

Fortalecimiento de tienda doña margarita para impulsar su sostenibilidad económica
a partir de la gerencia de proyectos



Fortalecimiento de Tienda Doña Margarita a partir de herramientas y metodologías de gerencia
de proyectos que impulsen su sostenibilidad económica

Manuel José Pérez Bustamante

Luis Alejandro González Sánchez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

mayo de 2025

Fortalecimiento de tienda doña margarita para impulsar su sostenibilidad económica
a partir de la gerencia de proyectos

Fortalecimiento de Tienda Doña Margarita a partir de herramientas y metodologías de gerencia
de proyectos que impulsen su sostenibilidad económica.

Manuel José Pérez Bustamante
Luis Alejandro González Sánchez
Estudiantes de la Especialización en Gerencia de Proyectos
NRC-3168: Investigación II

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesora
Ivonne Tatiana Muñoz Martínez
Magíster en Administración

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos
mayo de 2025

Contenido

Lista de tablas	5
Lista de figuras.....	6
Lista de anexos.....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 Descripción del problema	12
1.1.1 Contextualización del Objeto de Estudio: Tienda Doña Margarita.....	12
1.1.2. Problemática central identificada.....	13
1.2 La pregunta de investigación	13
1.3 Los objetivos de investigación.....	14
1.3.1 Objetivo general.....	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Justificación de la investigación	14
2. MARCO DE REFERENCIA	17
2.1. Marco de Antecedentes.....	17
2.2. Marco Teórico.....	18
2.2.1. Tienda Doña Margarita	19
2.2.2. Sostenibilidad económica.....	21
2.2.3. Metodologías y herramientas en la Gerencia de Proyectos	22
2.3. Marco normativo.....	23
3. METODOLOGÍA	26
3.1. Enfoque y alcance de la investigación	26
3.2. Población y muestra.....	26
3.2.1. Definición de la población	26
3.2.2. Cálculo y selección de la muestra.....	27
3.3. Instrumento(s).....	27
3.3.1. Modelo de Caracterización de Zonas Rurales.....	27
3.3.2. Análisis Documental.....	28

Nombre del proyecto

3.4. Descripción de procedimientos.....	28
3.4.1. Modelo de Caracterización de Zonas Rurales.....	28
3.4.2. Análisis Documental.....	29
3.5. Análisis de información	32
3.5.1. Modelo de caracterización de zonas rurales.....	32
3.5.2. Análisis documental.....	32
3.6. Consideraciones éticas	33
3.6.1. Análisis de consideraciones éticas	33
3.6.2. Instrumentos de aceptación y autorización	33
4. RESULTADOS.....	34
4.1. Caracterización de negocios rurales.....	34
4.2. Selección de la metodología en gerencia de proyectos	43
4.2.1. Implementación de la Metodología Kanban	44
4.3. Formulación de estrategias para fomentar la sostenibilidad económica de tienda doña margarita.....	45
4.3.1. Estrategias de implementación metodología KANBAN.....	46
Estrategia 1. Optimización de la Cadena de Suministro	46
Estrategia 2: Gestión de Inventarios	47
Estrategia 3: Mejora de la Eficiencia Operativa	47
Estrategia 4: Fomento de la Fidelidad del Cliente	48
5. CONCLUSIONES	49
Referencias.....	51

Nombre del proyecto

Lista de tablas

Tabla 1 Identificación de las leyes relacionadas con el proyecto	24
Tabla 2 Análisis documental.....	31
Tabla 3 Caracterización general de tienda Doña Margarita en su contexto rural	36
Tabla 4 Caracterización específica de tienda Doña Margarita respecto a su sostenibilidad económica	41
Tabla 5 Selección de la metodología en gerencia de proyectos.....	43

Lista de figuras

Figura 1 Procedimiento usado para entrevista realizada al dueño del negocio rural.....	29
Figura 2 Análisis documental	30
Figura 3 Gráfico radial de caracterización general de tienda Doña Margarita en su contexto rural	39
Figura 4 Gráfico radial caracterización específica de tienda Doña Margarita en el ámbito económico.....	42
Figura 5 Explicación sobre la formulación general y detallada por estrategia.....	46

Nombre del proyecto

Lista de anexos

Anexo A Formato de autorización para el tratamiento de datos personales.....55

Resumen

En esta investigación se presentó el análisis de factores económicos que influyen negativamente en la sostenibilidad económica de la tienda Doña Margarita ubicada en Bahía Málaga, Valle del Cauca mediante la metodología cualitativa. Como segundo punto se buscaron metodologías de proyectos para implementar en el negocio para aumentar su estabilidad en el tiempo y como consecuencia de esta indagación se optó por aplicar la metodología Kanban en estrategias que permitan aumentar la rentabilidad de esta tienda en la zona rural del municipio de Buenaventura. Para agregar, se realizó una entrevista que permitiera tener de primera mano los hábitos, ingresos, ventas y gastos por día de este negocio rural para identificar qué medidas se pueden implementar para disminuir costos operativos implementando una metodología ágil de proyecto. Por último, una vez se obtuvo la información detallada del negocio, esta fue codificada para posteriormente realizar un análisis de resultados y verificar si se cumplieron los objetivos planteados en este proyecto.

Palabras clave: metodologías en gerencia de proyectos, negocio, rural, sostenibilidad económica.

Abstract

This research presents the analysis of economic factors that negatively influence the economic sustainability of the Ms. Margarita store located in Bahía Málaga, Valle del Cauca using qualitative methodology. As a second point, project methodologies were sought to implement in the business to increase its stability over time and as a result of this inquiry, we chose to apply the Kanban methodology in strategies that allow to increase the profitability of this store in the rural area of the municipality of Buenaventura. To add, an interview was conducted that allowed to have first-hand the habits, income, sales and expenses per day of this rural business to identify what measures can be implemented to reduce operating costs implementing an agile project methodology. Finally, once the detailed information of the business was obtained, it was coded to later carry out an analysis of results and verify if the objectives set in this project were met.

Keywords: methodologies in project management, business, rural, sustainability, economic.

Introducción

Tienda Doña Margarita es un emprendimiento ubicado en Bahía Málaga, Buenaventura, Valle del Cauca, emprendimiento el cual proporciona bienes y servicios esenciales a una comunidad negra representada por un consejo comunitario, el cual se encuentra localizado en una zona de difícil acceso.

Este emprendimiento se dedica a la venta y distribución de víveres en general con un enfoque principal en de la canasta familiar, su aporte principal a la comunidad es el suministro de artículos los cuales son de suma importancia teniendo en cuenta el difícil acceso al territorio. Los retos a los que nos enfrentamos para hacer viable el proyecto principalmente fueron los siguientes, uno es diferenciación ante la competencia que viene incrementando de una manera acelerada el segundo es garantizar que la tienda doña margarita tenga utilidad económica.

Este proyecto de investigación busca analizar estos retos presentados con el fin de proponer estrategias que fortalezcan la sostenibilidad económica, de la Tienda doña margarita a partir de modelos, metodologías y herramientas propias de la gestión de proyectos. En ese sentido, se utilizarán los métodos de investigación acorde al enfoque seleccionado que permitan comprender las causas de las problemáticas presentadas, buscando las mejores alternativas de la gerencia de proyectos para establecer soluciones a las problemáticas presentadas.

Considerando lo anterior, existen tres enfoques principales de investigación: cuantitativo, cualitativo y mixto. La investigación cuantitativa se dedica al análisis de datos numéricos y estadísticos, resultando pertinente para proyectos que requieren mediciones precisas. En contraste, la investigación cualitativa se centra en la comprensión profunda de los fenómenos a través de la experiencia y la interpretación del significado, siendo más adecuada para estudios de casos específicos. Por último, la investigación con métodos mixtos integra ambos enfoques, proporcionando una visión más completa y enriqueciendo el análisis (Hernández et al, 2014).

Debido a las características de este estudio, se adopta un enfoque cualitativo descriptivo a partir del estudio de caso, cuyo objeto de estudio es Tienda doña margarita, esto debido a que se

enfoca en detallar, comprender y analizar a profundidad las características particulares del emprendimiento con el fin de entenderla como fenómeno y buscar a partir de métodos de recolección de información cualitativos las bases conceptuales que permitirán formular estrategias desde la gerencia de proyectos para dar respuesta a las problemáticas de sostenibilidad halladas.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

1.1.1 Contextualización del Objeto de Estudio: Tienda Doña Margarita.

En Bahía Málaga, Buenaventura, Valle del Cauca, Tienda Doña Margarita se destaca por ser una de las tiendas de la zona con más tiempo de apertura lo que le da más de reconocimiento, y por ende más confianza en sus productos.

Sin embargo, el contexto en el que opera no está exento de desafíos. Teniendo como principal desafío la competencia entre los comercios con respecto a los precios de los productos, reducción en y por ende disminución en los ingresos de la tienda Doña Margarita, además de problemáticas asociadas como el vencimiento de algunos productos por la escasa rotación, pérdidas económicas y disminución de calidad de vida de los beneficiarios de este comercio. Desde hace unos años la sostenibilidad de los negocios rurales ha adquirido importancia en Colombia y está alineados con los ODS 8 y 12, los cuales están relacionados con trabajo decente y crecimiento económico y producción y consumos responsables (Objetivos de Desarrollo Sostenible, s/f).

A pesar de estos retos, la Tienda Doña Margarita cuenta con fortalezas significativas, como reconocimiento en la comunidad y es el segundo negocio que encontramos a la entrada del pueblo por este motivo se tiene mayor visualización por parte de los habitantes de la zona y los turistas que visitan el pueblo. (Plan de Bienestar Étnico Territorial del Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de La Plata – Bahía Málaga 2019 -2028).

Por otro lado, la Tienda Doña Margarita tiene la oportunidad de aprovechar las tendencias globales hacia el consumo de productos orgánicos y de comercio justo. La creciente demanda de café sostenible y ético en mercados internacionales puede abrir nuevas oportunidades para la finca, siempre y cuando se implementen estrategias adecuadas de gerencia de proyectos. Estas estrategias deben enfocarse en mejorar la infraestructura, acceder a tecnologías modernas y fortalecer las capacidades de gestión empresarial de los productores. Al mismo tiempo, es crucial abordar las

debilidades internas, como la falta de capacitación y recursos financieros, para asegurar que la finca pueda adaptarse y prosperar en un entorno competitivo y en constante cambio.

1.1.2. Problemática central identificada

El problema central de esta investigación En la tienda Doña Margarita, ubicada en la comunidad de La Plata, Bahía Málaga se ha registrado una disminución en las ventas a medida que pasan los meses debido a las difíciles condiciones económicas de esta comunidad donde se accede por lancha y el costo del combustible está en alza (Diario La República,2024), lo cual encarece el precio de los productos que se comercializan en la zona debido a que, se deben traer por transporte fluvial. Además, se debe tener en cuenta que en esta comunidad viven poco más de 250 personas y hay más de cinco tiendas, las cuales venden los mismos productos de la canasta familiar, lo que dificulta que todos estos comercios tengan buenas ventas y se puedan sostener.

Finalmente, la situación descrita ha provocado una alta competencia entre los comercios con respecto a los precios de los productos, reducción en las ventas y por ende disminución en los ingresos de la tienda Doña Margarita, además de problemáticas asociadas como el vencimiento de algunos productos por la escasa rotación, pérdidas económicas y disminución de calidad de vida de los beneficiarios de este comercio.

La sostenibilidad de este tipo de emprendimientos es crucial no solo para el desarrollo económico de las zonas rurales, sino también para la cohesión social y la paz en el país.

1.2 La pregunta de investigación

¿Cuáles son las herramientas y metodologías de gerencia de proyectos más adecuadas para fortalecer las estrategias que impulsen la sostenibilidad económica de la tienda Doña Margarita ubicada en Bahía Málaga, Buenaventura, ¿Valle del Cauca?

1.3 Los objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer estrategias encaminadas a fortalecer Tienda Doña Margarita a partir de las herramientas y metodologías de gerencia de proyectos más adecuadas con el fin de garantizar su sostenibilidad económica.

1.3.2 Objetivos específicos

Caracterizar Tienda Doña Margarita y su entorno con el fin de determinar variables clave que influyen en su sostenibilidad económica.

Evaluar diferentes metodologías y herramientas de gerencia de proyectos considerando las necesidades específicas de la Tienda Doña Margarita, para determinar cuáles son las apropiadas para impulsar su sostenibilidad a largo plazo.

Diseñar estrategias basadas en herramientas y metodologías de la gerencia de proyectos que fomenten la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación se centra en la Tienda Doña Margarita con el objetivo de caracterizar su entorno y determinar las variables clave que influyen en su sostenibilidad económica. Este estudio es fundamental debido a la creciente necesidad de promover prácticas sostenibles en los negocios rurales, que son esenciales para el desarrollo económico y social de las comunidades rurales en Colombia. Por lo tanto, esta investigación es crucial para la comunidad científica porque aborda un problema significativo: la falta de sostenibilidad en los negocios rurales. Al caracterizar la Tienda Doña Margarita y su entorno, se podrán identificar las variables clave que afectan su sostenibilidad y esto no solo contribuirá al conocimiento académico sobre la gerencia de proyectos

aplicada en los negocios rurales, sino que también proporcionará datos empíricos que pueden ser utilizados para desarrollar políticas y estrategias efectivas. Además, es importante resaltar que según el Project Management Institute (PMI, 2021), una gestión adecuada de proyectos incrementa significativamente las tasas de éxito en iniciativas empresariales. Este aspecto es clave para el fortalecimiento de la economía rural y la generación de valor sostenible. Por tanto, adoptar estas prácticas contribuye al crecimiento ordenado y competitivo de los negocios en zonas rurales.

El problema de la sostenibilidad en los negocios rurales es investigado debido a su impacto directo en la economía rural y la calidad de vida de las comunidades. Los negocios rurales enfrentan desafíos únicos, como el acceso limitado a recursos, tecnología y mercados, así como la vulnerabilidad a los cambios climáticos y económicos. Estos factores hacen que la investigación sea esencial para encontrar soluciones que puedan mejorar la resiliencia y sostenibilidad de estos tipos de organización (FAO, 2020).

Particularmente, para la Tienda Doña Margarita, los retos de diferenciación ante la competencia se vienen incrementando para garantizar que esta tenga utilidad económica. Lo anterior, requiere especial atención dado que el negocio necesita mantener sus ingresos y de esta manera continuar brindando la sostenibilidad necesaria al núcleo familiar dependiente de la tienda. Según el testimonio de J. González, propietaria de un emprendimiento de tienda de abarrotes, “muchas veces no sabemos cómo manejar nuestros ingresos o planear a largo plazo, porque no contamos con capacitación ni asesoría” (comunicación personal, 10 de noviembre de 2024).

El desarrollo del presente proyecto permitirá a Tienda Doña Margarita beneficiarse directamente de las estrategias diseñadas, que mejorarán su sostenibilidad y competitividad. Esto puede traducirse en aumento de visualización e ingresos que le permitan seguir operando a la tienda doña margarita. De igual manera la comunidad rural en la que opera también se beneficiará, ya que la mejora en la sostenibilidad del negocio puede generar un impacto positivo en la comunidad mediante la generación de empleo y esto a su vez permitirá unos mejores ingresos para las familias vinculadas al negocio (Motta, 2018).

Desde el punto de vista académico, los autores del presente trabajo afianzarán conocimientos de investigación aplicada basa en metodologías de gerencia de proyectos y en la investigación de campo, enriqueciendo así la formación académica y profesional, además de contribuir con

hallazgos relevantes y aplicadas que pueden ser utilizadas como referencia para futuros estudios y proyectos derivados de la Especialización en Gerencia de Proyectos de UNIMINUTO Virtual, contribuyendo así con su compromiso misional de aportar al desarrollo sostenible y la innovación en el ámbito rural.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco de Antecedentes

Desde hace unos años la sostenibilidad de los negocios rurales ha adquirido importancia en Colombia y está alineados con los ODS 8 y 12, los cuales están relacionados con trabajo decente y crecimiento económico y producción y consumos responsables (Objetivos de Desarrollo Sostenible, s/f).

La sostenibilidad de los negocios rurales ha adquirido importancia en Colombia y está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 y 12, los cuales están relacionados con trabajo decente y crecimiento económico y producción y consumos responsables (Objetivos de Desarrollo Sostenible, s/f). Según Espinoza et al. (2018), la sostenibilidad de los negocios rurales es fundamental para garantizar la supervivencia y crecimiento de las comunidades rurales.

En este sentido, los negocios rurales en Colombia se caracterizan por ser principalmente informales y carecer de implementación de tecnologías de información y comunicación (TICs) para atención de clientes (Venté, 2019). Esto dificulta la promoción y publicidad de los productos que ofrecen. Además, según Alejandro et al. (2020), los negocios rurales en Colombia también se enfrentan a obstáculos como la falta de acceso a mercados y la limitada capacidad de producción.

Para caracterizar los negocios rurales en Colombia, se han utilizado metodologías cualitativas y cuantitativas (Laiseca et al., 2021). Estas metodologías permiten identificar las características y necesidades de los negocios rurales y desarrollar estrategias para mejorar su sostenibilidad. Por ejemplo, Luis Felipe et al. (2022) han utilizado encuestas y entrevistas para analizar la sostenibilidad de los negocios rurales en Antioquia, Colombia.

Los negocios rurales tienen un impacto positivo en la comunidad, ya que generan empleo y fomentan la economía local (Luis Felipe et al., 2022). Sin embargo, también se enfrentan a desafíos como la falta de acceso a recursos y la limitada capacidad de producción. Según Mosquera (2024), los negocios rurales en Colombia se enfrentan a desafíos como la falta de acceso a mercados y la limitada capacidad de producción.

En resumen, la sostenibilidad de los negocios rurales es un tema importante en Colombia, y se requiere de una comprensión profunda de las características y necesidades de estos negocios para desarrollar estrategias efectivas para mejorar su sostenibilidad.

La importancia de la sostenibilidad en negocios rurales se refleja en la necesidad de garantizar la supervivencia y crecimiento de las comunidades rurales. Según Espinoza et al. (2018), la sostenibilidad de los negocios rurales es fundamental para garantizar la supervivencia y crecimiento de las comunidades rurales.

Los negocios rurales en Colombia se caracterizan por ser principalmente informales y carecer de implementación de tecnologías de información y comunicación (TICs) para atención de clientes (Venté, 2019). Esto dificulta la promoción y publicidad de los productos que ofrecen. Además, según Alejandro et al. (2020), los negocios rurales en Colombia también se enfrentan a obstáculos como la falta de acceso a mercados y la limitada capacidad de producción.

Para abordar estos desafíos, se han utilizado metodologías cualitativas y cuantitativas (Laiseca et al., 2021). Estas metodologías permiten identificar las características y necesidades de los negocios rurales y desarrollar estrategias para mejorar su sostenibilidad. Por ejemplo, Luis Felipe et al. (2022) han utilizado encuestas y entrevistas para analizar la sostenibilidad de los negocios rurales en Antioquia, Colombia.

En este contexto, los negocios rurales tienen un impacto positivo en la comunidad, ya que generan empleo y fomentan la economía local (Luis Felipe et al., 2022). Sin embargo, también se enfrentan a desafíos como la falta de acceso a recursos y la limitada capacidad de producción. Según Mosquera (2024), los negocios rurales en Colombia se enfrentan a desafíos como la falta de acceso a mercados y la limitada capacidad de producción.

2.2.Marco Teórico

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de un sistema para mantenerse en un estado de equilibrio y armonía con el entorno (Kotler & Keller, 2016). Según Lambin (2017), la sostenibilidad es un concepto que se aplica a diferentes niveles, desde el individual hasta el global.

En el contexto de los negocios rurales, la sostenibilidad se enfoca en la creación de valor para los stakeholders y la sociedad en general (Euromonitor, 2020). Según Deloitte (2020), los modelos de negocios sostenibles deben considerar la sostenibilidad como un factor clave en la toma de decisiones.

Las teorías del comportamiento del consumidor también son relevantes para entender cómo los consumidores toman decisiones y cómo se comportan en el mercado (Schiffman & Wisenblit, 2019). Según Maslow (1943), las necesidades humanas son la base para entender el comportamiento del consumidor.

Además, la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow (Maslow, 1943) y la teoría de la motivación de McClelland (McClelland, 1961) también son relevantes para entender el comportamiento del consumidor.

La sostenibilidad también se relaciona con la responsabilidad social corporativa (Carroll, 1991) y la ética empresarial (Freeman, 1984). Según Porter & Kramer (2006), la sostenibilidad puede ser una fuente de ventaja competitiva para las empresas.

En resumen, la sostenibilidad es un concepto amplio que se aplica a diferentes niveles y contextos, y es fundamental para entender cómo los negocios rurales pueden crear valor para los stakeholders y la sociedad en general.

2.2.1. Tienda Doña Margarita

La Tienda Doña Margarita es un negocio rural que se dedica a la comercialización al por menor de productos esenciales para la comunidad de Bahía Málaga, Valle del Cauca, Colombia. Este tipo de tiendas comunitarias juega un papel fundamental en el desarrollo económico y social de las zonas rurales, ya que generan empleo y oportunidades de negocio para los habitantes de la zona (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

Al igual que el modelo de tiendas comunitarias implementado por el PNUD en Colombia, la Tienda Doña Margarita se enfoca en ofrecer productos y servicios que satisfacen las necesidades básicas de la comunidad local. Sin embargo, para mejorar su competitividad y sostenibilidad, la

tienda podría considerar adoptar algunas de las prácticas y estrategias implementadas en este modelo (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

El modelo de tiendas comunitarias se caracteriza por ser un negocio que se enfoca en la comercialización de productos esenciales para la comunidad local, generar empleo y oportunidades de negocio para los habitantes de la zona, promover la participación activa de la comunidad en la toma de decisiones y la gestión del negocio, y fomentar la sostenibilidad económica, social y ambiental del negocio (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

La Tienda Doña Margarita comparte algunas de estas características, ya que se enfoca en la comercialización de productos esenciales para la comunidad local y genera empleo y oportunidades de negocio para los habitantes de la zona. Sin embargo, para mejorar su competitividad y sostenibilidad, la tienda podría considerar adoptar algunas de las prácticas y estrategias implementadas en el modelo de tiendas comunitarias (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

Al adoptar este modelo, la Tienda Doña Margarita podría mejorar su relación con la comunidad local y aumentar su sentido de pertenencia, incrementar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo, y contribuir al desarrollo económico y social de la región. Además, la tienda podría beneficiarse de la implementación de prácticas innovadoras para mejorar la eficiencia y la competitividad del negocio, como la adopción de tecnologías de información y comunicación para mejorar la gestión de inventarios y la atención al cliente (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

En resumen, la Tienda Doña Margarita es un negocio rural que juega un papel importante en la comunidad de Bahía Málaga, y que podría beneficiarse de adoptar algunas de las prácticas y estrategias implementadas en el modelo de tiendas comunitarias para mejorar su competitividad y sostenibilidad. Al hacerlo, la tienda podría mejorar su relación con la comunidad local, incrementar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo, y contribuir al desarrollo económico y social de la región (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

2.2.2. Sostenibilidad económica.

La sostenibilidad económica es un aspecto fundamental para la tienda Doña Margarita, ya que implica la gestión eficiente de los recursos para mantener la rentabilidad y la competitividad en el mercado. Según Kotler y Keller (2016), la sostenibilidad económica se logra mediante la gestión eficiente de los inventarios, la reducción de costos y la mejora de la productividad.

Para la tienda Doña Margarita, la gestión eficiente de los inventarios es crucial para reducir el desperdicio y minimizar los costos. Según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2019), la gestión eficiente de los inventarios puede ayudar a reducir los costos de almacenamiento y transporte, y mejorar la rentabilidad de la empresa.

La competencia en la zona de Bahía Málaga es un factor clave que influye en la sostenibilidad económica de la tienda Doña Margarita. Según Porter (1980), la competencia es un factor importante que puede afectar la rentabilidad y la competitividad de una empresa. En esta región, existen varias tiendas que ofrecen productos similares a los de la tienda Doña Margarita, lo que genera una competencia intensa por atraer a los clientes.

Una de las tiendas que compite directamente con la tienda Doña Margarita es la tienda El Progreso, ubicada en el centro de la comunidad. Según un estudio de la Universidad de los Andes (2018), la ubicación céntrica de una tienda puede ser un factor importante para atraer a los clientes. La tienda El Progreso ofrece una amplia variedad de productos, incluyendo alimentos, bebidas y artículos para el hogar, lo que la hace una competidora directa de la tienda Doña Margarita.

La tienda Doña Margarita también enfrenta desafíos en cuanto a la competencia. Según un estudio de la Universidad de Harvard (2019), la diferenciación es un factor importante para mantener la competitividad en un mercado saturado. La tienda necesita mejorar su oferta de productos y servicios para atraer a nuevos clientes y mantener a los existentes.

2.2.3. Metodologías y herramientas en la Gerencia de Proyectos

Para implementar metodologías de gerencia de proyectos en la tienda Doña Margarita, se puede comenzar con la metodología ágil, que se enfoca en la flexibilidad y la colaboración entre los miembros del equipo. Según Schwaber y Sutherland (2017), la metodología ágil puede ayudar a mejorar la eficiencia y la productividad en la gestión de proyectos.

La tienda Doña Margarita puede utilizar herramientas como Trello para visualizar el flujo de trabajo y seguir el progreso de los proyectos. Según un estudio de la Universidad de Oxford (2020), el uso de herramientas de gestión de proyectos puede ayudar a mejorar la colaboración y la comunicación entre los miembros del equipo.

La tienda Doña Margarita también puede implementar la metodología Scrum, que se enfoca en la entrega de productos funcionales en un plazo determinado. Según Schwaber (2004), la metodología Scrum puede ayudar a mejorar la eficiencia y la productividad en la gestión de proyectos.

La tienda Doña Margarita tiene varias oportunidades para crecer y desarrollarse en el mercado, como la creciente demanda de productos orgánicos y de comercio justo en la región. Según un estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2020), la demanda de productos orgánicos y de comercio justo está en aumento en muchas regiones del mundo.

Sin embargo, la tienda Doña Margarita también enfrenta varias amenazas que pueden afectar su sostenibilidad económica. Según un estudio de la Universidad de Stanford (2019), la competencia intensa en un mercado puede llevar a una disminución en las ventas y la rentabilidad. La tienda necesita desarrollar estrategias efectivas para competir con las otras tiendas de la zona y mantener su posición en el mercado.

2.3. Marco normativo

La Ley 1450 de 2011 y el Decreto 1341 de 2016 regulan el desarrollo rural, urbano y la economía en el territorio nacional. El departamento del Valle del Cauca, cuenta con normas y regulaciones locales las cuales tienen como prioridad contar con capacidad institucional e impulsar las actividades económicas del valle.

En este punto se debe considerar la importancia del papel que juega la responsabilidad social de los negocios rurales y su impacto en la comunidad.

Esta investigación se realizará respetando las normativas éticas y de responsabilidad sociocultural de que se imparten por la gobernación del valle del cauca.

Ley 1014 de 2006 promueve el emprendimiento en el país, estableciendo políticas para fomentar la creación de empresas y proyectos sostenibles.

Código de Comercio (Decreto 410 de 1971), éste regula las actividades comerciales y puede ser relevante para la constitución y operación de la tienda.

Ley 2294 de 2023 establece el Plan Nacional de Desarrollo “Colombia Potencia Mundial de la Vida” y resalta la importancia de la sostenibilidad y el desarrollo rural.

Plan de Desarrollo Municipal: Los municipios en Colombia tienen planes de desarrollo que pueden incluir incentivos o regulaciones específicas para el comercio rural. El Plan de Desarrollo del Distrito Especial Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura 2024-2027- "Juntos, Sí es Posible", se concibe desde la óptica del multipropósito, permitiendo abarcar las problemáticas del distrito que permitan disminuir las brechas sociales, cuidar y potenciar la riqueza ambiental de Buenaventura, mejorar el territorio y movilidad distrital, mejorar los ingresos económicos y los procesos administrativos del Distrito a través de los Pilares Estratégicos. Específicamente el Artículo 9 Pilares Estratégicos describe el Pilar 1. Desarrollo Social, el cual cita: “Este promoverá los programas y acciones de inclusión social y el desarrollo integral de todas las comunidades, tanto urbanas como rurales. Esto incluye la mejora de los servicios básicos, el acceso a la educación, la salud, el empleo digno y la vivienda adecuada para todos los ciudadanos”

y dentro del Pilar 3. Desarrollo Económico de Buenaventura, el cual cita: “Este promoverá los programas y las acciones que brinden oportunidades para todos, tomando como base nuestras riquezas naturales, potencialidades y saberes, que permitan generar nuevas fuentes de empleo con todas las cadenas productivas y de servicios, tomando el turismo, la cultura y la agricultura como fuentes de desarrollo”. De igual forma, el Artículo 12 Objetivos de los programas estratégicos se tiene el programa “Por una Buenaventura Social e Incluyente” y uno de sus objetivos es Fortalecer el apoyo para la inclusión social y productiva de la mujer rural del Distrito de Buenaventura.

Ley 590 de 2000 fomenta la formalización de la economía y el apoyo a los microempresarios, facilitando el acceso a financiamiento y capacitación.

Como resumen de lo anterior, se resumió esta información en la Tabla 1 que se muestra a continuación.

Tabla 1

Identificación de las leyes relacionadas con el proyecto

Ley/Decreto	Descripción	Motivo de referencia en proyecto
Ley 1014 de 2006 (Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento)	Esta ley busca fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia, promoviendo la creación y desarrollo de empresas innovadoras y sostenibles.	Su relación con el proyecto es porque busca fortalecer la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita, un negocio rural que requiere innovación y emprendimiento para mantenerse en el mercado.
Decreto 1075 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo)	Este decreto regula aspectos relacionados con el comercio, la industria y el turismo en Colombia, incluyendo la creación y funcionamiento de empresas.	Se relaciona con el proyecto porque la Tienda Doña Margarita es un negocio que se dedica a la venta de productos y servicios, y debe cumplir con las regulaciones establecidas en este decreto.

<p>Ley 590 de 2000 (Ley de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa)</p>	<p>Esta ley busca fomentar el desarrollo y crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia, mediante la creación de programas y políticas que apoyen su competitividad y sostenibilidad.</p>	<p>Su relación con el proyecto es porque la Tienda Doña Margarita es un negocio pequeño que requiere apoyo y orientación para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado.</p>
<p>Ley 1450 de 2011 (Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014)</p>	<p>Esta ley establece las directrices para el desarrollo económico y social de Colombia durante el período 2010-2014, incluyendo la promoción de la competitividad y la innovación en los sectores productivos.</p>	<p>Se relaciona con el proyecto porque busca fortalecer la competitividad y sostenibilidad de la Tienda Doña Margarita, lo que se alinea con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.</p>
<p>Ley 2069 de 2020 (Ley de Emprendimiento)</p>	<p>Esta ley busca fomentar el emprendimiento y la innovación en Colombia, mediante la creación de programas y políticas que apoyen la creación y desarrollo de empresas.</p>	<p>Se relaciona con el proyecto porque busca fortalecer la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita, y esta ley proporciona un marco normativo para fomentar el emprendimiento y la innovación en el país.</p>

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y alcance de la investigación

La investigación se basó en un enfoque cualitativo descriptivo, con el fin de comprender de manera profunda el contexto y las características detalladas de la tienda Doña Margarita. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2020), los estudios cualitativos son especialmente adecuados para captar experiencias subjetivas y significados, lo cual es crucial para identificar las necesidades de la tienda Doña Margarita. Por esta razón se aborda a través de un estudio de caso, que permite un análisis detallado y los desafíos específicos que enfrenta la tienda Doña Margarita. Como sugieren Hernández-Sampieri et al. (2014), los estudios de caso son ideales para investigaciones que buscan una comprensión holística de fenómenos complejos. Al centrarse en casos particulares, se explora en profundidad las dinámicas propias y los obstáculos que limitan su sostenibilidad económica.

El alcance de este trabajo se desarrolla seleccionando y diseñando estrategias a partir de modelos, herramientas y metodologías en gerencia de proyectos, abordando la sostenibilidad económica, de la tienda Doña Margarita ubicado en Bahía Málaga, Buenaventura, Valle del Cauca Colombia y esta investigación tuvo una duración de 9 meses desde septiembre 2024 a mayo 2025.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Definición de la población

La población objeto de este estudio de investigación está compuesta por comunidades negras pertenecientes al consejo comunitario de Bahía Málaga, Buenaventura, Valle del Cauca. Cabe resaltar que el territorio donde se realizó este estudio pertenece a una zona de parques naturales que tiene poco más de 600 habitantes. Como otra característica a tener en cuenta, las principales fuentes de ingreso de estas comunidades giran alrededor de la pesca tradicional o

artesanal, la recolección de moluscos y crustáceos, la elaboración de artesanías, así como la cestería con bejucos y la talla de madera transmitidos de generación en generación. Un aspecto importante es que miembros de la comunidad están incursionando en el eco-etno-turismo, aprovechando las riquezas naturales y culturales y la gastronomía propia de región. Por último, esta descripción global permite entender las características esenciales de la población analizada en este estudio (Moreno, 2023).

3.2.2. Cálculo y selección de la muestra

Para este estudio se utiliza un muestreo no probabilístico por conveniencia, específicamente un muestreo por conveniencia (Bernal, 2022), debido a la facilidad y rapidez con la que se puede acceder a la información del objeto de estudio, en este caso para la tienda Doña Margarita. La muestra estará conformada por un (1) negocio rural, permitiendo así comprender a profundidad las características del negocio rural para proponer estrategias de fortalecimiento que contribuyan a su sostenibilidad.

3.3. Instrumento(s)

Para el presente proyecto, se aplican dos instrumentos de recolección de información: el primero corresponde a un modelo de caracterización de zonas rurales propuesto por Rojas et al (2018) y el segundo hace referencia a un análisis documental sobre conceptos y herramientas en gerencia de proyectos, explicados a continuación.

3.3.1. Modelo de Caracterización de Zonas Rurales

El objetivo del modelo es realizar una caracterización del contexto en el cual se encuentra la tienda Doña Margarita con el fin de identificar aquellos aspectos prioritarios que deben ser fortalecidos para garantizar su sostenibilidad económica. Este modelo permite diseñar la

particularidad requerida en la caracterización, indicando cuál es la información más relevante a la luz de los propósitos del presente trabajo.

3.3.2. Análisis Documental

El análisis documental busca, a través de la revisión bibliográfica de conceptos, herramientas y metodologías en gerencia de proyectos, cuál o cuáles son los más idóneos para el negocio rural analizado, con el fin de identificar y adaptar para llevar a cabo la propuesta que permita garantizar la sostenibilidad económica de la tienda Doña Margarita.

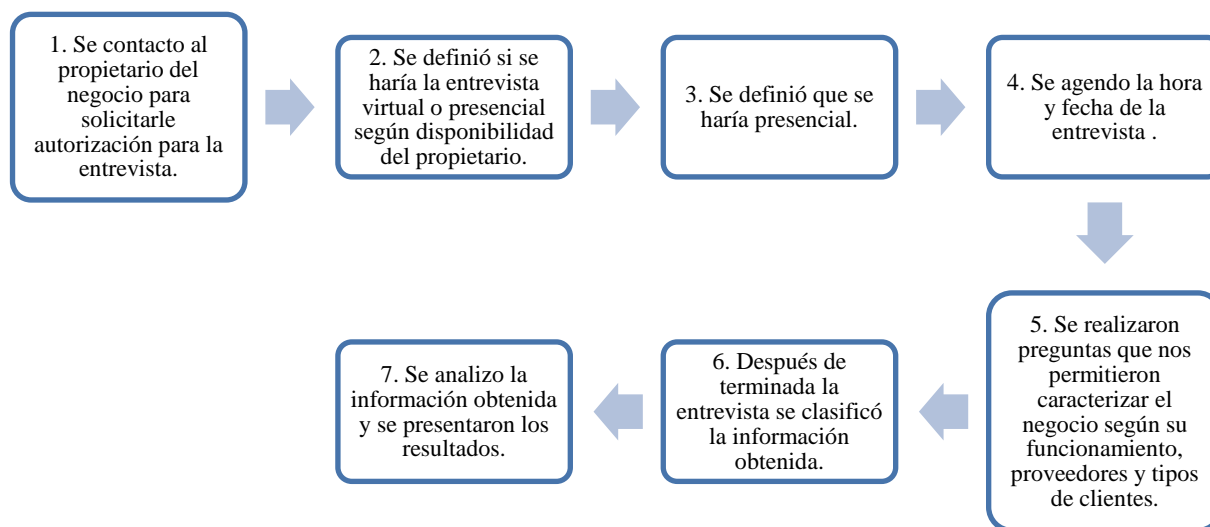
3.4. Descripción de procedimientos

3.4.1. Modelo de Caracterización de Zonas Rurales

La caracterización de este negocio rural se realizó mediante una entrevista al propietario(a) del negocio (ver Figura 1) escogido que permitió identificar las actividades que se realizan en el negocio, factores externos al negocio y como opera el este (Hernández y Mendoza,2018). Para el análisis de la información obtenida de este negocio se priorizaron los aspectos económicos.

Figura 1

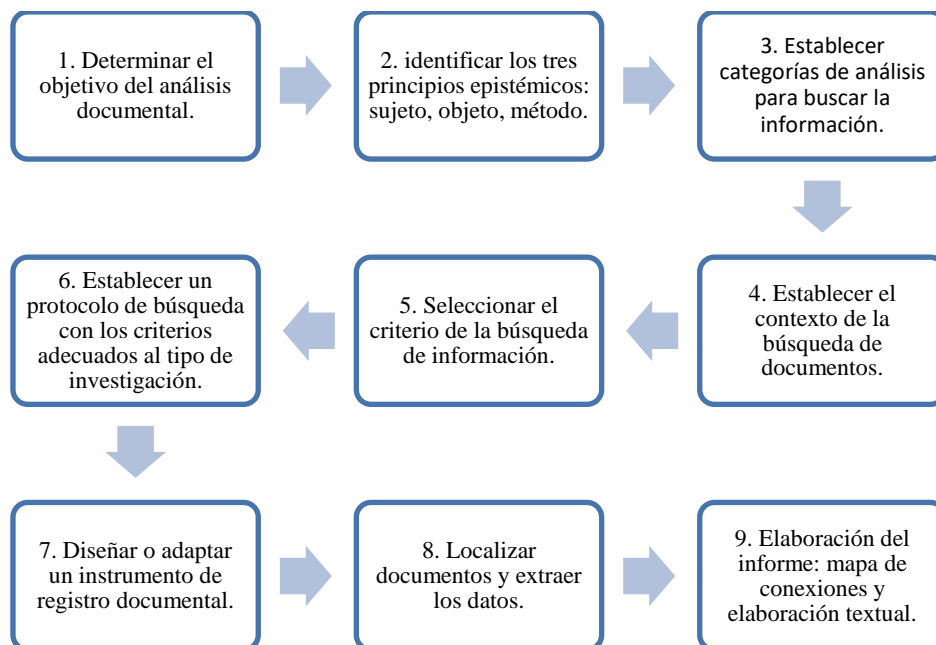
Procedimiento usado para entrevista realizada al dueño del negocio rural



Fuente: Rojas et al (2018).

3.4.2. Análisis Documental

El análisis documental permitió obtener información de diferentes fuentes como por ejemplo Google académico, el catálogo de medios educativos de UNIMINUTO, entre otras bases de datos que se pueden consultar por internet. Como complemento de lo mencionado se estableció el procedimiento de análisis documental expuesto en la Figura 2 y para el análisis de los datos cualitativos obtenidos en campo mediante la entrevista se planteó el uso de Excel asumiendo que es de uso libre o gratuito.

Figura 2*Análisis documental*

Fuente: Corona et al (2023).

En la Tabla 2 se explicó cada etapa del procedimiento para llevar a cabo el análisis documental de este proyecto.

Tabla 2*Análisis documental*

Fase	Aplicación al proyecto
1. Determinar el objetivo del análisis documental	Se compararon de diferentes herramientas y metodologías en gerencia de proyectos para seleccionar la más idónea en el caso de estudio analizado
2. Identificar los tres principios epistémicos: sujeto, objeto, método	<ul style="list-style-type: none"> • Sujeto (a quién se estudió en el análisis documental): herramientas y metodologías en gerencia de proyectos • Objeto: qué se estudiará del sujeto: características y beneficios para aplicar en negocios rurales y garantizar su sostenibilidad económica. Método (como se observó): Cualitativo
3. Establecer categorías de análisis para buscar la información.	Se priorizaron en características para la sostenibilidad (económica).
4. Establecer el contexto de la búsqueda de documentos	Se realizó en dos motores de búsqueda: <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo de medios educativos UNIMINUTO: https://www.uniminuto.edu/medios-educativos • Google Académico: https://scholar.google.es/schhp?hl=es.
5. Seleccionar el criterio de la búsqueda de información	Se analizaron tres metodologías ágiles para la selección de criterio, Scrum – Kanban – ágil.
6. Establecer un protocolo de búsqueda con los criterios adecuados al tipo de investigación	Idioma: español Periodo de tiempo: Mensual
7. Diseñar o adaptar un instrumento de registro documental	El instrumento usado fue una entrevista presencial.
8. Localizar documentos y extraer los datos	Se realizó en dos motores de búsqueda: <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo de medios educativos UNIMINUTO: https://www.uniminuto.edu/medios-educativos. • Google Académico: https://scholar.google.es/schhp?hl=es.
9. Elaboración del informe: mapa de conexiones y elaboración textual	La forma de presentación de resultados obtenidos es mediante uso de tablero Kanban.

Fuente: Corona et al (2023).

3.5. Análisis de información

3.5.1. Modelo de caracterización de zonas rurales

El análisis de la información en el modelo de caracterización de negocios rurales, desarrollado en Microsoft Excel, se realiza mediante la organización y procesamiento de datos recolectados en diferentes hojas de cálculo. Cada característica de la tienda Doña Margarita se según su tipo de fuente y relevancia. Se asignan puntajes a cada característica basándose en criterios predefinidos, y se calculan ponderaciones finales. La matriz de caracterización se construye visualizando los datos en gráficos y tablas, lo que permite identificar patrones y tendencias. Finalmente, se analizan las ponderaciones para extraer conclusiones relevantes a la luz de la priorización de aspectos por fortalecer en su sostenibilidad económica.

3.5.2. Análisis documental

Los hallazgos de información se realizan utilizando motores de búsqueda en línea para recolectar datos relevantes sobre las metodologías y conceptos en gerencia de proyectos que contribuyen a fortalecer la tienda doña margarita en su aspecto de sostenibilidad económico. Una vez recopilados, los datos se procesan y organizan en Microsoft Excel, donde se clasifican según su tipo de fuente y caracterización. Este enfoque sistemático facilita el análisis comparativo para seleccionar la metodología idónea que es base de la propuesta de fortalecimiento de negocios rurales, tal como se indica en los objetivos del presente proyecto de investigación.

3.6.Consideraciones éticas

3.6.1. Análisis de consideraciones éticas

Para esta investigación se tuvo en cuenta la Ley de Habeas Data (La Ley 1266 de 2008: en esta ley se dictan las disposiciones generales del Habeas Data y se regula el manejo de la información que hay en bases de datos personales, ya sea información financiera, crediticia, comercial de servicios o la proveniente de terceros países) (La Ley 1581 de 2012: regula el régimen general de la norma que reconoce y protege el derecho. También llamada Ley de Protección de Datos Personales) sobre el manejo de información personal y por tal motivo no se revelará información confidencial como por ejemplo números de celular, correos, números de cedula, etc. Para agregar, antes de obtener la autorización para realizar esta investigación se le menciona a la propietaria del negocio que este trabajo es netamente con fines educativos para la especialización en gerencia de proyectos de la UNIMINUTO y que podrá desistir de la autorización cuando lo desee.

3.6.2. Instrumentos de aceptación y autorización

La autorización por parte del propietario del establecimiento se realizó de manera escrita de tal manera que se tiene el soporte ante posibles eventualidades o requerimientos de confirmación o verificación de la información plasmada en proyecto. Teniendo en cuenta lo anterior, para la autorización de manejo de datos se tuvo como referencia el Formato de Autorización para el tratamiento de datos personales basado en la Ley 1581 de 2012 (ver Anexo A).

4. RESULTADOS

Los resultados se presentan acorde a los objetivos específicos planteados en este proyecto. Como objetivo principal se tuvieron en cuenta las variables clave que influyen en la sostenibilidad del negocio rural. Para agregar, se tuvo como objetivo número dos la evaluación de una metodología de proyectos que permita adecuarse a este negocio rural para mejorar su operación. Por último, se buscaron diseños y estrategias que permitieran garantizar la sostenibilidad económica de la tienda Doña Margarita.

4.1. Caracterización de negocios rurales

El diagnóstico de tienda Doña Margarita, se realiza utilizando el modelo de caracterización de negocios rurales desde dos puntos de vista: uno con las características generales en relación con el territorio rural y la influencia de su contexto y otro con características particulares en el ámbito económico con el fin de establecer aquellos aspectos que requieren ser intervenidos para garantizar su sostenibilidad¹.

Para agregar, la tienda Doña Margarita es un negocio ubicado en Bahía Málaga, Buenaventura, Valle del Cauca, en una zona de difícil acceso. A continuación, se presentan algunas de las características generales de la tienda:

Ubicación y Entorno

La tienda se encuentra en una zona rural y costera, lo que implica desafíos logísticos y de acceso a recursos. La comunidad de Bahía Málaga es una zona de alta biodiversidad y riqueza

¹ Este modelo es desarrollo propio en el marco del Proyecto Nodo denominado “Fortalecimiento de negocios rurales en Colombia a través de metodologías de gerencia de proyectos: estrategias para fomentar su sostenibilidad” del programa de Especialización en Gerencia de Proyectos Virtual de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

cultural, pero también enfrenta desafíos económicos y sociales. La ubicación de la tienda es estratégica, ya que se encuentra en una zona de alta demanda de productos y servicios esenciales.

Reconocimiento y Confianza en la Comunidad

La tienda Doña Margarita es una de las tiendas con más tiempo de apertura en la zona, lo que le ha permitido ganarse la confianza y el reconocimiento de la comunidad. La tienda ha logrado establecer una relación estrecha con sus clientes, quienes valoran la calidad de los productos y servicios que ofrece. La confianza y el reconocimiento de la tienda se deben en parte a su compromiso con la comunidad y su capacidad para adaptarse a las necesidades y preferencias de sus clientes.

Productos y Servicios

La tienda se dedica a la venta y distribución de víveres en general con un enfoque principal en la canasta familiar. Ofrece una variedad de productos esenciales para la comunidad, incluyendo alimentos, bebidas y productos de higiene personal. La tienda también ofrece servicios de entrega y venta a crédito, lo que la hace más accesible a sus clientes.

Contribución al Desarrollo Económico y Social

La tienda Doña Margarita juega un papel importante en el desarrollo económico y social de la comunidad de Bahía Málaga. La tienda genera empleo y contribuye a la economía local, lo que a su vez ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona. Además, la tienda es un punto de encuentro para la comunidad, lo que fomenta la interacción social y el sentido de pertenencia.

Desafíos y Oportunidades

A pesar de sus fortalezas, la tienda Doña Margarita enfrenta desafíos como la alta competencia con otros negocios en la zona, la dificultad para acceder a recursos y la limitada capacidad de producción. Sin embargo, la tienda también tiene oportunidades para crecer y desarrollarse, como la creciente demanda de productos y servicios en la zona y la posibilidad de establecer alianzas con otros negocios y organizaciones.

En resumen, la tienda Doña Margarita es un negocio que juega un papel importante en la comunidad de Bahía Málaga, ofreciendo productos y servicios esenciales y contribuyendo al desarrollo económico y social de la zona. A pesar de los desafíos que enfrenta, la tienda tiene oportunidades para crecer y desarrollarse, lo que la hace un negocio sostenible y viable en el largo plazo.

En la Tabla 3 y la Figura 3 se pueden observar los resultados obtenidos en la caracterización general en el contexto rural de la tienda Doña Margarita.

Tabla 3

Caracterización general de tienda Doña Margarita en su contexto rural

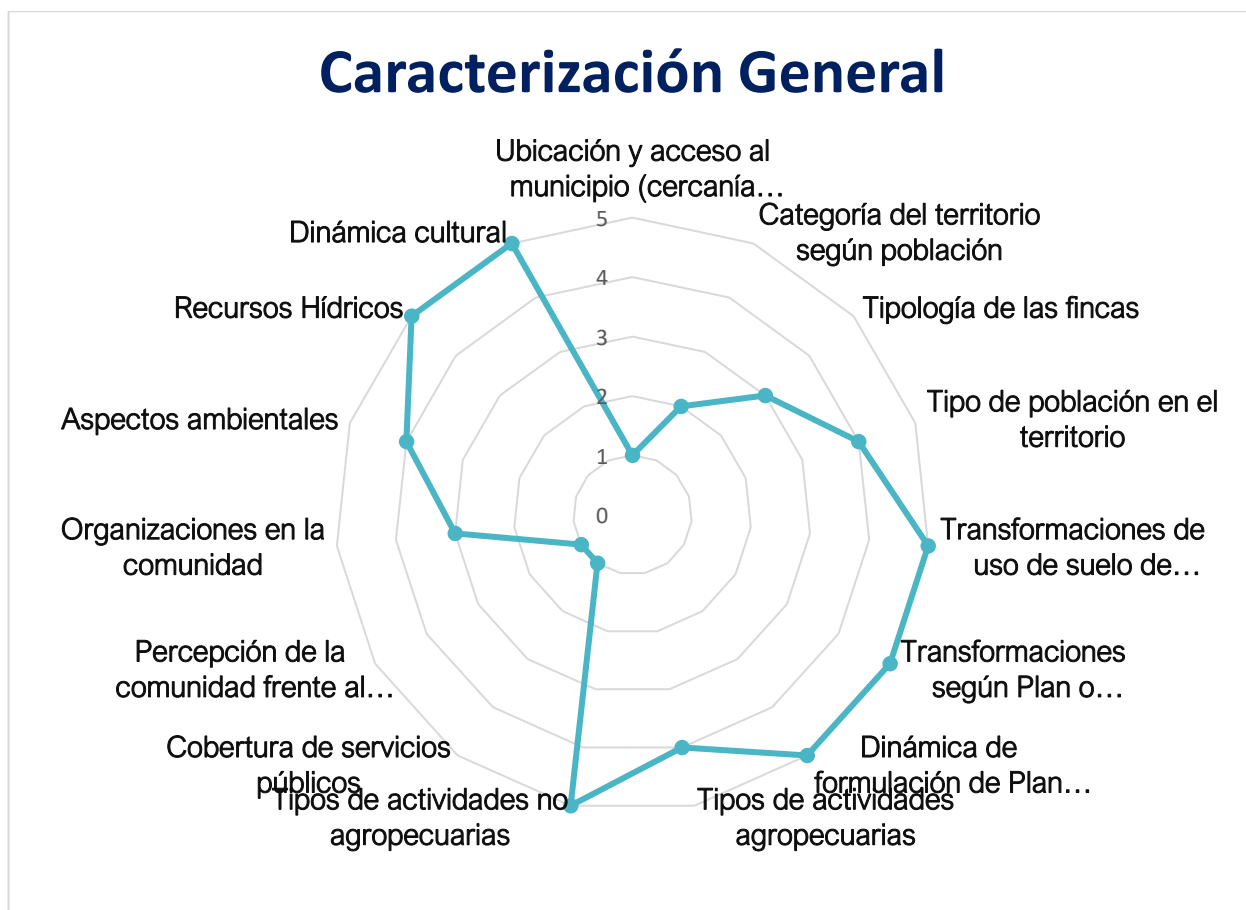
Característica General	Descripción de la característica del territorio rural donde se ubica el objeto de estudio	Puntuación de la característica (en escala de 1 a 5) de su impacto sobre el negocio rural objeto de estudio
Ubicación y acceso al municipio (cercanía a la cabecera municipal)	Es un consejo comunitario de comunidades negras y está ubicado en una zona de parques naturales en el pacífico colombiano. A la comunidad solo se puede llegar por transporte fluvial.	1
Categoría del territorio según población	Es un territorio poco poblado debido a que viven poco más de 200 personas en este.	2
Tipología de las fincas	Las casas son muy grandes (de 6 de frente por 15 o 20 m de fondo) pero esto no influye en el negocio rural a evaluar.	3
Tipo de población en el territorio	La población objetivo está compuesta en su gran mayoría de etnia afrodescendiente e indígenas. Algunos miembros de esta comunidad trabajan entre semana en Buenaventura y se desplazan hacia Bahía Málaga el fin de semana, hay otros que no viven en la comunidad y van a este cada mes.	4

Transformaciones de uso de suelo de acuerdo a las prácticas de las comunidades	En esta comunidad tienen cultivos junto a sus casas y a estos se les llaman azoteas, estos cultivos son principalmente plantas medicinales y hierbas para cocina como por ejemplo el cilantro. En zonas pertenecientes a la comunidad, pero un poco más alejadas de las viviendas se cultiva caña de azúcar, arroz, banano, limones, borrojó y piña que principalmente se consumen localmente debido a que por tema de costos no venden en Buenaventura o Juanchaco que es el municipio más cercano.	5
Transformaciones según Plan o Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT - POT)	Para la construcción de viviendas en esta comunidad hay espacios proyectados por el Consejo Comunitario para esto y el tamaño de las casas tienen limite. Además, se verifica que la ubicación de la vivienda no influya negativamente en el ambiente. Para agregar, solo permiten construir a personas nativas de esta comunidad, así que por eso la construcción de viviendas no es muy amplia en este sector.	5
Dinámica de formulación de Plan o Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT - POT)	Para definir la ubicación de edificaciones comunitarias el Consejo Comunitario convoca a una asamblea donde se involucran a todos los miembros de la comunidad para que entre todos definan como se debe proceder.	5
Tipos de actividades agropecuarias	En el territorio no hay actividades de ganadería, pero sí de agricultura y reforestación. Actualmente hay un programa de guardabosques que consiste en conservar especies de árboles vitales para la conservación ambiental y estos árboles cuando se deben cortar la comunidad exige que se haga una reposición de árboles para compensación ambiental.	4
Tipos de actividades no agropecuarias	En esta comunidad el turismo es una actividad crucial para el sostenimiento de la población. Como parte de esto hay universidades que tienen cercanía con el Consejo comunitario para temas de biología, conservación ambiental e historia y con respecto al turismo hay habitantes de la comunidad que venden planes turísticos cada mes del año y esto se complementa con la temporada de ballenas a mitad de año.	5

Cobertura de servicios públicos	<p>No hay cobertura de ningún servicio público. No hay acceso a agua potable y para acceder al agua hay que ir a las quebradas cercanas y captar el agua lluvia.</p> <p>Para tener acceso a la energía se debe quemar combustible Diesel y solo es por 4 horas diarias.</p> <p>Con respecto al alcantarillado lo único que hay son pozos sépticos hechos con recursos de la comunidad.</p> <p>Por último, con respecto al gas solo está por cilindros y se deben comprar en Buenaventura.</p>	1
Percepción de la comunidad frente al desempeño gubernamental	<p>La comunidad se siente olvidada por parte del Estado porque hay pocos proyectos destinados para las comunidades alejadas de los centros urbanos.</p>	1
Organizaciones en la comunidad	<p>En esta comunidad la máxima autoridad es el Consejo Comunitario de Comunidades Negras de Bahía Málaga compuesto por un tesorero(a), un fiscal, un coordinador y el representante legal. Por debajo de este están los comités veredales que tienen la misma estructura.</p>	3
Aspectos ambientales	<p>Se hace seguimiento a la conservación de árboles. Cuando un árbol se tala se debe compensar con la siembra de por lo menos 5 de estos árboles y con respecto a las especies marítimas esta la asociación de raíces piangueras que preserva y vigila la conservación de la piangua y demás especies marítimas de este sector.</p>	4
Recursos Hídricos	<p>La comunidad cuida los ríos y humedales mediante los guardabosques y la vigilancia de cada uno de los habitantes que recorren el territorio cuando realizan sus labores de caza y agricultura.</p>	5
Dinámica cultural	<p>Los habitantes de la comunidad entran y salen del territorio según sus necesidades e ingresos económicos. Pero cuando hay proyectos sociales que benefician a la población la mayoría regresa a la comunidad para buscar una oportunidad de aumentar sus ingresos y ahí es cuando pasan la mayor parte del tiempo en el territorio.</p>	5

Figura 3

Gráfico radial de caracterización general de tienda Doña Margarita en su contexto rural



Fuente: elaboración propia a partir de fuente primaria y secundaria.

En la Figura 3 se puede observar que la puntuación de cada característica corresponde a su nivel de impacto sobre la sostenibilidad de la tienda doña margarita basado en el contexto rural donde se encuentra inmerso. La escala de nivel de impacto (basado en la escala de Likert) se detalla a continuación:

- Impacto muy negativo (1): La característica presenta muy malas condiciones que influyen de manera negativa en el negocio rural analizado
- Impacto negativo (2): La característica presenta malas condiciones que influyen de manera negativa en el negocio rural analizado

- Impacto neutro (3): La característica no influye ni positiva y negativamente en el negocio rural analizado
- Impacto Positivo (4): La característica presenta buenas condiciones que influyen de manera positiva en el negocio rural analizado
- Impacto muy positivo (5): La característica presenta muy buenas condiciones que influyen de manera positiva en el negocio rural analizado

Dado lo anterior, se observó que los factores que más impactan negativamente el proyecto rural son: ubicación y acceso al municipio, cobertura de servicios públicos y percepción de la comunidad frente al desarrollo gubernamental. Por otra parte, se logró identificar que uno de los aspectos relevante positivos es la transformación de uso del suelo de acuerdo a las prácticas de las comunidades.

Por último, en la caracterización específica, dado que el enfoque de la presente investigación corresponde a la sostenibilidad económica, se evaluaron los aspectos detallados en la Tabla 4.

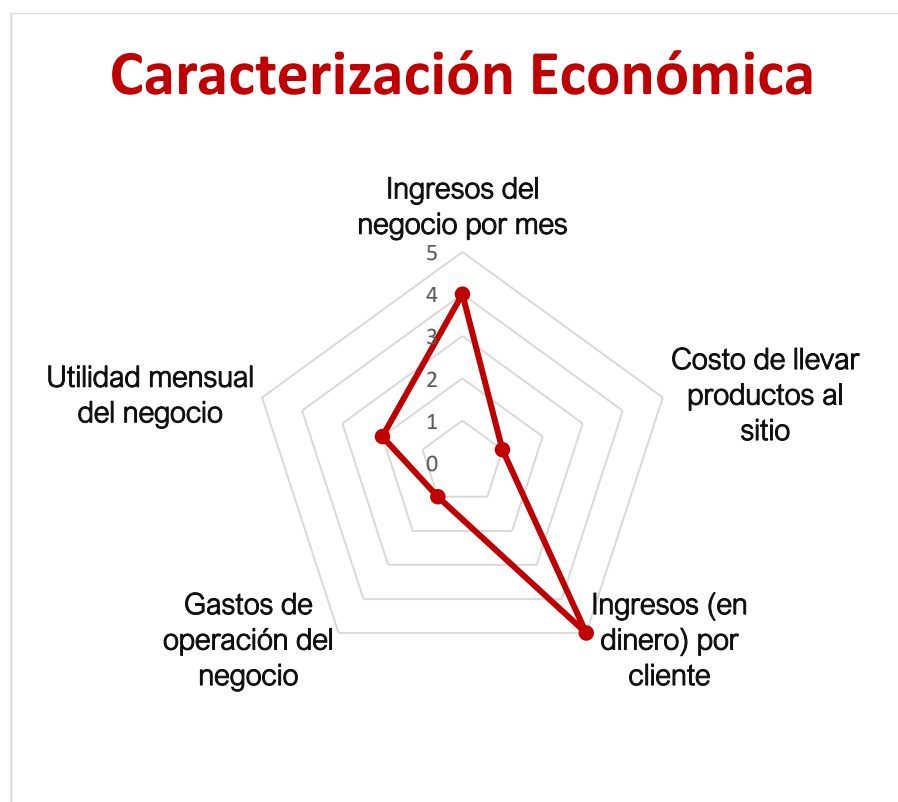
Tabla 4*Caracterización específica de tienda Doña Margarita respecto a su sostenibilidad económica*

Título de la Característica Específica (no se debe eliminar o agregar filas)	Descripción de la característica específica del territorio rural donde se ubica el objeto de estudio	Puntuación de la característica (en escala de 1 a 5) de su impacto sobre el negocio rural objeto de estudio
Ingresos del negocio por mes	El negocio rural recibe ingresos económicos por compras de los habitantes de la comunidad y los turistas que estén en su momento.	4
Costo de llevar productos al sitio	Para acceder a esta comunidad se debe ingresar por lancha y el pasaje ida y vuelta oscila entre los 120.000 (si eres nativo) y 180.000 (si eres turista) y por kilogramo de carga se cobran entre 1000 y 2000 pesos.	1
Ingresos (en dinero) por cliente	En promedio un habitante consume productos de la canasta familiar con excepción de carnes debido a que su principal fuente es el pescado, guagua y guatín que son animales que cazan en el monte.	5
Gastos de operación del negocio	Con respecto al gasto de operación se hace abastecimiento cada que se han vendido poco más del 50% de la mercancía del negocio para economizar el transporte.	1
Utilidad mensual del negocio	Actualmente la ganancia neta después de sacar gastos del negocio e imprevistos es del 10% del total de los productos vendidos.	2

Fuente: elaboración propia a partir de fuentes primarias y secundarias.

Figura 4

Gráfico radial caracterización específica de tienda Doña Margarita en el ámbito económico



Fuente: elaboración propia a partir de fuentes primarias y secundarias.

El análisis reveló que los principales factores que afectan negativamente la sostenibilidad del proyecto rural (ver Figura 4) son el alto costo de transporte de productos hacia la zona, debido a la necesidad de utilizar transporte fluvial, y los gastos operativos del negocio. Por otro lado, un aspecto favorable es la generación de ingresos significativos por cliente, ya que los consumidores suelen adquirir una gran parte de los productos de la canasta familiar, que son los más demandados en la tienda Doña Margarita.

4.2. Selección de la metodología en gerencia de proyectos

En este espacio se presenta un cuadro comparativo de algunas metodologías en gerencia de analizadas, identificando sus características, ventajas y desventajas y su posible aplicación al objeto de estudio.

Tabla 5

Selección de la metodología en gerencia de proyectos

	Agile	Scrum	Kanban
Descripción	Enfoque en la entrega de valor al cliente a través de iteraciones cortas y flexibles	Variante de Agile que se enfoca en la entrega de valor al cliente a través de sprints cortos y regulares	Enfoque en la visualización del flujo de trabajo y la limitación del trabajo en curso
Ventajas	Flexibilidad, colaboración con el cliente, entrega de valor temprana	Flexibilidad, colaboración con el cliente, entrega de valor temprana	Mejora la eficiencia, reduce los tiempos de entrega, visualiza el flujo de trabajo
Desventajas	Puede ser difícil de implementar en proyectos grandes y complejos	Puede ser difícil de implementar en proyectos grandes y complejos	Puede ser difícil de implementar en proyectos que requieren una gran cantidad de planificación
Adecuación al Proyecto	7.0/10	7.5/10	9.0/10
Nivel de Complejidad	Alto	Alto	Medio
Tiempo de Implementación	3-6 meses	3-6 meses	2-4 meses

Fuente: elaboración propia.

Después de analizar de manera minuciosa las metodologías consideradas (ver Tabla 5), se seleccionó la Metodología Kanban para el proyecto de la Tienda Doña Margarita. Esta elección se

fundamenta en la capacidad de Kanban para mejorar la eficiencia y reducir los tiempos de entrega, lo que es crucial para el éxito del proyecto. La visualización del flujo de trabajo y la identificación de cuellos de botella también son aspectos clave que permiten tomar decisiones informadas y mejorar continuamente.

La flexibilidad de la Metodología Kanban es otro factor importante, ya que permite adaptarse a los cambios en el proyecto de manera efectiva. Además, su nivel de complejidad medio la hace más fácil de implementar y mantener en comparación con otras metodologías como Agile y Scrum. El tiempo de implementación más corto también es un beneficio significativo, ya que permite una implementación más rápida y efectiva.

4.2.1. Implementación de la Metodología Kanban

La implementación de la Metodología Kanban en la Tienda Doña Margarita es un paso crucial para mejorar la eficiencia y la productividad en la gestión de proyectos. A continuación, se describe cómo se llevará a cabo esta implementación de manera detallada.

Visualización del Flujo de Trabajo, para empezar, se creará un tablero Kanban que permita visualizar el flujo de trabajo de la tienda, este tablero estará dividido en columnas que representen las diferentes etapas del proceso, como "Pendiente", "En Progreso" y "Completado". Cabe resaltar que, cada tarea o proyecto estará representado por una tarjeta que se moverá a través de las columnas a medida que avance el trabajo. Con respecto a la definición de los estados del flujo de Trabajo, una vez creado el tablero Kanban, se definirán los estados del flujo de trabajo y se establecerán los límites de trabajo en curso, lo cual, ayudará a garantizar que el equipo se concentre en las tareas prioritarias y evite la sobrecarga de trabajo. Un ejemplo de lo anterior es que se pueden establecer límites de trabajo en curso para evitar que el equipo se concentre en demasiadas tareas al mismo tiempo. Para agregar, la implementación de reuniones regulares, garantiza que el equipo esté alineado y trabaje de manera efectiva hacia los objetivos del proyecto, estas se programarán para revisar el progreso y tomar decisiones. El objetivo de estas reuniones permitirá al equipo discutir los desafíos y oportunidades y ajustar el plan de acción según sea necesario. Por último,

la capacitación del equipo. Se capacitará al equipo en la Metodología Kanban y se asegurará que todos los miembros del equipo estén familiarizados con la metodología para que el equipo esté alineado y trabaje de manera efectiva hacia los objetivos del proyecto.

Estrategias para Implementar Kanban

A continuación, se presentan algunas estrategias específicas para implementar la Metodología Kanban en la Tienda Doña Margarita: a) Optimización de la Cadena de Suministro: Se implementarán procesos para optimizar la cadena de suministro y reducir los tiempos de entrega. Gestión de Inventarios: Se implementarán procesos para gestionar los inventarios de manera efectiva y reducir los costos. Mejora de la Eficiencia Operativa: Se implementarán procesos para mejorar la eficiencia operativa y reducir los tiempos de entrega. Fomento de la Fidelidad del Cliente: Se implementarán procesos para fomentar la fidelidad del cliente y mejorar la satisfacción del cliente.

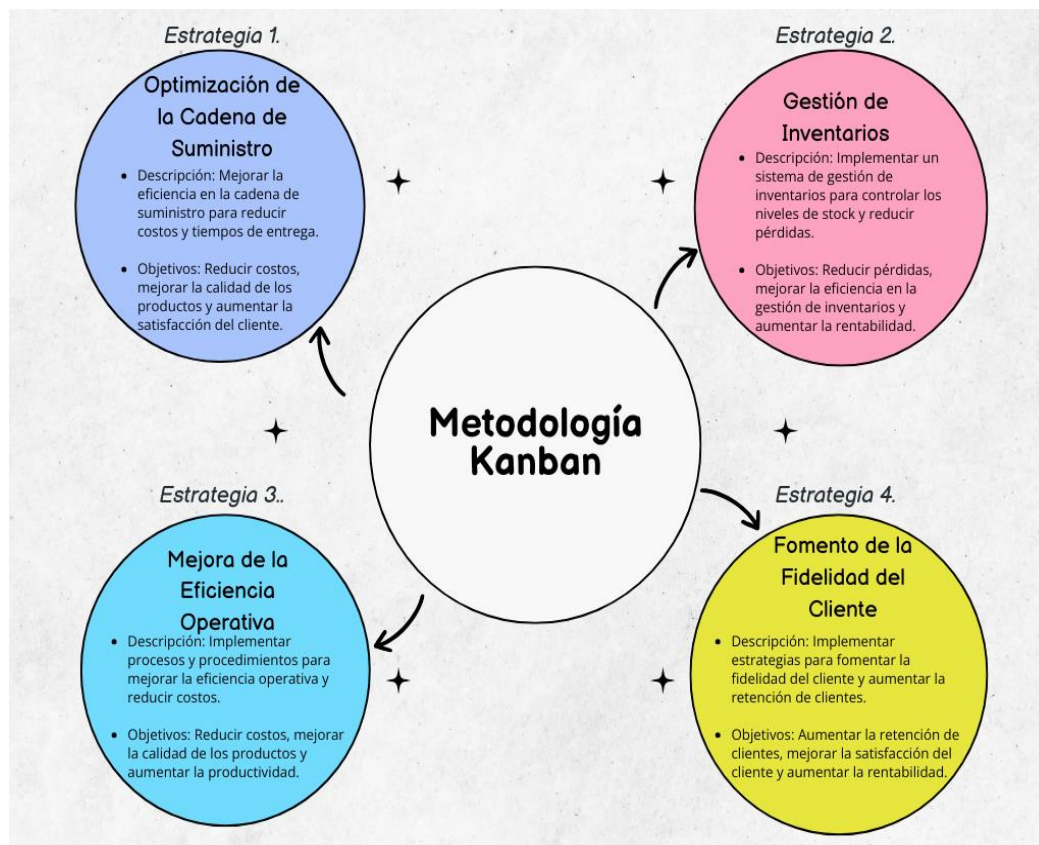
En resumen, la implementación de la Metodología Kanban en la Tienda Doña Margarita permitirá mejorar la eficiencia y la productividad en la gestión de proyectos, y alcanzar los objetivos establecidos de manera efectiva.

4.3. Formulación de estrategias para fomentar la sostenibilidad económica de tienda doña margarita

La sostenibilidad económica de Tienda Doña Margarita es importante para su éxito a largo plazo. A continuación, en la Figura 5 se presentan las estrategias formuladas para fomentar la sostenibilidad económica de la tienda, utilizando la Metodología Kanban para su implementación.

Figura 5

Explicación sobre la formulación general y detallada por estrategia



Fuente: elaboración propia a partir.

4.3.1. Estrategias de implementación metodología KANBAN.

Estrategia 1. Optimización de la Cadena de Suministro

La optimización de la cadena de suministro es fundamental para reducir costos y mejorar la eficiencia. Para implementar esta estrategia, se utilizará la Metodología Kanban para visualizar el flujo de trabajo e identificar los cuellos de botella.

Tablero Kanban: Se creará un tablero Kanban para visualizar el flujo de trabajo de la cadena de suministro, incluyendo las etapas de pedido, recepción, almacenamiento y despacho de productos.

Límites de Trabajo en Curso: Se establecerán límites de trabajo en curso para evitar la sobrecarga de trabajo en cada etapa de la cadena de suministro.

Reuniones Regulares: Se implementarán reuniones regulares para revisar el progreso y tomar decisiones.

Estrategia 2: Gestión de Inventarios

La gestión de inventarios es crucial para evitar la pérdida de ventas debido a la falta de stock. Para implementar esta estrategia, se utilizará la Metodología Kanban para visualizar el flujo de trabajo e identificar los niveles de inventario óptimos.

Tablero Kanban: Se creará un tablero Kanban para visualizar el flujo de trabajo de la gestión de inventarios, incluyendo las etapas de pedido, recepción y almacenamiento de productos.

Niveles de Inventario: Se establecerán niveles de inventario óptimos para evitar la sobrecarga de stock y la falta de stock.

Reordenamiento Automático: Se implementará un sistema de reordenamiento automático para garantizar que los productos estén disponibles cuando se necesitan.

Estrategia 3: Mejora de la Eficiencia Operativa

La mejora de la eficiencia operativa es fundamental para reducir costos y mejorar la productividad. Para implementar esta estrategia, se utilizará la Metodología Kanban para visualizar el flujo de trabajo e identificar los procesos que requieren mejora.

Tablero Kanban: Se creará un tablero Kanban para visualizar el flujo de trabajo de los procesos operativos, incluyendo las etapas de atención al cliente, procesamiento de pedidos y despacho de productos.

Análisis de Procesos: Se realizará un análisis de procesos para identificar los procesos que requieren mejora y se implementarán cambios para mejorar la eficiencia.

Capacitación del Personal: Se capacitará al personal en la Metodología Kanban y se asegurará que todos los miembros del equipo estén familiarizados con la metodología.

Estrategia 4: Fomento de la Fidelidad del Cliente

El fomento de la fidelidad del cliente es crucial para aumentar las ventas y mejorar la sostenibilidad económica de la tienda. Para implementar esta estrategia, se utilizará la Metodología Kanban para visualizar el flujo de trabajo e identificar las oportunidades para mejorar la experiencia del cliente.

Tablero Kanban: Se creará un tablero Kanban para visualizar el flujo de trabajo de la atención al cliente, incluyendo las etapas de consulta, compra y seguimiento.

Análisis de la Experiencia del Cliente: Se realizará un análisis de la experiencia del cliente para identificar las oportunidades para mejorar y se implementarán cambios para mejorar la satisfacción del cliente.

Programas de Fidelidad: Se implementarán programas de fidelidad para recompensar a los clientes leales y fomentar la repetición de compras.

5. CONCLUSIONES

Para fortalecer la tienda Doña Margarita, se han propuesto estrategias basadas en herramientas y metodologías de gerencia de proyectos adecuadas, con el fin de garantizar su sostenibilidad en el ámbito económico. Estas estrategias buscan integrar prácticas sostenibles que no solo mejoren la eficiencia operativa del negocio, sino que también aseguren su permanencia a largo plazo, minimizando impactos negativos y maximizando beneficios para la comunidad y el entorno en el cual se encuentra inmerso.

Para ello, primero se realizó una caracterización de su contexto rural, identificando las variables clave que influyen en su sostenibilidad económica. Este análisis encontró que las características más relevantes son La caracterización de la Tienda Doña Margarita y su entorno reveló que el negocio enfrenta desafíos significativos en términos de sostenibilidad económica. Los resultados mostraron que la tienda tiene una gran dependencia de la venta de productos de la canasta familiar y que la competencia en la zona es alta. Además, se identificaron debilidades en la gestión de inventarios y en la eficiencia operativa.

Posteriormente, a través de una revisión bibliográfica se evaluaron diversas metodologías y herramientas de gerencia de proyectos, considerando las necesidades específicas económico a partir de sus necesidades más destacadas, halladas durante la caracterización ya mencionada. En esa evaluación se revisaron (ágil – Kanban- Scrum) y se determinó que la metodología más adecuada para formular las estrategias de fortalecimiento en la sostenibilidad económica de tienda doña margarita es (Kanban) puede ayudar a la tienda doña margarita a mejorar la gestión de inventarios, la flexibilidad y la adaptabilidad, la reducción de costos, la mejora en la calidad y la simplificación de procesos.

Por último, y a partir de la metodología ágil Kanban se diseñan las estrategias que pueden contribuir a fortalecer la sostenibilidad económica de tienda doña margarita dentro de las cuales se destacan: La formulación de estrategias para fomentar la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita se centró en la implementación de la metodología Kanban. Las estrategias propuestas incluyeron la optimización de la cadena de suministro, la gestión de inventarios, la mejora de la eficiencia operativa y el fomento de la fidelidad del cliente. Estas estrategias tienen como objetivo mejorar la rentabilidad y la competitividad de la tienda en el mercado local.

Los resultados obtenidos en esta investigación destacan la importancia de implementar estrategias efectivas para mejorar la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita. La caracterización del negocio y su entorno reveló debilidades significativas que pueden ser abordadas mediante la implementación de la metodología Kanban. Las estrategias propuestas tienen el potencial de mejorar la rentabilidad y la competitividad de la tienda, lo que puede tener un impacto positivo en la comunidad local.

Se recomienda que la Tienda Doña Margarita implemente las estrategias propuestas en esta investigación para mejorar su sostenibilidad económica. Además, se sugiere que se realicen estudios adicionales para evaluar la efectividad de la metodología Kanban en otros negocios rurales similares. También se recomienda que se explore la posibilidad de implementar tecnologías de información y comunicación para mejorar la gestión de inventarios y la eficiencia operativa.

En el futuro, se podrían realizar estudios que evalúen el impacto de la implementación de la metodología Kanban en la sostenibilidad económica de la Tienda Doña Margarita. Además, se podrían explorar otras estrategias y metodologías que puedan ser efectivas para mejorar la sostenibilidad económica de los negocios rurales en general.

Se recomienda que la Tienda Doña Margarita priorice la implementación de las estrategias propuestas en esta investigación para mejorar su sostenibilidad económica. Esto puede incluir la capacitación del personal en la metodología Kanban, la implementación de sistemas de gestión de inventarios y la mejora de la eficiencia operativa. Al implementar estas estrategias, la tienda puede mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado local, lo que puede tener un impacto positivo en la comunidad local.

Referencias

- Alejandro, A., et al. (2020). Sostenibilidad de negocios rurales en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 1-15.
- Bernal Torres, C. A. (2022). Cómo elaborar un proyecto de investigación científica. En *Metodología de la investigación* (pp. 104-139). Pearson Educación.
- Bernal Torres, C. A. (2022). Redacción del anteproyecto. En *Metodología de la investigación* (pp. 260-277). Pearson Educación.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Corona, J. I. M., Almón, G. E. P., & Garza, D. B. O. (2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. *Revista Ra Ximhai*, 19(1), 67-83.
- Deloitte. (2020). *Global Powers of Retailing*.
- Espinosa, H. R., Gómez, C. J. R., & Betancur, L. F. R.. (2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista De Economía E Sociología Rural*, 56(1), 107–122.
- Euromonitor. (2020). *Retail in Colombia*.
- FAO. (2020). *Desarrollo rural sostenible en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/documents/card/en/c/ca8563es>
- FAO (2020). *El mercado de productos orgánicos y de comercio justo*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Fedecafé). (2020). *Caso de éxito: Cooperativa de Productores de Café de la Región de Quindío*.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.

Gobierno Nacional incrementa los precios de la gasolina y el Acpm desde este sábado. (2024, abril 13). *Diario La República*.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). El planteamiento del problema en la ruta cuantitativa. En *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (pp. 38-67). McGraw-Hill.

Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM). (2020). *Impacto del cambio climático en la producción agrícola*.

Instituto de Investigación Sanitaria La Fe de Valencia. (9 de diciembre de 2020). ¿Qué es un proyecto de investigación? [Archivo de video]. YouTube.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.

Laiseca, A. M. F., Trejos, P. A. L., & Valencia, C. I. C. (2021). La sostenibilidad territorial: Una apuesta desde la gestión empresarial en el departamento del Quindío *. [Territorial Sustainability: an Endeavour of the Departmental Business Management Sustentabilidade territorial: uma aposta do departamento de gestão de negócios] *Semestre Económico*, 24(56), 271-297.

Lambin, J. J. (2017). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill.

Ley 590 de 2000 - Gestor Normativo. (s/f). (enlace no disponible)

Ley 1450 de 2011 - Gestor Normativo. (s/f). (enlace no disponible)

Luis Felipe, O. T., Holmes Rodríguez Espinosa, & Pérez Peña, R. E. (2022). Caracterización del agro emprendimientos asociativos rurales en Antioquia para el fortalecimiento de la acción colectiva y el desarrollo local. [Characterization of rural associative Agroenterprises in

- Antioquia for the strengthening of collective action and local development] Jangwa Pana, 21(2), 146-161.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). *Política de desarrollo rural*.
- Moreno-Sánchez**, R. (2023, octubre 7). Las mujeres piangueras: raíces de la Conservación en Bahía Málaga. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/ambiente/las-mujeres-piangueras-raices-de-la-conservacion-en-bahia-malaga/>
- Mosquera, O., & Manuel, J. (2024). Caracterización del Emprendimiento Rural en el Corregimiento de Montebello de Santiago de Cali.
- Motta, Y. (2018). Metodologías para la sostenibilidad de los proyectos. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 8(8), 22–32. <https://doi.org/10.22463/24221783.4171>
- Objetivos de Desarrollo Sostenible. (s/f). UNDP.
- OCDE (2019). *Gestión de inventarios y reducción de costos*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2019). *Desarrollo rural y reducción de la pobreza*.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2020). *Perspectivas económicas de América Latina*.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020, 21 de mayo). *Modelo de tiendas comunitarias de PNUD Colombia reactiva la economía en zonas rurales*. Recuperado de (enlace no disponible)
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

Project-Management Institute. (2021). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK®)* (7.ª ed.). Project Management Institute.

Schwaber, K. (2004). *Agile project management with Scrum*. Microsoft Press.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2017). *La guía de Scrum*. Scrum Alliance.

Universidad de Harvard (2019). *Diferenciación y competitividad en el mercado*. Harvard Business Review.

Universidad de los Andes (2018). *La importancia de la ubicación en la competitividad de las tiendas*. Universidad de los Andes.

Universidad de Oxford (2020). *El uso de herramientas de gestión de proyectos en la colaboración y la comunicación*. Universidad de Oxford.

Universidad de Stanford (2019). *La competencia intensa en el mercado y su impacto en la rentabilidad*. Universidad de Stanford.

ANEXOS

Anexo A *Formato de autorización de manejo de datos personales.*

Autorización para el tratamiento de datos personales

Trabajo de investigación II y proyecto nodo de negocios Rurales

Yo, _____ identificado(a) con cédula de ciudadanía No. _____ expedida en _____, por medio del presente y de conformidad con lo dispuesto en las normas vigentes sobre protección de datos personales, en especial la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015, autorizo libre, expresa e inequívocamente a los estudiantes de la Especialización en Gerencia de Proyectos de la Corporación Minuto de Dios - UNIMINUTO, para que realice la recolección y tratamiento de mis datos personales que suministro de manera veraz y completa, los cuales serán utilizados para los diferentes aspectos relacionados con la investigación en sostenibilidad económica de negocios rurales.

Igualmente, manifiesto que de conformidad con el artículo 56 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo - Ley 1437 de 2011 modificado por el artículo 10 de la Ley 2080 de 2021, autorizo expresamente a los estudiantes de la Especialización en Gerencia de proyectos de la Corporación Minuto de Dios a remitir notificaciones a mi número de contacto.

Por lo anterior, autorizo y acepto recibir notificaciones a través de medios electrónicos. De igual manera manifiesto que la presente autorización me fue solicitada y puesta de presente antes de entregar mis datos y que la suscribo de forma libre y voluntaria una vez leída en su totalidad.

Firma: _____ *(del titular)*

Nombre: _____ *(del titular)*

Identificación: _____ *(del titular)*

Fecha: _____ *(Fecha en que se puso de presente al titular la autorización y entregó sus datos)*