proyecto empresarial para encontrar el potencial de desarrollo en la vejez, por medio de la oferta de servicios psicosociales en salud mental para el envejecimiento exitoso. Se encuentra registrada ante la Cámara de Comercio de Cali desde octubre de 2022 y su nombre es una marca registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio SIC.

En el presente documento se describirá cómo ha sido el proceso de articular las experiencias formativas y de proyección social, así como de la creación y ejecución

* VLMP, profesora Universidad Libre, Seccional Cali; Mg. Psicología

** ASCH, profesora Universidad Libre, Seccional Cali. Mg. Psicología

de una apuesta empresarial, descubriendo el emprendimiento como una vía de respuesta compleja para ser agentes del cambio en alianza con la academia y los actores sociales.

El documento finaliza con las proyecciones de interdisciplinariedad de los diferentes programas y facultades de la Universidad Libre, e integrar conocimientos y esfuerzos en pro del desarrollo científico al servicio de sociedades envejecidas.

DESARROLLO

1. Docencia, investigación y proyección social:

En el año 2018 el Programa de Psicología de la Universidad Libre inició la alianza con la Corporación para la Tercera Edad, por medio de un convenio de cooperación interinstitucional. Con esta alianza se generó un proyecto de práctica profesional y proyección social enfocado a la formación en psicología social y comunitaria en el ámbito de la psicología del envejecimiento.

Basados en la necesidad de garantizar formación teórica y metodológica para los psicólogos, se decidió participar en los procesos de acompañamiento psicosocial a los grupos de la tercera edad en Cali.

Este proceso se ha orientado en el campo de la psicología social y comunitaria, en conjunto con docentes, estudiantes, y con el apoyo de las directivas de la Universidad. En la articulación de la docencia, la proyección social y la investigación, se llevó a cabo una sistematización de experiencia por medio de la cual se definió el protocolo de intervención psicosocial a grupos de la tercera edad, para favorecer los procesos de convivencia con la mediación de las dinámicas grupales, basados en los principios teóricos de la psicología comunitaria (Molina, 2020).

Otra de las asignaturas con las que se ha participado es en Formación en Estrategias de Intervención III: Comunitarias. Por ser una materia teórico - práctica, ha servido de plataforma para que los estudiantes puedan aplicar dicho protocolo de intervención psicosocial a adultos mayores, con fundamentos de la psicología comunitaria por medio de este espacio de aprendizaje y reflexión acerca de las bases paradigmáticas de la psicología comunitaria, así como los diferentes conceptos psicosociales que entran en juego en esta disciplina.

De igual modo, estudian con detalle conceptos como la participación comunitaria, redes comunitarias, sentido de comunidad, compromiso comunitario, liderazgo comunitario y fortalecimiento. Todo esto siempre desde

la mirada que pretende que los estudiantes articulen lo aprendido en clase con lo realizado de manera simultánea en el espacio de práctica. También aplican, a través del análisis de caso, los principios de la metodología base de esta disciplina: Investigación Acción Participativa (Montero, M. 2006), lo que les ofrece herramientas acerca de cómo trabajar en estos espacios de práctica. La psicología social del envejecimiento se entrelaza con sus referentes teóricos para comprender categorías de análisis propias del desarrollo en el ciclo vital de la vejez y particularidades psicológicas de la población adulta mayor.

La integración de estas acciones formativas ha llevado a consolidar el proyecto de proyección social “Intervención psicosocial a grupos de la tercera edad para la convivencia y la participación social”, con el cual se ha logrado la correcta implementación del protocolo de intervención psicosocial a más de 30 grupos constituidos de la tercera edad, lo que ha favorecido los procesos de convivencia y participación social durante los últimos cinco años.

Desde la experiencia de intervención en comunidad con los grupos se identifican múltiples necesidades de salud mental, que no podían ser abordadas desde la práctica formativa. De las limitaciones institucionales para responder a las necesidades del contexto y los intereses profesionales de las docentes con un alto nivel de compromiso social, surge la iniciativa empresarial para aportar a la construcción de soluciones.

2. De la proyección social al emprendimiento

En la relación cercana con la realidad social que se interviene desde la proyección social, son innumerables las necesidades que no pueden ser abordadas desde las prácticas formativas. Son estas limitaciones, articuladas con el compromiso social para construir soluciones, las que dieron lugar a la iniciativa de emprendimiento.

El punto de partida fueron las horas de trabajo virtual en el tiempo de confinamiento del COVID-19. En la relación académica y profesional que se construye con egresados que habían realizado su práctica profesional en la Corporación para la Tercera Edad, surgió una primera idea en colaboración: Maior. Este fue el nombre inicial para la iniciativa de emprendimiento. También se formuló un proyecto titulado Vuelve a los Grupos, el cual tenía como finalidad orientar el proceso psicosocial de reconstitución de los grupos de adulto mayor, después del prolongado aislamiento social por COVID-19 y de los duelos asociados a todos los fallecimientos de miembros.



bros de grupos. El proyecto fue aprobado y financiado por la Corporación para la Tercera Edad para lo cual se logró la vinculación laboral de los egresados.

Maior era una idea que se alimentaba de la lectura de autores de referencia relacionada con la creación de emprendimientos; tal es el caso del libro guía de Kawasaki, (2016) para empezar un negocio. Sin embargo, era una iniciativa que no podía emerger solo con las lecturas aisladas. Necesitaba crecer y no estaba prosperando por falta de tiempo y dedicación.

Dado que el compromiso social es una característica de la Universidad Libre, el apoyo institucional para que la docente líder del proyecto pudiera iniciar la ruta de emprendimiento, le fue aprobado el cambio solicitado en la modalidad de contrato a media jornada.

El tiempo con el que cuenta un emprendedor es el primer recurso que se debe administrar. Así la docente líder tenía la responsabilidad de optimizarlo para hacer crecer una idea de negocio con la cual se pueda aportar al cambio social en pro de la salud mental de la población adulta mayor.

Es aquí donde las alianzas estratégicas toman mayor valor ya que el emprendimiento requiere mentorías y acompañamiento especializado permanente. En el año 2022 la docente líder participó en la incubadora de emprendimiento Campus Nova, la cual es uno de los programas bandera del Centro de Innovación y Emprendimiento CI- E, de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali.

El proceso vivido inició con responder a la convocatoria Plan Rescate. Se diligenció el formulario con la idea de negocio la cual debía estar relacionada a los ODS (objetivos de desarrollo sostenible). Cuando fue admitida recibió un conjunto de mentorías especializadas. La primera estuvo relacionada con las competencias del emprendedor. Por medio de la herramienta Predictor 360°, el cual es un instrumento diagnóstico de competencias empresariales se conocía el punto de partida para el aprendizaje del emprendedor.

Las mentorías se orientaban también al estudio de mercado, conocer herramientas tales como Jobs to be done y árbol de soluciones. Conocer los procesos de gestión de marca por medio de Branding y herramientas para el mercadeo digital. También se ofrecían asesorías personalizadas.

Como parte del proceso, en la búsqueda de antecedentes marcarios, se identificó que el nombre Maior no estaba disponible. Es por ello, que se realizó una nueva construcción y la confirmación de viabilidad que llevó a la creación de la marca **Mempo, Revoluciona tu vejez**. Por medio de la alianza con Campus Nova, se participó en un curso ofrecido por la SIC en el que además de aprender sobre la propiedad industrial se recibió un descuento para el registro de marca (Gráfico N°1). Por último, se llevó a cabo la constitución como persona natural ante la Cámara de Comercio de Cali.

Gráfico N°1
Logo de marca



Fuente: cortesía

La Misión de Mempo, Revoluciona tu vejez, se definió en los siguientes términos:

Acompañar a nuestros clientes y usuarios a encontrar el potencial de desarrollo en la vejez por medio de servicios psicosociales en salud mental para el envejecimiento exitoso a nivel individual, familiar, comunitario o institucional.

La Visión de se ha proyectado como:

Mempo, Revoluciona tu vejez será al 2028 una empresa reconocida a nivel territorial por promover una cultura de envejecimiento exitoso desde la perspectiva de la salud mental por medio de las acciones de impacto social.

3.Relación bidireccional: del emprendimiento a la proyección social

A partir del proceso de construcción y gestión empresarial, desde el Programa de Psicología de la Universidad Libre, en el año 2023 se dio inicio al Proyecto De Cara al Envejecimiento, el cual tiene como propósito organizar las acciones de intervención psicológica a las necesidades de salud mental de la población adulta mayor.

Por medio del proyecto optimiza la articulación de las prácticas formativas, pedagógicas y profesionales, en contextos de intervención clínica y comunitaria. Se convierte así en un eje integrador de la formación de psicólogos, la docencia, la proyección social y la investigación en el área de la psicología del envejecimiento. A su vez, pertenece a la línea de acción de proyección social denominada Intervención psicosocial a poblaciones en condiciones de exclusión psicosocial.

CONCLUSIONES

En respuesta a los problemas reales que demanda la sociedad, la disciplina psicológica asume lo que le respecta para hacer frente a las complejidades del envejecimiento poblacional.

El saber hacer en contexto sigue siendo el reto de la proyección social como función sustantiva de la educación superior. De esta manera, el proyecto empresarial Mem-

po, Revoluciona tu vejez continúa su proceso de crecimiento al igual que el proyecto De Cara al Envejecimiento en el Programa de Psicología de la Universidad Libre, seccional Cali.

Se espera que el proyecto De Cara al Envejecimiento pueda tener participación interdisciplinaria de los diferentes programas y facultades de la Universidad Libre. Desde el programa de medicina, el de enfermería y la Facultad de Derecho realizan acción de estudio y formación en torno a las necesidades específicas de la población adulta mayor. Integrar sus aportes puede ampliar los alcances y el impacto de este proyecto de proyección social. Tal como lo muestran los autores Dulcey-Ruiz, Parales-Quenza & Posada-Gilede (2018), son múltiples las necesidades y desafíos que requieren integrar conocimientos y esfuerzos en pro del desarrollo científico al servicio de sociedades envejecidas.

REFERENCIAS

- Alemán, A. (2016). Cuando el cerebro envejece. Bogotá: Ícono Editorial.
- Dulcey-Ruiz, E; Parales-Quenza, C & Posada-Gilede, R (Ed) (2018). Envejecimiento del nacer al morir. Bogotá: Siglo XXI Editoriales.
- Kawasaki, G. (2016). El arte de empezar 2.0 La guía para empezar cualquier negocio en un mundo 2.0. Bogotá: Editorial Planeta Colombia S. A.
- Molina, V. (2020). Intervención psicosocial con un grupo de adulto mayor: sistematización de experiencia. En Jiménez & Ordóñez (Ed) (2020). Construcción de Paz y Convivencia: investigaciones y reflexiones desde la psicología. (pp. 217-240). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Monter, M. (2006). Hacer para transformar: el método en la psicología comunitaria. Buenos Aires: Paidós. ■

NORMAS Y VENCIMIENTOS DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

A continuación, relacionamos algunas normas legales expedidas durante el mes de septiembre de 2023, por el Gobierno Nacional y por las diferentes entidades gubernamentales que las reglamentan. Además, incluimos los próximos vencimientos de las principales obligaciones. Estas normas se refieren específicamente a las que se aplican a entidades del sector real de la economía, del sector de la economía solidaria, y demás entidades sin ánimo de lucro (ESAL).

Normas principales expedidas en septiembre de 2023

Norma legal y fecha	Entidad emisora	Objeto
Decreto 1578 del 25 de septiembre de 2023	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Por el cual se adiciona el Presupuesto General de la Nación de la vigencia fiscal de 2023 y se efectúa la respectiva liquidación, en el marco de los Convenios de Financiamiento No Reembolsables 5172/GR-CO y GRT/CF-18408-CO para la ejecución del Programa para Mejorar la Sostenibilidad del Sistema de Salud en Colombia con Enfoque Inclusivo.
Decreto 1458 del 04 de septiembre de 2023	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Mediante el cual se reglamentan los incisos 2 y 3 del artículo 800-1 del Estatuto Tributario –ET–, modificados por el artículo 26 de la Ley 2277 de 2022 y el párrafo 8 del artículo 238 de la Ley 1819 de 2016, adicionado por el artículo 86 de la Ley 2277 de 2022, relacionados con el mecanismo de obras por impuestos.
Decreto 1362 del 17 de agosto de 2023	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Por el cual se liquidan los recursos adicionados mediante el Decreto Legislativo 1276 de 2023 al Presupuesto General de la Nación de la vigencia fiscal de 2023.

Vencimientos a partir del mes de septiembre de 2023

Descripción	Plazos
Declaración de retención en la fuente del impuesto de renta, timbre e IVA, y autorretención del Impuesto sobre la renta y complementarios: Mes de julio de 2023.	<ul style="list-style-type: none"> Septiembre: Entre el 10 y el 24 de octubre de 2023. Octubre: Entre el 8 y el 22 de noviembre de 2023. Noviembre: Entre el 11 y el 22 de diciembre de 2023. Diciembre: Entre el 10 y el 23 de enero de 2024.
Declaración de contribuyentes responsables del impuesto nacional al consumo, de bolsas plásticas y al consumo de cannabis	<ul style="list-style-type: none"> Septiembre – octubre: Del 8 al 22 de noviembre de 2023. Noviembre – diciembre: Del 10 al 23 de enero de 2024.
Plazo especial para agentes retenedores que posean más de cien (100) sucursales o agencias que practiquen retención en la fuente que a su vez sean autorretenedores del impuesto de renta – mes de septiembre y octubre de 2023	<ul style="list-style-type: none"> Septiembre hasta noviembre 24 Octubre hasta diciembre 26

Declaración del impuesto nacional a la gasolina y al ACPM: mes de septiembre y octubre de 2023.	<ul style="list-style-type: none"> Septiembre hasta noviembre 17 Octubre hasta diciembre 15
Declaración del impuesto sobre las ventas IVA, bimestre septiembre - octubre de 2023	Del 8 al 22 de noviembre de 2023
Declaración del impuesto sobre las ventas IVA, período cuatrimestral: septiembre - diciembre de 2023	Del 10 al 23 de enero de 2024
Para el caso de IVA prestadores de servicios desde el exterior, los períodos gravables y plazos para la presentación de la declaración y pago del impuesto periodo: septiembre y octubre de 2023, independientemente del último dígito del NIT.	Hasta noviembre 15 de 2023
Régimen Simple de Tributación – RST Los contribuyentes inscritos en el RST tendrán la obligación de presentar el anticipo bimestral correspondiente a septiembre - octubre de 2023 de acuerdo con el último dígito del NIT.	Del 8 al 22 de noviembre de 2023
Declaración y pago Impuesto al Carbono Los contribuyentes obligados a presentar este tributo correspondiente al período septiembre - octubre de 2023. Aplica para todos los números del Nit	Hasta el 17 de noviembre de 2023
Declaración de renta personas naturales y sucesiones ilíquidas año gravable 2022. De acuerdo a los dos últimos dígitos del NIT iniciando en: 01 y terminando en 99	Del 9 de agosto al 19 de octubre de 2023

Tasa de Interés bancario corriente y tasa de usura:

Modalidad de crédito que aplica	Interés bancario corriente (tasa efectiva anual)	Usura ¹ (tasa efectiva anual)	Vigencia
Consumo y Ordinario	26.53%	39.80%	Entre el 1 de octubre y el 31 de octubre de 2023
Microcrédito	39.20%	58.80%	Entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2023
Consumo de bajo monto	38.76%	58.14%	Entre el 1 de octubre de 2023 y el 30 de septiembre de 2024

Elaborado: Rosa Trujillo Rendón - Raúl Enrique Soler
Actualizado: Javier E. Lobo

¹Para los efectos de la norma sobre usura (Artículo 305 del Código Penal), puede incurrir en este delito el que reciba o cobre, directa o indirectamente, a cambio de préstamo de dinero o por concepto de venta de bienes o servicios a plazo, utilidad o ventaja que exceda en la mitad del Interés Bancario Corriente que para los períodos correspondientes estén cobrando los bancos.



19° ELEVATOR PITCH (6ª VERSIÓN VIRTUAL INTERNACIONAL)

CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO INTERDISCIPLINAR TRANSFORMACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL IA

Durante los días 4 y 5 de mayo pasados se realizó el 19° Elevator Pitch, acto final de la Cátedra de Emprendimiento, asignatura internacional que dirige la profesora Carmen Elisa Mateus, y organizada por el Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial de la Universidad Libre CEIDEUL.

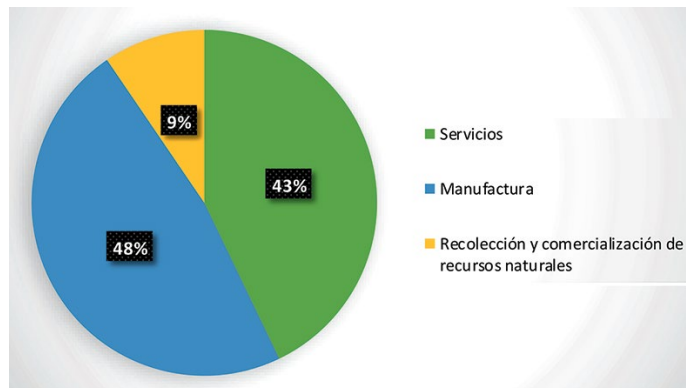
En esta oportunidad, como en años anteriores, participó el Instituto Tecnológico de Tuxtla Gutiérrez, de México, con 6 estudiantes, igualmente asesorados por el profesor Héctor Ricardo Hernández de León; también participaron 52 estudiantes de diferentes facultades de la Universidad Libre Seccional Bogotá y de las seccionales de Barranquilla, Cali y Pereira.

Los estudiantes de la Cátedra de Emprendimiento presentaron sus ideas de negocio que fueron evaluadas por un jurado experto integrado por el Dr. Saulo Bravo García, miembro del Grupo multisectorial líder de innovación y emprendimiento de Cali, evaluador OCDE de po-

lítica de las MYPYMES, entre otros, maestra Felisa López Pineda del Instituto Tecnológico de Tuxtla Gutiérrez, y Jorge Luis Silva, Henry Édgar Peralta y Gonzalo Guerrero Amaya, profesores de la Universidad Libre.

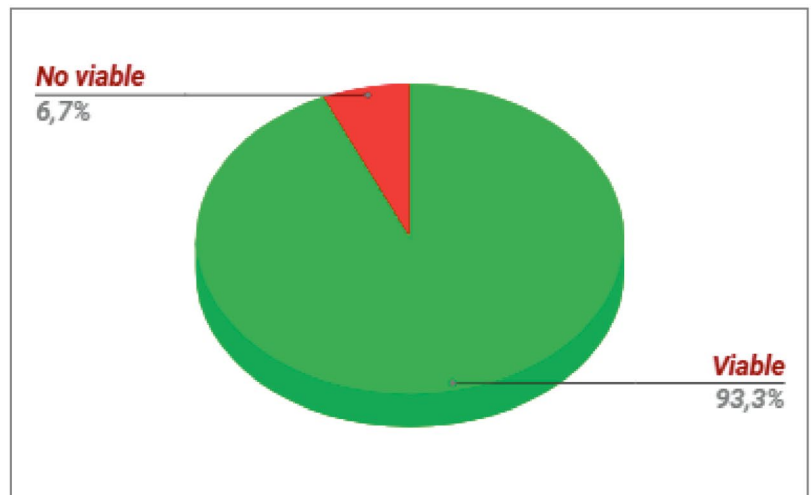
Estas son las ideas de negocio participantes: PET FRIENDLY, HEARTOK, ECO-FLOSS, FIDME, MÁS SOLUCIONES JURÍDICAS, SMILEAND BOX, THE LOUD CLUB, ECONYTE, TJL STUDY, REITEX, COMEX HAND, TUTORING, FERTI CAMPO, GREEN RAIN, MY HEALTHY LIFE.

Gráfica del sector económico de las ideas de negocio



Resultados Evaluaciones (Promedio)

Viable	14
No viable	1
Sin evaluar	0
Total ideas de negocio	15



Resultados Evaluaciones (Promedio)

Nombre	Idea de negocio	Identificación	Valor	Trabajo en	Video	Viabilidad del proyecto
PET FRIENDLY	3,7	3,8	3,3	4,7	4,7	Viable
HEARTOK	4	4,5	4	3,3	3,7	Viable
ECO-FLOSS	4	4,5	4,7	4,3	4,7	Viable
FINDME	4,5	5	4,3	4,7	4,7	Viable
MÁS SOLUCIONES JURÍDICAS	4,5	3,8	3,8	4	4,7	Viable
SMILE AND BOX	4,2	4,7	4,3	4	4,3	Viable
THE LOUD CLUB	3,8	4	3,8	4,7	4,3	Viable
ECONYTE	3,3	3,8	3,3	5	4	Viable
TJL STUDY	3,5	4,3	3,3	4,3	4	Viable
REITEX	3	4	3	5	3,3	Viable
COMEX HAND	4,7	4,3	4,2	4,7	4,3	Viable
TUTORING	4,5	4,2	4,2	4,3	4,3	Viable
FERTICAMPO	3,8	3,8	3,8	3,7	4,3	Viable
GREEN RAIN	3	3,7	3	4	3	No viable
MY HEALTHY LIFE	4,7	4,7	4,5	5	4,7	Viable

En esta ocasión, como se observa en la gráfica, los evaluadores declararon viables 14 de las 15 ideas. Según la puntuación final, el emprendimiento con mayor puntaje fue MY HEALTHY LIFE, y le siguieron FIDME y ECO-FLOSS

De esta manera se cumplió el principal objetivo cual es el de fomentar el emprendimiento y reforzar las competencias blandas de los estudiantes, así como desarrollar creatividad e innovación de cara a su futuro profesional. ■

EVENTOS

RECONOCIMIENTO A ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN EL GRUPO NÚCLEO DE APOYO CONTABLE Y FISCAL NAF, PERÍODO 2021 - 2023 UNIVERSIDAD LIBRE - DIAN

En un sencillo acto de integración se reunieron el Dr. José Vicente Bermúdez, director del Programa de Contaduría Pública, las profesoras Nidia Ramírez Gaviria y Rosa Filverania Trujillo, gestoras y ejecutoras del proceso académico – empresarial, auspiciado por la Universidad Libre y la Dirección de Impuestos y aduanas nacionales DIAN, para hacer un reconocimiento institucional a los estudiantes que participaron en el Grupo Núcleo de apoyo Contable y Fiscal NAF, período 2021 - 2023.

El evento se realizó el pasado 27 de julio en el Salón Concejo de Bogotá del Bloque D, de la Sede Bosque Popular y contó con la presencia de la Líder NAF de la DIAN, Dra. Beatriz Eugenia Calderón Pinto, cuya efectiva colaboración fue fundamental para el éxito del proceso.

Los NAF son una iniciativa de la DIAN en convenio con Instituciones de Educación Superior IES, que busca fortalecer la educación y la cultura en materia tributaria en la cual profesores y estudiantes se capacitan para prestar un servicio gratuito en asesorías a personas naturales y jurídicas en las áreas de tributaria, aduanas, política cambiaria y de otros servicios en línea administrados por la DIAN.

Los estudiantes que recibieron el reconocimiento en el mencionado período son: Nicolás Álvarez López, Sammir Alejandro Arias Molina, Edidson Sebastián Bautista Garavito, Carlos Alfonso Beltrán Chacón, Paula Marcela Bobadilla Moreno, Óscar David Bustos Vanegas, Édgar Ernesto Castro Gómez, Nelson Enrique Farfán Bojacá, Raúl Hernando Gaspar Cifuentes, Jeaddy Guissella Moya Lara, Lina Marcela Pedroza Soto, María Angélica Restrepo Blanco, Yenny Fernanda Sánchez León y Brahian Alberto Tafur Galicia. Destacamos la colaboración especial de la profesora Sara Beatriz Avellaneda en la logística de evento.

Al final del acto se hizo un brindis para celebrar los resultados obtenidos y, además, como preámbulo para el nuevo ciclo de NAF que inicia este mes de agosto. Nuevamente destacamos este evento de articulación Universidad – Empresa – Estado, y particularmente, el trabajo de la Universidad Libre en cuanto a la proyección social de sus programas académicos. ■

COLEGIO MAYOR DE ENGATIVÁ, EN LA UNIVERSIDAD LIBRE

26 Estudiantes de grado 11 del Colegio mayor de Engativá recibieron Certificación Curso – Taller de Habilidades Blandas, organizado e impartido por profesores colaboradores del Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial de la Universidad Libre CEIDEUL, y otorgado por la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre, en el marco del convenio interinstitucional entre las dos entidades mencionadas.

Con el fin de darles a conocer las instalaciones de la Sede Bosque, CEIDEUL organizó una Carrera de Observación en la cual los estudiantes se desplazaban con una planilla de acertijos e instrucciones para identificar nuestras dependencias y símbolos como el monumento del general Benjamín Herrera, las diferentes facultades, biblioteca y laboratorios. Al final hubo una premiación con suvenires alusivos a nuestra Universidad.

La actividad fue presidida por el Dr. Fernando Salinas Suárez, y contó con la presencia de la Dra. Clara Inés Camacho Roa, decana de la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, y los Dres. José Vicente Bermúdez y Amparo Elizabeth Pérez, director del Programa de Contaduría Pública y secretaria académica, respectivamente.

También asistió la Dra. Leidy Figueredo Garzón, rectora del Colegio Mayor de Engativá y los funcionarios de la Secretaría Distrital de Gobierno, David Arango, Enlace de la Oficina de Desarrollo Económico, lo mismo que Leidy Mahecha, Paula Zamudio y Julián Andrés Garzón, profesionales de apoyo de dicha entidad distrital.

De esta manera, CEIDEUL cumple parte del objetivo de proyección social consagrado en el PEI de la Universidad Libre. ■

ENCUENTRO DE EGRESADOS CONTADURÍA PÚBLICA 2023

El pasado 22 de abril, en la Sede Bosque Popular, tuvo lugar una reunión con alrededor de 130 egresados del Programa de Contaduría Pública. Al acto de celebración asistieron el Dr. Fernando Arturo Salinas, Rector Seccional Bogotá, la Dra. Clara Inés Camacho Roa, decana de la Facultad y el Dr. José Vicente Bermúdez, director Programa de Contaduría Pública, acompañados por la Dra. Amparo Elizabeth Pérez, secretaria académica y por un amplio grupo de profesores de los programas de Contaduría, Administración y Negocios Internacionales. Como novedad digna de destacar, los egresados, directivos y docentes participaron en una sesión de ejercicios físicos destinados a aprender cómo disminuir las cargas emocionales causadas por el trabajo.

Se presentó también el grupo de danzas de Bienestar Universitario y luego el componente académico con

la intervención del egresado profesor Rafael Franco Ruiz. Enseguida, la egresada Diana Ospina presentó su libro *Cómo emprender en pareja sin dejar de hacer el amor*, escrito por ella y por su esposo Óscar Rodríguez. El libro trata acerca de las relaciones de pareja y la manera de emprender en familia sin arriesgar el matrimonio.

Acto seguido, la Tuna de la Universidad Libre homenajeó a los egresados presentes con una sentida serenata. Pero llamó mucho la atención un acto que no estaba en la programación: un grupo de integrantes del Colegio de Contadores Públicos Unilibristas entregó a la señora decana una placa conmemorativa en reconocimiento a los 50 años del programa de Contaduría Pública. La Dra. Camacho, a su vez, le entregó la placa al Dr. Bermúdez, director del Programa por más de 20 años. De esa manera se evidencia el interesante vínculo existente entre la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables y sus egresados.■

II Desayuno con Empresarios 2023

El Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial de la Universidad Libre CEIDEUL, organizó y realizó el II Desayuno con Empresarios el pasado 23 de junio en el Salón Concejo de Bogotá, Bloque D, del Campus Bosque Popular. Innpulsa Colombia, dependencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo participó con la Dra. Laura Juliana Trujillo; por la Alcaldía Local de Engativá vinieron David Alfonso Arango, Enlace de la Oficina de Desarrollo Económico y Leidy Mahecha, Profesional de apoyo de la Oficina de Desarrollo Económico de la Alcaldía Local de Engativá. En representación del Banco de Alimentos estuvieron presentes la Dra. Doris Rodríguez, directora de gestión social, y John Larrota, líder de gestión del conocimiento.

Se destaca la presencia de egresados – empresarios de Contaduría y de Administración de Empresas de la Universidad Libre que, además, se mostraron dispuestos a integrarse a las actividades de CEIDEUL en términos de capacitaciones y asesorías para empresarios y emprendedores. Un gran total de 24 líderes aceptaron la invitación al evento que arroja un balance muy positivo en el propósito de CEIDEUL de ejecutar actividades empresariales de proyección y difusión de productos y servicios. Se cumplió el objetivo de dar a conocer las actividades y servicios diseñados por CEIDEUL para los empresarios, de acuerdo con la filosofía de la Universidad respecto a proyección social, como una manera de fortalecer la integración Universidad – Empresa – Estado.■



**UNIVERSIDAD
LIBRE®**
Vigilada Mineducación



Una publicación del Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo
Empresarial de la Universidad Libre (CEIDEUL), Bogotá D.C.