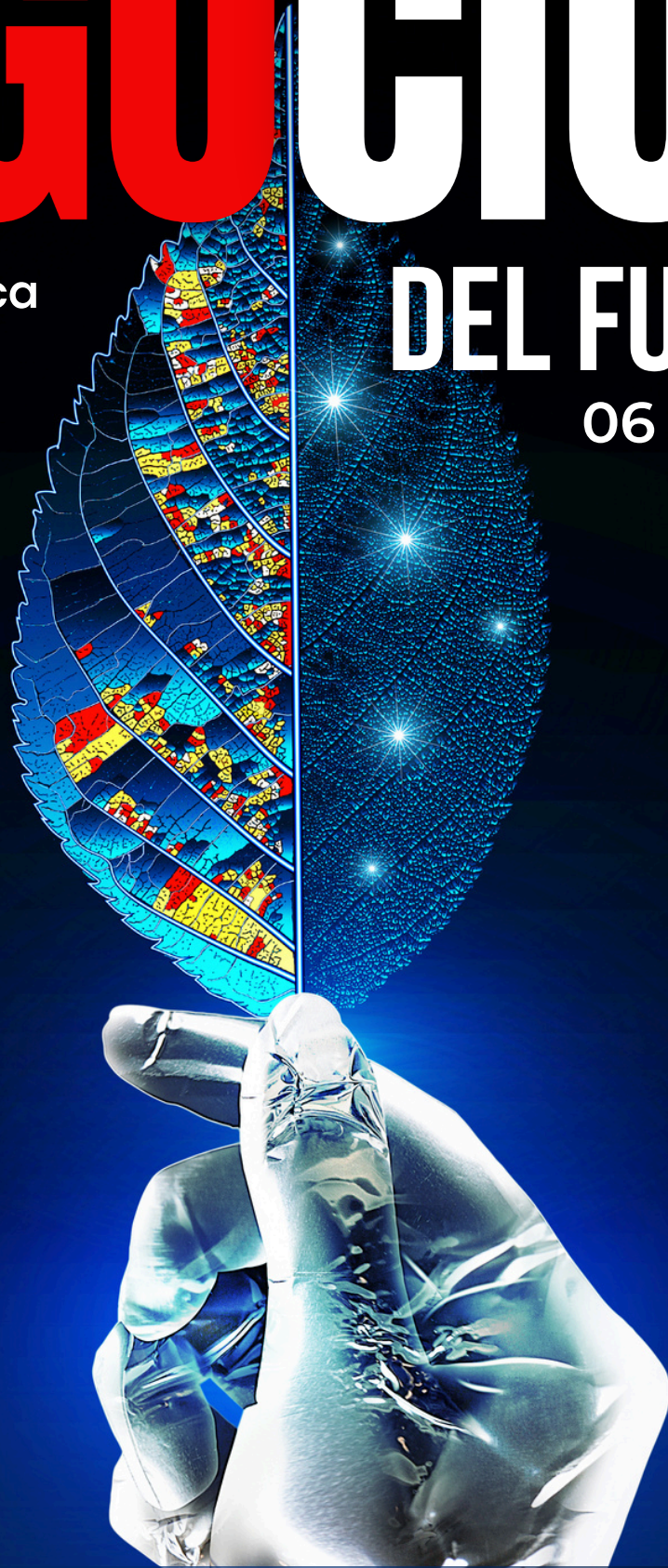


NEGOCIOS

Revista Académica

DEL FUTURO

06 Edición



 UNIVERSIDAD
FUNDEPOS
DE COSTA RICA

 SIC

Sostenibilidad, Innovación y Ciencias Empresariales

ÍNDICE



SECCIÓN EXCELENCIA ACADÉMICA

- 01** MODELO DE EVALUACIÓN FINANCIERA COMO BASE PARA EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.
- 09** ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO FRUTAS CONGELADAS DE LA EMPRESA DE NUESTRA TIERRA EN LA PROVINCIA DE CARTAGO.

SECCIÓN LÍDERES Y PROFESIONALES

- 01** LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN EN EL MUNDO DIGITALIZADO.

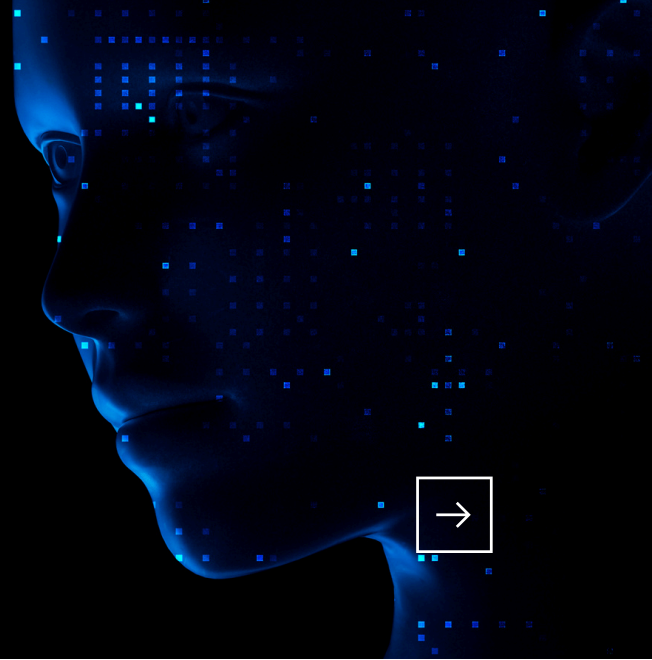
SECCIÓN LIBERTAD DE CÁTEDRA

- 01** EL FUTURO DE LOS NEGOCIOS: ¿TECNOLOGÍA PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LA TECNOLOGÍA?

SECCIÓN OPORTUNIDAD DE EXPRESIÓN

- 01** TENDENCIAS Y RETOS EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.
- 06** UN MODELO DE NEGOCIOS COOPERATIVO PARA LOS TRABAJADORES DE PLATAFORMAS
- 10** INNOVACIÓN COOPERATIVA DEL MÁS ALTO NIVEL.
- 13** ¿ESTÁ LA GESTIÓN DE PROYECTOS LISTA PARA LA REVOLUCIÓN DE LA IA?

ÍNDICE



SECCIÓN OPORTUNIDAD DE EXPRESIÓN

01

DIGITALIZACIÓN EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

03

USO DE TECNOLOGÍAS EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

06

SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

Sección

EXCELENCIA

ACADÉMICA



MODELO DE EVALUACIÓN FINANCIERA COMO BASE PARA EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Kattia Rojas Leiva
Junta de Pensiones y Jubilaciones del
Magisterio Nacional
Krojas09@yahoo.com



Resumen

El propósito de esta investigación estuvo dirigido a crear un modelo de evaluación financiera que permita evaluar la viabilidad del lanzamiento de nuevos servicios o proyectos que maximicen los recursos y que generen un beneficio tangible hacia el cliente meta. Además, proporcionar indicadores que permitan la medición cuantitativa y cualitativa de los nuevos servicios propuestos, todo lo anterior en alineamiento con la planificación estratégica institucional. El análisis de costos y beneficios, así como el cálculo de indicadores financieros como el valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación y retorno sobre la inversión, constituyeron el instrumento por el cual se propuso realizar dicha evaluación financiera. Mediante un proceso de investigación analítica, utilizando entrevistas a personal clave de la organización se obtuvo información relevante para abordar cada uno de los objetivos planteados, generando conclusiones y recomendaciones para la organización. La investigación permitió concluir que la organización sí cuenta con criterios formales para medir el grado de alineamiento de nuevos servicios o proyectos con la planificación estratégica, lo cual representa un esfuerzo importante en la maximización de los recursos, la generación de valor y estrategias para la mitigación del riesgo estratégico, sin embargo, es necesario mejorar el proceso para la cuantificación económica de los costos y beneficios que permitan determinar la viabilidad financiera de un proyecto, además de incorporar una batería mayor de indicadores para evaluar los proyectos, considerando medir la eficacia, rendimiento, calidad, tiempo y seguimiento presupuestario en cada uno de los proyectos planteados.

Palabras clave: costo-beneficio, valor actual neto, tasa interna de retorno, planificación estratégica, generación de valor, indicadores de desempeño.



FINANCIAL EVALUATION MODEL AS A BASIS FOR THE STRATEGIC PLANNING PROCESS

Abstract

The purpose of this research was to create a financial evaluation model that allows evaluating the viability of launching new services or projects that maximize resources and generate a tangible benefit for the target client. In addition, to provide indicators that allow the quantitative and qualitative measurement of the proposed new services, all of the above in alignment with institutional strategic planning. The analysis of costs and benefits as well as the calculation of financial indicators such as net present value, internal rate of return, payback period and return on investment, constituted the instrument by which it was proposed to carry out said financial evaluation. Through an analytical research process, using interviews with key personnel of the organization, relevant information was obtained to address each of the objectives set, generating conclusions and recommendations for the organization. The research allowed to conclude that the organization does have formal criteria to measure the degree of alignment of new services or projects with strategic planning, which represents a significant effort in maximizing resources, generating value and strategies for mitigating strategic risk. However, it is necessary to improve the process for the economic quantification of costs and benefits that allow determining the financial viability of a project, in addition to incorporating a larger battery of indicators to evaluate the projects, considering measuring the effectiveness, performance, quality, time and budget monitoring in each of the proposed projects.

Keywords. cost-benefit, net present value, internal rate of return, strategic planning, value generation, performance indicators.

Introducción

La investigación se refiere a la creación de un modelo de evaluación financiera que permita determinar el beneficio económico que un nuevo servicio pueda generar en la membresía de la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional (JUPEMA), entendiendo la evaluación financiera como el análisis de los costos y beneficios que están relacionados con el nuevo servicio, junto al beneficio económico como la generación de valor que contribuya con la razón de ser de la institución y el alineamiento con la planificación estratégica.

El interés en desarrollar este tema versó sobre la necesidad de proporcionar un instrumento que permita a la administración de JUPEMA poder analizar los costos y beneficios de nuevos servicios. Actualmente, dicha institución ha decidido que todo nuevo proyecto se realice bajo un enfoque de metodología de proyectos, por lo que el aporte profesional que generaría el modelo planteado es el insumo que valorará la viabilidad financiera de los nuevos servicios.

Desde el punto de vista del investigador, la investigación se centra en profundizar sobre el aprendizaje de la planificación financiera y la generación de valor a las partes interesadas, todo, sustentado en resultados positivos de

evaluación financiera, para así poder abarcar el siguiente cuestionamiento: ¿De qué manera pueda contribuir el planteamiento de un modelo de evaluación financiera mediante el análisis de costos y beneficios, para la toma de decisiones estratégicas en la institución? El objetivo general del proyecto de investigación se enfocó en proponer dicho modelo de evaluación financiera, creando indicadores clave de desempeño, que permitan el análisis de costos y beneficios para determinar la viabilidad de generar nuevos servicios en la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional, optimizando la toma de decisiones estratégicas.

Metodología

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se utilizó la investigación mixta, pues este enfoque permite la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, lo cual permite obtener más información tanto de los costos asociados a nuevos proyectos en JUPEMA, indicadores de medición y también el análisis de datos más cuantitativos asociados a la planificación estratégica y beneficios que se pueden obtener al implementar una nueva solución o servicio, además del uso de la entrevista a personal clave de la institución.

El tipo de investigación para este trabajo

fue de tipo exploratoria y explicativa, ya que según el planteamiento del problema objeto de estudio, que se muestra en el capítulo I, la evaluación financiera de proyectos, siempre se ha enfocado en determinar la viabilidad de un proyecto mediante el cálculo de indicadores financieros como: el valor actual neto, tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión.

Como sujetos de información se consideró a todo el personal administrativo y financiero de JUPEMA, por cuanto poseen información cualitativa y cuantitativa que es necesaria para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Resultados

El análisis de los resultados obtenidos permitió determinar que JUPEMA cuenta con criterios formales para definir el grado de alineamiento de un nuevo proyecto con la planificación estratégica. Este alineamiento se divide en tres categorías, donde la más alta, representa una asociación directa con una o varias estrategias del Plan Estratégico Institucional, en un segundo nivel aquellas que contribuyen de forma indirecta y las de baja asociación a objetivos estratégicos.

Por otra parte, se resaltan los cuatro atributos que se consideran al momento de analizar la viabilidad de nuevos proyectos o

servicios, donde se resalta la importancia desde un punto de vista de contribución estratégica y beneficios que genere la inversión, además del impacto organizacional, que puede representar mejoras en procesos y tecnología, la gestión del riesgo y el recurso humano, abordado desde la capacidad para entregar los resultados y su disponibilidad para trabajar en el proyecto.

Se destaca además la utilización del instrumento denominado “caso de negocio”, el cual tiene como objetivo mostrar de forma detallada la presentación de las nuevas inversiones, considerando entre otros aspectos: objetivo de la inversión y su alineación estratégica, el plan de beneficios, gestión de riesgos y batería de indicadores, que miden los beneficios esperados en los nuevos proyectos, además de servir como guía para el análisis de la información en la etapa de post implementación. De esta forma, el departamento promotor de todo nuevo proyecto, debe realizar un trabajo de estructuración de este con un grado de detalle, precisión y realismo que permita a JUPEMA realizar estas evaluaciones y determinar las lecciones aprendidas que contribuyan a mejorar el proceso.

En cuanto a la identificación de los costos asociados a los nuevos proyectos, estos se determinan por el valor de compra de los servicios más otros costos asociados. Los beneficios de los nuevos proyectos sean

tangibles o intangibles se analizan desde la óptica del costo, considerando además el análisis de costo beneficio para establecer las lecciones aprendidas de cada proyecto en que se participa.

Sobre los procedimientos para gestionar y mitigar los riesgos asociados a cada proyecto, se indicó que JUPEMA los evalúa en el caso de negocio, en cuanto a la valoración financiera se determinó que no se cuenta con una definición formal para esta evaluación, por lo que solo se determina la rentabilidad del proyecto a través del Excel.

La evaluación post implementación de cada proyecto, solo se gestiona a través del estudio técnico que se elabora, donde se consiga los costos, la asignación de estos y la revisión de la viabilidad del proyecto.

Conclusiones

La investigación concluye indicando que JUPEMA ha realizado esfuerzos importantes por establecer un alineamiento estratégico que permita la maximización de los recursos institucionales dirigidos hacia el desarrollo e implementación de nuevos proyectos o servicios, buscando la generación de valor hacia la membresía del Magisterio Nacional, para lo cual utiliza el instrumento P08-FO-001 Caso de negocio, que describe de forma detallada los principales atributos de la inversión sin embargo, es necesario mejorar el

proceso para la cuantificación económica de los costos y beneficios que permitan determinar la viabilidad financiera del proyecto, así como la incorporación del cálculo de indicadores financieros como el valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación y retorno sobre la inversión. En cuanto al establecimiento de indicadores se recomendó la incorporación de una batería mayor de indicadores para evaluar los proyectos, considerando medir la eficacia, rendimiento, calidad, tiempo y seguimiento presupuestario en cada uno de los proyectos planteados.

Referencias bibliográficas.

Alvarado, M., Barboza, S., Barrantes, J., y Gutiérrez, R. (2022) Trabajo final de graduación Elaboración de un plan de gestión de riesgos financieros y operativos para Coopejornal R.L. (Cooperativa de ahorro y crédito de los empleados del INFOCOP). Recuperado de <https://kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/86027/Elaboraci%c3%b3n%20de%20un%20plan%20de%20gesti%c3%b3n%20de%20riesgos%20financieros%20y%20operativos%20para%20Coopejornal%20R.L.%20%28Cooperativa%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Araya, C. (2022) Trabajo final de graduación Propuesta de mejora al proceso de

seguimiento de desarrollo de nuevos productos en Compañía ABC. Recuperado de https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/14291/TF9472_BIB309490_Carlos_Daniel_Araya_Fallas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Baca, G (2013) Evaluación de proyectos, séptima edición editorial Mc Graw Hill.

Baena, P. (2017) Metodología de la investigación: Tercera edición Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/fundepos/40513>

Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación. Tercera edición. Pearson Educación. Recuperado de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Campos, J. (2018) Trabajo final de graduación Evaluación Costo-Beneficio de un proyecto de desarrollo tecnológico para la generación de estadísticas en la Superintendencia General de Seguros. Recuperado de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/discover>

Campos, M. (2017) Métodos de investigación académica, fundamentos de investigación bibliográfica. Versión 1.1.

Recuperado de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/76783/Campos%20Ocampo>

Castañer, J. (2014) Análisis de costo beneficio ejemplos de análisis sector privado, recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=costo+beneficio+de+un+proyecto&og=

Córdoba, M, (2011) Formulación y evaluación de proyectos, segunda edición

Corral, R. (2017) KPIs útiles.

García, O. y González, J. (2019) Trabajo final de graduación Evaluación financiera a la empresa Soluciones Científicas, S.A., en función de la rentabilidad y la creación de valor, para el periodo finalizado 2017 - 2018. Recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/10937/1/19685.pdf>

Gómez, E. (2020) Trabajo de investigación La planeación estratégica como herramienta para incrementar la productividad y sostenibilidad de las empresas. Caso: Grandes empresas del sector de servicios de aseo y mantenimiento de instalaciones en Bogotá. Recuperado de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7958/1/948211-2020-II-MBA.pdf>

Jácome, I, y Carvache, O. (2017): “Análisis del Costo – Beneficio una Herramienta de Gestión”, Revista Contribuciones a la Economía (abril-junio 2017). Recuperado de <http://eumed.net/ce/2017/2/costo-beneficio.htm>

Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional, sitio WEB <https://www.juntadepensiones.cr/inicio>

Leer, A. (2016) Aspectos principales que afectan la adopción de la metodología del Balance Scorecard.

Ministerio de Hacienda (2018) Clasificador por objeto del gasto del Sector Público. Recuperado de <https://apps.hacienda.go.cr/apppad/Archivos/Clasificador%20Objeto%20del%20Gasto.pdf>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2018 a.) Orientaciones básicas para la formulación y seguimiento del Plan Estratégico Institucional (PEI)

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2018 b.) Elementos básicos de prospectiva estratégica y visión de largo plazo

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2023) Guía para la Identificación de Productos (Bienes y Servicios) Institucionales.

Mokate, K. (2004) Evaluación Financiera de proyectos de inversión. Segunda edición. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=PTx4EAAAQBAJ&lpg=PR5&ots=gOBevOfAgH&dq=definici%C3%B3n%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera&lr&hl=es&pg=PA17#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera&f=false>

Monge, M. (2018) Trabajo final de graduación Diseño de una guía metodológica para evaluar la gestión estratégica de la oficina de Administración Financiera (OAF) de la Universidad de Costa Rica. Recuperado de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/77118/Tesis%20Marco%20Monge%20Vilchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morera, L. (2013) Trabajo final de graduación Evaluación financiera: Proyecto de servicios financieros tercerizados en expansión. Recuperado de <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/discover>

Peteraf, M., Strickland, A., Gamble, J. y Thompson, A. (2012) Administración Estratégica, décimo octava edición. Editorial Mc Graw Hill.

Prieto, M. (2022). Design Thinking en el Turismo: técnicas para el diseño de experiencias memorables: Recuperado

de

<https://elibro.net/es/lc/fundepos/titulos/219860>

Rus, G. (2021). Análisis coste-beneficio: evaluación económica de políticas públicas y proyectos de inversión: recuperado de:

<https://elibro.net/es/lc/fundepos/titulos/189595>

Sapag, N., Sapag, R. y Sapag, J. (2014) Preparación y evaluación de proyectos. Sexta edición, editorial Mc Graw Hill.

Sicha, T. y Toledo, Y. (2020) Trabajo de investigación Uso del análisis costo-beneficio en la evaluación de proyectos de agua potable desde una perspectiva social. Recuperado de

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3873/Tania%20Sicha_Yerson%20Toledo_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Smith, B. y Vericat, P. (2021) KPI Checklists.

Torres, Z. (2014) Administración de proyectos. Grupo Editorial Patria, Recuperado de

<https://elibro.net/es/ereader/fundepos/39414>

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO FRUTAS CONGELADAS DE LA EMPRESA DE NUESTRA TIERRA EN LA PROVINCIA DE CARTAGO

Gerardo Antonio Muñoz Díaz

Licenciado en Dirección de Empresas,
Asesor Parlamentario para un Diputado
de la Republica en la Asamblea
legislativa

gerardo.munoz@asamblea.go.cr



Resumen

En los últimos años, los productos congelados se han convertido en una opción popular y práctica en la alimentación diaria de millones de personas alrededor del mundo. Desde frutas y verduras hasta carnes y platos preparados, la variedad de productos congelados disponibles en el mercado es asombrosa y se adapta a diferentes gustos y estilos de vida.

El problema planteado en la tesis presentada fue ¿Cómo influye la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023?, cuyo objetivo fue analizar la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados, utilizando un enfoque metodológico de investigación mixta.

Mediante una encuesta realizada se obtuvo como resultado que el 80% de las personas catalogan la calidad del producto como excelente y además que el producto con mayor consumo es el Smoothie Green, por lo que se concluyó que los productos congelados de la empresa De nuestra tierra tienen gran aceptación en el consumidor, y que para ello es importante seguir algunas recomendaciones que arrojo el estudio.

Palabras clave: Frutas Congeladas, Cartago, Costa Rica, Producto, Calidad



ACCEPTANCE OF THE FROZEN FRUIT PRODUCT OF THE COMPANY OF OUR LAND IN THE PROVINCE OF CARTAGO

Abstract

In recent years, frozen products have become a popular and practical option in the daily diet of millions of people around the world. From fruits and vegetables to meats and prepared dishes, the variety of frozen products available on the market is astonishing and adapts to different tastes and lifestyles.

The problem posed in the presented thesis was How does the acceptance of frozen fruit and vegetable products influence the sales growth of the De nuestra Tierra Company in the province of Cartago, Costa Rica, during the period of 2023?, whose objective was to analyze the acceptance of frozen fruit and vegetable products, using a mixed research methodological approach.

Through a survey carried out, it was obtained as a result that 80% of people classify the quality of the product as excellent and also that the product with the highest consumption is the Green Smoothie, so it was concluded that the frozen products of the De nuestra tierra company have great acceptance in the consumer, and that for this it is important to follow some recommendations that the study showed.

Keywords: Frozen Fruits, Cartago, Costa Rica, Product, Quality

Introducción

En los países con climas fríos se utilizaba la congelación como medio de preservación de los alimentos desde muy antiguo. A partir de 1885 se empezó a usar la congelación con fines comerciales para enviar pollos y gansos desde Rusia hasta Londres. Desde la introducción de los alimentos congelados en los años treinta, cada vez se encuentra en los supermercados una mayor variedad de estos productos, desde verduras y hierbas congeladas hasta comidas precocinadas o helados.

Los alimentos congelados precocinados son el sustituto ideal de las comidas caseras. Del punto de vista de la producción, el proceso de congelación también es beneficioso para las empresas ya que aumenta la vida útil del producto en el anaquel, asegura la forma del producto y conserva, mejorando la calidad.

Como planteamiento del problema en la presente investigación se propuso el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo influye la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023?

Teniendo como objetivo general el Analizar la aceptación de los productos de frutas y

vegetales congelados según el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023, mediante la aplicación de distintos instrumentos para la mejora en la colocación de los productos en el mercado.

Además, a ello los objetivos específicos fueron los siguientes: Definir los aspectos a partir de los cuales se podrá determinar la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, mediante la consulta del criterio de los clientes para obtener información de su experiencia.

Determinar los elementos mediante los cuales se determinará el crecimiento de las ventas de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, tomando como fuente de información el sistema de facturación interno para crear un mecanismo de medición de ventas.

Analizar los factores que influyeron en el comportamiento del consumo de las personas de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, mediante la consulta a los clientes para generar un plan estratégico de oferta.

Las proyecciones o alcances que se estimaron como importantes fueron por

ejemplo generar un impacto en toda una cultura del consumidor por la tendencia de pensamiento hacia los productos congelados de no ser frescos, también se estima ser la alternativa en este mercado en tiempos de escasez de ciertas frutas que son meramente de temporada, ya que al ser producto congelado se puede preservar por mucho tiempo bajo esta condición y por último tener al menos un 50% del mercado meta inicial abarcado para un plazo de 5 años, ya que esto brindara apertura de los productos que se ofrecen y crecimiento de la empresa para abrir mercado en otras zonas.

En el ejercicio de valoración en las limitantes se considera importante el hecho de no ser un mercado maduro o establecido, además se analizó la carencia de competencias que existe en el mercado costarricense respecto a este tipo de actividad y la carencia de información de manera suficiente para poder tener una realidad más exacta de este tipo de mercados y productos.

Metodología.

En tal caso y para efecto de la presente investigación se analizó que el enfoque metodológico más acertado a utilizar es la investigación mixta, ya que es el que se adapta mejor a la actividad de la empresa en mención, y además porque reúne elementos tanto cuantitativos como cualitativos.

Es importante mencionar que la investigación llevo elementos cualitativos por el origen y la naturaleza en la recolección de datos para dicha investigación, y que en el caso de los elementos cuantitativos se basa en datos de origen numéricos y financieros de la empresa.

Se determinó que el tipo de investigación a utilizar es el Descriptivo y a su vez el Explicativo, y que por su particularidad de la operativa y el mercado en que se desarrolla la empresa De nuestra Tierra el tipo de diseño que se ajustó a la investigación es la No Experimental.

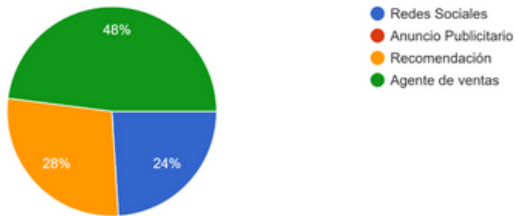
Con una población finita, los instrumentos y técnicas de recolección de datos fueron las siguientes:

- a. Observación a nuestros clientes respecto a su reacción hacia el producto.
- b. Encuesta realizada a una muestra de personas, para conocer a profundidad el interés por el consumo de este tipo de productos.
- c. Entrevistas a los clientes que consumen el producto para conocer sus observaciones hacia el mismo.
- d. Datos estadísticos tomados del sistema de facturación.

Resultados y discusión.

Figura 1. Encuesta muestra de clientes

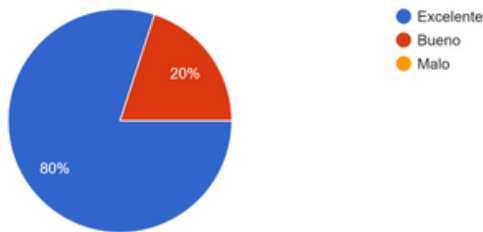
1. ¿Por cuál medio conoció la empresa De Nuestra Tierra?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 2. Encuesta muestra de clientes

2. ¿Qué le parece la calidad de nuestros productos congelados?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 3. Encuesta muestra de clientes

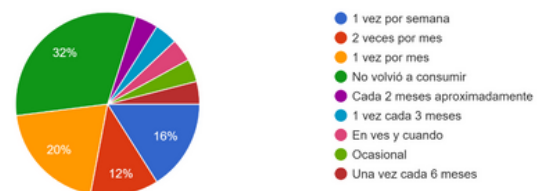
3. De nuestros productos congelados, ¿Cuál es el que consume con regularidad?

25 respuestas

Patacones
Guacamole
Batidos mixtos
Smoothies mixtos
Smoothie frutas
Fresas 🍓
Piña papalla mango
Smoothie green
Petacones

Figura 4. Encuesta muestra de clientes

4. ¿Qué tan continuo compra usted nuestros productos congelados?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 5. Encuesta muestra de clientes

Smoothies Mixtos
Exótico
frutas congeladas
El verde
Frutas
Frescos
Caribbean mix
Smoothie con fresa y maracuyá
Fresa y Patacones
El batido verde
batidos
Fruta
El válido verde
Batido verde y mixto
Los batidos

Fuente: Elaboración propia (2023)

5. ¿Qué recomendaciones nos brindaría para el mejoramiento de nuestros productos congelados?

23 respuestas

Ninguna
Mejorar presentación
Ninguna
Mejor presentación
Más publicidad
Mas sabores
Centros de distribución más cercanos
que puedan traer más variedad, como carne congelada o productos prehechos como pan o tortillas aliñadas.
El banano se pone negro
me parecen perfectos
Adjuntar una recomendación de preparación (horno , frito etc)
Que los refrescos los vendan ya triturados, para no perder tiempo licuando
En cuanto a los productos ninguno
Mayor frescura.
Se recomienda tener a un agente de ventas fluido en la entrega del producto
Ninguna todo es excelente
El guacamole debería venir mejor "arreglado" solamente de descongelar y servir
Todo muy bien
X el momento todo bien
Siguir con la misma calidad y atención
Para mi son excelentes, solo el de Piña se me vencía más rápido, pero lo demás muy bien...
Mayor publicidad

Fuente: Elaboración propia (2023)

Basado en las respuestas de los clientes encuestados mediante la aplicación de 5 preguntas, en este apartado se destaca, primeramente, que el conocimiento de la existencia de la empresa De nuestra tierra ha ido en aumento principalmente por un factor importante el cual es el trabajo realizado por el agente de ventas, además manifestaron un criterio positivo alrededor de la calidad de los productos que ofrece la empresa De nuestra Tierra, por lo que esto demuestra que los

clientes les gusta y agrada los productos como tal, también tienen un alto nivel por el gusto de los smoothies mixtos, producto que combina diferentes frutas en distintas presentaciones, principalmente un gusto especial por el Smoothie Green.

Pese a lo mencionado anteriormente los clientes encuestados no adquieren los productos con mucha regularidad, es más el mayor porcentaje de estos manifestó no haber vuelto a consumirlos, por lo que se debe trabajar el sentido de seguimiento de estos, y la última pregunta se realizó con el afán de que los clientes encuestados manifestaran alguna recomendación, pero se hace contradictorio el hecho de que a pesar de que indican que no consumen los productos con regularidad estos manifiestan que no hay mayores recomendaciones para mejorar los productos. En tal efecto no dejan en claro los motivos en si por qué no los consumen con regularidad, pero a la vez emiten su criterio positivo en cuanto que los productos son perfectos en su calidad y gusto.

Conclusiones

De forma general se concluye que los clientes mostraron un nivel de aceptación alto de los productos, ya que consideran que estos son de excelente calidad manifestando una serie de factores positivos alrededor de estos como la calidad, tener un producto estrella como lo

es el Smoothie Green, además se manifestó en la compra continua de los productos por parte de algunos clientes. El crecimiento se pudo determinar de manera que inicialmente se implementó un plan estratégico de introducción de los productos, analizando a su vez los factores que influyeron en el comportamiento del consumo como por ejemplo la calidad, variedad, combinación y beneficios de los productos como tales.

Referencias bibliográficas

Arenas, J. (2004) Estudio de Factibilidad. Pontificia Universidad Javeriana <https://scholar.google.co.cr/scholar?q=Arenas,+J.+>

(2004)+Estudio+de+Factibilidad.+Pontificia+Universidad+Javeriana&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Berneth, D. (2022) Estudio de mercado para los productos precocidos congelados de la Empresa Pikemos ubicada en el municipio de Palmira. Institución Universitaria Antonio José Camacho Facultad de Ciencias Empresariales Tecnología en Mercadeo y Negocios Internacionales, Chile. <https://repositorio.uniajc.edu.co/bitstream/handle/uniajc/1328/Estudio%20de%20mercado%20precocidos%20congelados%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BBVA. (s.f) Gastos fijos y variables, en qué

consisten y cómo se diferencian. [Página Web]

<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/gastos-fijos-y-variables-en-que-consisten-y-como-se-diferencian/>

Economipedia. (1 de mayo,2020) Proyección de ventas. [Página Web] <https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>

Edga Futura. (s.f). Aspectos legales de la empresa. [Página Web]

<https://www.egafutura.com/categoria/aspectos-legales-empresa#:~:text=Los%20aspectos%20legales%20de%20la%20empresa%20son%20todos%20los%20tr%C3%AAlmites,un%20departamento%20de%20asuntos%20jur%C3%ADdicos.>

Flores, B. (20 de junio, 2007). Importancia de los productos congelados para hostelería. [Página Web]

<https://www.larepublica.net/noticia/congelados-bajo-cero-explora-mercado-de-comida-preparada>

Fripozo. (6 de marzo,2016). Una breve historia de congelación. [Página Web]

<https://www.kantar.com/latin-america/buscador#e=0&q=industria%20productos%20congelados>

germandebonis. (27 de diciembre, 2021).

Importancia de los productos congelados para hostelería. [Página Web]

<https://germandebonis.com/importancia-de-los-productos-congelados-para-hosteleria/>

Gitnux. (s.f) Inversión inicial: qué es, ventajas, riesgos y más. [Página Web]

<https://blog.gitnux.com/es/inversion-inicial/>

Gómez, S. (2007) Aspectos Tecnológicos en la Congelación de alimentos. Universidad de las Américas, México.

<https://es.scribd.com/document/356939299/ASPECTOS-TECNOLOGICOS-DE-LA-CONGELACION-EN-ALIMENTOS-pdf>

Hernandez, R. (2014) Metodología de la Investigación. Interamericana Editores S.A DE C.V.

Inboundcicle. (22 de febrero,2022). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven. [Página Web]

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

Intertec. (s.f).Producción y mercadeo de productos frescos congelados. [Página Web]

<https://costaricafrozenfruits.com/es/productos-alimenticios-congelados/>

Marquidconsulting. (28 de octubre,2014).

Herramientas útiles para la comercialización y venta de una empresa de servicios. [Página Web]

<https://www.marquid.com/herramientas-venta/>

Mordor Intelligence. (2023) Alimentos congelados Indonesia Tamaño del mercado y análisis de acciones tendencias de crecimiento y pronósticos (2023 - 2028). [Página Web]

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/indonesia-frozen-food-market>

Nación. (29 setiembre,2017). Economía. [Página Web]

https://www.nacion.com/economia/agro/banano-naranja-y-pina-predominan-en-consumo-de-los-costarricenses/DPW7E33LVJD3FF7MHQ_QYRG6YN4/story/

Navarro, M. (2012) Técnicas de ventas. Eduardo Duran Valdivieso

<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/estrategias-de-marketing/tecnicas-de-venta/57056889>

Oposinet. (s. f). La distribución y comercialización de los productos. [Página Web]

<https://www.oposinet.com/temario-de-tecnologia/temario-1-tecnologia/tema-13-la-distribucion-y-comercializacion-de-productos-el-mercado-y-sus-leyes-bsicas/>

Rockcontent. (10 de julio,2019). Que es localización de productos en el marketing. [Página Web]

<https://rockcontent.com/es/blog/localizacion-de-productos/>

Saluzzo. (s.f).Congelado y fresco en uno. [Página Web]

<https://www.saluzzocr.com/sistema-pfs/>

Solís, M. (2016)Análisis del consumo de frutas, hortalizas, pescado y mariscos en los hogares costarricenses. Programa Integral de Mercadeo Agropecuario.

<https://www.pima.go.cr/wp-content/uploads/2017/07/Analisis-Consumo.pdf>

Tschohl, J. (s/f) Servicio al cliente. Service Quality Institute Latin América

<https://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>

The food tech. (s.f). Alimentos congelados, tendencias y su posición en el mercado [Pagina Web]

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/alimentos-congelados-tendencias-y-su-posicion-en-el-mercado/>

Universidad de los Andes. (s.f). Explorando el Estudio Económico. [Página Web]

<https://ese.cl/ese/blog/explorando-el-estudio-economico/2023-04-25/170233.html#:~:text=El%20objetivo%20del%20estudio%20econ%C3%B3mico%20es%20determinar%20si%20una%20inversi%C3%B3n,y%20beneficios%20de%20una%20inversi%C3%B3n.>

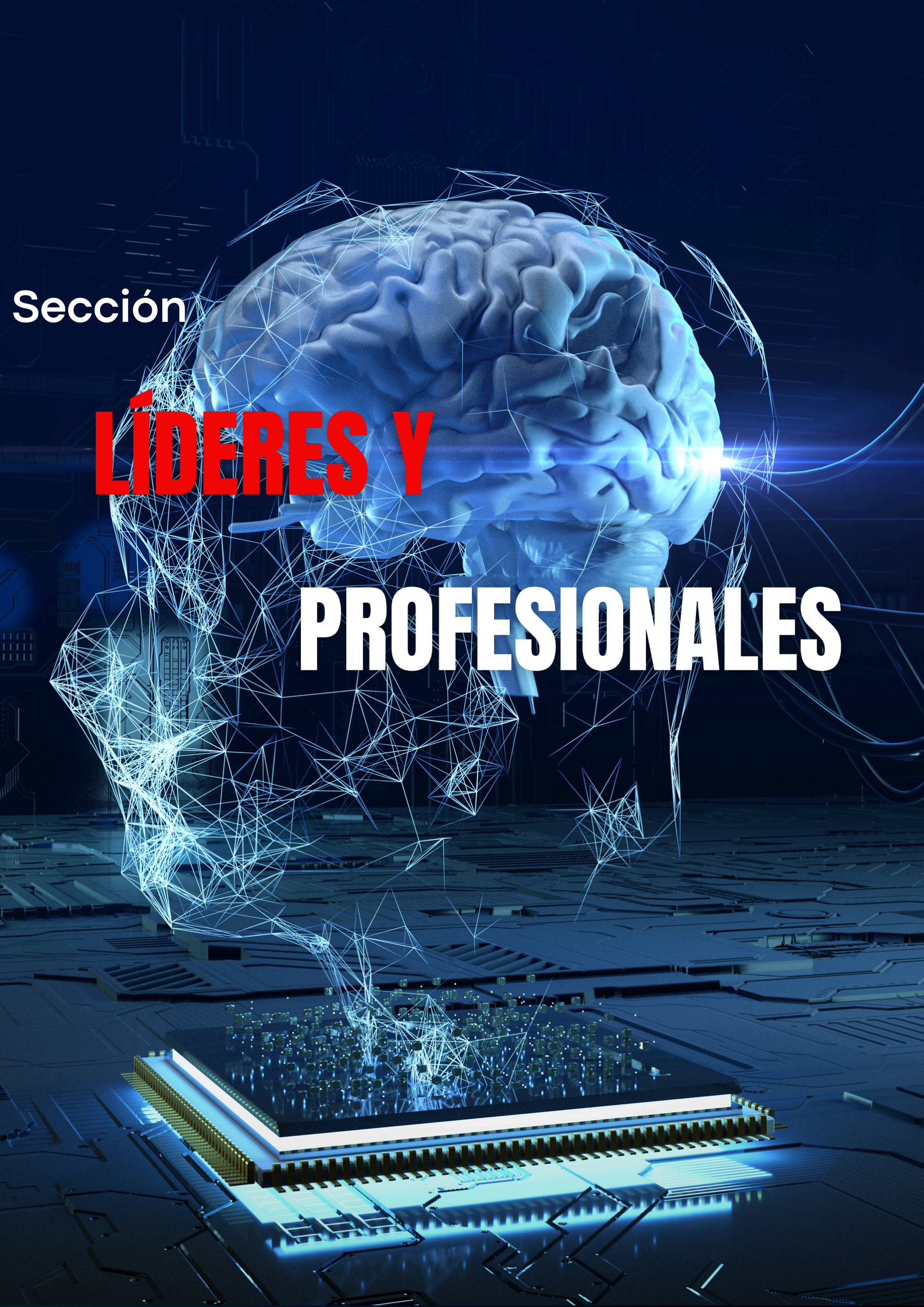
UJMD. (s.f). Historia de la congelación en los alimentos. [Página Web]

<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADMP0000596/C1.pdf>

Sección

LÍDERES Y

PROFESIONALES

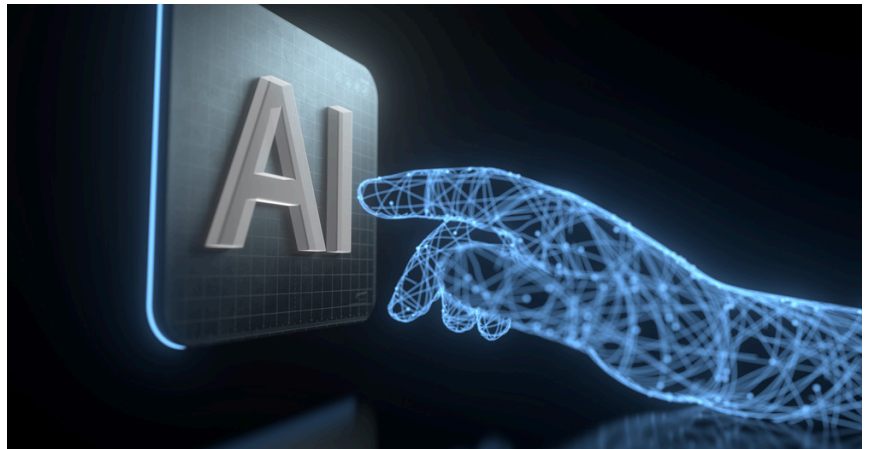


LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN EN EL MUNDO DIGITALIZADO

Sergio Navas Alvarado

Rector de la Universidad FUNDEPOS de
Costa Rica

snavas@fundepos.ac.cr



La globalización y la revolución digital han transformado profundamente las dinámicas educativas. En este contexto, la inteligencia artificial (IA) se presenta como una herramienta disruptiva, capaz de personalizar el aprendizaje, optimizar procesos y redefinir el rol del docente. Sin embargo, también plantea importantes desafíos éticos, pedagógicos y tecnológicos que deben ser abordados para garantizar su implementación responsable. Este artículo explora cómo las universidades pueden liderar esta transformación, promoviendo una educación inclusiva, pertinente y adaptada a las exigencias del mercado global.

La educación superior enfrenta un punto de inflexión. La globalización ha generado una creciente demanda de competencias digitales, mientras que los avances en inteligencia artificial redefinen los modelos tradicionales de enseñanza-aprendizaje. La crisis provocada por la pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de tecnologías digitales, poniendo de manifiesto tanto su potencial como sus limitaciones (Morales, 2021). En este escenario, las universidades deben desempeñar un rol protagónico, promoviendo innovaciones que no solo respondan a las demandas del mercado, sino que también respeten los principios de equidad y ética educativa.

El Potencial de la Inteligencia Artificial en la Educación

La IA ofrece una amplia gama de aplicaciones en el ámbito educativo:

1. Personalización del Aprendizaje: Los sistemas de tutoría inteligente y las plataformas adaptativas permiten ajustar los contenidos y actividades al ritmo, estilo y necesidades de cada estudiante (Tomalá De La Cruz et al., 2023).

2. Automatización de Procesos: La IA puede encargarse de tareas administrativas y rutinarias, como la corrección de exámenes, liberando tiempo para que los docentes se concentren en actividades pedagógicas más significativas (León Granizo et al., 2024).
3. Retroalimentación en Tiempo Real: Los sistemas impulsados por IA analizan grandes cantidades de datos para proporcionar recomendaciones inmediatas, permitiendo intervenciones pedagógicas más oportunas y pertinentes a la realidad. (Vera, 2023).
4. Recursos Educativos Inteligentes: La realidad aumentada, la gamificación y los entornos inmersivos impulsados por IA enriquecen la experiencia de aprendizaje, haciéndola más interactiva y motivadora (Mosquera et al., 2021).

Desafíos en la Implementación de la Inteligencia Artificial

A pesar de sus beneficios, la integración de la IA plantea retos significativos:

1. Ética y Privacidad: La recopilación masiva de datos personales plantea riesgos de violación de privacidad y uso indebido de información (Sandel, 2023).
2. Brechas Digitales: La desigualdad en el acceso a tecnologías puede ampliar las inequidades existentes.
3. Preparación Docente: Muchos educadores carecen de la formación necesaria para implementar herramientas de IA en el aula (Ayanwale et al., 2022).
4. Dependencia Tecnológica: La automatización excesiva puede comprometer la interacción humana, esencial en la formación integral y el trabajo en equipo.

El Rol de las Universidades y Centros de Educación Superior

Como actores clave en la formación de talento humano, las universidades y los centros de educación superior deben asumir un liderazgo activo en esta transformación educativa. Para ello, se proponen las siguientes estrategias:

1. **Actualizar los Currículos:** Las universidades pueden incorporar cursos específicos sobre programación, análisis de datos y ética digital. Por ejemplo, en Finlandia, las instituciones incluyen competencias digitales desde etapas tempranas para garantizar que los estudiantes comprendan el impacto de la IA en los negocios y la sociedad.
2. **Fortalecer la Capacitación Docente:** Implementar programas de formación continua en herramientas de IA y tecnologías avanzadas. En Alemania, universidades como la Universidad de Munich ofrecen capacitaciones regulares en herramientas tecnológicas a sus docentes, promoviendo el uso responsable y efectivo de estas en el aula.
3. **Fomentar la Investigación y Desarrollo:** Crear centros de investigación interdisciplinarios que exploren nuevas aplicaciones de IA. Por ejemplo, el Reino Unido ha establecido centros especializados en inteligencia artificial aplicada a la educación, como el Alan Turing Institute, que trabaja en colaboración con universidades y empresas tecnológicas.
4. **Garantizar la Inclusión:** Diseñar estrategias que reduzcan las brechas digitales, como la provisión de dispositivos y acceso a internet para estudiantes desfavorecidos. En Francia, el programa "Plan Numérique" se enfoca en dotar de tecnología a las escuelas y universidades en regiones rurales, fomentando una educación equitativa y la inclusión social.

La inteligencia artificial representa una oportunidad sin precedentes para transformar la educación, haciéndola más personalizada, eficiente y relevante. Sin embargo, su implementación debe ir acompañada de un compromiso ético y una visión inclusiva. Las universidades y los Centros de Educación Superior tienen la responsabilidad y la oportunidad de liderar este proceso, convirtiéndose en catalizadores de una transformación que no solo responda a las demandas del mercado global, sino que también contribuya al desarrollo humano integral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

León Granizo, O. D., Neil, C. G., & Cedillo Jiménez, C. S. (2024). La inteligencia artificial en la educación y sus implicaciones: un mapeo sistemático de la literatura. *Revista Conectividad*, 5(1), 49-66. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.\(1\).ene.2024.62-70](https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.(1).ene.2024.62-70)

Tomalá De La Cruz, J., Vera, L., & Torres, G. (2023). El rol de la inteligencia artificial en la personalización del aprendizaje. *RECIAMUC*, 8(1), 62-70. <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/1240>

Morales, R. (2021). Impacto de la educación virtual durante la pandemia. Editorial Académica.

Mosquera, M., Tito, A., & Gómez, J. (2021). Inteligencia artificial y gamificación en la educación superior. *Revista Innovación Educativa*.

Sandel, M. (2023). *La inteligencia artificial y los dilemas éticos del siglo XXI*. Harvard Law School Press.



SECCIÓN

LIBERTAD DE

CÁTEDRA

EL FUTURO DE LOS NEGOCIOS: ¿TECNOLOGÍA PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LA TECNOLOGÍA?

Jorge Campos Montero,

Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad (CIS)

Universidad FUNDEPOS de Costa Rica

jcampos@fundepos.ac.cr



De este tema cada vez se escribe más, dado que cada vez hay más datos y evidencias de porque no se pueden desestimar las ventajas competitivas de una gestión sostenible, acompañada poderosamente por los recursos digitales existentes.

Aunque este binomio es ampliamente aceptado, también tiene sus impactos ambientales, algunos de ellos muy fuertes y lamentablemente crecientes, lo cual nos coloca ante un dilema al que tendremos que prestar toda y más atención.

Dilema porque buscamos la sostenibilidad y vivimos en una era digital que de muchas formas apoya el tránsito hacia la sostenibilidad, como reducción de viajes (terrestres y aéreos), uso de IoT, IA y agricultura inteligente por mencionar algunas, como un todos tienen una inmensa huella de carbono y además hídrica, además de los riesgos asociados a la ciberseguridad. El dilema se vuelve hasta absurdo pues tendremos que usar mucha investigación y desarrollo, y tecnología, para resolver los problemas que la misma tecnología nos presenta.

Con el fin de ofrecer soporte a este argumento, antes que desarrollar una discusión citando fuentes, simplemente voy a citar textualmente varios estudios recientes y muy serios que presentan los hechos y ofrecen ejemplo que nos permiten dimensionar la magnitud del reto que tenemos.



1 - El Foro Económico Mundial presentar información muy relevante en el siguiente informe:

<https://www.weforum.org/stories/2023/01/the-future-of-business-digital-sustainable-davos2023/>

Los líderes empresariales deben desempeñar su papel en nuestra descarbonización colectiva y en la transición hacia una economía más sostenible. El paso a una economía baja en carbono dependerá en gran medida de innovaciones tecnológicas como el hidrógeno verde y la captura de carbono, así como de la evolución de las baterías. Sin embargo, la transición a las energías renovables no nos permitirá lograr reducciones de carbono de la magnitud necesaria: los productos y servicios representan alrededor del 45% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero, y el uso de energía representa el 55% restante. Necesitamos repensar cómo diseñamos y producimos ambos, con el fin de hacer negocios de nuevas y mejores maneras.

Los datos, la nube, la inteligencia artificial (IA), así como el Internet de las cosas (IoT), el 5G y la computación periférica tienen el potencial de transformar nuestras economías y sociedades. Aportan más eficiencia y rentabilidad, pero también más agilidad e inteligencia para adaptarse a las necesidades de los consumidores. Las empresas pueden utilizar la tecnología digital para todo, desde el desarrollo de productos hasta la fabricación y las operaciones, haciendo uso de grandes cantidades de datos.

Esto se verá amplificado por la nueva generación de tecnologías como la biología sintética y la computación cuántica, que nos permitirán encontrar respuestas a problemas como nunca. Pero esta transformación hacia una economía digital implica varios riesgos como la ciberseguridad, la privacidad, la ética y la inclusión digital. Las empresas deben integrarlos en su plan de transformación para evitar la pérdida de confianza.

Para diseñar, crear y escalar productos, operaciones y servicios que sean más inteligentes, eficientes, sostenibles y resilientes, los líderes empresariales deben replantearse todos sus modelos de negocio y cadenas de valor incorporando lo digital y la sostenibilidad en todo lo que hacen. El 80% de los impactos medioambientales de un producto están relacionados con las decisiones tomadas en la fase de diseño.

El diseño sostenible de productos o las prácticas circulares, por ejemplo, no solo reducen la huella ambiental de un producto, sino que también mejoran la eficiencia en el uso de costos y recursos, lo que hace que los fabricantes sean más resistentes a la escasez de la cadena de suministro. Esto es hacer más y mejor con menos, que es el mismo reto de la agricultura inteligente, producir más (volumen, calidad, resistencia) con menos (tierra, agua, insumos, agroquímicos).

Las empresas pueden utilizar los datos para comprender y predecir su impacto. Esto abarcará desde la gestión activa de la exposición al riesgo climático hasta la presentación de informes sobre el cumplimiento normativo y el cumplimiento de nuevas ambiciones de crecimiento. Para ello, es fundamental crear un sistema de datos de extremo a extremo que aborde indicadores ambientales, sociales y de gobernanza.

2- El futuro digital es sostenible. Alejandro Ríos Lobato. EGAGE Business School. Tecnológicos de Monterrey.

<https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/el-futuro-digital-es-sostenible#:~:text=La%20sostenibilidad%20digital%20nos%20brinda,ambiente%20y%20el%20bienestar%20social.>

Si Internet fuera un país, sería el tercer mayor consumidor de electricidad del mundo, lo que representa alrededor del 5% de la contaminación producida a nivel mundial, llegando a ser más contaminante que la industria de transporte aéreo, según información de "The Shift Project". Para darnos una idea de la magnitud de

lo que estamos hablando, diariamente se envían más de 293,000 millones de correos al día, si éstos tuvieran un archivo adjunto, equivaldría a dejar prendido durante una hora un foco, según datos de un estudio de la Agencia Francesa de Medio Ambiente. Además, la creciente reproducción de videos en línea contribuye en su totalidad, a generar el 1% de las emisiones mundiales de dióxido de carbono (CO2).

En el estudio denominado la ecología detrás de los servicios cloud, Accenture revela que el 99% de los CEOs de grandes organizaciones concuerdan en que “los problemas de sostenibilidad son importantes para el éxito futuro de sus negocios”, por lo que propone soluciones de infraestructura más eficientes en materia de energía, que incluyan redes y servidores optimizados, construcción inteligente, refrigeración de vanguardia y gestión responsable del agua, las cuales pueden reducir las emisiones mundiales de CO2 en 59 millones de toneladas al año. Esto equivale a eliminar 22 millones de automóviles de las calles.

La sostenibilidad digital nos brinda la oportunidad de construir un mejor futuro para las nuevas generaciones, por lo que gobiernos, empresas e individuos tenemos que trabajar juntos, con ética y liderazgo para lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

3- Digitalización: una poderosa herramienta para la sostenibilidad. Pacto Mundial. Red Española.

<https://www.pactomundial.org/noticia/digitalizacion-una-poderosa-herramienta-para-la-sostenibilidad/>

Una transición hacia una economía más verde, equitativa y próspera puede ser posible gracias al poder catalizador de la digitalización. Teniendo en cuenta la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU y su extensión, los derechos digitales, es posible crear un modelo de transformación digital que refuerce la dimensión humana.

Vivimos una época colmada por los avances tecnológicos, desde el surgimiento del metaverso, pasando por la inteligencia artificial hasta la ya inminente computación cuántica. Sin embargo, en este horizonte es importante subrayar que la tecnología no debe usar a las personas, sino que debemos ser las personas quienes la usamos en nuestro beneficio, como expresó António Guterres, secretario general de la ONU.

Bajo esta premisa, la digitalización sostenible presenta un enfoque que tiene en cuenta todos los factores para que su avance tenga un impacto positivo en la sociedad, la economía y el medioambiente a largo plazo. No es una tendencia, sino un camino que las empresas pueden aprovechar para ser más sostenibles.

En este contexto, es importante tener en cuenta iniciativas como el Pacto Digital Mundial, que buscan establecer principios y acciones para promover un futuro digital abierto, libre y seguro para todas las personas en cuestiones claves como la protección de datos, la inclusión digital y la ética tecnológica.

4- En una contribución acerca de sostenibilidad y cooperativismo, Pablo Gámez Cersosimo, CEO de Naturally Digital, asentada en los Países Bajos, y miembro del Observatorio Internacional de la Sostenibilidad de la Universidad Fundepos, nos brinda información relevante y actual sobre este dilema de sostenibilidad y digitalización.

La firma McKinsey la identifica como una competencia indispensable “dura” para comprender la paradoja a la que estamos enfrentados al documentar, científicamente, los efectos adversos que se esconden detrás de la transformación y la economía digitales. No se trata de un capricho, sino de una prioridad.

La sostenibilidad digital, precisamente, es al mismo tiempo un conocimiento crítico y una herramienta que nos permite actuar en torno a esta compleja problemática.

Es difícil hablar de sostenibilidad cuando se ignora el impacto medio ambiental de la digitalización.

Es cuando debemos abordar la minería a cielo abierto, indispensable para la obtención de los 17 minerales para la transición; lo que esta actividad supone para ecosistemas naturales del sur global; de millones de litros de agua dulce absorbidos cada minuto para que el ecosistema digital pueda ser operativo; de la generación de millones de toneladas de basura tóxica, correspondientes al cascarón del ciberespacio (e-waste).

El ciberespacio responde a una base fósil, científicamente documentada. Esta base es la que hace posible la magia, por ejemplo, de tecnologías emergentes como ChatGPT, la inteligencia artificial generativa o la computación cuántica.

A dos años de su llegada, ChatGPT ha marcado un hito tecnológico significativo. Se ha convertido en una tecnología transformadora. Cuenta con 250 millones de usuarios activos semanales en todo el mundo, dominando el 70% del mercado de herramientas de inteligencia artificial. A pesar de generar desinformación y "alucinaciones", su popularidad sigue siendo asombrosa.

Es utilizado por el 92% de las empresas de Fortune 500. En paralelo, el mercado laboral está siendo reconfigurado por ChatGPT y otras tecnologías emergentes. Sin embargo, ChatGPT consume 15 veces más energía que una búsqueda web tradicional.

La Agencia Internacional de Energía (IEA, por sus siglas en inglés) ha advertido sobre el impacto energético de los centros de datos impulsados por la IA. La inteligencia artificial está forzando la demanda de una nueva generación de centros de datos, lo que aumentará las emisiones de carbono de 200 millones de toneladas en 2023 a 600 millones de toneladas para el año 2030.

El resumen de artículo 3, del Pacto Mundial, me parece apropiado para cerrar indicando los retos y oportunidades que tenemos por delante, que no son pocos, pero que, al analizar los cuatro textos presentados, es claro que cada vez somos más y mejor conscientes de esos retos y oportunidades para, como indiqué al inicio: resolver los problemas tecnológicos con más tecnología, pero consciente y con propósito.

“En resumen, la digitalización ofrece un camino hacia un futuro más sostenible y justo. Al aprovechar las oportunidades que ofrece y promover una cultura de innovación responsable, podemos construir un mundo mejor para las generaciones futuras. Además, mediante la implementación responsable de la tecnología digital, podemos avanzar hacia un futuro más verde, inclusivo y equitativo y crear un marco global para un futuro digital seguro y responsable.

SECCIÓN

OPORTUNIDAD DE

EXPRESIÓN

Artículos de opinión

TENDENCIAS Y RETOS EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: ORGANIZACIONES REALIZAN PLANIFICACIÓN DE SUS ACCIONES, QUE TAN EFECTIVOS SON SUS IMPACTOS ESTRATÉGICOS

Karen Vargas Soto

Maestría en Administración con énfasis en Mercados financieros modernos, profesora, asesora e investigadora, Universidad FUNDEPOS y Gerente en ASDHL
karen.vargas.soto@gmail.com

La planificación estratégica es el conjunto de acciones que persiguen un fin específico. Sin embargo, ese fin en varias organizaciones parece ser eterno y uno de los principales errores está en la planificación hacia una visión interminable, sin fecha, sin medida, se convierte en una filosofía más que vive o no la organización o en un requisito que mostrar a proveedores o clientes. Otro “pecado” el replanteamiento de proyectos o justificación del no cumplimiento de estos, pues ya no son tan estratégicos, es posible esto pueda pasar, sin embargo, también es cuestionable si la estrategia estuvo claramente planteada desde un inicio.

Asunto recurrente, no se alcanzan las metas entonces se replantean, cuidado es necesario realizar una debida diligencia no es solo replantear la meta porque no se alcanza, hay que revisar datos históricos, acciones estratégicas y ver el tiempo prudencial para su medición, las metas se realizan para alcanzarlas bajo un debido esfuerzo, es acá donde viene el arte de la estrategia y el estudio del indicador ni metas que nos desanimen o podamos manipular.



Lo que, si no es válido, pero es una realidad, luego de realizar ya más de 50 planes estratégicos que muchos se guardan luego, pues para muchos lastimosamente son un requisito y otros realmente lo aprovechan y he visto a tantas entidades crecer, gracias a los planteamientos de su estrategia.

También he visto de aquellos que aplican las evaluaciones de la planificación estratégica donde el conjunto de sus actividades o los resultados de sus indicadores, no les gusta a los tomadores de decisión ver bajas notas, como si esto se tratara del colegio pasar con un 70 es muy feo y menos de esto me quede, entonces siempre se buscan las justificantes ante el órgano de dirección, lo cual cumple con el principio de gobierno corporativo, cumpla o explique, pero a veces se convierte en una sesión de justificaciones y no en la demostración de los impactos estratégicos, los riesgos materializados y las acciones que recuperaran esa visión futura que les permitirá el crecimiento bajo una triple utilidad.

¿Son efectivos los planes estratégicos en las organizaciones o son solo parte del requisito?

Comúnmente si lo vemos como un requisito más de cumplimiento o bien una gran idea que será guardada en un escritorio, es probable no, su efectividad será nula, el arte de la estrategia no es generar con innovación grandes ideas y plantearlas en acciones y objetivos, se necesita poner a prueba la estrategia en su ejecución. Sin embargo, existen 6 errores que comúnmente en mi carrera de aprendizaje de elaboración y ejecución de planes estratégicos destaco:

1. Estrategias elaboradas a muy largo plazo

Ante el contexto actual de cambios abruptos y disruptivos, obliga a que los planes estratégicos por supuesto tengan un plazo, pero ya no de 5 a 10 años, mucho depende del dinamismo que se requiera en la organización, sin embargo, lo recomendable hoy en día es un máximo de 3 años como largo plazo.

2. Propósito o visión estratégica

Establecimiento de un propósito o visión estratégica, sin fecha de cumplimiento e indicadores que permitan medir su avance.

3. Proceso de divulgación o ejecución del plan estratégico

Falta de aceptación en el proceso de divulgación o ejecución del plan estratégico, por lo general esto pasa cuando este es elaborado solo por la alta gerencia y el

órgano de dirección sin realimentarse del contexto e información de las partes interesadas que luego requerirán para su implementación, Mintzberg resalta entre sus frases, "las empresas son comunidades. Hay un espíritu de trabajo en común. Las comunidades no son un lugar en el que unas pocas personas se permiten ser señaladas como únicas responsables del éxito".

4. Acciones estratégicas

Pensar que tener muchos objetivos clarificara las acciones estratégicas que se desean ejecutar, muchas veces se comente omisión importante del fin que se busca por que el objetivo lleva el nombre del proyecto que se quiere impulsar, no es lo mismo la definición de un objetivo estratégico que la definición de un proyecto.

5. Análisis exhaustivo del entorno externo e interno

No realizar un análisis exhaustivo del entorno externo e interno, delimitando insumos que podrían permitir la definición de objetivos estratégicos más efectivos.

6. Despliegue de comunicación para la ejecución de la estrategia, sin la definición previa de herramientas o métodos adecuados.

Mintzberg menciona en su libro La estructura de las organizaciones "cinco mecanismos de coordinación parecen explicar las formas fundamentales en que las organizaciones coordinan su trabajo: el ajuste mutuo, la supervisión directa, la estandarización de los procesos de trabajo, la estandarización de los resultados del trabajo y la estandarización de las habilidades de los trabajadores". (p.5)

Pascal por otro lado plantea la respuesta a las siguientes dos preguntas en su libro Despliega tu estrategia con Lean:

- a) ¿Qué tipo de sistema de planificación se requiere para inspirar una mejora continua significativa en toda la empresa?
- b) ¿Cómo podríamos cambiar los modelos mentales existentes que no apoyan a) una cultura de mejora continua?

Los sistemas de planificación estratégica no solo están formados hoy por tecnología, AI, procesos o herramientas, lo más importante es que las personas sí les importe la estrategia y la vean como su enfoque ganador al cual ellos aportan desde sus labores. Algunos argumentan que la planificación estratégica debe ser formal y otros prefieren la informalidad en su definición y ejecución de una forma más empírica.

No hay recetas en esto algunos deben o consideran importante documentar cada paso en las acciones estratégicas y los resultados de sus mediciones, los cuales deben ser de conocimiento de la Alta Gerencia y el Órgano de Dirección.

Comparto según publicación del Prof. Mario Vogel las 10 tendencias para el 2024 que van a impactar:

Figura 1. 10 tendencias para el 2024



Fuente: Elaboración propia. (2024, basado en Vogel 2024)

Todo esto presenta, que la planificación debe responder a la estrategia y la estrategia a lo que las partes interesadas demanden y el contexto guíe.

Si comparamos los errores más comunes ante las tendencias, tenemos por seguro un reto.

El enfoque para que la planificación estratégica tenga impactos importantes en entidades, empresas, pymes, organizaciones u instituciones es que el enfoque sea en la identificación de los riesgos para determinar cuales son aquellos que exponen más las acciones estratégicas y realizar debidos planes de acción, que por experiencia recomiendo documentar y brindar seguimiento, pues las personas en su día a día laboral, más las responsabilidades estratégicas asignadas pueden tender a olvidar su atención, además permite soportar y medir que tanto se avanza, pues los mayores pecados de la planificación estratégica no están solo en la planificación sino los mayores retos de éxito en su ejecución y comunicación.

Así que no archiven, replanten o realicen su plan estratégico, herramientas hay muchas, no hay recetas para planificar y ejecutar, es importante iniciar con debido diagnostico que permita conocer cuales son los métodos más efectivos según su organización para iniciar el camino hacia el enfoque de logros de objetivos estratégicos de impacto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Hildemaro, I. (2018). Acción con Dirección. Independently Published

Mintzberg, H. (1979). La estructuración de las organizaciones. Grupo Planeta (GBS)

Pascal D. (2009). Despliega tu estrategia con Lean. Profit Editorial

Porter, M. (2017). Ser Competitivo. Creacions Gràfiques Canigó, S. L.

UN MODELO DE NEGOCIOS COOPERATIVO PARA LOS TRABAJADORES DE PLATAFORMAS

Emilio G. Zevallos Vallejos

ezevallos@ice.co.cr



Introducción

No cabe duda de que los trabajadores de plataformas han sido una solución para muchas personas. Desde la pandemia, han mostrado su enorme utilidad para el transporte de alimentos, víveres y una serie de productos que han facilitado el movimiento de mercancías y, por tanto, el desarrollo de los negocios, sobre todo los en línea.

Además, gracias a ellas, muchos teletrabajadores pudieron desarrollar sus actividades sabiendo que tendrían suministros y alimentos necesarios mientras que ellos desarrollaban sus actividades por medios virtuales. En sí, su presencia ha sido de gran utilidad para el desarrollo de las actividades económicas.

Sin embargo, algo de lo que no se habla con frecuencia es de la precariedad de sus condiciones laborales y la ausencia de derechos en sus actividades: no cuentan con un horario establecido, tampoco tiempos y espacios para tomar sus alimentos e incluso para hacer sus necesidades.

Se ha observado que ni siquiera las empresas de alimentos que se benefician de su trabajo les facilitan el baño o un espacio o al menos un espacio en sus parqueos para refugiarse del sol o la lluvia. Su trabajo además supone horarios laborales extenuantes en condiciones precarias, ya que algunos desarrollan su actividad en motocicletas, bicicletas adaptadas con motor, o bicicletas simples; incluso algunos lo hacen a pie.

Adicionalmente, también se conoce de casos en los que al demorar en la entrega son ellos quienes se hacen responsables del pago, razón por la cual se observa que estos motorizados conducen de forma temeraria para llegar a tiempo con los pedidos.

Cambio de modelo

Uno de los aspectos que se han identificado como más preocupantes de este trabajo es su precariedad, así como el impacto que genera en las vías públicas. Como se señaló antes, dado que su trabajo muchas veces está condicionado a un tiempo límite, ello los obliga a conducir más rápidamente y muchas veces de manera temeraria ante la eventualidad de llegar tarde a una entrega y tener que hacerse cargo económicamente de la misma, o bien de un regaño de sus superiores. Ello asociado muchas veces a una promesa de venta de las empresas en las que no se considera el horario, las condiciones climáticas o eventos diversos que pueden generar demoras en las entregas perfectamente explicables por situaciones fuera de control de los trabajadores de plataformas.

Adicionalmente también se ha identificado que, en algunos casos, transportan productos ilegales (probablemente desconociendo el contenido de los paquetes que reciben), por lo que pueden estar participando de un ilícito sin saberlo.

Todo lo anterior complica enormemente el trabajo de estas personas, sus posibilidades de acceder a mínimos sistemas de salud, compensaciones por accidentes, etc. En ese sentido, es necesario hacer varios cambios en su modelo de negocios inicialmente para garantizarles una mayor seguridad en el trabajo, ofrecerles un mínimo de servicios que faciliten su día a día, así como establecer mecanismos de aseguramiento en la seguridad social y la oportunidad de aportar a una pensión. Además, también para no exponerlos a situaciones que pueden ser identificadas como ilegales.

Para ello, es necesario hacer cambios en la forma de interactuar con el mercado; inicialmente aumentando los tiempos de entrega. Ello, que en principio parecería ser el “valor agregado” del trabajo de plataformas, trae consigo problemas más importantes; una mayor siniestralidad observada en las motos por cumplir con

tiempos imposibles, y por tanto, más accidentes de tránsito y peligrosidad en las calles. El posibilitar el uso de los servicios de los restaurantes, o espacios para ingerir sus alimentos también reduciría el estrés en el que esta actividad se desarrolla. Pero para ello, se requiere de cambios significativos en la interacción entre los trabajadores de plataformas y el mercado.

El trabajo de plataformas se ha convertido en un fenómeno global, por lo que la legislación también debería estandarizarse globalmente. Hay por supuesto cambios importantes que se han venido trabajando localmente, y ellos deben tomarse como elementos de análisis para un cambio en la legislación

La cooperativización del trabajo de plataformas

Una buena parte de las cosas que deben cambiar para una buena implementación de un nuevo modelo de interacción entre los trabajadores de plataformas y el mercado pasa por lograr una interacción en igualdad de condiciones. Y ello solo es posible mediante la organización. Es por lo que el modelo cooperativo se convierte en este punto en la plataforma ideal para la incorporación de los trabajadores de plataformas a una economía moderna y con condiciones laborales más horizontales.

Los principios solidarios del modelo cooperativo son ideales para fortalecer un gremio grande pero poco articulado y sin voz. Además, el agremiarse en una cooperativa puede darles los beneficios de las economías de escala; desde el financiamiento de sus unidades, hasta el acceso solidario a la seguridad social y la contribución a una pensión. La organización permitiría mejorar las condiciones de negociación, así como contar con las herramientas necesarias para minimizar las posibilidades de recibir paquetería de dudoso contenido.

Conclusiones

El objetivo de la organización bajo el modelo cooperativo permite una mayor protección de los trabajadores de plataformas, facilitando el acceso a derechos laborales con los que cuentan el resto de los trabajadores, redefiniendo el modelo de negocios para minimizar sus riesgos laborales, y los de la población que hoy se ve expuesta a un incremento notable en los accidentes de tránsito.

De ahí la propuesta de cooperativizar sus servicios, de forma que como institucionalidad, estos trabajadores están registrados, se identifica su empleo, su tiempo de trabajo, y puedan aportar a la seguridad social, y a una pensión. El modelo cooperativo es funcional para ellos porque puede aglutinar a una gran cantidad de personas, y por su carácter solidario, hay compromiso tanto en asumir los costos como en disfrutar de los beneficios de la afiliación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OIT (2024). Hacer realidad el trabajo decente en la economía de plataformas. Conferencia internacional del trabajo, 113^a reunión, 2025. OIT, Ginebra.

ZEVALLLOS, Emilio (2021). Guía Sobre Conducta Empresarial Responsable para Emprendimientos, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Abril 2022. OIT, San José.

INNOVACIÓN COOPERATIVA DEL MÁS ALTO NIVEL

Jorge Campos Montero

jcampos@fundepos.ac.cr

Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad,
Universidad FUNDEPOS

Lucía Chaverri

lchaverri@fundepos.ac.cr

Directora del Comercial y Fábrica 365, Universidad
FUNDEPOS



El movimiento cooperativo, por la afiliación de miembros (más de mil millones) y por volumen de negocios, representa probablemente la organización más robusta del mundo, y más importante aún, la más resiliente y con mayor visión para llevar adelante agendas de desarrollo enmarcadas en la sostenibilidad[1].

Con base en el Monitor Mundial de Cooperativas: Explorando el Informe de Economía Cooperativa 2020[2], teniendo en cuenta el peso de las 300 empresas cooperativas más fuertes y por sector, basados en el volumen de negocios, el sector de los seguros cubre el 34,5% de la facturación total (758.540 millones de dólares), seguido de la agricultura (532.110 millones de dólares, equivalente al 24,2% de la facturación total) y el comercio mayorista y minorista (459.360 millones de dólares, equivalente al 20,9% del total de Top300), para una facturación total de 2.145,79 mil millones de USD \$.

Resulta de sumo interés que, según ese mismo informe, si se estima la cifra de negocios del top 300 sobre el PIB per cápita, esto permite que más países entren en el ranking, como Colombia, Costa Rica, Uruguay, Turquía y Kenia.

[1] Estas agendas necesariamente varían de acuerdo con las realidades socio-ambientales y político-económicas de la región donde deban ponerse en práctica.

[2] <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/wcm2020web-final-1571942990.pdf>

Este ejemplo de fortaleza económica y organización se refleja de mejor manera en algunas regiones del mundo, que, por su historia cultural, han desarrollado un ambiente más propenso para el desarrollo del cooperativismo y así proveen estabilidad económica y social a sus asociados y su entorno.

De acuerdo con la organización Grassroots Economics, en ciertos lugares en el mundo, como la Comunidad Autónoma Vasca en España, por ejemplo, o la región de Emilia-Romaña en Italia, la propiedad de los trabajadores es mucho más común de lo habitual. Parte de la diferencia es claramente histórica y de abajo hacia arriba.

Estas regiones a menudo tienen una larga tradición socialista o colectivista, por lo que las personas que viven en estas áreas son más propensas a pensar en la propiedad de los trabajadores cuando comienzan un negocio. Pero parte de la diferencia también es de arriba hacia abajo. Los gobiernos de estas regiones a menudo apoyan más la propiedad de los trabajadores en general y ponen en marcha políticas destinadas a apoyar a las cooperativas locales[1].

En esta línea de fortaleza cooperativa, pero también de visión a futuro, nos llama la atención, por su visión altamente innovadora y transformadora, la noticia de que Penang tendrá su primera ciudad cooperativa en Malasia[2], pues no conocemos otros ejemplos así en el mundo.

La Comisión Cooperativa de Malasia (SKM) construirá una nueva ciudad en Sungai Ara, Penang. El presidente ejecutivo Datuk Nordin Salleh dijo que el proyecto sería desarrollado por la filial de SKM, Sungai Ara Berhad.

El funcionario indica que la nueva ciudad, que comprenderá unidades residenciales y varias otras comodidades, es una iniciativa de SKM para ayudar a sus miembros a poseer hogares asequibles. Será la primera "ciudad cooperativa" del país y se estima que costará 1.600 millones de rm (aproximadamente 389.000.000 \$ USD).

La motivación para construir su propia ciudad es algo que es prospectivo y está en línea con esfuerzos por priorizar el bienestar de la gente.

[1] [Cooperative Cities | Grassroots Economic Organizing \(geo.coop\)](#).

[2] [Penang to have first cooperative town in Malaysia | Malaysia | Malay Mail](#)

Este es un proyecto que abarca 83.3 hectáreas e involucra 3,867 unidades habitacionales, diversas instalaciones e infraestructuras, como un mini estadio, campo de fútbol, clínica, mezquita, y se espera que esté terminado en un plazo de tres años. El estímulo a la innovación en el sector cooperativo es, sin duda, un reto que debemos asumir para fomentar el empleo en el país, bajo un modelo asociativo que potencie el beneficio de la persona antes que el capital. Hacemos eco de las palabras del presidente ejecutivo de SKM, el señor Nordin, quien indica lo siguiente:

Animo a los miembros de la cooperativa a aventurarse en nuevos esfuerzos empresariales para establecerse como empresarios cooperativos que realmente pudieran satisfacer las necesidades de la sociedad. No queremos que se vuelvan complacientes, más bien, queremos que amplíen sus negocios y se mantengan al día con los tiempos.

En tiempos cambiantes la apuesta por el bienestar, la innovación y la asociatividad es un imperativo para el desarrollo de las naciones y un llamado esperanzador a crear sociedades más justas, inclusivas y transformadoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

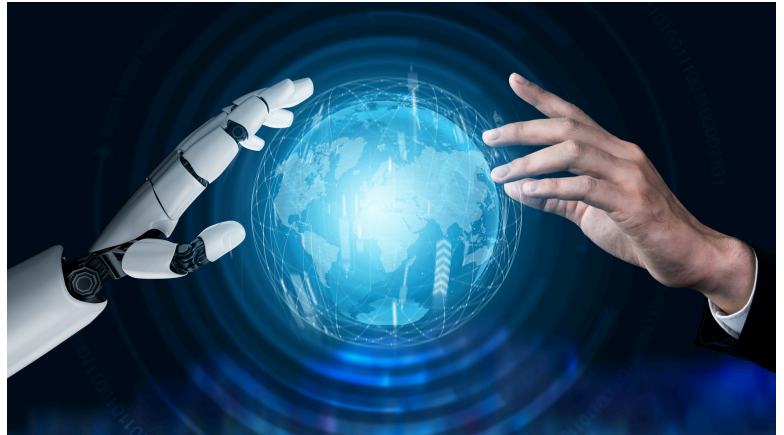
Grassroots Economic Organizing: GEO Home. (2022). Catalyzing worker co-ops & the solidarity Economy. [Página web]. <https://geo.coop/>

Batas, K. (16 de febrero de 2020). Penang tendrá la primera ciudad cooperativa en Malasia. Periódico Mala y Mail. <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2020/02/16/penang-to-have-first-cooperative-town-in-malaysia/1838076>

World Cooperative Monitor. (2020). Exploring The Cooperative Economy. [Documento en PDF]. <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/wcm2020web-final-1571942990.pdf>

¿ESTÁ LA GESTIÓN DE PROYECTOS LISTA PARA LA REVOLUCIÓN DE LA IA?

Ing. Emilio Chan Moya, MAP
Consultor, Grupo MCS
emilio.chan@grupo-mcs.com



Introducción

La inteligencia artificial (IA) está transformando industrias en todo el mundo, y la gestión de proyectos no es la excepción. Esta revolución tecnológica plantea oportunidades extraordinarias, pero también una serie de desafíos que requieren atención inmediata. En este artículo, exploraremos si las herramientas y los profesionales de la gestión de proyectos están preparados para adaptarse a este cambio disruptivo, abordando tanto los beneficios potenciales como los riesgos asociados con la adopción de la IA.

Desarrollo de planteamiento crítico

La IA promete revolucionar la gestión de proyectos mediante la automatización de tareas repetitivas, el análisis predictivo para identificar riesgos y la mejora en la asignación de recursos. Sin embargo, estas promesas también están acompañadas de incertidumbres: ¿Están las organizaciones preparadas para integrar estas tecnologías? ¿Cómo afectarán los cambios a los profesionales del área y al liderazgo de proyectos? Si bien es cierto que la IA no es un concepto nuevo, según plantea la empresa Gartner, con el lanzamiento de la herramienta ChatGPT, lanzada por la empresa OpenAI se ha marcado un punto de inflexión. Estas tecnologías han democratizado el acceso a la IA, haciéndola más accesible y universal en diversos sectores. La facilidad con la que ahora se puede implementar IA en actividades diarias ha impulsado su adopción y adaptación en la gestión de proyectos.

Antes del auge reciente, la IA estaba reservada principalmente para organizaciones con recursos significativos y equipos técnicos especializados. Hoy, herramientas de IA asequibles y fáciles de usar permiten a empresas de todos los tamaños aprovechar sus beneficios. Esta universalización presenta nuevas oportunidades, pero también exige que los gerentes de proyectos y sus equipos adquieran competencias para interactuar eficazmente con estas tecnologías.

Sin embargo, la adopción de IA masiva trae consigo el desafío de gestionar expectativas. A pesar de su potencial, la IA no es una solución mágica. Los proyectos todavía necesitan el juicio humano para decisiones estratégicas y éticas, así como una comprensión clara de los límites de estas tecnologías. Además, la rápida expansión de la IA genera preocupaciones sobre la privacidad, la ética y la seguridad, aspectos que los líderes de proyectos deben abordar con urgencia.

A pesar del entusiasmo, la realidad es que muchas empresas carecen de la infraestructura, el conocimiento y la cultura organizacional necesarios para implementar soluciones de IA de manera efectiva. La resistencia al cambio, combinada con la falta de preparación técnica, puede limitar el impacto positivo de estas tecnologías.

Argumentos

La inteligencia artificial ofrece múltiples ventajas para la gestión de proyectos, mismas que son constantes a través de los desafíos de gestión general donde los “responsables de la toma de decisiones enfrentaron preguntas sobre los aumentos de productividad, las reducciones de empleo, la automatización y la rendición de cuentas” (Best, Robles, & Mallinson, 2024), a nivel de proyectos encontramos que la automatización de tareas administrativas es uno de los aspectos más destacados. Gracias a la IA, tareas como la programación, el seguimiento del progreso y la recopilación de datos pueden ejecutarse con rapidez y precisión, lo que permite a los gerentes de proyectos concentrarse en estrategias y decisiones de alto nivel. Además, el análisis predictivo se convierte en un recurso invaluable, ya que los modelos de IA tienen la capacidad de analizar grandes volúmenes de

datos, predecir retrasos, identificar riesgos potenciales y sugerir soluciones antes de que los problemas se materialicen. Otro beneficio clave es la optimización de recursos. Los algoritmos avanzados permiten una mejor asignación de recursos humanos, financieros y materiales, logrando así una mayor eficiencia en los proyectos.

Sin embargo, también existen puntos en contra que deben ser considerados. La dependencia tecnológica es una preocupación real, ya que la integración de IA puede generar una dependencia excesiva en los sistemas, lo que podría ser problemático ante fallas técnicas o ciberataques. Por otro lado, la brecha de habilidades representa otro desafío importante. No todos los profesionales de la gestión de proyectos poseen el conocimiento necesario para interactuar eficazmente con herramientas de IA, lo que limita su adopción. Finalmente, la resistencia al cambio es un obstáculo que no puede ignorarse. Muchos equipos y líderes de proyectos temen la obsolescencia o la pérdida de control sobre procesos críticos, lo que genera reticencia frente a la implementación de estas tecnologías.

Conclusión

La IA está aquí para quedarse, y su impacto en la gestión de proyectos será profundo. Sin embargo, para aprovechar plenamente su potencial, es necesario superar barreras tecnológicas, organizacionales y culturales. Los líderes deben invertir en formación, desarrollar estrategias de cambio organizacional y garantizar una implementación ética y sostenible de estas tecnologías. La revolución de la IA no es solo una cuestión de cómo adoptarla, sino de cómo hacerlo de manera inteligente y alineada con los objetivos organizacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Best, E., Robles, P., & Mallinson, D. J. (2024). The future of AI politics, policy, and business. *Business and Politics*, 171-179.

Gartner. (2024). Gartner. Obtenido de Topics Garner: <https://www.gartner.com/en/topics/generative-ai>

Matthews, B. (27 de Setiembre de 2024). Artículos Project Management. Obtenido de [Project-Management: https://project-management.com/ai-project-management/](https://project-management.com/ai-project-management/)



SECCIÓN

OPORTUNIDAD DE

EXPRESIÓN

ENTREVISTAS

DIGITALIZACIÓN EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

Manuel Cordero Orozco

Bachiller en Administración de Empresas

manuel.cordero2019@outlook.com

Qorvo Costa Rica S.R.L.



Pregunta

¿Cuál es el futuro de los negocios?

¿Por qué considera que es importante empezar un negocio con el futuro en mente?

¿Cuáles son las ideas de los negocios del futuro?

¿Cómo se considera que se puede triunfar en los negocios?

¿Cuál es la idea subyacente de los negocios del futuro?

Respuesta

Desde mi punto de vista el futuro de los negocios está en la digitalización de estos.

Al iniciar un negocio es importante tener claro donde queremos estar en el futuro, esto es importante porque es lo que alimenta el planeamiento estratégico del negocio.

Pienso que cualquier negocio actual debe ser dimensionado hacia el futuro y adaptado mediante la digitalización. Cualquier servicio o producto que se quiera ofrecer debe estar al alcance de la mano, más precisamente de un de teléfono celular.

Cualquier idea de negocios debe de ir de la mano de un plan de negocio que señale claramente las necesidades de capital. Se debe evaluar cuidadosamente los recursos de los que se dispone para asignarlos correctamente en las ideas mas rentables.

Creo que lo que subyace en cualquier negocio del futuro es la digitalización. La sociedad cada día tiende más a la inmediatez, a los procesos sencillos y a tener las cosas en tu mano de manera rápida segura y eficiente.

¿Por qué las empresas necesitan de una estrategia para sobrevivir el futuro?

Un plan estratégico busca tener respuesta clara a situaciones potenciales que se puedan presentar en el futuro. Una estrategia bien definida permite actuar de inmediato con acciones planeadas, no con ideas improvisadas.

¿Cuáles considera usted que son los 3 trabajos del futuro?

- Ingeniería Biomédica
- Ingenierías relacionadas con digitalización y tecnología
- Carreras relacionadas con la salud mental.

¿Cuáles considera son los Negocios Más Rentables del Futuro?

Definitivamente aquellos vinculados directamente a la tecnología.

¿Cuáles puedes ser los negocios más rentables del futuro para emprendedores visionarios?

Los servicios de todo tipo que sean capaces de llegar a la puerta de tu casa, los mercados como tales evolucionarán a sistemas cada vez más personalizados.

Finalmente, Cuáles son los negocios del futuro ¿2024, 2025, 2030, 2050? (ideas y tendencias)

No se que se verá en el 2050.

Lo que pudo decir es que nos movemos en un entorno cada vez más tecnológico en donde la IA se integra con muchísimo más fuerza en los entornos laborales.

Esto afectará directamente los servicios, así como los bienes intercambiados en la sociedad. Aquel que logre visualizar como integrarse a ese entorno será capaz de crear un negocio en el futuro.

USO DE TECNOLOGÍAS EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

Priscilla Jiménez

MBA. Bibliotecología

pjimenez@ebSCO.com

Customer Training Specialist for Costa Rica,
Dominican Republic, Puerto Rico and Venezuela
para la plataforma EBSCO



¿Cuál es el futuro de los negocios?

Considero que el futuro de los negocios va de la mano con el uso de las tecnologías.

¿Por qué considera que es importante empezar un negocio con el futuro en mente?

Porque los cambios en la actualidad son constantes y rápidos, esto quiere decir, que hay que tener adaptación al cambio, hay que mantenerse en constante aprendizaje e incorporar las nuevas tendencias de tecnologías según las necesidades y objetivos del negocio para mantenerse a la vanguardia.

¿Cuáles son las ideas de los negocios del futuro?

A partir de lo actual, podría mencionar que los negocios del futuro deben proyectarse al uso de tecnologías, para mejorar la sostenibilidad, la producción de alimentos, la educación, la salud, los sistemas financieros, la comunicación.

¿Cómo se considera que se puede triunfar en los negocios?

Considero que un elemento esencial es el aprendizaje continuo, no hay que desactualizarse, sobre todo en ámbitos tan exigentes como lo son el uso de las tecnologías.

¿Cuál es la idea subyacente de los negocios del futuro?

La idea subyacente de los negocios del futuro es la innovación y la adaptación a las necesidades cambiantes de la sociedad y el medio ambiente.

¿Por qué las empresas necesitan de una estrategia para sobrevivir el futuro?

Sin una estrategia clara y proyectada a futuro, no se esperan cambios, y sino se esta preparado a estos y se tienen las capacidades para adaptarse de una forma efectiva y eficaz, lo más probable es que no exista un futuro para ese negocio.

¿Cuáles considera usted que son los 3 trabajos del futuro?

Considero que todo lo que tenga que ver con aprendizaje automático, inteligencia artificial, especialistas en sostenibilidad ambiental, analistas de datos o científicos de datos, pueden ser tres opciones.

¿Cuáles considera son los Negocios Más Rentables del Futuro?

- Inteligencia artificial
- Información
- Producción: alimentos, energía, cuidado del medio ambiente.

¿Cuáles puedes ser los negocios más rentables del futuro para emprendedores visionarios?

Todo va sobre la misma línea, negocios rentables para emprendedores, comercio electrónico y dropshipping, medicina personalizada según perfiles de salud de ellos pacientes utilizando inteligencia artificial y biotecnología, ciberseguridad, realidad virtual, automatización, educación en línea, más allá de lo que conocemos ahora.

Considero que lo que está en un futuro más cercano es el comercio electrónico, aunque media un aspecto importante las trabas por impuestos y tributación, pero fuera de eso las formas de comprar, uso de plataformas es un negocio que busca evolucionar constantemente y de forma muy rápida.

Finalmente, Cuáles son los negocios del futuro ¿2024, 2025, 2030, 2050? (ideas y tendencias)

Como lo mencione en otras de las preguntas a un largo plazo los negocios del futuro van a necesitar especialistas en análisis de datos, ciberseguridad e inteligencia artificial que sean un complemento entre sí para tomar decisiones asertivas que beneficien el negocio y a los clientes.

SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

Pedro Solórzano García
 Máster en Liderazgo y Comunicación
pedro@teamlabs.es
 Formador, Facilitador TeamCoach
 TeamLabs



Pregunta

¿Cuál es el futuro de los negocios?

¿Por qué considera que es importante empezar un negocio con el futuro en mente?

Respuesta

Estamos en plena digitalización y cada vez tenemos herramientas más eficientes para la gestión, así para que los negocios tengan futuro hay tener un plan de negocios sólido, buscar asesoramiento y apoyo, dedicar tiempo y esfuerzo al desarrollo del producto o servicio, tener una buena gestión financiera y estar dispuesto a adaptarse a los cambios del mercado son puntos clave para prosperar en cualquier negocio. Vamos hacia la hiper-personalización y hacia una gestión eficiente y eficaz de recursos siempre pensando en la sostenibilidad, así que hay que tener muy en cuenta estos aspectos.

Porque si no tenemos una estrategia u horizonte de futuro, los constantes cambios nos llevarán al desastre. "si no sabes dónde vas, ¿Cómo sabrás que has llegado?". Si dejamos al azar ya que emprender es difícil, seremos un número más en las estadísticas. Por ejemplo: En Costa Rica las tasas de fracasos en los emprendimientos durante los primeros 3 a 5 años ronda el 80%.



<i>¿Cuáles son las ideas de los negocios del futuro?</i>	Que tengan que ver con la IA, para la hiperpersonalización (ejemplo Apps de salud, deportes, bienestar, etc.). Asistentes virtuales o robóticos, Temas relacionados con la movilidad, alimentación, cuidado de las generaciones de mayores, etc. Yo exploraría necesidades del mercado y de ahí elaboraría una solución para ellas.
<i>¿Cómo se considera que se puede triunfar en los negocios?</i>	Con mucho trabajo y teniendo foco y el propósito y fin en mente
<i>¿Cuál es la idea subyacente de los negocios del futuro?</i>	Nos movemos en un escenario de cambio, donde surge la necesidad de nuevos modelos de negocio, productos y servicios.
<i>¿Por qué las empresas necesitan de una estrategia para sobrevivir el futuro?</i>	Porque sólo estableciendo la estrategia pertinente se pueden lograr las metas y objetivos que nos propongamos.
<i>¿Cuáles considera usted que son los 3 trabajos del futuro?</i>	Especialista en IA y gestión de Big Data, Especialista en sostenibilidad, y lo que tenga que ver con robótica
<i>¿Cuáles considera son los Negocios Más Rentables del Futuro?</i>	Salud y bienestar, servicios de entrega y logística y energías y sostenibilidad (por ejemplo, convertir CO2 en agua.
<i>¿Cuáles puedes ser los negocios más rentables del futuro para emprendedores visionarios?</i>	Tecnología 3D, Talleres automatizados por robótica, proyectos de agricultura vertical
<i>Finalmente, Cuáles son los negocios del futuro ¿2024, 2025, 2030, 2050? (ideas y tendencias)</i>	Materiales de carga ultrarrápido para teléfonos móviles desechables. Robots de acompañamiento, Aislamiento acústico completo en paredes, techos y ventanas mediante láminas superfinas (que actúen como la cancelación de sonido)