EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN

Desde la Universidad de la Amazonia para el Fortalecimiento Empresarial

Autores

Yelly Yamparli Pardo Rozo
Martha Susana Hernández Díaz
Milton César Andrade Adaime

Experiencias investigativas en administración desde la Universidad de la Amazonia para el fortalecimiento empresarial.

Esta obra deberá ser citada de la siguiente manera:

Pardo-Rozo, Y.Y.; Hernández-Díaz, M.S.; & Andrade-Adaime, M.C. 2021. Experiencias investigativas en Administración desde la Universidad de la Amazonia para el fortalecimiento empresarial. (1 edición). Editorial Universidad de la Amazonia. 513 pp. Tamaño (21,59 x 27,94 cm).

Incluye bibliografía.

© Editorial - Universidad de la Amazonia

Autor(es): Pardo Rozo, Yelly Yamparli; Hernández Díaz, Martha Susana; & Andrade Adaime, Milton César
ISBN (Digital) 978-958-5484-50-4

Número y año de edición: Primera edición, 2022.
Diagramación y diseño de cubierta: Yelly Yamparli Pardo Rozo
Impresión y terminación: Diciembre, 2021
Impreso y hecho en Colombia / Printed and made in Colombia

Universidad de la Amazonia
Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrados
Editorial Universidad de la Amazonia
Campus Porvenir: Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F - Barrio Porvenir
Contacto: vrinvestigaciones@udla.edu.co

Depósito Legal: Biblioteca Nacional de Colombia.

Prohibida la reproducción total o parcial de este con fines comerciales. Su utilización se puede realizar con carácter académico, siempre que se cite la fuente.

Universidad de la Amazonia
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIONES
EDITORIAL UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Esta Obra está enmarcada en los Proyectos del Plan de Investigación del Programa Administración de Empresas (2019 - 2023) y Plan de Investigación Maestría en Administración (2020–) Universidad de la Amazonia.

EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN DESDE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN DESDE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Autores:

Yelly Yamparli Pardo Rozo

Martha Susana Hernández

Milton César Andrade Adaime

Contenido

1. CONTRIBUCIONES DE LA INVESTIGACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN: UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA 10

1.1 TENDENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR 11

1.2 EL CONCEPTO DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA Y PRODUCTIVA EN COLOMBIA 21

1.3 LÍNEAS Y AMBIENTES DE INVESTIGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA 25

1.3.1 Grupo de investigación en Gestión y Administración GIGA 29

1.3.2 Grupo de investigación en estudios de futuro en el mundo amazónico GEMA 30

1.3.3 Grupo de Investigación en Innovación y Mercadeo INMER 32

1.3.4 Grupo de Investigación Colectivo de Investigación Financiera para la Amazonia CIFRA 33

1.3.5 Grupo de Investigación SINAPSIS 34

1.3.6 Grupo de Investigación Huella Amazónica 34

1.4 PERTINENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y DE LA PRODUCCIÓN INVESTIGATIVA 35

1.4.1 Situación socioeconómica del contexto amazónico 35

1.4.2 Panorama y problemática empresarial regional 38

1.4.3 Potencialidades económicas y empresariales del Caquetá 43

1.4.4 La formación de profesionales y magísteres en Administración para atender las necesidades sociales, económicas, ambientales y empresariales del contexto 46

1.4.5 Contribuciones investigativas en Administración de la formación posgradual en el contexto empresarial de la región 49

1.5 COHERENCIA DE LA FORMACIÓN CON LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO 52

1.5.1 Tendencias en la formación para el diseño del currículo en Administración 53

1.5.2 Evolución de las necesidades de formación profesional y posgradual en Administración 57

1.6 EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA Y COHERENCIA 65

1.6.1 Apreciación del sector productivo frente al impacto de los graduados de los programas en Administración en pregrado y posgrado 65

1.7 MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN: REVISTA INSTITUCIONAL FACCEA 67

REFERENCIAS 67

2. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN AMBIENTE Y ORGANIZACIÓN 73

2.1. EFECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL POR PREVENCIÓN DE LA COVID EN EL SUR DE COLOMBIA 74

RESUMEN 74

REVISIÓN LITERARIA 75

METODOLOGÍA 76

RESULTADOS Y DISCUSIÓN 77

CONCLUSIONES 86

REFERENCIAS 87

2.2 SOSTENIBILIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA PARA EL MUNICIPIO DE MECAPACA - BOLIVIA 89

RESUMEN 89

INTRODUCCIÓN 89

REVISIÓN LITERARIA 90

MATERIALES Y MÉTODOS 98

RESULTADOS 102

CONCLUSIÓN 112

REFERENCIAS 112

2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA GOBERNACIÓN DEL CAQUETÁ, ALCALDÍA DE FLORENCIA, SAN VICENTE DEL CAGUÁN Y CARTAGENA DEL CHAIRA 115

RESUMEN 115

INTRODUCCIÓN 116

MATERIALES Y MÉTODOS 117

RESULTADOS 121

DISCUSIÓN DE RESULTADOS 122

CONCLUSIONES 145

REFERENCIAS 148

3. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO EMPRESARIAL 149

3.1 ESTRUCTURA DE LA RELACIÓN ENTRE EL CONSUMIDOR Y SU TIENDA DE BARRIO 150

RESUMEN 150

INTRODUCCIÓN.....151
MATERIALES Y MÉTODOS.....155
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....159
CONCLUSIÓN.....172
REFERENCIAS.....173
3.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA GANADERÍA DOBLE PROPÓSITO EN FLORENCIA, CAQUETÁ.....179
RESUMEN.....179
INTRODUCCIÓN.....180
MATERIALES Y MÉTODOS.....182
RESULTADOS.....185
CONCLUSIONES.....198
REFERENCIAS.....203
3.3 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN LAS MIPYMES TURÍSTICAS DE CAQUETÁ, COLOMBIA.....207
RESUMEN.....207
INTRODUCCIÓN.....208
REVISIÓN LITERARIA.....210
MATERIALES Y MÉTODOS.....215
RESULTADOS.....217
CONCLUSIONES.....224
REFERENCIAS.....225
3.4 FACTORES CLAVE DE ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES DEL SECTOR FARMACEUTICO EN FLORENCIA, CAQUETÁ.....228
RESUMEN.....228
INTRODUCCIÓN.....229
MATERIALES Y MÉTODOS.....230
RESULTADOS.....232
CONCLUSIONES.....240
REFERENCIAS.....242
3.5 FENÓMENO DE SUCESIÓN EN EMPRESAS DE FAMILIA EN FLORENCIA, CAQUETÁ.....243
RESUMEN.....243
INTRODUCCIÓN.....244

MATERIALES Y MÉTODOS 245
ANÁLISIS ESTADÍSTICO 249
RESULTADOS 250
CONCLUSIONES 271
REFERENCIAS 273
3.6 DETERMINANTES DE LA RENTABILIDAD EN SISTEMAS AGROPECUARIOS EN BELEN DE LOS ANDAQUÍES, CAQUETÁ 277
RESUMEN 277
INTRODUCCIÓN 277
REVISIÓN LITERARIA 282
CONTEXTO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN RURAL EN CAQUETÁ 286
METODOLOGÍA 288
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 292
DISCUSIÓN 295
CONCLUSIONES 299
REFERENCIAS 300
4. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRACÍON Y EDUCACIÓN 304
4.1. JUEGOS GERENCIALES A PARTIR DE LÚDICAS EN LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA 305
RESUMEN 305
METODOLOGÍA 309
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 310
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 320
REFERENCIAS 321
4.2. FORMACIÓN PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PERFIL EMPRENDEDOR DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA 324
RESUMEN 324
INTRODUCCIÓN 325
REVISIÓN LITERARIA 326
MATERIALES Y MÉTODOS 331
RESULTADOS 333
CONCLUSIONES 338
REFERENCIAS 340

4.3. HACIA UN SELLO DISTINTIVO: ACTITUDES FRENTE AL MEDIO AMBIENTE EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA 343

RESUMEN.....343

INTRODUCCIÓN.....344

ENFOQUE METODOLÓGICO.....350

Fuente: elaboración propia (2013) con datos de Registro y Control Académico Universidad de la Amazonia. 355

RESULTADOS Y SU ANÁLISIS 357

CONCLUSIONES.....369

REFERENCIAS.....371

4.4. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LOS GRADUADOS EN ADMINISTRACÍON DE LA UNIAMAZONIA (1999 – 2012) EN FLORENCIA, CAQUETÁ 373

RESUMEN.....373

INTRODUCCIÓN.....374

MATERIALES Y MÉTODOS.....383

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....393

CONCLUSIONES.....414

REFERENCIAS.....414

4.5. IMPACTO DE LOS GRADUADOS DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA (2014-2019-1).....416

RESUMEN.....416

INTRODUCCIÓN.....417

REVISIÓN LITERARIA 420

MATERIALES Y MÉTODOS.....423

DISCUSIÓN 447

CONCLUSIÓN.....451

REFERENCIAS.....453

5. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN TALENTO HUMANO.....457

5.1. EFECTOS DE PROCRASTINAR EN EL DESARROLLO LABORAL: UNA REVISIÓN FRENTE A LA PRODUCTIVIDAD 458

RESUMEN.....458

INTRODUCCIÓN.....458

MARCO TEORICO O REFERENCIAL 461

DISCUSIÓN ENTRE AUTORES.....463

CONCLUSIONES....465
RECOMENDACIONES....466
REFERENCIAS....466
5.2. LA FILOSOFÍA JAPONESA 9'S COMO OPCIÓN DE MEJORA CONTINUA EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN LAS INSTITUCIONES DE NIVEL SUPERIOR EN AGUASCALIENTES, MÉXICO....470
RESUMEN....470
INTRODUCCIÓN....471
REVISIÓN DE LA LITERATURA....472
METODOLOGÍA....479
ANÁLISIS Y RESULTADOS....480
DISCUSIÓN....487
CONCLUSIÓN....488
REFERENCIAS....489
5.3. CAPITAL HUMANO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: HACIA LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE FAMILIA DEL SECTOR HOTELERO EN FLORENCIA, CAQUETÁ....492
RESUMEN....492
INTRODUCCIÓN....492
REVISIÓN LITERARIA....494
MATERIALES Y MÉTODOS....501
RESULTADOS Y DISCUSIÓN....502
CONCLUSIONES....505
REFERENCIAS....506
6. CONCLUSIONES GENERALES....509
LOS AUTORES....512

1. CONTRIBUCIONES DE LA INVESTIGACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN: UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Yelly Yamparli Pardo Rozo[1], Martha Susana Hernández Díaz[2], Milton César Andrade Adaime[3]

La Universidad de la Amazonia es una Institución de Educación Superior creada mediante la Ley 60 del 30 de diciembre de 1982. Para el Alma mater, la investigación es uno de los tres pilares, concebido como un proceso sistémico encaminado hacia la generación de conocimientos, la creación y adecuación de tecnologías, formas y métodos para el desarrollo de la sociedad y de la ciencia.

La Investigación como objetivo misional en la Universidad de la Amazonia busca dar respuesta y alternativas de solución, generar líneas base y puntos de referencia en temas concernientes a problemáticas y oportunidades del entorno local, Amazónico, regional, nacional y, en general, en los contextos en que sus comunidad académica (estudiantes, docentes y graduados), aportan, contribuyen y avanzan en el conocimiento científico y tecnológico, siguiendo las orientaciones y directrices de las políticas mundiales en materia socioeconómica, política, ambiental, tecnológica y cultural.

[1]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable, MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

[2]Magister en Administración. Administradora de Empresas. Profesora Asociada Universidad de la Amazonia. Coordinadora Maestría en Administración (2012 – 2021-1), mar.hernandez@udla.edu.co

[3]Magister en Ciencias de la Educación. Especialista en Evaluación Social de Proyectos. Administrador de Empresas. Profesor Asociado Universidad de la Amazonia, m.andrade@udla.edu.co

La investigación se establece como una función fundamental y necesaria de las universidades que aporta y desarrolla por medio de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, haciendo un gran énfasis en la realidad nacional. Los diferentes actores académicos vinculados a la comunidad universitaria participan en su papel de investigadores en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas conforme con el Articulo 48 de la Ley 30220 sobre las Instituciones de Educación Superior en Colombia.

En la actualidad, la investigación científica presenta diferentes retos y problemas, por ello, la necesidad de impulsar la obligatoriedad de la investigación dentro de estudiantes y docentes de la administración como parte fundamental de la formación profesional que conlleve a involucrarse hacia una visión que propicie el cambio y permita solucionar problemas de la sociedad. Adaptar modelos administrativos a organizaciones y empresas postmodernas exige un incesante cambio científico y tecnológico para que impulse el conocimiento, lo cual solo se logra mediante la investigación.

En la investigación es importante la difusión y socialización de los resultados puesto que es la única manera en que se visualiza en forma real y efectiva cómo la formación profesional no restringe a la construcción de saberes, sino que induce al nuevo profesional a descubrir nuevas formas de pensamientos y praxis, hacia la innovación y hacia la creación.

1.1 TENDENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Tendencias Internacionales. Están basadas en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (2015), los cuales develan las necesidades del mundo en materia social, económica, política y ambiental. La investigación en administración y organizaciones podrá enfocarse hacia los temas de producción y

consumo sostenible; crecimiento económico, reducción de las desigualdades, promoción de ecociudades, industria, innovación e infraestructura, trabajo digno, salud y bienestar, estudios de género, calidad de la educación, disminución de la pobreza, temas relativos al cambio climático, a la valoración de ecosistemas marinos, terrestres y la interrelación del sistema empresarial u organizacional con el medio ambiente; al desarrollo tecnológico, la generación de organizaciones y alianzas para promover la justicia, paz y equidad. Otros tópicos en investigación pueden relacionarse con las nuevas escuelas de la administración que van surgiendo en Europa y Asía; estudios de impacto postpandemia en las organizaciones, el desarrollo de las tecnologías de la información como un componente logístico y operacional determinante y la evolución de la gestión humana empresarial.

Tendencias nacionales. Mediante la Ley 1951 y el decreto 2226 de 2019 se creó el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Allí se establecen las orientaciones para la investigación académica y científica en Colombia. El Libro Verde (2018) de MinCiencias, integra los Objetivos de Desarrollo Sostenible –ODS- (Naciones Unidas, 2015), considerada como la carta mundial para el desarrollo económico, social y ambiental para el 2030 que ya fueron mencionados en la tendencia internacional.

Según estos lineamientos, el objetivo de la ciencia en esta política nacional es: “Orientar la ciencia e innovación para que contribuyan en la solución de los problemas sociales, ambientales y económicos del país, desde un enfoque transformativo, es decir, actuando como catalizador de cambio a nivel sociotécnico”. Se debe revisar la pertinencia y coherencia entre las necesidades de la comunidad, el sistema de investigación y los ODS. Para ello se requiere en principio fortalecer la política a partir de lograr una mayor dinámica de la investigación con los ODS, potenciar el desarrollo tecnológico e innovación, así como las oportunidades de cooperación internacional.

En lo referente al sector empresarial en la política de ciencia e innovación, el logro de los ODS excede el alcance sectorial y constituye un desafío para los gobiernos,

para la sociedad civil, para la academia y el sector productivo. Con la participación empresarial se logrará contribuir a alcanzar los ODS en otras políticas nacionales En el tema de emprendimiento, altamente relacionado con la administración y organización, los emprendedores están llamados prioritariamente a:

i) Investigar oportunidades empresariales, por medio del desarrollo de innovaciones que correspondan a criterios de sostenibilidad y sustenten diversificación del aparato productivo.

ii) Investigar y adelantar nuevos modelos de negocio sostenibles.

iii) Incorporar dentro de sus procesos productivos tecnologías verdes para mejorar la productividad y las prácticas empresariales con criterios de sostenibilidad.

iv) Constituir nuevas formas alternativas y sostenibles para proveer bienes o servicios.

La Política contemplada en el Libro Verde 2030 tiene distintas conexiones con otras políticas de desarrollo del país. Las principales son la Política de Desarrollo Productivo, la Misión de Crecimiento Verde y el CONPES 3918, relacionado con los ODS. Con la Política de Desarrollo Productivo se comparte la necesidad de diversificación de actividades económicas y los problemas de articulación entre entidades gubernamentales y el sector privado.

El papel de la Administración en la investigación. Según Pérez (2010), los acontecimientos económicos del Siglo XX hasta la actualidad, internacionales y nacionales, han consolidado la administración como una ciencia al servicio del desarrollo industrial desde el punto de vista de la practicidad más que sobre los aspectos disciplinares y los investigativos, sin embargo, aduce que la producción investigativa fomenta el mejoramiento de la educación en administración y es la que contribuye a la cualificación de los programas de pregrado y posgrado.

Por su parte, Escobar y Escobar (2016) orientan al administrador en su nuevo rol a nuevos contextos epistemológicos, en los que el estado del arte de la

administración va incorporando nuevos desafíos teóricos y prácticos para generar la capacidad de crear e innovar nuevos procesos y procedimientos encaminados a volver eficientes y efectivas las organizaciones; a posicionar al sujeto que aprende a administrar, a adquirir herramientas como la de analizar información constantemente, comprendiendo los cambios que se dan en el entorno en donde participa.

Asimismo, surgen nuevos problemas teóricos que demandan una reflexión crítica del administrador para entender el trasfondo económico, y las actitudes ideológicas y legales que sobrellevan las nuevas exigencias de su disciplina como, por ejemplo, la gestión de la sociedad del conocimiento, el desarrollo de la competitividad, la responsabilidad social empresarial, el marketing, la publicidad y la participación en los mercados, estos conllevarán a futuro a un compromiso ético y solidario con los entornos y contextos económicos, sociales, ambientales, productivos y humanos donde se producen los conocimientos, saberes y prácticas de la disciplina. Aparece la creación de valor compartido como respuesta no solo a sus grupos de referencia, sino también a la sociedad en general (Higuita, 2015).

Otros autores, como Lourenço y Knop (2011), enuncian el respeto por el medio ambiente y los intereses por el largo plazo. Rondón (2011) reflexiona sobre la necesidad del desarrollo respecto a los valores de los individuos, una gerencia que se sustente en pilares axiológicos, praxeológicos, epistemológicos y teleológicos de acuerdo con la que se redimensionen los estilos de dirección a partir de la colaboración y la sensibilidad con los procesos de transformación social.

Jaramillo et al., (2015) afirman que el desafío para la educación en programas de administración de Colombia está en capitalizar los esfuerzos de investigadores para abordar proyectos de investigación que respondan a sus contextos. Se puede puntualizar que las tendencias de los temas en administración identificados en el ámbito internacional son: la debida aplicación de la responsabilidad social organizacional, el resurgimiento de la importación del mercado interno, la

vinculación y alianza de los sectores productivos con la academia para fortalecer los procesos investigativos, y la adecuación de los procesos de enseñanza y aprendizaje, teniendo en cuenta el contexto y las características de la población estudiantil.

La Investigación en Administración en Colombia. De acuerdo con Calderón et al., (2010), de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (Ascolfa), existe un predominio de la postura positivista en la investigación en Administración en Colombia que busca relaciones explicativas de causa efecto en complemento con descripciones de los fenómenos. Lo anterior, debido a la influencia de la economía y a la necesidad de responder a las necesidades empresariales que demanda estudios con aplicaciones que se pueden abordar desde el enfoque empírico- analítico.

El impacto esperado de la investigación en Administración es aportar a la realidad empresarial y social del país; sin embargo, esta se ve limitada por la baja capacidad de llegar a esas instancias con propuestas adecuadas y coherentes con las necesidades reales, el reducido el número de investigaciones, y el poco el dinamismo entre la empresa y las políticas de gobierno para lograr tal dinámica.

En cuanto a legitimidad social la empresa empieza a reconocer los productos de investigación, aunque aún valoran más la consultoría en cuanto les resuelve problemas operativos; el impacto del conocimiento generado se siente más en la misma academia que en las empresas, muy poco en la sociedad y mínimo en la formulación de políticas públicas.

Según Pardo y Hernández (2013), el currículo de Administración debe concentrarse en cuatro problemas empresariales identificados, cuya solución es necesaria para enfrentar mercados nacionales y globales; problemática que de ser abordada en la academia, su aplicación en el corto plazo generará una dinámica positiva en el desarrollo empresarial en la región; estos problemas se relacionan con: bajos niveles de competitividad, bajos niveles de productividad, eficiencia y requerimientos para la apertura de mercados.

Tres temas críticos y claves en la investigación teórica y aplicada que le proporcionan respuestas y estrategias para solucionar los problemas mencionados son: la planeación y toma de decisiones; conocimiento del entorno: riesgo e incertidumbre y diseño, ejecución y evaluación de estrategias empresariales. Todo ello pretende consolidar un profesional cuya administración se basa en los criterios de eficiencia como la relación de optimización entre insumo/producto; ética, desarrollo sostenible, justicia, equidad, de forma que los ambientes donde se desenvuelvan los profesionales fomenten y apliquen la responsabilidad social empresarial y aumente los niveles de eficiencia.

1.1.1. Líneas de investigación en Administración en la Educación Superior. Son muchas las líneas de investigación en administración desarrolladas en Colombia. Dependen de la misión, visión, tipo, énfasis y características de la institución de Educación Superior y su contexto. Primero es esencial reconocer los componentes de la formación en Administración, sobre los cuales giran los derroteros de la investigación. Según ASCOLFA (2010), los componentes para la enseñanza lo conforman: administración y organizaciones, gestión humana, finanzas, mercados, producción, proyectos, economía y emprendimiento. A continuación, se define cada componente.

i. Administración y organizaciones. El fundamento epistemológico, teórico, histórico, la evolución y consolidación de la disciplina administrativa y de las organizaciones humanas. Estudia los modelos de gestión y su evolución al interior de las organizaciones. En la ciencia administrativa se busca desarrollar planeación estratégica, prospectiva y escénica, así como innovar e implementar sistemas de gestión, procesos administrativos y de liderazgo, con cabal conocimiento sobre las interrelaciones funcionales de la organización.

ii. Gestión humana. Se orienta a un mejor direccionamiento y comprensión del talento humano y su relación con aspectos como la estrategia, la cultura, el desempeño de las empresas, temáticas tales como motivaciones, justicia distributiva, actitudes, liderazgo, y la conformación de equipos de trabajo, temas relacionados como fuente de inversión en activos intangibles que contribuyen a dar valor agregado a las ventajas competitivas sostenibles. En el área de capital humano como elemento catalizador de generación de conocimiento se profundiza su relación con el comportamiento organizacional en cuanto al rol, actitudes, habilidades y destrezas que debe tener el líder dentro de la estrategia organizacional.

iii. Finanzas. Instrumentos financieros y económicos modernos, relacionados con teorías y aplicaciones financieras: inversiones, finanzas corporativas, instituciones financieras, banca comercial, finanzas internacionales, bolsa de valores, mercados de materias primas, riesgos sistémicos financieros, estudios de viabilidad y factibilidad, indicadores y análisis de los registros contables, entre otros.

iv. Mercados. Se orienta al desarrollo de contribuciones innovadoras en el proceso del comportamiento del consumidor, estrategias de marketing, planes de mercados, estudios e investigaciones, sistemas de información de mercados, comercio internacional, e-marketing y merchandising, internacionalización de modos de consumo, mercados de productos ecológicos, orgánicos y de comercio justo.

v. Operacionales, producción e informática. Se relaciona con la diversidad de aplicaciones e interfases con la administración de la logística y producción, la teoría económica, las finanzas, con sistemas operativos específicos de las áreas de interés, análisis de soportes para toma de decisiones. Esta área impulsa la interdisciplinariedad en la gestión de la innovación y el cambio tecnológico desde las temáticas de estrategias administrativas, de comportamiento y operación.

vi. Economía. Enfocado a empresa, se asocian los estudios y aplicaciones de la microeconomía, macroeconomía, política, comercio y negocios internacionales. También la identificación y administración de riesgos e impactos en las organizaciones y el entorno social. Permite el conocimiento de los sectores de la economía para analizar el panorama organizacional y empresarial.

vii. Emprendimiento. Se orienta a la generación de ideas y proyectos de empresa u organizaciones con innovación, creación de nuevos productos o negocios. En el área de emprendimiento corporativo se destacan factores de estrategia, estructura y cultura que se fomentan en las organizaciones, así como también los factores individuales de competencia, comportamientos y la función del emprendedor.

viii. Proyectos. En este componente se fundamenta la formulación, ejecución, gestión, gerencia y evaluación de proyectos, estudios de factibilidad, planes de negocio o de empresa, y el uso de la información financiera y contable para la toma de decisiones.

1.1.1.1 Líneas de investigación en Administración en Instituciones de Educación Superior en Colombia. En Colombia existe la formación Universitaria en Administración con diversas categorías: Empresas, Negocios, Financiera, Agropecuaria, de Empresas Turísticas, Administración pública, entre más de 30. Sin embargo, la denominación de Administración de Empresas y Administración Empresarial reúne 478 registros según la base de datos del Sistema Nacional Instituciones de Educación Superior SNIES en 2021. Es de aclarar que esta oferta académica proviene de cerca de 120 IES, de las cuales el 21% son oficiales y un 78% son privadas. De allí, se tomó una muestra de 38 Universidades (32%) que ofrecen el programa Administración de Empresas. En estos programas se

encontraron 104 grupos de investigación que suman 335 líneas de investigación con diferentes denominaciones. A continuación, se presentan de acuerdo con los componentes de la formación de la ciencia administrativa.

i. Administración y organizaciones. Esta línea representa el 22 % del total. Entre las principales temáticas al interior se encuentran los temas de Competitividad (29 %), Gestión, gerencia y estrategia (24 %), Desarrollo Organizacional (19 %), Planeación estrategia y prospectiva (9 %), Pensamiento administrativo (6 %), Proceso administrativo (7 %), Modelos de gestión (3 %), la empresa y su entorno (2 %) y cultura organizacional (1 %). Las líneas relacionadas con competitividad involucran la innovación, la calidad, la tecnología, el comercio internacional, la productividad, cadenas productivas y clusters.

ii. Línea de investigación relativa a economía. Los temas de economía y empresa ocupan el 18 % de las líneas de investigación. Entre las sublíneas se tocan temas asociados a economía en general, 52 %, asociado a comercio y negocios internacionales un 17 %, asociados a la economía política y financiera el 2 %, a la economía social y solidaria el 14 %, al desarrollo económico y al sectorial un 8 %; enfocado al contexto rural, sectorial un 7 %. Otros temas minoritarios son la economía laboral, la evaluación económica, la historia, el crecimiento, la teoría del consumidor y los juegos gerenciales (1 % cada uno).

iii. Líneas de investigación en finanzas. Representa el 9 % del total de las líneas. Allí se encuentran las sublíneas en riesgo, gestión organizacional, mipymes, negocios internacionales, toma de decisiones en inversiones, gerencia y gestión.

iv. Líneas de investigación en operaciones. Representa el 8 % del total de las líneas. Allí se encuentran las sublíneas en gestión y tecnología; producción, distribución logística; gestión de la calidad; desarrollo de nuevos productos; calidad en el servicio; mejoramiento productivo y control y aseguramiento; cadena de abastecimiento y sistema de organización industrial.

v. Línea de investigación en desarrollo regional. Representa el 7 % del total de las líneas. Los temas principales son en desarrollo rural, historia, crecimiento económico, problemas de las PYMES, cadenas productivas, ecoturismo, productos y potencialidades propios de las regiones.

vi. Línea de investigación en mercados. Representa el 6 % del total de la muestra. Se concentran en temas relativos al marketing estratégico, al marketing enfocado a las mipymes, investigación de mercados, publicidad y teoría del consumidor.

vii. Línea de investigación en política pública. Representa el 6 % del total de las líneas. Se tienen los temas empresariales relacionados con los sistemas de salud, gestión pública, social, política, financiera, administración pública, política fiscal y política de emprendimiento.

viii. Línea de investigación en emprendimiento. Representa el 5 % de las líneas halladas en la muestra. El emprendimiento aunado a los temas de historia empresarial, innovación tecnológica, empresarismo, pymes, creación de empresas, enfoques de sostenibilidad y emprendimiento social.

ix. Línea en investigación: Representa el 4 % de las líneas halladas en la muestra. Surge el tema de minería de datos; instrumentos y herramientas virtuales, bioinformática, métodos cuantitativos y modelación.

x. Línea de investigación en proyectos. Conforma el 3 % de las líneas de investigación. Allí se enmarcan sublíneas de valoración de impacto ambiental, económico y social; consumo y actividades productivas; planes de negocios; sistemas de marco lógico y proyectos en regalías, emprendimiento y sistemas de gerencia y gestión de proyectos.

xi. Línea de investigación relativa al desarrollo sostenible y ambiente en la organización. Se tienen temas relacionados con la gestión ambiental, desarrollo sostenible, biocomercio y turismo, mercados sostenibles, la organización y su entorno (3 %).

xii. Línea de investigación en innovación. Representa el 2 % de las líneas halladas en la muestra. Se relaciona con temas de emprendimiento, gestión del conocimiento, investigación y competitividad.

xiii. Línea de investigación de contabilidad y costos. Equivale al 2 % del total de las líneas. Los temas de estudio son en gestión, presupuesto, contabilidad pública, normas e intangibles.

xiv. Líneas de investigación en Responsabilidad Empresarial. Representa el 2 % de las líneas. Los temas involucran el gobierno corporativo, la ética, estrategia y sustentabilidad.

xv. Línea de investigación en Educación y Administración. Conforma el 2 % de la muestra. Allí se observan temas relativos a la filosofía del estudio y educación en administración; la gestión del currículo, innovación pedagógica y calidad en la educación superior.

xvi. Otras líneas de investigación. La gestión del conocimiento que involucra la innovación y tecnología ocupa el 0,8 % y las líneas en aspectos legales, que conforman el 0,2 % trata de legislación laboral, comercial y tributaria relacionada con la empresa.

1.2 EL CONCEPTO DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA Y PRODUCTIVA EN COLOMBIA

La investigación sustenta el espíritu de las universidades en la medida en que les permite proyectarse en el ámbito social (Avendaño-Castro et al., 2017). Así lo concibe la Universidad de la Amazonia en el Proyecto Educativo Institucional, donde uno de sus objetivos estratégicos es la investigación formativa. Académicos y expertos coinciden en afirmar que el papel fundamental de la universidad es la generación de conocimiento (científico y tecnológico), la socialización y fortalecimiento de las actividades investigativas, y la transformación hacia el

avance cultural, y que además permite, entre otras cosas, adoptar una posición autocrítica frente a los saberes producidos y reproducidos.

La investigación en la universidad corresponde a las acciones concretas para buscar y generar un nuevo conocimiento mediante un proceso caracterizado por la creación del acto, la innovación de ideas, desarrollo y aplicación de los métodos rigurosos utilizados por la autocrítica, y por la validación y juicio crítico de pares (Avendaño-Castro et al., 2017). Las Universidades en el mundo, inmersas en la globalización y la sociedad del conocimiento, demandan docentes preparados para la investigación formativa y productiva; para lo cual se enfrenta a los desafíos de producir conocimiento, propender por las prácticas pedagógicas para la formación de sujetos críticos con criterios y carácter científico.

El término **investigación formativa** hace referencia a la formación en y para la investigación, como un conjunto de acciones orientadas a fomentar la apropiación y el desarrollo de los conocimientos, las habilidades y las actitudes necesarias para que estudiantes y profesores puedan desempeñar con éxito actividades productivas asociadas a la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación, ya sea en el sector académico o en el productivo (Guerrero-Useda, 2007). Según Hurtado de Barrera (2002), en América Latina una de las problemáticas es la ineficacia de la formación investigativa: por la dificultad en los estudiantes para proponer, explorar nuevos enfoques y teorías aplicadas a escenarios diversos; la dificultad de muchos docentes universitarios para actuar en un marco de complejidad e interdisciplinariedad, en el que los saberes socializados sean el producto de un diálogo abierto, diversificado y con carácter científico.

Uno de los desafíos consiste en formar grupos de investigadores interdisciplinarios que permitan la reflexión profunda sobre cada campo de estudio en un marco de autonomía e independencia académica. Las universidades “deben reducir las barreras de investigación y fomentar la labor de investigadores en múltiples disciplinas” (Sá, 2008, p. 537). La investigación (formativa y productiva) y la

docencia son indicadores imprescindibles para evaluar la calidad de la educación superior.

Algunos objetivos de la investigación formativa son: 1) lograr que los estudiantes, como mínimo, generen conocimientos con rigurosidad científica y contextualizados en su campo disciplinar; esto debe contribuir a la identificación, análisis o alternativa de solución de problemas mediante un fundamento teórico y metodológico; y 2) que desarrollen la capacidad de analizar e interpretar datos con amplia difusión y producción académica (Ruiz-Bolívar y Torres-Pacheco, 2005). En concreto, se puede decir que el reto está en que la universidad debe diseñar e implementar actividades de investigación que logren desarrollar en los estudiantes una actitud crítica y una capacidad innovadora en torno a las ciencias, disciplinas, tecnologías, artes y/o humanidades.

Y para ello, se deben verificar cómo se encuentran las siguientes condiciones, procesos y recursos: políticas, ambientes y procesos en los que se desarrolla la investigación formativa, la incorporación de las TIC, el fomento para la innovación y la creatividad, un direccionamiento estratégico que promocione la investigación, los productos de investigación, la disponibilidad de docentes para la investigación formativa y productiva, las relaciones con el sector externo en cuanto al desarrollo de investigaciones.

Para las universidades la implementación y el logro de los objetivos trazados en la investigación implica verdaderos retos como: gestión de recursos, cambio de la cultura universitaria, rol del currículo, el ambiente universitario, los semilleros de investigación y el apoyo a la investigación (Bocanegra, 2006). Para hablar de la investigación formativa se requiere como mínimo:

-Prácticas docentes y pedagógicas donde estos pueden fortalecer y potenciar la efectividad de los procesos de enseñanza-aprendizaje, y convertir las prácticas en la más destacada herramienta del docente para llevar a cabo su función socioeducativa. El docente es el mediador.

-Los docentes universitarios deben tener amplios conocimientos y experiencias en el área de estudio; la capacidad para el manejo de un saber interdisciplinar; la habilidad para la planeación, ejecución y evaluación de las clases a partir de aquello que necesitan los estudiantes; la facultad para potenciar habilidades u operaciones mentales en los estudiantes; y que posibilitan el tratamiento de la información; entre otras.

-Involucrar, asesorar, incentivar a la participación y formación en investigación, analizando la necesidad y la pertinencia de hacerlo.

La investigación es un proceso sistemático de búsqueda y construcción del conocimiento a partir de métodos rigurosos que permiten la validación de los saberes, donde los procesos están ligados al uso de técnicas de recolección y tratamiento de la información, pero ello supone la definición clara de un problema que se busca resolver (Cerda, 2008). No debe la investigación supeditarse al conocimiento metodológico, aunque las técnicas e instrumentos son fundamentales.

La investigación se puede percibir en tres aspectos: a) el docente hace investigación, b) el docente aplica la investigación como una forma de docencia y c) el docente integra los productos de investigación en su práctica y planeación. Es decir, hacer investigación formativa cuando el docente universitario:

-Participa con proyectos en grupos y semilleros con espacios de publicación y difusión del conocimiento.

-Aplica investigación a través del desarrollo de lectura de casos, simulaciones, replicas en la docencia o asesorías o aplicaciones para resolver problemas y documenta los resultados.

-Integra en sus discusiones académicas y científicas a partir de su actualización a partir del reconocimiento, la identificación, la sistematización y el análisis de la literatura.

Lo anterior le permite al docente fomentar en los estudiantes debates en torno a los tópicos en la ciencia o disciplina en que imparte la cátedra, enfoques, métodos

para el abordaje de los fenómenos que requieren ser estudiados (investigación formativa). En resumen, la formación investigativa en la universidad debe ser un eje curricular y, por tanto, una apuesta para la construcción y recuperación de la actitud científica de los estudiantes (Rojas, 2009; Valera, 1999).

En conclusión, la formación investigativa surge de: la enseñanza y aprendizaje de la metodología de la investigación; lectura y replica de investigaciones realizadas; participar en un proyecto investigativo, semilleros o grupos de investigación; desarrollar trabajo de grado o tesis; participar en un proyecto; realizar publicación científica; formular, ejecutar un proyecto o plan de empresa.

1.3 LÍNEAS Y AMBIENTES DE INVESTIGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Según el Acuerdo No. 18 de 1999 del Consejo Académico de la Universidad de la Amazonia, las líneas de Investigación en Administración son: Talento Humano, Ambiente y Organización; Desarrollo Empresarial; Administración y Educación. Los grupos de investigación de los programas en Administración se acogen a estas líneas de investigación y en su interior han establecido algunas sub líneas, en coherencia y pertinencia con el contexto, y en correspondencia con el estudio de fenómenos empresariales y organizacionales.

Tabla 1. Líneas de investigación en Administración Universidad de la Amazonia

Línea investigativa	Sustentación
Ambiente y organización	Crear, descubrir o implementar procesos que articulen elementos de la problemática ambiental: personas, espacio, naturaleza, sociedad y Estado con el desarrollo organizacional en la región.
Talento Humano	Crear, descubrir o implementar procesos que mejoren el ambiente psicosocial del trabajador. Diseño de instrumentos

	válidos y confiables para mejorar la selección del talento humano y evaluar su desempeño. Descubrir y demostrar factores motivacionales al trabajo bajo la visión post moderna de las organizaciones.
Administración y educación	Crear, descubrir o implementar el paradigma más adecuado para la enseñanza y aprendizaje de la administración de empresas.
Desarrollo empresarial	Proyectos para fomentar el desarrollo socioeconómico y empresarial con el aprovechamiento de las oportunidades de la región.

Fuente: Acuerdo 18 de Consejo Académico, Uniamazonia (1999).

De esta forma, la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas cuenta con seis grupos de investigación y once semilleros, los cuales han retomado sus líneas de investigación para atender los problemas empresariales y organizacionales. Las Tablas 2 y 3 presentan un resumen para comprender esta dinámica.

Tabla 2. Grupos, semilleros, líneas y sublíneas en la ciencia Administrativa, Uniamazonia

Grupo	Semillero	Líneas	Sub líneas
GEMA Grupo de Estudios de Futuro en el mundo amazónico	SIEMA	Ambiente y organización	Pensamiento estratégico
			Proceso prospectivo
		Desarrollo empresarial	Gestión empresarial
			Seguridad alimentaria
			Desarrollo rural en posconflicto
			Competitividad y productividad
		Educación y administración	Desarrollo de enseñanza lúdica en empresas
GIGA Grupo de Investigación en Gestión y Administración	Huella Empresarial	Ambiente y organización	Historiografía
	SIFIN	Desarrollo empresarial	Desarrollo empresarial
	SITH	Talento humano	Talento humano
	SIM	Cultura y mercadeo	Cultura de consumo

INMER Innovación y mercadeo	Caquetá		Marketing estratégico
		Innovación	Procesos productivos, productos y servicios
			Liderazgo, dirección, gestión
			Logística e innovación
		Desarrollo empresarial	Responsabilidad Social empresarial
			Gestión empresarial
			Desarrollo y competitividad regional
		Pedagogía y marketing	Didáctica en la enseñanza y aprendizaje del marketing
CIFRA	SIAFA	Desarrollo regional	Dinámica laboral
			Gestión de las organizaciones
			Competitividad regional
	SIPAF	Desarrollo empresarial	Emprendimiento
			Responsabilidad social empresarial
			Gestión de talento humano en las organizaciones
		Investigación en finanzas	Finanzas públicas
			Finanzas privadas

Fuente: Plan de Investigación PAE-UA (2018).

Tabla 3. Otros grupos y semilleros de investigación de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas (FACCEA)

Grupo y director	Semillero	Líneas	Sub líneas	Programa	Área
Huella Amazónica	PUC	Contabilidad MIPYMES y desarrollo regional	Competitividad y productividad Contabilidad y gestión ambiental Responsabilidad social	Contaduría pública / maestría en Tributación	Contable y tributaria
	SICA	Desarrollo curricular	Pedagogía - acreditación		
SINAPSIS	SIGA	Ingresos públicos y cultura	Tributación territorial		

		tributaria			

Fuente: Plan de Investigación PAE-UA (2018).

El primer grupo denominado Grupo de Investigación en Gestión Administrativa GIGA, cuenta con la participación de 11 docentes y en la actualidad está reconocido por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Minciencias en la convocatoria de 2018. El segundo es el Grupo de Investigación en Estudios de Futuro en el Mundo Amazónico GEMA, el cual está conformado por siete profesores y está clasificado en la categoría C en MinCiencias. El tercer grupo de investigación en Innovación y Mercadeo INMER, es un grupo con categoría C. El Colectivo de Investigación Financiera para la Amazonia CIFRA es el cuarto grupo integrado por docentes del programa Administración Financiera, modalidad a distancia, categorizado en C en la plataforma de Minciencias. Los grupos anteriores apoyan directamente la producción académica de pregrado y posgrado en Administración. Otros grupos de la Facultad son; SINAPSIS, integrado por docentes del programa de Contaduría Pública, grupo de investigación catalogado en B. El grupo HUELLA AMAZONICA, integrado por docentes del programa de Contaduría Pública clasificado en C.

Figura 1. Logos de los grupos de investigación

Fuente: Hernández et al., (2020)

A continuación, se describe cada uno de los grupos de investigación:

1.3.1 Grupo de investigación en Gestión y Administración GIGA

El principal objetivo del grupo de investigación GIGA es apoyar los esfuerzos de las empresas públicas y privadas por mejorar la competitividad de las organizaciones a nivel regional, nacional e internacional; la ordenación administrativa y la sostenibilidad del crecimiento empresarial, actuando sobre todos los agentes involucrados en el desarrollo empresarial.

Líneas de investigación GIGA

-*Ambiente y las Organizaciones*. Entender esa interdependencia holística y sinérgica, sistemática, de por qué y cómo las organizaciones deben propender a un desarrollo sostenible y sustentable de la civilización en pro de una calidad de vida mejorable continuamente.

-*Desarrollo empresarial en la región Amazónica*. Se necesita una investigación histórica de la creación de empresas, sus modelos organizacionales y administrativos, y su proceso de desarrollo económico y organizacional, sus transformaciones, su vigencia, su desaparición y devenir.

-*Talento humano*. Crear, descubrir y/o implementar procesos que mejoren el ambiente psicosocial del trabajador. Diseñar instrumentos válidos y confiables para mejorar la selección del talento humano y evaluar su desempeño. Descubrir y demostrar factores motivacionales al trabajo bajo la visión postmoderna de las organizaciones. Redefinir el liderazgo empresarial bajo el paradigma bioético. Incrementar las condiciones o aspectos de relación sistémica entre el talento humano y el desarrollo organizacional de las empresas de la región.

Crear procesos de Salud Ocupacional que estén contextualizados con los programas de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad del Sistema Integral de Seguridad Social en Colombia. Propiciar la creación de empresas, la descripción de cargos y los procedimientos administrativos teniendo como eje conceptual al talento humano.

1.3.2 Grupo de investigación en estudios de futuro en el mundo amazónico GEMA

Fundado en 2006 por iniciativa de un grupo de docentes investigadores que buscó identificar la anticipación de las acciones de los sectores productivos, sus oportunidades y capacidades que permitieran generar una dinámica en los procesos productivos con un pensamiento estratégico en el largo plazo. Su objetivo general es contribuir al desarrollo regional, académico, productivo, y de sectores públicos y privados con la aplicación de una serie de herramientas que nos permita vislumbrar el futuro y sus alternativas estratégicas que brinden un mejoramiento en las decisiones de los sectores de la región amazónica y sus áreas de influencia. Las líneas de investigación de GEMA son:

Desarrollo Empresarial

-*La gestión empresarial.* Ante la gama de las situaciones y problemas (administrativo, financiero, mercadeo, producción, tecnológico, organizacionales y

laborales, etc.) que obstaculizan la generación de desarrollo empresarial, la cultura del emprendimiento y la toma de decisiones exigen una amplia experiencia empresarial, una formación de competencias básicas y una capacidad profesional idónea y permanente donde la gestión empresarial permita desarrollar habilidades y potenciar la selección de alternativas de solución.

-*Sistema de seguridad agroalimentaria y desarrollo empresarial*: El desarrollo rural en la prospectiva del posconflicto. El estudio de la problemática y oportunidades que plantea el desarrollo regional de la amazonia como contribución al logro de la paz en Colombia.

-*Competitividad y Productividad.* Para GEMA es esencial investigar los ámbitos y el panorama de las apuestas productivas regionales en el marco del desarrollo de ventajas competitivas, poder contribuir con diagnósticos, estimaciones de impacto, y propuestas mediante estudios positivos y normativos para apoyar la incursión de mercados locales en esferas internacionales.

Educación y administración

-Desarrollo de enseñanza lúdica. Los modelos de enseñanza y aprendizaje contemporáneos parten de la educación activa donde el principio es la motivación y el juego como principal estrategia en la educación. La administración es una disciplina con fundamentos teóricos y conceptuales sensibles en el aprendizaje y comprensión a partir de la vivencia, la experiencia y la simulación.

Ambiente y Organización

-El Pensamiento estratégico. Es el punto de vista del estratega de los negocios que ve el mundo de modo diferente, pero es relevante ubicarlo frente a los cambios del entorno.

-*Pensamiento prospectivo*. La prospectiva es un enfoque para manejar el cambio y para abordar amplios temas relacionados con las habilidades, la cultura, la

innovación y las comunicaciones. De las diferentes acepciones del término prospectiva, la que mejor refiere el alcance de esta metodología es: “Percepción obtenida por o a través del mirar hacia delante” de lo empresarial, sectorial, tecnológico y territorial.

1.3.3 Grupo de Investigación en Innovación y Mercadeo INMER

El Grupo de Investigación en Innovación y Mercados INMER busca consolidar las líneas de investigación que requieren apoyo y fortalecimiento para perfeccionar los ciclos de formación en el pregrado, como en formación de maestría, de igual forma, fortalecer los procesos de investigación formativa en lo que tiene que ver con semillero y convenios que se realicen con entidades tanto del orden municipal y departamental como de los sectores productivos de la región. Formular y presentar nuevos proyectos con o sin financiación; integrar nuevos investigadores (docentes o estudiantes) al trabajo y proyectos de las líneas; publicar en revistas indexadas nacionales e internacionales y publicar libros con resultados de investigación. Continuar impulsando propuestas de desarrollo y ejecución de proyectos en el área de investigación en alianza con otros grupos reconocidos y acreditados en la Red de Colciencias. Las líneas de investigación de INMER son:

Cultura y Mercadeo. El objetivo de la línea es contribuir a la construcción de la disciplina del Mercadeo vista desde lo contextual y enfatizando a la cultura como el eje alrededor del cual se validan sus postulados, su concepción y su práctica social. De igual forma, comprender el desarrollo histórico que le da sentido a la expresión del Mercadeo desde la realidad del contexto colombiano. A su vez, se desea proponer estrategias de consolidación sectorial que fortalezcan las cadenas de valor en la Panamazonia y realizar inteligencia de mercados verdes que maximicen la rentabilidad de las apuestas productivas de la Panamazonia. Proyectar y desarrollar planes estratégicos de mercado.

-*Innovación*. El objetivo de la línea es aportar al conocimiento del desarrollo del producto o servicio, desde la investigación en la innovación empresarial y la innovación social. Como sub líneas se tienen: procesos productivos y de servicios; liderazgo, dirección y gestión; logística e innovación.

-*Desarrollo Empresarial y RSE*. Investigar la gestión y el desarrollo empresarial en diversos contextos para la identificación de los principales aspectos que motivan su constitución, emprendimiento y desarrollo de tejido social empresarial. Como sub líneas se tienen: responsabilidad social empresarial; gestión empresarial; desarrollo y competitividad.

-*Pedagogía y Marketing*. Desarrollo de métodos, didácticas, y evaluación de los diseños y experiencias educativas en el campo del marketing.

1.3.4 Grupo de Investigación Colectivo de Investigación Financiera para la Amazonia CIFRA

El grupo de investigación está basado en el desarrollo de los siguientes objetivos propuestos: 1) producir conocimiento sobre la realidad financiera de las organizaciones en la región; 2) integrar a los estudiantes y docentes del programa administración financiera en los proyectos de investigación sobre finanzas; 3) dar a conocer los trabajos de investigación realizados por los estudiantes del programa de Administración Financiera de la Universidad de la Amazonia; 4) establecer el procedimiento para la formulación y desarrollo de proyectos de investigación en el campo de las finanzas; 5) determinar las tendencias en el manejo de las finanzas en las empresas de la región. Las líneas de investigación de CIFRA:

-*Desarrollo Empresarial*: sub líneas: emprendimiento, responsabilidad social empresarial y gestión del talento humano en las organizaciones.

-*Desarrollo Regional*: sub líneas: dinámica laboral, gestión en las organizaciones y competitividad regional.

-*Investigación en Finanzas*: sub líneas: finanzas públicas y finanzas privadas.

1.3.5 Grupo de Investigación SINAPSIS

Líneas de investigación de SINAPSIS

-La primera se divide en i) *tributación territorial*: esta sub línea cimenta la importancia de forjar un modelo tributario territorial sólido, buscando la gestión del recaudo eficiente al igual que la necesidad de realizar estudios sobre las garantías constitucionales que fundamentan la autonomía de los entes territoriales en la ejecución del gasto público y la descentralización de recursos financieros; y ii) *fiscalidad ambiental*: direcciona estudios sobre factibilidad para fijar tributos ambientales y aplicación de los diferentes instrumentos económicos de tutela ambiental.

-*La línea ingresos públicos y cultura tributaria* se subdivide, a su vez, en: i) ingresos públicos que soportan estudios sobre ingresos corrientes (tributarios y no tributarios), recursos de capital, contribuciones parafiscales, fondos especiales, ingresos de establecimientos públicos y transferencias; y ii) cultura tributaria, la cual investiga las causas que llevan a los administrados a incumplir las obligaciones constitucionales de contribuir, analiza los índices de evasión y elusión fiscal, también examina el comportamiento de los contribuyentes, y mide el conocimiento de los ciudadanos frente a los deberes y derechos que les asiste como obligados tributarios.

1.3.6 Grupo de Investigación Huella Amazónica

El objetivo central del grupo es adelantar investigación en campo social y económico como instrumento que permita asumir las realidades nacionales y

afrontar el panorama internacional. Las líneas son *Contabilidad, Mipymes y Desarrollo Regional*, con las sub líneas: competitividad y productividad, contabilidad y gestión ambiental, y responsabilidad social. Ingresos públicos y cultura tributaria, y *Desarrollo Curricular*, con sub líneas: currículo y pedagogía, y acreditación.

1.4 PERTINENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y DE LA PRODUCCIÓN INVESTIGATIVA

La pertinencia de un programa académico de pregrado y posgrado se refiere a la correspondencia de la formación profesional en respuesta a los requerimientos del contexto en lo disciplinar y sectorial para insertar el capital humano en atención a las necesidades y oportunidades para la solución de problemas. Para responder a las necesidades de formación y de producción investigativa se requiere conocer el contexto inmediato, en lo económico, social y ambiental.

1.4.1 Situación socioeconómica del contexto amazónico

El departamento del Caquetá, como puerta de oro de la Amazonia Colombiana, es históricamente joven. Sufre un rezago económico marcado debido a las debilidades que le ha proporcionado sus raíces sociodemográficas en sus inicios hacia los años 30 hasta el 60, donde el proceso de poblamiento surgió a consecuencia de los desplazamientos generados de la guerra entre Perú y Colombia y, posteriormente, para 1950 sufrió nuevamente procesos de colonización, pero esta vez a consecuencia de la violencia política bipartidista desatada en el centro del país (Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas [SINCHI], 2015).

Estas familias encuentran en el Caquetá un territorio prometedor aunque con escasa infraestructura vial y de comunicaciones, dependiente de un gobierno central que, desde ese momento de la historia, no vislumbra un sistema de

oportunidades para esta zona del país, dado que no le representa aportes económicos representativos por la baja densidad de población (lo que reporta un bajo aporte en procesos electorales nacionales) y las difíciles condiciones climáticas que impiden el cultivo de especies tradicionales debido a la fragilidad de sus suelos como una característica propia del paisaje en zonas de piedemonte y llanuras amazónicas (Arcila et al., 2002).

La actividad ganadera culturalmente introducida es uno de los renglones representativos para la economía del departamento, pese a que los suelos del Caquetá no tienen aptitud de uso para la actividad pecuaria. Entre las décadas de los ochenta y noventa ha sido una región azotada por fenómenos sociales como: cultivos ilícitos, narcotráfico, grupos al margen de la ley (que encontraron en la espesura de las selvas caqueteñas, albergue para el fortalecimiento y sometimiento de la población campesina), y la corrupción de la dirigencia política.

En la actualidad el Caquetá aún presenta además una problemática socioeconómica agudizada; esta se relaciona con la calidad de vida: pobreza, desempleo, analfabetismo, corrupción, violencia y desplazamiento. Lo anterior se presenta en la Tabla 4, con los indicadores para Colombia, la Amazonia y Caquetá.

Los indicadores confirman que la problemática para el Caquetá es mayor en comparación con el promedio registrado en el país. Por ejemplo, el índice de necesidades básicas insatisfechas como indicador de pobreza se encuentra por encima de la media nacional, al igual que el porcentaje de la población que no sabe leer ni escribir; asimismo, existe una menor esperanza de vida al nacer y el PIB per cápita está por debajo de la media nacional, indicando la ineficiencia o improductividad operativa de las empresas.

Tabla 4. Indicadores socioeconómicos del Caquetá comparativo con Colombia y Amazonia

Variable	Indicador	Unidad	Colombia	Amazonia	Caquetá
Área territorial	Extensión	Km cuadrados	1’141.748	483.119	88.965
Demografía*	Proyecciones 2012	N°. habitantes	46’581.823	1’121.730	518.517
Pobreza	NBI (2020)	Porcentaje	27,78	49,19	41,72
Índice departamental de competitividad	Puesto	32		30	24
Desempleo	Índice	Indicador	15,3 %	16,2 %	17,6 %
PIB per cápita (PND)	Dólares por habitante	Millones al año	6.429	3.500	3.807
[ ] del ingreso	GINI	Proporción	0,58		0,47
Esperanza de vida	Al nacer	Porcentaje	69,38 %	64%	65 %
Personas por hogar	Personas	Promedio	3,7	6	5
Analfabetismo	Adultos	Porcentaje	9,6	17,98	14,8
Corrupción	Golden y Picci*	Proporción	0,70	0,525	0,76
Desplazamiento	Expulsión***	No. de personas	3’281.000	44.100	100.000

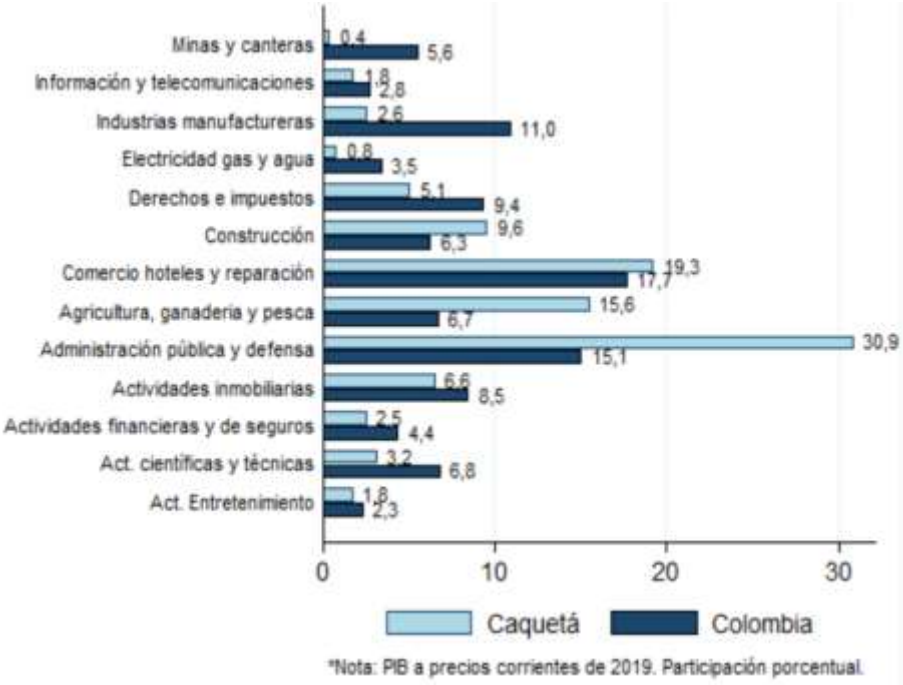
Fuente: DANE consulta estimaciones población departamental 2005 – 2020; *GyP: MinComercio (2020).

A esto se suman problemas de orden público evidenciado en los índices de desplazamiento, y niveles de corrupción y gobernabilidad. Dado lo anterior, se hace necesario, desde el punto de vista de la academia, ofrecer programas que brinden calidad en la educación y cobertura en todos los niveles del sistema para que la consolidación de un nivel superior del conocimiento del capital humano del departamento se convierta en una estrategia inmediata con resultados paulatinos y progresivos frente a los problemas socioeconómicos, de forma dinámica, integral e incorporada para mejorar la calidad de vida de los habitantes del Caquetá y de la región amazónica en general. Los aportes investigativos deberán responder a la solución y mejora de las situaciones y problemas identificados.

1.4.2 Panorama y problemática empresarial regional

La economía del Caquetá se mueve en esencia por las actividades de los sectores primario y terciario (comercial y de servicios). Como lo presenta la Figura 2, el sector de mayor contribución a la economía del departamento son el sector servicios (45 %) y el sector primario (16,0 %).

Figura 2. Participación de las actividades económicas en el Caquetá en el PIB departamental



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021).

El producto interno bruto departamental representa el 0,41 % del PIB nacional hacia el 2020. Actualmente, el departamento posee una economía sustentada en actividades culturalmente introducidas de tipo agrícola, pecuaria, comercial y de servicios, donde se observa el lento y escaso crecimiento del sector industrial

evidenciado en las contribuciones de este sector al producto interno bruto departamental (Marín et al., 2019). La industria tiene una participación escasa, alcanza solo un 2,6 % del PIB departamental. Lo anterior se refleja en la baja adopción de tecnologías que obliga a la importación de bienes y servicios, disminuyendo, así, las oportunidades de empleo y desarrollo de capital humano.

De otro lado, en el tema de productividad laboral en el Caquetá presenta un panorama desalentador conforme con los datos del ingreso per cápita (Tabla 4), valor que representa la mitad frente a la media nacional. Esta situación limita las posibilidades de incursionar exitosamente en los mercados internacionales y, a su vez, reduce las probabilidades de pagar mejores salarios a trabajadores. Sin embargo, se considera que para una zona como la Amazonia, el potencial económico no es la industria, sino el potencial de sus bienes y servicios ambientales.

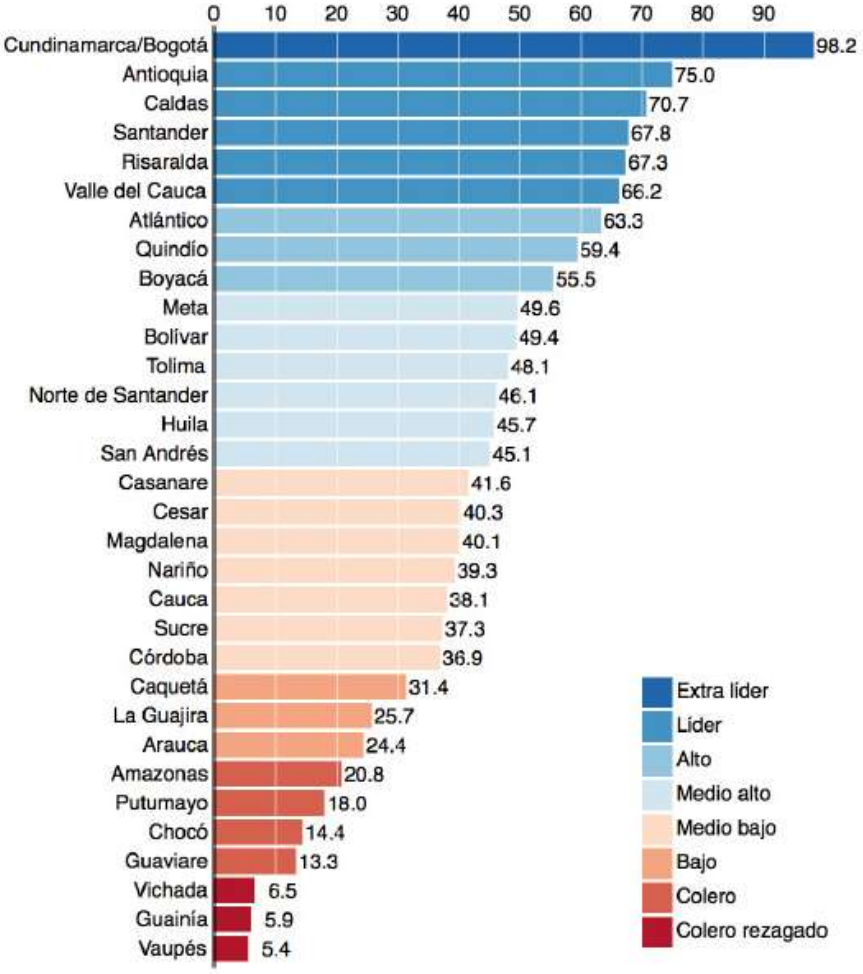
En materia de comercio, hacia 2020 la mayor participación en Caquetá ocurre en municipios como Florencia con 6.121 establecimientos comerciales (57,9 %), San Vicente del Caguán con 1.331 (12,6 %) y Cartagena del Chaira con 574 (5,4 %). Las actividades de mayor participación son: el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas con un 50.6 %, seguida de las actividades de alojamientos y servicios de comida con un 13,31 %, y las de industrias manufactureras con el 7,1 %.

En materia de competitividad, el paradigma empresarial actual establece que las empresas deben ser: competitivas, eficientes, productivas y socialmente responsables. Porter en 1996 describe la competitividad como la posición relativa de una empresa para afrontar la competencia manteniéndose en un mercado, exigiendo el alcance de una ventaja competitiva que le permita a la empresa obtener resultados superiores a la media del sector.

Los conceptos de eficiencia y productividad se encuentran inmersos dentro de la competitividad, y generalmente las empresas usan tasas o indicadores que buscan describir el comportamiento eficiente de una empresa. Caquetá, de

acuerdo con los estudios de los Comités Regionales de Competitividad, ocupa los últimos lugares, por encima de departamentos como Amazonas, Guajira, Putumayo, Guaviare y Chocó, como se presenta en la Figura 3.

Figura 3. Escalafón de competitividad para departamentos en Colombia



Fuente: CEPAL. Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia 2019.

Los estudios confirman que Caquetá es uno de los departamentos con niveles de competitividad más bajos. En la metodología propuesta por los autores, establecen que el indicador debe construirse a partir de los siguientes factores: grado de aglomeración de la actividad económica para atraer recursos

productivos; las condiciones de los accesos a mercados (vial y transporte); la calidad de las instituciones que regulan los derechos de propiedad; las condiciones físicas de la geografía que afectan las actividades humanas, la productividad y el bienestar de la población; y el capital humano como fuente de economías de escala dinámicas.

Con ello, se observa que parte de la problemática empresarial identificada en Florencia es la ineficiencia operativa de sus empresas. Retomando algunos de los resultados del estudio de Pardo et a., (2012) sobre la medición de la eficiencia en empresas manufactureras pertenecientes al sector industrial en cuatro diferentes subsectores, se encontró que el 78 % de las empresas son ineficientes y el 22 % son eficientes, con potenciales de mejora concentrados en manejo de los gastos, tecnologías y costos de producción. El puntaje promedio de eficiencia técnica para el total de las empresas fue del 70 %.

En ese estudio, solo el 22 % de las empresas fue evaluado como eficiente, y entre los factores determinantes de la eficiencia se halló: el perfil educativo o de formación del empresario, del administrador y el de los empleados. El estudio menciona que el empirismo de los administradores de las diferentes unidades productivas conlleva a disminuir las probabilidades de eficiencia en la administración y optimización de los recursos, y concluye que a nivel empresarial el sector manufacturero en Florencia se caracteriza por tener un talento humano administrativo y operativo con bajos niveles educativos, situación que debilita los procesos de planeación, gestión, evaluación y toma de decisiones al interior de las empresas; adicional a esta problemática existe una baja inversión en tecnología relacionada con la producción.

Otras debilidades relacionadas con las empresas en Florencia fueron identificadas en estudios dirigidos a evaluar el impacto del programa Administración desde la perspectiva del sector productivo. El ejercicio académico realizado por Pérez (2010) donde se indagó sobre la principal problemática empresarial y las necesidades de formación en administración para enfrentar estos problemas,

desde la perspectiva del sector productivo. En este estudio exploratorio se concluyó que los principales problemas empresariales relacionados con factores externos a la organización fueron: la competencia desleal (65 %), informalidad (20 %) y falta de apoyo del Estado (15 %). De otro lado, los problemas empresariales debido a factores internos o controlables identificados fueron: la falta de capacitación y motivación al talento humano (75 %), debilidades en materia de liderazgo (25 %) y el acceso a nuevos mercados (5 %).

De acuerdo con el sector productivo, las competencias profesionales en administración deben ir enfocadas hacia el manejo y solución de conflictos, según el 35 % de los encuestados. Por su parte, un 40 % opina que el capital humano debe ser generador de nuevas empresas. En lo referente al saber hacer por parte de un profesional formado en administración, el 20 % opinó que deben identificar oportunidades de negocios; mientras que el 30 % piensa que estos deben saber realizar direccionamiento estratégico. Finalmente, el estudio concluye que para el sector productivo las ventajas competitivas que deben desarrollar los profesionales para lograr empresas exitosas son: la formación dirigida al fortalecimiento del liderazgo (40 %) y la investigación aplicada a la empresa (20 %). Por lo anterior, es urgente que los programas y proyectos regionales en el marco de la relación Universidad – Empresa – Estado fomenten la creación de empresas, fomento de la investigación empresarial y fortalecimiento de las empresas ya existentes.

De acuerdo con el panorama futuro planteado por Peña et al., (2012), de escenarios del sector comercio al año 2025 en el departamento del Caquetá se establecen dos visiones: la primera es la formación del capital humano y la productividad; y la segunda es la innovación y el desarrollo tecnológico. Según los autores, empleando la metodología prospectiva, entre las variables relacionadas con la formación del capital humano se encuentran: la cultura empresarial, diseños de planeación estratégica, competencia informal, conglomerados; y entre las variables relacionadas con la innovación y el desarrollo tecnológico están: la creatividad, generación del valor agregado, sellos verdes, certificaciones de calidad y estrategias de comercialización. Estas variables identificadas se

relacionan directa y estrictamente con las competencias específicas identificadas en el plan de estudios en Administración para la Universidad para los planteamientos curriculares.

Se resalta que la restructuración institucional con el cambio de las organizaciones de todo tipo para realizar las tareas educativas, investigativas y productivas, debe seguir la siguiente secuencia con actividades simultáneas: la empresa privada dedicada a la producción industrial; la Universidad y los institutos dedicados a la producción de conocimiento y tecnología para la empresa; la empresa de comunicaciones dedicada a la difusión del conocimiento y a la formación de la cultura; y el Ministerio de Educación, dedicado a la organización y planeación en su ámbito de acción para garantizar la evolución de la secuencia anterior.

En conclusión, aunque se observaron las debilidades, retos y desafíos que deben enfrentar los actores involucrados directamente en el contexto empresarial del Caquetá, paradójicamente estos escenarios, por difíciles que parezcan, constituyen a su vez una oportunidad en la generación de alternativas de desarrollo con la identificación de la problemática clara y la eficiente toma de decisiones sobre las medidas que deben implementarse; situación que es posible mediante la consolidación de iniciativas por parte de los líderes, profesionales y actores regionales con alta preparación en el tema de ciencia, tecnología e innovación, empresas y proyectos.

1.4.3 Potencialidades económicas y empresariales del Caquetá

Con la problemática ambiental agudizada en el planeta y con las ventajas comparativas que ofrece el paisaje amazónico en materia de biodiversidad, recursos naturales hídricos, paisajísticos y servicios ambientales, la región cuenta con un amplio potencial en el desarrollo de proyectos a nivel global (de cooperación internacional) que se enfocan en la generación de propuestas orientadas a satisfacer necesidades básicas para la comunidad desde la filosofía

de un desarrollo sostenible. El Caquetá tiene una ubicación estratégica importante y ha sido considerado como la puerta hacia la amazonia colombiana.

Temas como la seguridad alimentaria basada en la biodiversidad, el reconocimiento de servicios ambientales derivados del inventario forestal como los productos maderables y no maderables del bosque (PMB y PNMB), sumado a la riqueza hidrográfica, hacen del Caquetá una tierra próspera en materia de obtención y potenciación del uso de recursos y servicios ambientales (captura de carbono, biodiversidad, regulación hídrica y microclimática).

Precisamente, en una de las políticas mundiales establecida en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de los países vinculados en las Naciones Unidas al que Colombia pertenece, se encuentra la incorporación de los principios del desarrollo sostenible. En cumplimiento con lo anterior se han adoptado programas y proyectos encaminados al cumplimiento de las metas programadas para el país mediante los planes de gobierno desde 2015 hasta el 2030.

El Plan Nacional de Desarrollo, con el enfoque de convergencia y desarrollo regional, estableció para los departamentos de Choco, Amazonas, Putumayo y Caquetá los siguientes lineamientos sobre el eje de crecimiento sostenible:

a. Preservación y aprovechamiento sostenible del ecosistema amazónico; regulación y control de la expansión de la frontera agrícola; el impulso de la investigación e innovación para aprovechar económicamente la biodiversidad y el conocimiento de las prácticas culturales – étnicas.

b. El desarrollo de líneas de investigación e innovación para generar competitividad y patentar productos propios de la biodiversidad regional, garantizando la protección al conocimiento tradicional asociado a la biodiversidad y los derechos de sus titulares, vinculando universidades y centros de investigación, especialmente en las regiones.

Lo anterior tiene su arraigo y continuidad de las proyecciones programadas por el Departamento Nacional de Planeación en el documento Colombia Visión 2019 y agendas internas regionales; que, para el caso del Caquetá, se enmarcó en las

apuestas identificadas para la región de la amazorinoquía (DNP, 2007), estas fueron:

-En el sector agroindustrial, el ganado bovino doble propósito, la piscicultura (cachama, carpa, bocachico y pirarucú) y pesca; la cadena forestal y productos promisorios (plantas medicinales, esencias, aromáticas, caucho, plátano, frutales amazónicos, cacao, cafés especiales, flores y follajes tropicales). En materia de servicios ambientales, actividades de ecoturismo, agroturismo, etnoturismo, y turismo cultural y de aventura; y bienes y servicios ambientales tales como la conservación del bosque, aprovechamiento de la biodiversidad, captura de gas carbónico y producción de oxígeno. La actualización de estos ejercicios se enmarca en las llamadas Comisiones Regionales de Competitividad como mecanismo para discutir las dinámicas que potencian el desarrollo productivo, a través de la construcción de un Plan Regional de Competitividad visión 2032 para el departamento.

Entre las ventajas identificadas por el plan regional se encuentran la ubicación, la oferta ambiental, el capital social de los gremios, producción de caucho, café amazónico, bajos costos de la tierra, biodiversidad de flora fauna, etnias y culturas, oferta hídrica y acuícola, recursos genéticos, reservas de recursos naturales, recursos no maderables y riqueza paisajística.

Por otro lado, sus desventajas son: la baja calidad de la infraestructura y cobertura de servicios públicos, el reducido mercado regional, baja formación de alto nivel, bajo nivel de bilingüismo y manejo de TIC, bajos niveles de escolaridad, pobreza, débil confianza en instituciones, cultura política, articulación interinstitucional, cultura empresarial, baja actividad comercial en comercio exterior, bajos niveles de industrialización.

1.4.4 La formación de profesionales y magísteres en Administración para atender las necesidades sociales, económicas, ambientales y empresariales del contexto

En la actualidad, además de las líneas de investigación en administración en el país, abordadas en 1.1.1.1, los énfasis de los programas en administración tratan temas como: globalización, cambio organizacional, organizaciones con responsabilidad social, competitividad, estrategia, relaciones interpersonales, nuevas formas de trabajo, áreas funcionales, espíritu empresarial y creación de empresas. Surge la pregunta: ¿qué investigar en el contexto inmediato? Identificación de las necesidades de la Investigación en el sector productivo y en la comunidad. Sin perder de vista los ODS, se debe analizar el contexto inmediato en lo económico, empresarial y sectorial. Fortalecer vínculos entre universidades y sector productivo es vital para lograr sociedades más inclusivas, ya que las instituciones de investigación superior son las mayores generadoras de conocimiento en la región, por lo que un intercambio más fluido favorecería la definición de políticas de innovación que impulsen el desarrollo tecnológico de los países. La cooperación entre las universidades, los centros de investigación, empresas y Estado, son características en sociedades más avanzadas.

Las necesidades de formación e investigación universitaria profesional y posgradual se deben orientar partiendo de las siguientes agendas: los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015), los planes de desarrollo nacional, departamentales y locales, y las necesidades y oportunidades expresadas por los sectores económicos y sociales.

El libro verde de Minciencias, la política de crecimiento verde para Colombia en 2018 y la Misión de Sabios, consideran que el vínculo de la universidad y la empresa en la formación de los profesionales universitarios es importante debido a que está demostrado que la formación del individuo para el trabajo solo se logra de manera efectiva, en el trabajo, dado que el proceso de formación investigativo-laboral que se desarrolla en el vínculo con las empresas tiene sus propias

regularidades didácticas y la combinación del estudio con el trabajo, su unidad dialéctica, constituye la relación esencial del proceso de formación investigativo–laboral el proceso de formación de los estudiantes universitarios en las empresas, no se fundamenta en un estudio teórico del problema, sino en concepciones esencialmente empíricas no sistematizadas ni generalizadas, además, del proceso docente–educativo que se desarrolla en las empresas.

Por otro lado, el sector productivo tiene unas necesidades que se pueden suplir desde la academia con el mejoramiento de la malla curricular, dando solución a sus requerimientos a mediano plazo con las nuevas competencias del mercado laboral. La vinculación de la universidad con el sector productivo promueve una integración efectiva entre el quehacer científico y las necesidades de los sectores, con trabajo interdisciplinario y procurando dar alternativas de solución a los diferentes problemas relacionados con las empresas y la región.

De esa manera, en la realización de los proyectos de investigación se busca: oportunidad de crecimiento mutuo en todas las áreas específicas relacionadas con empresa y ambiente, formar recursos humanos, adquirir experiencia en la aplicación de conocimiento en solución de problemas específicos, beneficios económicos para las partes y, sobre todo, beneficio social. Las competencias y necesidades de investigación plasmadas por los empresarios y líderes empresariales en un taller realizado en 2018 (Hermosa, 2018) dejó como resultado los siguientes requerimientos para lograr un vínculo constante: i. Identificar las principales necesidades del sector productivo; ii. Analizar las áreas de desempeño investigativo que logren apoyar al sector productivo; iii. Determinar las falencias encontradas por el sector productivo que sirvan de insumo a la reforma curricular de los programas en Administración, iv. Conocer las debilidades que encuentra el sector productivo en los practicantes y egresados en Administración, v. Evaluar las actividades realizadas. En el ejercicio participaron las siguientes empresas, organizaciones e instituciones de la región.

Tabla 5. Empresas que participaron en el taller de necesidades sector productivo

Nombre	Clasificación
Agencia para la reincorporación y la normalización	ONG
Alcaldía de Florencia	Sector público
Cámara de Comercio de Florencia	Sector comercio
Contraloría departamental del Caquetá	Sector público
Cooperativa latinoamericana de ahorro y crédito Utrahuilca	Sector bancario
Corporación colombiana de investigaciones agropecuarias	Ciencia y tecnología
Defensa civil colombiana	Instituciones civiles
Dirección seccional de impuestos y aduanas de Florencia	Sector público
Electro Caquetá SA ESP	Servicios públicos
Ganadería ecológica la victoria SAS.	Sector privado
Gobernación del Caquetá	Sector público
Hospital departamental María Inmaculada	Sector salud
Instituto SINCHI	Ciencia y tecnología
Mukatri	Agroindustria
Procuraduría General de la Nación	Sector público
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	ONG
Universidad de la Amazonia	Sector educativo

Fuente: Hermosa (2018).

Los resultados de este taller con el sector productivo, en el componente de Investigación, brindó información para contribuir en la solución de problemas o necesidades identificadas por los empresarios y directivos. En el orden estrictamente local, las necesidades de formación e investigación expresadas por el sector productivo concluyen en las siguientes temáticas:

Tabla 6. Valoración de la importancia de los temas de investigación según el sector productivo

Temáticas	Nivel de importancia 1	Nivel de importancia 2	Ranking
Aumento de la productividad	4	3	7
Mejoramiento de los procesos administrativos	4	3	7
Mejoramiento y valor agregado en las cadenas productivas	1	2	3
Formulación y gestión de proyectos y recursos	3	2	5
Investigaciones de mercado	3	0	3

Diseño, desarrollo e impulso de nuevos productos	0	0	0
Diagnóstico empresarial	0	0	0
Aumento de la eficiencia y eficacia empresarial	0	1	1
Generación de ingresos para la empresa	0	0	0
Investigaciones para mejorar procesos productivos	0	3	3
Mejoramiento en los sistemas de evaluación	0	1	1
Creación de nuevos negocios	1	0	1

Fuente: Hermosa (2018).

Estos requerimientos son tenidos en cuenta para mejorar la educación conforme con las necesidades del contexto, es decir, estos procesos permean los proyectos educativos institucionales, y las mallas curriculares de los programas academicos y el enfoque investigativo.

1.4.5 Contribuciones investigativas en Administración de la formación posgradual en el contexto empresarial de la región

Desde su creación, la maestría en administración ha generado cerca de 25 tesis de grado que desde las líneas de investigación: ambiente y organizacón, talento humano, desarrollo empresarial y educación y administración, han atendido problemáticas que se pueden resumir en: competitividad, productividad, eficiencia y cadenas productivas; responsabilidad social empresarial, mipymes, talento humano. Estos trabajos pueden analizarse desde la perspectiva sectorial. A continuación, se enlistan la tesis de grado de la Maestría en Administración en sus primeros siete años:

-La orientación al mercado como factor de desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en la prestación del servicio de salud de las IPS Florencia.

-Modelo de gestión estratégica de responsabilidad social empresarial para la electrificadora del Caquetá S.A. ESP.

-Contribución de la gestión integral en la competitividad. Análisis de caso: seis empresas comerciales de origen familiar de la ciudad de Florencia Caquetá.

-La sucesión de las empresas de familia "un análisis desde la teoría de la agencia" caso Florencia Caquetá.
-Análisis de las potencialidades del departamento del Caquetá para el desarrollo del encadenamiento productivo de los frutales amazónicos.

-Influencia de la formación ofrecida por la Universidad de la Amazonia en el desarrollo del perfil emprendedor de estudiantes y egresados.

-El papel de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - Tic - en el cambio y aparición de nuevas formas organizativas en las pequeñas empresas de la ciudad de Florencia, Caquetá.

-Factores de éxito de los emprendedores de los sectores económicos diferentes al de ganadería financiados con recursos del fondo emprender caso Florencia, Caquetá.

-La tienda tradicional florenciana: un espacio de reforzamiento cultural de los consumidores.

-Factores que influyen en la cancelación de la matrícula mercantil de las microempresas en Florencia- Caquetá, periodo 2004 – 2013.

-La gestión del conocimiento y la innovación: Caso Proceso de Docencia en la Universidad de la Amazonia.

-La relación del capital humano y la responsabilidad social. Instrumentos para la competitividad de las empresas de familia del sector hotelero.

-Análisis de las potencialidades de la cadena de valor láctea en el Caquetá.

-Potencialidades del Municipio De Florencia, departamento del Caquetá para la Formación de un Clúster Turístico.
-Factores clave de éxito de los emprendedores del sector Farmacéutico – caso Florencia, Caquetá.
-Marketing digital como estrategia de negocio en las mipymes turísticas del departamento del Caquetá.

-Factores de éxito de las empresas agropecuarias apoyadas por fondo emprender y su aporte a la competitividad del departamento del Caquetá.
-La proximidad como eje de la estrategia de mercadeo en el negocio de almacenes de ropa en el microcentro de la ciudad de Florencia – Caquetá.
-Competitividad de la ganadería doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá.
-Análisis de la ley 1014 de 2006 y evaluación de la aplicación en las instituciones educativas de la zona sur del departamento del Caquetá.

-Influencia del gobierno corporativo en la sostenibilidad de las instituciones de Educación Superior: Caso Instituto Tecnológico del Putumayo ITP.
-Cómo contribuye la responsabilidad social empresarial "RSE" de la caja de compensación familiar del Caquetá "COMFACA" a la calidad de vida de sus grupos de interés en Florencia Caquetá.
-Análisis de los factores que inciden en la competitividad del sector primario del plátano (musa paradisiaca) en los corregimientos del San Pedro y Santo Domingo del Municipio De Florencia Caquetá.
-Contribución de responsabilidad social corporativa a la calidad de vida de la población. Caso: gobernación del Caquetá, alcaldía de Florencia, San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira.

Estos aportes y contribuciones pertenecen en un 50 % a la línea de Ambiente y Organización, 32 % al desarrollo empresarial, 7 % a la línea de talento humano y un 11 % a la línea de administración y educación. El 25 % se concentran en los temas de competitividad, 16 % en cadenas productivas, 14 % con RSE, 25 % en temas de mipymes, 2 % en emprendimiento, 3,5 % liderazgo y talento humano, 3,5 % temas de mercadeo, y el 11 % en temas relacionados con administración y educación. Los sectores que se han abordado son: el hotelero, empresas de servicios públicos, empresas comerciales, empresas de familia, sector salud y comercio de medicinas, sector agropecuario, incidencias de las TIC, educación, fortalecimiento de agroindustrial.

1.5 COHERENCIA DE LA FORMACIÓN CON LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO

La creación de programas académicos de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas (FACCEA) de la Universidad de la Amazonia de pregrado y posgrado surge a partir de los estudios de las necesidades de formación según el sector productivo, aspirantes, graduados y las oportunidades del contexto previstas en las agendas regionales. Estudios de demanda y de mercados son insumos para la decisión y consolidación de programas académicos. Una vez identificado el programa académico y su nivel, se estudia en el sector productivo, gobierno y academia (docentes, directivos, graduados y estudiantes), se estudia el perfil del profesional que se requiere (que responda a las necesidades en administración en el contexto local, nacional y con proyección internacional), en materia laboral, ocupacional, así como las competencias y condiciones mínimas de formación requeridas, según las tendencias, y proyecciones disciplinares y profesionales. Una vez definido el perfil de egreso se conforman los grupos con analistas de currículo (expertos, docentes, investigadores y empresarios o directivos de los sectores y graduados de áreas afines) para estructurar una malla curricular con características de: flexibilidad, integralidad, interdisciplinariedad, y transversalidad en temas como la investigación y ambiente (en sello distintivo acorde a los principios de sostenibilidad, biodiversidad y entorno amazónico).

Estas características son consistentes con el perfil del egresado para el programa, a saber: **"**Profesionales integrales y competitivos, líderes empresariales con visión global, de futuro y responsabilidad social con altos niveles cognitivos en administración y su aplicación hacia el desarrollo sostenible de las potencialidades del entorno amazónico".

En su generalidad, los estudios involucran un trabajo de campo dirigido a aspirantes, egresados, docentes, sector productivo, para conocer expectativas de tipo académico, profesional, empresarial, económico, social y humano, y el impacto del programa, de forma que se logrará definir un perfil profesional mediante un currículo coherente y pertinente en respuesta a problemas y condiciones reales.

Para construir la propuesta en materia curricular se tuvieron en cuenta varios aspectos: la tendencia de los temas internacionales, el comportamiento de la oferta nacional de programas de pregrado y posgrados en administración y las directrices de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración ASCOLFA, las necesidades y oportunidades de formación nacionales y regionales, y las expectativas y perspectiva de los actores locales involucrados frente al proyecto educativo.

Es importante destacar que las Instituciones de Educación Superior deben diseñar currículos únicos por competencias genéricas y específicas en todas las universidades y, así, formar profesionales para dar respuesta a las exigencias sociales, económicas y del mercado laboral; la formación profesional debe ser integral desde los dos ejes fundamentales: la formación de la persona humana y la formación de competencias para el desempeño ocupacional (Ocampo-Salazar et al., 2016).

1.5.1 Tendencias en la formación para el diseño del currículo en Administración

De conformidad con las tendencias internacionales, latinoamericanas y nacionales, los temas transversales del conocimiento para la Administración son: la investigación, uso de Tecnologías en Información y Comunicación (TIC), el contexto, ambiente y la internacionalización. Estos son conocidos como ejes transversales.

Los ejes se materializan con la secuencialidad horizontal, vertical y traslocación de cursos y unidades de curso de la malla curricular. Por ejemplo, el eje de las TIC, se desarrolla mediante el manejo de software, aplicativos y vinculación a redes dentro de los cursos y temas o mediante el uso de las TIC como estrategia didáctica para la enseñanza y aprendizaje.

Respecto a la investigación de tipo aplicada, como eje transversal, se encuentra inmersa al interior de los cursos de los contenidos microcurriculares en cada semestre por cada componente y área para garantizar que el estudiante pueda diagnosticar, evidenciar, demostrar, inferir y proyectar fenómenos empresariales apoyados en el manejo de las tecnológicas de información para procesamiento de datos. Tanto las TIC como la investigación se encuentran inmersas e implícitas en mínimo el 30 % de los microcurrículos del plan de estudios.

La tesis de grado o las opciones de grado conforman el trabajo independiente de los estudiantes, donde mediante argumentos teóricos y metodológicos, que requieren del apoyo de herramientas tecnológicas, buscan dar respuesta a un problema empresarial u organizacional.

En el eje de internacionalización cobra relevancia la política nacional en materia educativa relacionada con el manejo de una segunda lengua en las carreras profesionales y posgradual para poder generar productos que provean una mayor visibilidad y alcance de lectores. De igual forma, los mecanismos de movilidad de estudiantes, graduados y docentes entre IES o empresas.

En el componente pedagógico la formación en Administración en Colombia se apoya en esquemas tradicionales de las clases magistrales, aprendizaje colaborativo, seminarios, laboratorios empresariales, estudios de caso, aprendizaje basado en problemas, informes y proyectos, juegos gerenciales y talleres de investigación. En la FACCEA de la Uniamazonia el modelo pedagógico propuesto por competencias apropia estas didácticas en mención, por lo que resulta consistente con la experiencia nacional.

Para la construcción de currículos coherentes y pertinentes se tiene en cuenta:

-La problemática organizacional identificada:

- Bajos niveles de eficiencia en las organizaciones.
- Bajos niveles de productividad en las organizaciones.
- Bajos niveles de competitividad en organizaciones de la región.
- Dificultades en la apertura de mercados.

-Política nacional: económica, social, educativa y empresarial.

-La filosofía institucional contempladas en los Proyectos Educativos Institucionales (PEI), los Proyectos Pedagógicos Institucionales (PPI) y los Proyectos Educativos del Programa (PEP) (visión, misión, valores, objetivos o propósitos de formación, y el perfil profesional deseado y el institucional).

-Las áreas predominantes del currículo: gerencia, estrategia, innovación y ambiente. La gerencia precisa la planeación y toma de decisiones bajo los criterios de eficiencia, la equidad, el desarrollo sostenible, la ética, y el conocimiento científico y las tendencias.

-Los ejes transversales: investigación, tecnologías de la información y de la comunicación, el contexto y la internacionalización.

-El elemento diferencial o distintivo del programa, enfocado a desarrollo sostenible y aprovechamiento del potencial amazónico.

-Identificación de las competencias profesionales que desean desarrollar en el programa de maestría relacionadas por componente.

-Los componentes en cada área: mercados, finanzas, producción, talento humano, cuantitativa e investigación, administración, economía, y aspectos legales y tributarios.

-Relación de las unidades temáticas de manera vertical, horizontal, transversal y con el elemento diferenciador.

Los programas académicos en Administración buscan impactar positivamente en la comunidad caqueteña, concretamente con aportes de tipo cognitivo, práctico y la generación de un capital humano con valores éticos que actúe bajo los

principios de pertinencia, eficiencia, equidad, responsabilidad social, y el desarrollo social y comunitario, que se evidencie y traduzca en aumentos en la calidad de vida en los entornos en que se desempeña los profesionales y los magísteres en Administración. La principal contribución del programa a la región se realizará mediante el estudio de las necesidades y problemas de la comunidad para, posteriormente, participar con acciones y proyectos tendientes a satisfacerlas desde los escenarios laborales al interior de las organizaciones.

Lo anterior se materializa en el mediano plazo a través de la elaboración de trabajos de grado (pregrado) y tesis de grado (en maestría) como producción intelectual de los profesionales y requisito para optar el título, los cuales deberán contar con un rigor investigativo propio del nivel de pregrado o maestría. Como política institucional los estudiantes de posgrado tienen la oportunidad de articular y desarrollar sus tesis grado y proyectos en general en el marco de la Vicerrectoría de Investigaciones y posgrados. En el largo plazo los impactos redundarán en los ambientes de desempeño en las organizaciones o empresas donde se encuentren los profesionales y magísteres.

La proyección social por parte de los profesionales egresados como valor agregado en términos potenciales que se espera concretar en el mediano plazo son el aumento en la región de: competitividad, productividad y eficiencia en las empresas, aceleración en la generación de unidades productivas; aumento de un capital humano idóneo en las diversas áreas de las organizaciones; propuestas realizadas con criterios y metodologías validadas; contribuciones investigativas a las organizaciones; aumento en la dinámica social, evidenciada en transferencias tecnológicas, captura de mercados, captura de recursos internacionales, generación de empleos, y aumentos en los ingresos; probabilidades de éxito en la consecución de los objetivos empresariales donde participen los graduados; y la generación de profesionales con actitudes y valores éticos, culturales y ambientales.

El impacto esperado en la formación de un magister en Administración, en el mediano plazo, será la transformación inmediata de su entorno laboral, productivo

social, político y ambiental. Además, el profesional satisface sus necesidades de autorrealización relacionadas con la formación.

Con la aplicación de los criterios anteriores a la cotidianidad del quehacer empresarial en la región, los resultados pueden observarse en el mediano plazo; empero, no basta con el conocimiento exclusivo de teorías, fundamentos, herramientas y prácticas; también se hace necesario explorar y desarrollar capacidades relacionadas con el ser, referentes a la creatividad e innovación, y todo esto es lo que, justamente, las capacidades, habilidades y destrezas, pretenden desarrollar con los programas de pregrado y posgrado en Administración.

1.5.2 Evolución de las necesidades de formación profesional y posgradual en Administración

Para latinoamerica hay una preocupacion por la pertinencia de los programas para solucionar problemas puntuales de tipo socioeconómico y organizacional, tales como: pobreza, violencia, desigualdad, desempleo, entre otros. En el 2000 las tendencias de la formación en administración provienen de las pautas y conclusiones del proyecto Tuning Educational Estructure in Europa, el cual estuvo dirigido a diseñar, desarrollar y evaluar los programas de la esfera universitaria para adaptarlo a los procesos de la declaración de Bolonia. Tal como lo establece Castrillón y Cabezas (2010), el proyecto Tuning es un estudio que en Europa quiso abrir espacios de reflexión académica, crear redes de trabajo conjunto, construir currículos homologables, generar ambientes que faciliten los tránsitos académicos y laborales, y para ello abordó los siguientes espacios de trabajo: las competencias genéricas y específicas, sus enfoques de enseñanza, aprendizaje y evaluación, los créditos académicos y la calidad de los programas. En este enfoque existe una marcada relación entre empresa y universidad. Cabe decir que estos aspectos del Tuning corresponden a la formación de pregrado, pero es necesario conocerlos para poder programar los niveles de posgrados.

El estudio empleó información de aproximadamente 175 universidades en Europa, y su validez quedó demostrado en la réplica del ejercicio en los países de América latina, el cual concluyó en 2007 y donde Colombia participó incluyendo la Universidad de la Amazonia (Marlés, Hermosa y Peña, 2012). Concretamente, la metodología del proyecto siguió cinco pasos para organizar la discusión de las diferentes disciplinas:

1) La identificación de las competencias genéricas. Es decir, aquellas que debe desarrollar cualquier profesional indistintamente su formación disciplinar.
2) La identificación de competencias profesionales. Aquellas inherentes y exclusivas a la formación disciplinar.
3) La función de las unidades de trabajo académico (la determinacion de los créditos académicos de las competencias).
4) Los enfoques pedagógicos para el aprendizaje, enseñanza y evaluación.
5) La función de promoción de la calidad en el proceso educativo.

El lema del proyecto Tuning deja claro que no se pretende homogenizar las disciplinas europeas en el mundo, sino establecer puntos de referencia, comprensión y convergencia en las competencias que le permitan a los futuros profesionales desempeñarse en el ámbito global. Se resalta la importancia del respeto hacia la autonomía y la diversidad de las diferentes escuelas (informe Tuning, 2006).

En América latina participaron 18 países con cerca de 65 instituciones universitarias y estuvo dirigido a las siguientes áreas: arquitectura, administración, derecho, educación, enfermería, física, geología, historia, ingeniería civil, matemáticas, medicina y química. El proyecto se enmarcó en el enfoque de formación por competencias, definidas como el conjunto sinérgico de capacidades que todo ser humano requiere para plantear y resolver de manera eficaz y autónoma situaciones de la vida en el ámbito profesional.

Según el documento Tuning latinoamérica (Beneitone et al., 2007), las competencias son las capacidades complejas e integradas, en diversos grados, que la educación debe formar en los individuos para que puedan desempeñarse como sujetos activos y responsables en diversas situaciones y contextos mediante las dimensiones del conocimiento, del hacer y actuar, pero, sobre todo, formando seres humanos responsables de las consecuencias de sus decisiones.

Las competencias en los individuos no son consideradas totalmente innatas, ya que son suceptibles de construirse y desarrollarse, de acuerdo con las motivaciones de cada persona. El concepto de competencia en educación se concibe como una red conceptual cuyo objetivo es la formación integral del ciudadano en sus diversas áreas: la cognoscitiva, la psicomotora y afectiva.

Para el proyecto Tuning las Instituciones de Educación Superior son responsables de la formación de competencias de tipo general y específicas a cada disciplina. La definición de competencias que el proyecto adoptó indica que las competencias genéricas identifican elementos compartidos o de carácter general que deben permear al profesional indiferentemente de su disciplina o su titulación.

Entre los resultados relevantes para el área de administración en Europa, fue la identificación de cerca de 30 competencias genéricas, de las cuales el estudio aplicado en las universidades de América Latina resalta la necesidad de desarrollar 27 competencias genéricas, donde 24 de ellas son convergentes con las identificadas en el sistema educativo europeo y 3 son exclusivas para América latina, estas fueron: responsabilidad social y compromiso ciudadano, compromiso con el ambiente y compromiso con el medio sociocultural. Las competencias genéricas definidas para América Latina se enlistan a continuación:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.

2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

3. Capacidad para organizar y planificar el tiempo.

4. Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.

5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano.

6. Capacidad de comunicación oral y escrita.

7. Capacidad de comunicación en segundo idioma.

8. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

9. Capacidad de investigación.

10. Capacidad de aprender y de actualizarse permanentemente.

11. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.

12. Capacidad crítica y autocrítica.

13. Capacidad para actuar en nuevas situaciones.

14. Capacidad creativa.

15. Capacidad para identificar, plantear, analizar y resolver problemas.

16. Capacidad para tomar decisiones.

17. Capacidad para trabajar en equipo.

18. Capacidad para desarrollar relaciones interpersonales.

19. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes.

20. Compromiso con el medio ambiente.

21. Compromiso con el medio socio cultural.

22. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.

23. Habilidad para trabajar en contextos internacionales.

24. Habilidad para trabajar en forma autónoma.

25. Capacidad para formular y gestionar proyectos.

26. Compromiso ético.

27. Compromiso con la calidad.

En América Latina se realizaron cerca de 22.000 cuestionarios dirigidos a la comunidad académica involucrada: egresados, estudiantes, docentes y sector productivo. De igual forma, las competencias específicas, definidas como las capacidades del saber, hacer y motivaciones inherentes o propias de la disciplina administrativa, identificadas en Tuning Europa fueron:

1. Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo.

2. Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.

3. Identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones.

4. Administrar un sistema logístico integral.

5. Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.

6. Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.

7. Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.

8. Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.

9. Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.

10. Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.

11. Toma de decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros para la empresa.

12. Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.

13. Administrar y desarrollar el talento humano de la organización.

14. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.

15. Mejorar e innovar procesos administrativos.

16. Capacidad de detectar oportunidades de emprender negocios y desarrollar nuevos productos.

17. Capacidad para utilizar tecnologías de información y comunicación.

18. Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.

19. Formular y optimizar sistemas de información integrales para la gestión en la empresa.

20. Formular planes de marketing.

Las competencias fueron evaluadas por los grupos de interés conformados por egresados, empleadores y académicos, en dos sentidos: el grado de importancia y el grado de realización en las universidades. Las conclusiones del estudio para América Latina arrojaron las cinco competencias específicas según el grado de importancia. Estas se muestran a continuación:

1. Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo.

2. Toma de decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros para la empresa.

3. Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.

4. Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.

5. Administrar y desarrollar el talento humano de la organización.

De otro lado, las conclusiones referentes a competencias profesionales de la administración de empresas, de acuerdo con el mayor grado de realización identificado para los involucrados y en orden de prioridad, fueron:

1. Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.

2. Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.

3. Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión para la consecución de recursos financieros en la empresa.

4. Desarrollar planes de marketing.

5. Gestionar y desarrollar sistemas de control administrativo.

Con lo anterior, se evidencia que en estas dos dimensiones (importancia y realización) solo se converge en dos competencias específicas; con esto se puede ver claramente la necesidad de enfocar el currículo, los perfiles profesionales y laborales, con las necesidades reales del sector productivo y de los campos de aplicación. Para Colombia se retomó la metodología de Tuning y el estudio se desarrolló con el apoyo de la Asociación Colombiana de Facultades Administración (ASCOLFA), para lo cual se constituyó una red de investigación: GRIICA ASCOLFA, donde se estudiaron las competencias de mayor importancia para la formación en administración de empresas en el país.

Según Castrillón y Cabezas (2010), el estudio colombiano retoma el concepto de competencias en educación, como ya se expuso para el caso europeo y latinoamericano, donde las redefine como una red conceptual amplia que hace referencia a una formación integral de ciudadano por medio de nuevos enfoques, como el aprendizaje significativo, en diversas áreas: cognoscitiva (saber), psicomotora (saber hacer, aptitudes), afectiva (saber ser, actitudes y valores). Los

autores precisan que la competencia no se puede reducir al simple desempeño laboral ni a la mera apropiación de conocimientos para saber hacer, ya que abarca todo un conjunto de capacidades que se desarrollan a través de procesos que conducen a la persona responsable a ser competente para realizar múltiples acciones (sociales, cognitivas, culturales, afectivas, laborales, productivas), por las cuales proyecta y evidencia su capacidad de resolver un problema dado dentro de un contexto especifico y cambiante.

En Colombia el objetivo del estudio fue identificar y contrastar las competencias específicas del Administrador de Colombia a la luz del proyecto Tuning, el cual arrojó las siguientes conclusiones:

-Las cinco competencias más importantes dadas de menor a mayor, según egresados, empleadores y académicos de Colombia conforme al proyecto Tuning, fueron:

1) Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.

2) Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.

3) Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.

4) Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.

5) Manejar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.

Los autores establecen que la elección de una enseñanza basada en el concepto de competencia como punto de referencia dinámico puede aportar ventajas a la educación como la estimulación de acuerdos para la definición de un lenguaje común que facilita el diálogo entre los diferentes grupos interesados. El programa Administración de Empresas desde 2011 ha venido trabajando su proyecto educativo en el marco de las competencias profesionales, evidenciadas en los syllabus del programa de sus 54 espacios académicos.

1.6 EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA Y COHERENCIA

La FACCEA realiza evaluación, seguimiento y realimentación de sus dinámicas académicas e investigativas. La evaluación de las contribuciones e impactos, para actualizar y ajustar las mallas curriculares a las necesidades, parten de los aportes provenientes de las comunidades involucradas. Los impactos de la investigación y el desempeño de los graduados son dos aspectos cruciales.

1.6.1 Apreciación del sector productivo frente al impacto de los graduados de los programas en Administración en pregrado y posgrado

De acuerdo con los estudios de autoevaluación y seguimiento a graduados y sector productivo, las empresas del sector productivo son conscientes de que el programa de pregrado y posgrado en Administración debe continuar ofertándose. En el estudio realizado el 75 % de gerentes o directivos encargados confirman que es muy alto el grado de importancia de la continuidad del programa de Maestría en Administración en la Uniamazonia y su pertinencia en la región y el país. Un 35 % evaluó la continuidad con un grado de Alta importancia. La Tabla 7 presenta las principales contribuciones de los egresados del posgrado en Administración al sector empresarial regional. El 67 % de los gerentes y directivos destacan entre las contribuciones la investigación para mejorar procesos en las empresas, y luego el mejoramiento de los procesos de evaluación y control.

Tabla 7. Contribuciones de los egresados del programa Maestría en Administración en las empresas que laboran

Contribución en las empresas y organizaciones donde se desempeñan	%
Elaboración de estudios e investigación para mejorar procesos en las empresas.	67 %
Mejoramiento de los procesos de evaluación y control.	58 %
Mejoramiento de los procesos administrativos.	42 %
Planeación.	33 %
Generación de ingresos para la empresa.	25 %

Aumento de eficiencia en el área donde labora.	25 %
Creación de nuevos negocios.	17 %
Diseño y /o producción de un nuevo producto, servicio.	17 %
Mejoramiento de los procesos productivos.	8 %
Aumento de la productividad en el área donde labora.	8 %

Fuente: elaboración propia (2021).

El 8 % y el 75 % de los empleadores valoraron como excelente y bueno, respectivamente, el impacto de los egresados del programa en el medio social.

De otro lado, los impactos generados por los graduados a nivel profesional, según el estudio de Pardo et al., (2012), la valoración de las competencias en lo disciplinar, conocimiento en mercados, planeación, administración, finanzas, talento humano, producción y aspectos legales fue evaluado como muy alto en un 30 %, valorado como alto por un 68 % y bueno por el 2 %. Según Gómez (2021), el 90 % de los graduados consideran que es muy importante acceder a programas de formación avanzada, de los cuales un 66 % está satisfechos y un 25 % completamente satisfechos con su formación en pregrado. Según la percepción de los empleadores acerca de las contribuciones de los graduados del Programa Administración de Empresas (PAE) a las organizaciones en las que laboran se encontró que:

-El 20,29 % ha aportado un aumento de la productividad en el área donde laboran al igual que el mejoramiento de los procesos administrativos.
-El 17,39 % ha aumentado la eficiencia en el área donde laboran.
-El 8,7 % en el mejoramiento de los procesos de evaluación y control, el 7,25 % en los procesos de planeación.
-El 5,8 % en la generación de ingresos para la empresa.
-En un 4,35 % encontramos aportes en elaboración de estudios, investigaciones para mejorar procesos en la empresa, en el diseño y/o producción de un nuevo producto o servicio, mejoramiento de procesos productivos y en los sistemas de evaluación.

-El 2,9 % en la creación de nuevos negocios.

Estos resultados permiten a los directivos y docentes el establecimiento de mejoras continuas a nivel de procesos y gestión administrativa y curricular.

1.7 MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN: REVISTA INSTITUCIONAL FACCEA

La Universidad de la Amazonia tiene seis facultades y, con ello, una revista especializada por cada una. Estas tienen periodicidad semestral y difusión virtual. Estas son: Revista FACCEA, Momentos de Ciencia, Amazonia Investiga, Fapropeg, Ingeniería y Amazonia, Marco jurídico, y Maestros y Pedagogía.

La Revista de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, FACCEA, publica por medio electrónico los aportes científicos de las ciencias Contables, Económicas y Administrativas en la Región Amazónica Colombiana, ademas de autores del ámbito nacional e internacional. El primer volumen se publicó en el segundo periodo académico de 2006, empleando medio impreso. De esta forma, se presentaron los primeros siete volúmenes. Ya en 2013 inicia su formato electrónico, donde se han publicado nueve volúmenes más en formato virtual, para un total de 32 revistas. Presentó un periodo de indexación desde 2015 hasta 2017, y se encuentra en permanente concurso para la medición de revistas indexadas según Minciencias. Su ISNN impreso es 1657-9658 y en línea 2539-4703. En 13 años, ha publicado cerca de 160 artículos.

REFERENCIAS

Arcila, O., González, G., Gutiérrez, F., Rodríguez, A. y Salazar, C. (2002). *Caquetá: Construcción de un territorio amazónico en el siglo XX.* Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas; Sinchi; Ministerio de Medio Ambiente.

Avendaño-Castro, W. R., Rueda-Vera, G. y Paz-Montes, L. S. (2017). La investigación formativa en las prácticas docentes de los profesores de un programa de contaduría pública. Revista Scielo. 17(43), 157-182. https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc17-43.ifpd

Beneitone, P., Esquetini, C., González, J., Siufi, G. y Wagenaar, R. (2007). Reflexiones y Perspectivas de la Educación Superior en América Latina. *Informe final Proyecto Tuning América Latina 2004 – 2007*. Universidad de Deusto.

Bocanegra, H. (2006). La investigación formativa: propuestas y retos en la formación de juristas. *Diálogos de Saberes, 24*, 7-10. https://dialnet.unirioja.es/descarga/ articulo/2740963.pdf

Castrillón, L. y Cabezas, J. (2010). *Las Competencias de los Administradores en Colombia a la luz del proyecto Tuning América Latina (2008 – 2010).* (1.ª ed.). Asociación Colombiana de Facultades de Administración ASCOLFA; GRIICA; Guía Publicidad.

Calderón, G., Arrubla-Zapata, J., Castaño, G. y Vivares, J. (2010). La Investigación en Administración en Colombia. Condiciones para la generación de conocimiento, investigadores, institucionalización y producción científica. ASCOLFA.

Cerda, H. (2008). *Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Búho.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL). (2019). *Escalafón de Competitividad en los Departamentos de Colombia*. https://www.cepal.org/es/publicaciones/46786-escalafon-la-competitividad-departamentos-colombia-2019

Cerda, H. (2008). *Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Búho.

Departamento Nacional de Estadística. (DANE). (2005 - 2018). *Necesidades básicas insatisfecha, CENSO 2005*, Colombia. https://www.dane.gov.co/files/censos/ resultados/NBI_total_30_Jun_2011.pdf

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2007). Agenda Interna para la productividad y la competitividad. Documento Regional Amazorinoquía. https://docplayer.es/15574423-Agenda-interna-para-la-productividad-y-la-competitividad-d-o-c-u-m-e-n-t-o-r-e-g-i-o-n-a-l.html

Departamento Nacional de Planeación. (DNP). (2018). *Política de Crecimiento Verde Documento Conpes 3934*. Indicar URL.

Escobar, R. y Escobar, M. (2016). Estado del arte para estudiar la administración: aporte en la profesionalización. *Libre Empresa, 13*(2), 42-56. https://doi.org/10.18041/libemp.2016.v13n2.26203

Gómez, Y. (2021). *Estimación del impacto de los graduados del programa administración de empresas de la Universidad de la Amazonia (2014-2019-1)* [trabajo de grado, Universidad de la Amazonia]. Indicar URL o nombre del repositorio.

Hermosa, D. (2018). Informe sobre Taller con Empresarios y Sector Productivo. *Laboratorio de Lúdica*. Universidad de la Amazonia.

Herrera, Jorge (2016). *El vínculo universidad–empresa en la formación de los profesionales universitarios*. http://www.redalyc.org/html/447/44760203/

Higuita, D. L. (2015). Acercamiento a un estudio sobre toma de posiciones y disposiciones en la organización. El caso de una empresa desde la perspectiva bourdiana. *Cuadernos de Administración, 53*, 7-22.

Hurtado de Barrera, J. (2002). *El proyecto de investigación holística*. Magisterio.

Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas (SINCHI). (2015). *Línea base para el monitoreo de la sostenibilidad de los sistemas productivos agropecuarios en el departamento de Caquetá.* Colombia.

Jaramillo, I. D. T., Ríos, J. G. S., Restrepo, M. L., Gómez, J. M. y Arias, O. (2015). Competencias docentes para la enseñanza de la metodología de la investigación y la evaluación de trabajos de grado y tesis doctorales en administración. *Agora USB, 15*(1), 137-151.

Lourenço, C. y Knop, M. (2011). Ensino Superior em Administração Percepção da Qualidade de Serviços: uma aplicação da escala SERVQUAL. *RBGN, 13*(39), 219-233.

Marín, A., Pardo, Y. y Forero, A. (2019). *Diseño de esquema de pagos por servicios ambientales: Experiencias en el Caquetá*. Universidad de la Amazonia.

Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación (Minciencias). (2018). *Libro Verde 2030. Política Nacional de Ciencia e Innovación para el Desarrollo*. https://minciencias.gov.co/sites/default/files/libroverde2030-5julio-web.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (Mincomercio). (2021). *Perfiles económicos departamentales.* https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5f834ed5-8943-4317-897d-9b047844ceb2

Naciones Unidas. (2015). *Objetivo de Desarrollo del Milenio, Informe 2015*. http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf

Ocampo-Salazar, C., Gentilin, M. y Gonzales-Miranda, D. (2016). Conversaciones sobre administración y organizaciones en Latinoamérica. Un énfasis en el estado actual de la investigación y la educación. *Cuadernos de Administración, 29*(52), 13-51. https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao29-52.caol

Pardo, Y., Andrade, M. y Hermosa, D. (2012). *Evaluación Económica de políticas y proyectos: métodos alternativos y estudios de caso.* Feriva.

Pardo, Y.Y. y Hernández, M.S. (2013). *Documento Maestría en Administración*. Universidad de la Amazonia.

Hernández, M., Pardo, Y.Y., Correa, L. y Hernández, C. (2020). *Plan de Investigación Maestría en Administración*. Universidad de la Amazonia.

Peña, P., Marlés, C., Ríos, G. y Espinosa, L. (2012). *Plan estratégico de Ciencia y Tecnología e innovación para el Caquetá (2012 – 2025)*. Gobernación del Caquetá.

Pérez, A. (2010). *Percepción del sector productivo sobre la creación de un programa de posgrado* [trabajo de grado de maestría, Universidad de la Amazonia].

Porter, M. (1996). *On competitive*. Harvard Business School Press.

Rojas, H. (2009). Formar investigadores e investigadoras en la universidad: optimismo e indiferencia juvenil en temas científicos. *Revista Latinoamericana de Ciencia Sociales, Niñez y Juventud, 7(*2), 1595-1618. http://revistaumanizales.cinde.org.co/index.php/Revista-Latinoamericana/article/ view/172/75.

Rondón, Y. (2011). Categorías de la acción gerencial universitaria autónoma. *Revista Venezolana de Gerencia, 16*(56), 595-607.

Ruiz Bolivar, C. y Torres-Pacheco, V. (2005). La enseñanza de la investigación en la universidad: el caso de una universidad pública venezolana. *Investigación y Postgrado, 20*(2), 13-34. http://revistas.upel.edu.ve/index.php/ revinpost/article/view/1492/601.

Sá Creso M. (2008). Interdisciplinary Strategies in U.S. Research Universities. Higher Education: *The International Journal of Higher Education and Educational Planning, 55*(5), 537-552.

TUNING, Educational Structure in Europe. (2006). *Contribuciones de las Universidades al proceso de Bolonia*. http://tuning.unideusto.org/tuningeu.

Valera, O. (1999). *Orientaciones pedagógicas contemporáneas*. Magisterio.

2. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN AMBIENTE Y ORGANIZACIÓN

2.1. EFECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL POR PREVENCIÓN DE LA COVID EN EL SUR DE COLOMBIA

Yelly Yamparli Pardo Rozo[4], Milton César Andrade Adaime[5]

RESUMEN

La investigación analiza los principales efectos socioeconómicos en los hogares en Florencia, Caquetá, como resultado de la medida de aislamiento social instaurado por el gobierno nacional como estrategia de control del contagio por Covid-19. Se aplicó muestreo aleatorio simple con población infinita. Mediante la técnica de encuesta virtual se indagaron 400 hogares. Como principales resultados se tienen los siguientes datos: se perdieron 93 empleos que se traducen en una reducción del 26,7 % de los ingresos mensuales para los hogares. Los gastos generados por aislamiento y medidas de bioseguridad sumaron $296.489 millones en seis meses, con repercusiones en la disminución del ahorro y aumento del endeudamiento.

Palabras clave: medidas de bioseguridad, economía del hogar, política pública.

INTRODUCCIÓN

El coronavirus es un virus que causa enfermedades en las vías respiratorias en los seres humanos, cuya sintomatología puede ser leve en unas personas y muy

[4]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable, MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

[55]Magister en Ciencias de la Educación, Especialista en Evaluación Social de Proyectos, Administrador de Empresas. Profesor Asociado Universidad de la Amazonia, m.andrade@udla.edu.co

severa en otras. A esta situación se le ha denominado Covid-19. Fue declarada pandemia por la Organización Mundial de la Salud en 2020. Las medidas sociales para el control y prevención del contagio que tomó el gobierno colombiano han sido el aislamiento social, movilidad por pico y cédula, la exigencia de las medidas de bioseguridad en las empresas y en espacios públicos, entre otras. Esta investigación buscó identificar los principales efectos socioeconómicos en los hogares de Florencia, Caquetá, como un referente de la situación en el sur del país. Estos resultados permiten realizar un diagnóstico para conocer cómo los hogares se han visto afectados en materia de recursos económicos, financieros, consumo, ingresos y costo de oportunidad del tiempo.

REVISIÓN LITERARIA

El Covid-19, sus efectos en el mundo y Colombia. Apareció en noviembre de 2019 en Wujan, China, y seis meses después estaba presente en el 95 % de los países del mundo. Luego de siete meses desde su aparición, el virus ha sido contraído por cerca de 16,25 millones de personas en el mundo, de las cuales un 13,5 % ha muerto. En Colombia, a cinco meses desde el descubrimiento del primer caso, se registran cerca de 257.000 personas contagiadas con 8.777 muertes que responden al 3,99 % (Gómez, 2020). En la Amazonia colombiana el comportamiento del contagio registra el 1,5 % de la población colombiana.

Ciudades como Bogotá y Medellín empezaron a prepararse para atender la crisis con los picos de la pandemia. Sin embargo, la región amazónica con una infraestructura débil en salud ya sobrepasó su capacidad, en menos de tres meses de la aparición del primer caso, este panorama fue el que se presentó en ciudades como Leticia, Florencia y Putumayo (Observatorio Nacional de Salud, 2020).

Las principales medidas de aislamiento como política pública para el control y manejo del ritmo del contagio fueron en esencia: pico y cédula, toques de queda, uso obligatorio de tapabocas (inicialmente de guantes, pero luego fue abolida la medida), restricciones de movilidad intermunicipal y departamental a nivel de transporte terrestre y aéreo, lavado de manos, distanciamiento de 2 metros entre

personas, restricción del comercio y del uso de espacios públicos. También se destinaron recursos para las universidades y colegios para fortalecer la llamada educación remota y virtualidad.

Evaluación de impactos de proyectos y política pública. De acuerdo con Pardo et al., (2012), las intervenciones económicas y sociales a través de políticas, programas y proyectos, deben entregar información clara al tomador de decisión e involucrados sobre los siguientes interrogantes: ¿contribuye la intervención a resolver el problema en la población involucrada?, ¿cuál fue el efecto sobre estos?, ¿los beneficios recibidos por los participantes son consecuencia de la intervención? La evaluación de impacto es una herramienta de decisión para quienes trabajan en los procesos de planificación. En el sector público permite mejorar las intervenciones sociales y económicas en los diferentes grupos afectados. Para el ejercicio investigativo coyuntural se empleó la evaluación ex post para evaluar el cambio.

METODOLOGÍA

El área de estudio fue Florencia, Caquetá, Colombia. La información se recopiló empleando la técnica de encuesta virtual. Por muestreo aleatorio simple se obtuvo una muestra de 400 encuestas (Hernández et al., 2014). Se usó análisis estadístico descriptivo para estudiar las siguientes variables al interior de los hogares: empleo, ingresos del hogar, gastos, tiempo laboral y tiempo de ocio, costos en medidas de bioseguridad. Los efectos e impactos pueden cuantificarse a partir de los cambios de las variables de estudio en escenarios antes y después del aislamiento, de acuerdo con la teoría económica de proyectos presentada por Castro et al., (2008) y Pardo et al., (2012).

Las variables fueron: número de empleos, cambio en el ingreso, cambio en el ahorro, cambio en el endeudamiento, uso del tiempo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los 400 encuestados representan cerca de 2.000 personas que conforman sus hogares. Un 45 % indicó que sus ingresos disminuyeron (en $1’200.000 en promedio por persona al mes); un 40 % se ha mantenido igual y solo un 15 % manifiesta que han aumentado sus ingresos a partir de nuevos negocios que surgieron como una oportunidad debido a la pandemia y aislamiento. Sin embargo, los aumentos de ingresos fueron muy pequeños en comparación con las disminuciones. Se perdieron alrededor de 98 empleos (24,5 %) y se crearon oportunidades laborales para el 18 %.

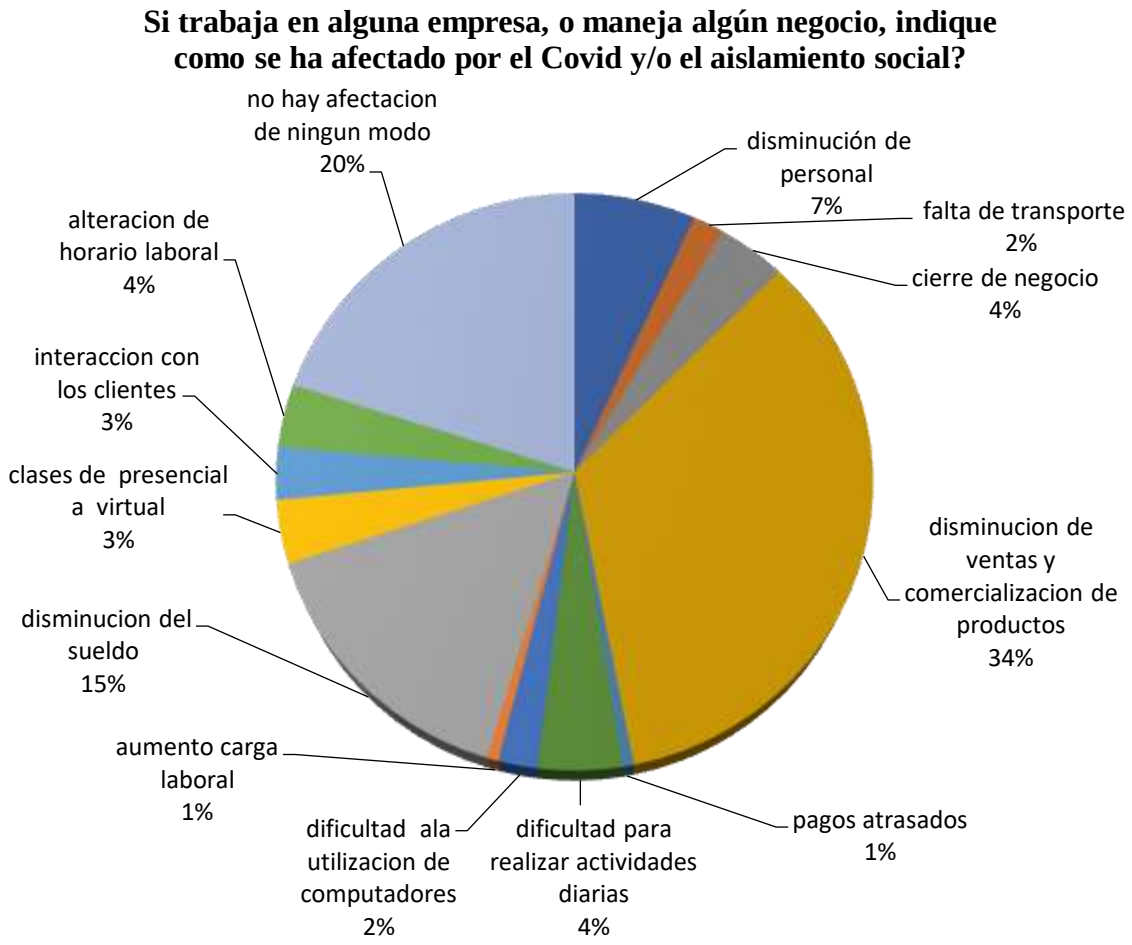
Los gastos aumentaron en un 20 % en promedio en los hogares debido a la adopción de medidas de bioseguridad y al incremento de algunos productos de la canasta familiar por el acaparamiento. Además, las pérdidas de empleo generaron más gastos por concepto de generación de ayuda para familiares y amigos afectados por las medidas y por los problemas de salud. En material empresarial y laboral, de acuerdo con ellos, los principales impactos en las empresas y organizaciones por las medidas de aislamientos se presentan en la Figura 3.3.1

En la gráfica se puede identificar que el 34 % de las personas encuestadas se ven afectadas por las ventas, ya que disminuyeron drásticamente, empero, un 20 % no se afectó porque su actividad comercial se considera esencial en esta emergencia sanitaria. Un 15 % de los encuestados se encuentra afectado, puesto que disminuyeron sus salarios, situación que ha perjudicado su economía de forma negativa. Un 7 % de los encuestados habla de una fuerte carga emocional tanto por lo económico como los aspectos psicosociales.

Se destacan tres aspectos importantes en las empresas pequeñas, medias y grandes empresas, debido a que cerca de un 4 % realizó cierres totales, otro 4 % sufrió la alteración de los horarios laborales y otro 4 % presentaba dificultad para realizar las actividades diarias. Un 3 % de los encuestados se ve afectados por la realización de actividades remotas y virtuales; otro 2 % se encuentra afectado por la falta de trasporte, ya que se dificulta la movilidad de sectores importantes para

la carga y descarga de las mercancías. Otro 2 % de las personas se encuentran afectadas por el desconocimiento o la dificultad al momento de utilizar la tecnología. Un 1 % de los encuestados ha sufrido un aumento de carga laboral, lo cual ha generado agotamiento físico y sicológico. Un 1 % restante de los encuestados se ve afectado por que sus salarios son retenidos sin aviso alguno.

Figura 3.3.1. Principales consecuencias del aislamiento social por pandemia en las empresas de Florencia, Caquetá



Fuente: elaboración propia (2020).

De otro lado, las principales actividades que fueron suspendidas por la pandemia fueron: vacaciones en otros departamentos y países (24 %), trabajos locales (15 %), viajes laborales (11 %), viajes relacionados con estudios (9 %), viajes

relacionados con salud (8 %), salidas académicas locales (4 %). Lo anterior es acorde con el informe de la Cepal, que afirma una reducción entre un 20 al 30 por ciento de la actividad turística. De las actividades cotidianas para las familias, algunas tuvieron que ser suspendidas. La Tabla 3.3.1 presenta los resultados.

Tabla 3.3.1. Actividades suspendidas durante el confinamiento 2020-1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE RELATIVO
Social	84	25%
Salud	81	24%
Deportivo	74	22%
Cultural	31	9%
Ninguna	23	7%
No Contestó	23	7%
Educativo	13	4%
Laboral	10	3%
Total	339	100%

Fuente: Elaboración propia (2020).

En esta situación actual las personas se vieron obligadas a permanecer en sus casas dejando de hacer algunas actividades que solían realizar a diario. El 25 % de los jefes de hogar manifestó que el distanciamiento social, en especial, las reuniones familiares y con amigos, tuvieron que posponerse. Tuvieron que usar herramientas tecnológicas digitales para la comunicación, siendo esta la mayor actividad suspendida durante el confinamiento. La alcaldía y la secretaría de salud municipal intervendrán en los diferentes barrios de la ciudad para detectar y controlar los focos de contaminación, y así realizar su respectivo aislamiento y que todas las personas sigan en sus casas.

La búsqueda de casos positivos de la COVID-19 inició en el barrio la Gloria, Ciudadela Habitacional Siglo XXI, así como en las comunas occidental y sur, manifestó el alcalde municipal el pasado viernes 28 de julio de 2020.

Florencia cuenta con una red pública para la prestación del servicio de salud conformada por dos hospitales (H. María Inmaculada y H. Comunal las Malvinas) y dieciséis puestos de salud ubicados en diferentes zonas del área rural. Cuenta con una red privada con internación de tercer y cuarto nivel como lo son la Clínica Mediláser y Coomeva. Para el año 2016 la proyección del DANE fue del 60 % de la población subsidiada por el Estado en el sistema de seguridad social en salud en el municipio de Florencia y 5 % por fuera de la cobertura del servicio de salud. Según la estadística, el 24 % de las personas encuestadas tuvieron que suspender los servicios médicos y aplazar tratamientos de salud.

En relevancia con el sistema de salud que nos corresponde se evidencia el alto riesgo de contraer la enfermedad en estos sitios a la hora de asistir a una cita médica, por ende, se recomienda atender solo pacientes con urgencias, bien sea médicas u odontológicas. Con el aumento de casos positivos el sistema de salud se declara en “alerta roja” por la falta de camas de Unidades de Cuidados Intensivos UCI y falta de elementos de bioseguridad para el personal de salud. El 7 % de las personas encuestadas indicó que no hubo ninguna suspensión de actividades durante esta cuarentena, no evidenció un cambio relevante durante el confinamiento obligatorio.

Respecto de la conectividad como tecnología de apoyo a la comunicación y realización de las actividades sociales, laborales y académicas, su calidad fue evaluada como: Excelente 1 %, Buena 28 %, Aceptable o regular 54 %, Mala 17 %. La ministra del Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación (MinTIC) garantiza el acceso a Internet en Colombia durante pandemia: el Gobierno reportó un incremento del 40 % en el consumo de internet a raíz de la emergencia por el coronavirus. Manifestaron que trabajar desde la comodidad de la casa tiene muchos beneficios, además de ahorrar tiempo y dinero en desplazamientos, también aporta al medio ambiente y al bienestar de las personas.

MinTic y Nubelo, la empresa líder en contratación freelance en el mercado hispano, realizaron por primera vez en Colombia un estudio en materia de

teletrabajo. Según los pronósticos arrojados en cuanto a empleo, en el año 2020 el 50 % de la fuerza laboral del país será digital. El 3 % de los jefes de hogar tuvo que implementar el teletrabajo desde casa para proteger su vida y la de su familia.

De otro lado, la percepción sobre las medidas de bioseguridad por aislamiento se presenta en la Tabla 3.3.2.

Tabla 3.3.2. Criterios de relevancia que tiene las medidas de bioseguridad en el aislamiento social

Relevancia	Frecuencia	Porcentaje Relativo
Necesarias	243	71.68
Innecesarias	3	0.88
Exageradas	9	2.65
Insuficientes	58	17.11
Suficientes	26	7.67
TOTAL	339	100.00

Fuente: elaboración propia (2020).

El 71,68 % de los Florencianos encuestados sabe que es necesario realizar las medidas de bioseguridad y aislamiento para evitar la propagación del virus; sin embargo, es insuficiente el apoyo de algunos establecimientos comerciales. De continuar en la pandemia, las proyecciones principales de las personas se presentan en la Tabla 3.3.3.

Tabla 3.3.3 Proyectado para 2020 y 2021 si continúa la pandemia

Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje Relativo**
Seguir trabajando	172	50,73 %
Emprender un negocio	56	16,5 %
Ser mejor persona	29	8,5 %
Ahorrar mas	23	6,7 %
Sanar deudas	19	5,6 %
No contestó	40	11,7 %
TOTAL	**339**	**99,73 %**

Fuente: Elaboración propia (2020).

Las variables socioeconómicas de los hogares antes y después de la medida de aislamiento se presentan en Tabla 3.3.4.

Tabla 3.3.4. Variables socioeconómicas antes y cinco meses después de la medida de aislamiento en 400 hogares de Florencia

Variable	Unidad	Antes	Después	Variación (± %)
Empleos	Número empleos	657	564	-14,2
Ingresos	Miles de $	608.850	446.112	-26,7
Gastos de consumo*	Miles de $		296.489	
Costo bioseguridad	Miles de $		55.472	
Ayudas y donaciones	Miles de $		87.483	
Ahorros (de los ingresos)	Miles de $	255.717		
Endeudamiento	Miles de $		82.808	

Fuente: elaboración propia (2020).

*Incluye los aumentos en costos de transporte, alimentos, servicios públicos, bioseguridad, donaciones, y deudas por aislamiento social.

Para el 64 % de los hogares los ingresos disminuyeron en un 45 %. Para el 32 % los ingresos se mantuvieron igual y para el 4 % de los hogares los ingresos aumentaron en un 37 %. Los costos adicionales por uso de tapabocas, guantes, desinfectantes, tapetes y otras medidas ascienden a $55’500.000. El balance es negativo, cruzando los ingresos con la disminución por efectos de la política pública, junto con el aumento que se generaron en los gastos. La inferencia de este hallazgo en el total de la población de los 45.000 hogares de la ciudad de Florencia asciende a $33.355 millones.

Aspectos sociales. En materia social, según la encuesta realizada a los hogares de la ciudad de Florencia, en el periodo de confinamiento por causa de la pandemia el 31,5 % de las familias catalogan la convivencia como Buena, el 19,6 % la catalogaron como Excelente. El 39,1 % consideran la convivencia aceptable. Un 9.8 % de las familias se encuentran con problemas de convivencia. Según la información brindada por la Fiscalía General de la Nación la convivencia familiar

está presentando grandes problemas debido a que las medidas de seguridad por el gobierno, como el caso de la cuarentena, aumentó la violencia intrafamiliar en un 210 %, totalmente diferente a los datos arrojados por la encuesta realizada en la ciudad de Florencia, en donde las familias gozan de bienestar.

En materia ambiental, el aislamiento y las medidas de bioseguridad han impactado respecto a la generación de residuos. Esta es la percepción de los Florencianos (Tabla 3.3.5)

Tabla 3.3.5. Cambios en la contaminación durante el periodo de aislamiento social y uso de las medidas de bioseguridad desde el punto de vista del Jefe de Hogar

Contaminación	Frecuencia	% Relativo
Ha aumentado	136	40%
Ha disminuido	66	19%
Se mantiene igual	137	40%
TOTAL	339	100%

Fuente: Elaboración propia (2020).

La generación de residuos sólidos es una consecuencia que se deriva del diario vivir, desde actividades cotidianas básicas, como la preparación o consumo de alimentos, hasta complejos procesos productivos generan residuos que deben ser gestionados dependiendo de su potencialidad o no de aprovechamiento. Así, los residuos aprovechables entrarán en las cadenas de valor gracias a la labor de todos los actores que participan en su aprovechamiento y los desechos serán llevados a los sitios de disposición final. Todo el proceso de la generación de residuos puede tener variaciones dependiendo de la dinámica de consumo de la población o de la modificación de los hábitos sociales; estas variaciones se trasladan a las etapas de gestión, las cuales deberán adecuarse a los cambios de los ciudadanos. Un 40 % considera que ha aumentado y otro porcentaje igual considera que se mantiene estable.

Estas variaciones son significativas, ya que en dichos hogares podemos ver reflejado aumentos y un sostenimiento en estos, se puede decir que algunas de las causas es que varían los hábitos de consumo, y los lugares de generación de residuos es debido a la permanencia de las personas en sus residencias, pérdida y suspensión de empleos, cambios en el transporte, la suspensión de clases en centros educativos públicos y privados, y la interrupción de actividades sociales, económicas y comerciales impactan la generación de dichos residuos. Con base en eso, el servicio público de aseo debe realizar ajustes en las rutas y horarios de recolección.

En la actualidad, en el departamento del Caquetá no se tiene un dato exacto por parte de los entes encargados sobre el procesamiento y manejo de los residuos sólidos, sin embargo, se ha hecho énfasis a nivel nacional sobre la importancia del buen uso y manejo de todos los productos renovables y no renovables que son manipulados en los hogares, esto con el fin de facilitar su recolección y procesamiento.

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente destaca que durante el actual brote de coronavirus COVID-19 se produce una gran cantidad de desechos como guantes, mascarillas o materiales de protección infectados, entre otros, estos elementos potencialmente infectados deberán mantenerse separados de los demás residuos y presentarse en bolsa bien cerrada a las personas prestadoras del servicio de aseo. Para afrontar la situación actual por pandemia las estrategias, según los ciudadanos, son las siguientes (Tabla 3.3.6).

Tabla 3.3.6. La principal estrategia para cuidar el hogar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE RELATIVO
No salir de casa	70	20,6%
medidas de seguridad	195	57,5%
aislamiento preventivo	69	20,4%
cuidado de la salud	3	0,9%
no contesto	2	0,6%

TOTAL	339	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2020).

Al momento de la realización no existía vacuna. En ese momento se cuestionó: ante el escenario hipotético en el que existiese una vacuna para el Covid-19, ¿qué valor monetario creería usted que este debería tener para evitar enfermarse? Las respuestas se presentan en la Tabla 3.3.7.

En Florencia la población tiene recursos bajos, ya que aproximadamente el 29 % de las familias preferiría que no existiera un costo monetario para la vacuna que previene el Covid-19 o que si llegase a existir fuera a un monto muy bajo para poder obtenerla, aunque al parecer muchas personas podrían pagar el monto necesario de la vacuna con tal de no llegar a enfermarse, sin embargo, **de acuerdo con Semana.com (20 julio, 2021) el precio de la vacuna sería de 19,50 dólares,** pero que sería necesario dos dosis por lo que el costo total sería de 40 dólares aproximadamente (lo que serían 70 mil pesos colombianos). Este precio es casi un 30 % menos de lo que otros cobran por una vacuna contra la gripe.

Tabla 3.3.7. Disponibilidad a pagar por la Vacuna contra Covid-19

Parámetros	Valor
Promedio	$ 142.593
Mediana	$ 135.000
Moda	$130.000
Máximo	$ 1.000.000
Mínimo	$0
Observaciones	393

Fuente: elaboración propia (2020).

Estos resultados son coherentes con los planteamientos realizados por Avella (2020) sobre los efectos negativos para la sociedad ante el bajo control de la pandemia, donde se reconoce que la prevención cuesta. De igual forma, son acordes con Bárcena (2020), quien presenta las cifras de aumento en el desempleo, aumento de la pobreza, menor crecimiento económico, para la región latinoamericana.

CONCLUSIONES

La Covid-19 trajo consecuencias no solo a la salud, sino también a los hábitos de vida, al pensamiento del ser humano, y a las repercusiones en materia social y económica. Para una ciudad intermedia como Florencia, Caquetá, con bajo grado de desarrollo en infraestructura vial y sanitaria, los principales impactos fueron en la reducción del ingreso de los hogares en un 21,7 % y la aparición de nuevos gastos que disminuyen los ahorros. Las orientaciones de política para el manejo socioeconómico en la prevención deberán tener en cuenta este tipo de efectos y las necesidades de los habitantes para enfocar esfuerzos que cubran las prioridades en salud, economía y ambiente.

El año 2020 ha sido un año donde la sociedad ha tenido que reflexionar sobre su manera de vivir, esto debido a la situación que enfrenta el país y el mundo entero a causa de la pandemia “CORONAVIRUS” que afecta muchas de las actividades que se estaban desarrollando con gran furor a nivel económico y social. A raíz de esta gran problemática se han tomado diferentes acciones para que las personas no se vean afectadas de manera directa por la situación, dichas acciones han sido tomar la prevención por medio del aislamiento obligatorio decretado por el gobierno nacional para prevenir un mayor contagio.

AGRADECIMIENTOS

A los estudiantes del noveno semestre del programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia, matriculados en el curso Gestión y Desarrollo Sostenible (2020-1), por la participación en las encuestas virtuales.

REFERENCIAS

Avella, J. L. (2020). La globalización, caldo de cultivo para las pandemias. *Revista Nota Uniandina, 58*, 32-37.

Barcena, A. (2020). *Efectos socioeconómicos y sociales del Covid-19.* https://www.cepal.org/sites/default/files/presentation/files/200605_final_presentacion_parlamericasv_alicia_barcena.pdf

Castro, R., Rosales, R. y Rahal, G. (2008). *Metodologías de preparación y evaluación de proyectos de inversión pública*. Universidad de los Andes.

Gómez, J. (2020). *Consenso colombiano de atención, diagnóstico y manejo de la infección por SARS-COV-2/COVID-19 en establecimientos de atención de la salud.* http://www.iets.org.co/Archivos/853-2765-1-PB.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.

Instituto Nacional de Salud. (2020). COVID-19 en Colombia, consecuencias de una pandemia en desarrollo. *Décimo segundo Informe Técnico. Observatorio Nacional de Salud*. https://www.ins.gov.co/Direcciones/ONS/Informes/12COVID-19%20en%20Colombia,%20pandemia%20en%20desarrollo.pdf

Mojica, F. J. (2005). La Construcción del Futuro, Concepto y modelo de la prospectiva estratégica, territorial y tecnológica. En F. J. Mojica, *La Construcción del Futuro* (pp. 20-21). Publicaciones Universidad Externado de Colombia.

Pardo, Y., Andrade, M. y Hermosa, D. (2012). *Evaluación Económica de políticas y proyectos: métodos alternativos y estudios de caso.* FERIVA.

Revista semana. (2021). Coronavirus, revelan precio de la vacuna Pfizer. *Semana*.com https://www.semana.com/nacion/articulo/coronavirus-revelan-el-precio-de-la-vacuna-de-pfizer-noticias-hoy/688245/

Revista Semana. (2020). Se redujeron las basuras en los rellenos sanitarios. *Semana*.com https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/coronavirus-en colombia-buenas-noticias-de-la-cuarentena-se-redujeron-las-basuras-en-los-rellenos-sanitarios/50364

Revista Semana. (2021). Coronavirus, revelan precio de la vacuna Pfizer. *Semana.com.* https://www.semana.com/nacion/articulo/coronavirus-revelan-el-precio-de-la-vacuna-de-pfizer-noticias-hoy/688245/

United Nations Environment Programme. (UNEP). (2020). *La gestión de residuos es un servicio público esencial para superar la emergencia de COVID-19*. https://www.unenvironment.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/la-gestion-de-residuos-es-un-servicio-publico-esencial

2.2 SOSTENIBILIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA PARA EL MUNICIPIO DE MECAPACA - BOLIVIA

Gimmy Nardó Sanjinés Tudela[6]

RESUMEN

En el presente trabajo se plantea la aplicación de la prospectiva basada en métodos cuantitativos para el análisis de la sostenibilidad de los recursos y de seguridad alimentaria en el municipio de Mecapaca, ubicado en el departamento de La Paz. El aporte teórico que se muestra es la aplicación de modelos matemáticos dinámicos en escenarios de alta incertidumbre y combinación de variables tanto cualitativas como cuantitativas, necesarias para manejar en escenarios complejos. Se muestra que la dinámica de sistemas opera de manera eficiente la no linealidad del comportamiento de las variables. Con base en el estudio se afirma que mediante el modelado y la simulación se pueden construir diferentes escenarios, generando, de esta manera, un futuro múltiple basado en datos reales del presente y del pasado histórico, lo cual determina la validez de la misma prospectiva.

Palabras clave: Prospectiva Cuantitativa, Seguridad Alimentaria, Sostenibilidad de Recursos.

INTRODUCCIÓN

[6]PhD en Investigación. Doctor en Ciencias – Mención: Economía e Inteligencia Artificial. Magister en Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Magister en Educación e Ingeniero de Sistemas. Profesor invitado Maestría en Administración, Universidad de la Amazonia. Investigador Senior de la Universidad Católica Boliviana.

El objetivo principal del presente artículo fue realizar un análisis prospectivo-cuantitativo para el planteamiento de estrategias que logren la sostenibilidad en la explotación de los recursos existentes en el municipio de Mecapaca. Para ello fue necesario hacer una descripción geográfica del municipio de Mecapaca mostrando las variables más relevantes.

Analizar en ese entorno variables cuantitativas de desarrollo como la capacidad productiva y de la explotación de los recursos naturales. Se modeló el fenómeno descrito mediante la perspectiva de la ingeniería de sistemas y se analizaron los resultados para luego plantear estrategias para el municipio objeto de estudio.

El aporte teórico muestra la aplicación de modelos matemáticos dinámicos en escenarios de alta incertidumbre y combinación de variables tanto cualitativas como cuantitativas. Finamente, se contradice la afirmación dada por Medina y Ortegón (2006) en la cual menciona que el futuro se construye, no se predice; pero se deben tener criterios verídicos. Si se utilizan recursos formales y cuantitativos, los estudios prospectivos serán más acertados.

REVISIÓN LITERARIA

Aspectos teóricos sobre desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible busca la preservación, conservación y recuperación de los recursos naturales, en un afán altruista respecto a las futuras generaciones. La noción de “desarrollo sustentable” de la Comisión Brundtland de Desarrollo y Medioambiente en 1987 señalaba la necesidad de legar a las futuras generaciones una herencia de recursos naturales, físicos, humanos y culturales a lo menos similar a la que nosotros heredamos de la generación precedente (Conrad, 1999). Aunque tal expresión resulte atractiva como definición general, se puede identificar más de un centenar de interpretaciones de la misma en la literatura, lo que dificulta la operacionalización del concepto para efecto de direccionar las políticas públicas en esta área. Si lo anterior expresa una complejidad a nivel global país, resulta fácil imaginar el desafío que se acomete cuando uno desea analizar la sustentabilidad a niveles o

escalas menores, como son un país, una región, un sector productivo o algún otro segmento de la actividad humana (Campos e Isaza, 2002).

Entonces, si se trata de garantizar a las generaciones futuras el mismo conjunto de oportunidades de bienestar de que se goza en el presente, el problema radica en legarles un stock de capital que permita derivar del mismo lo que la generación presente ha obtenido, ya que es a partir de este conjunto de activos del que se producirán los bienes y servicios que permiten satisfacer las necesidades. Ahora bien, el concepto de capital es multifacético y está compuesto, al menos, de tres subconjuntos distintos (Azqueta, 2007):

-Capital producido. Es el que convencionalmente ha sido considerado como tal, y está constituido por bienes de equipo e infraestructura. Son bienes de producción producidos.

-Capital humano. Recoge las mejoras en la productividad de la mano de obra que son producto de la educación, la formación profesional y la experiencia en el trabajo.

-Capital natural. Es el que proporciona la base de recursos naturales y ambientales de la biósfera, y el que resulta de interés en el momento.

Planteado de la anterior manera, la variable clave para conseguir de una u otra forma la equidad intergeneracional es la existencia o no de sustituibilidad entre unas y otras formas de capital – y entre los servicios de la biósfera y los bienes de consumo producidos en la función de producción de utilidad- precisamente, alrededor de la misma se han articulado los dos paradigmas más representativos de este campo. Se debe, por obligación, mencionar los tipos de desarrollo sustentable que ahora se plantean para lograr poder ser alcanzadas o por lo menos aplicadas (Martner, 2000). Es así como se menciona los siguientes tipos; el desarrollo sustentable débil y el desarrollo sustentable fuerte o estricto.

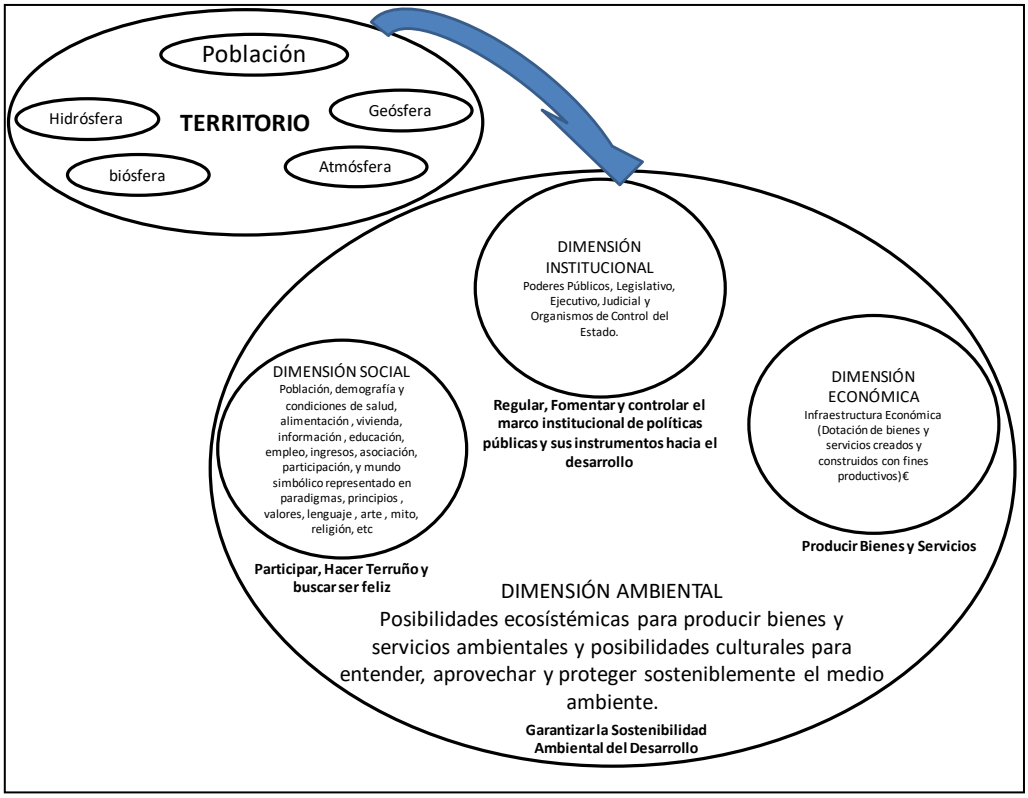
El desarrollo sustentable débil se refiere, con base en los trabajos de Robert Solow (1997), Hartwick y Olewile (1998), a que la generación presente deja a las

generaciones siguientes un stock global de capital al menos igual al recibido. Lo anterior, en el sentido de que se podrían utilizar los recursos y servicios de la biósfera, siempre y cuando una parte de los rendimientos se invirtiera en capital producido, para así compensar la pérdida de capital natural. Lo cual genera la teoría de la sustituibilidad casi perfecta entre las funciones, y servicios de capital natural y los del capital producido, en el que el funcionamiento de los precios corresponde a la ley de la oferta y demanda económicas.

Por otro lado, el desarrollo sustentable estricto nace de una premisa totalmente diferente, que plantea que el capital natural no se puede sustituir por capital producido. Dentro de los dos escenarios o contextos descritos planteados se muestran, a continuación, los elementos y dimensiones de desarrollo que pretende mostrar la estructura a ser aplicada en el análisis de nuestro país. Para lograr tal finalidad se aplica la óptica de la ingeniería de sistemas de manera precisa el enfoque sistémico.

Se plantea, entonces, las siguientes dimensiones inmersas dentro de un macrosistema que está definido como el territorio en el que se encuentran las dotaciones naturales como son: la población, la biósfera, la hidrósfera, la atmósfera y la Geósfera. En el territorio es que se desarrollan las siguientes dimensiones artificiales o naturales (Mera, 2012): la dimensión Social, la dimensión Institucional, la dimensión Económica y la dimensión Ambiental. La estructuración de las dimensiones se muestra en la Figura 2.1.1, en la que se aprecia la conformación de las dimensiones al interior del territorio, así como los objetivos de cada una y por los subsistemas por los que va conformado.

Figura 3.2.1. Elementos y dimensiones del desarrollo



Fuente: elaboración propia con base en Mera (2012).

Aspectos teóricos sobre la prospectiva. Con el tiempo, la corriente de la prospectiva alcanzó difusión y notoriedad, de modo que después se transformó en dos grandes vertientes. La primera y más conocida es la de la *Prospectiva Estratégica*, liderada por Michel Godet (1993) y otros autores, y la segunda es la *Previsión Humana y Social*. La primera está directamente relacionada con la estrategia de empresa y su principal fortaleza ha sido el desarrollo de una caja de herramientas. Por su parte, la previsión humana y social recupera la tradición humanista de la primera generación de la prospectiva, y desarrolla áreas y temáticas de carácter ético–cultural, siendo liderada por Eleonora Masini y un grupo de futuristas provenientes de diversos países en vías de desarrollo, fuera del contexto eminentemente francés de la prospectiva estratégica (Cuervo y Guerrero, 2018).

De otra parte, hacia los años setenta surgen otras corrientes independientes, una relacionada con el desarrollo de visiones de futuro o *visioning* y otra centrada en los estudios de la problemática global o *global studies,* los cuales fueron fuertemente impulsados por el Club de Roma, fundado por Aurelio Peccei. Esta institución, compuesta por industriales, gobernantes y académicos de diversas naciones, periódicamente patrocina diversas investigaciones e informes que estimulan el debate público alrededor de los futuros posibles de la humanidad.

Producto de sus estudios se han generado interesantes discusiones, por ejemplo, acerca de los límites del crecimiento económico, el crecimiento demográfico indefinido y sus impactos sobre la seguridad alimentaria y el desarrollo de los pueblos, la sociedad del conocimiento, etc. Este tipo de estudios globales ha sido desarrollado posteriormente en varias direcciones, entre ellas la de los estudios de paz, conflicto y seguridad global, y los modelos económicos globales (Gollier, 2001)

Objetivo del estudio del futuro. El objeto de los estudios del futuro es la exploración sistemática de los futuros posibles a fin de mantener y/o mejorar la libertad, el bienestar y el desarrollo humano y sostenible, ahora y en el futuro (Godet y Durance, 2007). Mediante este proceso de reflexión se pretende saber sobre la base de los hechos presentes, cuáles son los futuros verdadera o verazmente posibles, cuáles son los futuros más probables dadas las diversas condiciones (si se decide o no emprender algunas acciones específicas), cuáles futuros alternativos son los más deseables, y qué es lo que las personas individual y colectivamente pueden hacer para alcanzar el futuro deseable y evitar las consecuencias del futuro no deseable. Por tanto, su propósito no es predecir eventos específicos en el futuro, sino reflexionar sobre el futuro, comprender y crear alternativas contingentes a nuestras acciones y accesibles a nuestras escogencias, para comprender mejor el rol que podemos desempeñar en el presente (Medina y Ortegón, 2006)

De acuerdo con Peña (2008), nadie puede predecir el futuro con total certeza, lo que podemos hacer es identificar algunas tendencias del desarrollo e intentar

comprender hacia donde nos pueden conducir. No interesa, por tanto, “adivinar” el futuro, sino ser capaces de anticiparlo, discerniendo los futuros posibles y los futuros probables dentro de los posibles, como también los futuros plausibles dentro de los probables. Los futuros posibles son las alternativas que pueden posiblemente acontecer. Los futuros probables son los posibles con probabilidad “aceptable” de ocurrir. Los plausibles son aquellos futuros que concentran las mayores probabilidades de ocurrir y realizarse (Godet y Durance, 2007).

En el campo de los futuros posibles pueden coexistir imágenes de futuro diversas e incluso contradictorias. Es el ámbito cualitativo y creativo por excelencia, donde están las posibilidades y potencialidades, donde nace la innovación y lo inédito en la historia. De la discriminación o filtro de los futuros posibles surgen los futuros probables. Estos implican el análisis con base en métodos rigurosos de hechos y datos de tipo cuantitativo. Por su parte, los futuros deseables indican la escala de valores y preferencias de los actores sociales frente a los futuros posibles y probables. Según Medina y Ortegón (2006), los propósitos básicos de los estudios del futuro son:

-El estudio de los futuros posibles.

-El estudio de los fututos probables.

-El estudio de las imágenes del futuro.

-El estudio del conocimiento básico de los estudios del futuro.

-El estudio de los fundamentos éticos de los estudios del futuro.

-La interpretación del pasado y la orientación del presente.

-La integración del conocimiento y los valores en el diseño de la acción social.

Incrementar la participación democrática en la imaginación y el diseño del futuro

Descripción empírica. La distinción entre lo posible y lo probable es una pieza angular en la formación prospectiva. De acuerdo con Francisco Mojica (2005), en español los términos posible y probable tienden a confundirse semánticamente. El

Diccionario de la Real Academia define lo *posible* como *"lo que puede suceder",* y cuando aborda la definición de *"probable"* señala: *"dícese de aquello que hay buenas razones para creer que se verificará o sucederá".* Afortunadamente, en matemáticas estas "buenas razones" están respaldadas por una medición numérica, de modo que allí lo *"probable"* es precisado en una escala porcentual ubicada entre los intervalos 0 y 1 o 0 y 100, y de esta manera el significado de posible y probable comienza a distanciarse. Posible es todo aquello que puede acaecer, sea probable o no. Pero lo probable es aquello que puede realizarse dentro de en un rango de alternativas, cuya cuantificación se establece mediante la asignación de un grado de probabilidad, siendo 0.1 altamente improbable y 0.9 altamente probable.

Según Mojica (2005), la diferencia entre *posible* y *probable* es vital para comprender el espíritu de la prospectiva y diferenciarla del enfoque de "pronóstico" que en inglés se denomina *forecasting*. En forma general, se podría decir que el concepto de lo *probable* está ligado a esta corriente y que el espíritu de lo *posible* hace parte de la filosofía de la prospectiva. Históricamente, el pronóstico es anterior a la prospectiva. La escuela francesa a finales los años cincuenta aportó dos conceptos fundamentales: la reinvención del término *prospectiva* y la propuesta del concepto de futuros posibles o "futuribles" por Bertrand de Jouvenel (Peña, 2008). Para el pronóstico o *forecasting* existe un solo futuro que puede ser detectado mediante los páneles de expertos y la extrapolación de las tendencias. El futuro es visto como una realidad lineal que proviene del pasado. En cambio, la prospectiva acepta la posibilidad de que en el futuro ocurran múltiples situaciones, bien sea como evolución del presente o como una ruptura de este. Para el autor, hoy en día, la prospectiva se distingue del pronóstico por otros rasgos distintivos entre los que vale la pena citar los cuatro siguientes:

· *La realidad es observable dentro de una visión compleja y no lineal.*

· *La complejidad genera incertidumbre.*

· *El futuro es múltiple, no es único.*

· *El futuro se construye, no se predice.*

Desde este punto de vista la prospectiva puede entenderse como un proceso intelectual a través del cual se representa lo que puede suceder, vale decir los "futuros posibles", pero se identifican los futuros con mayor probabilidad de acontecer, o sea, los "futuros probables". Sin embargo, para la prospectiva también es importante plantear los futuros que nos gustaría que ocurrieran, es decir, los futuros deseables. Los futuros posibles y probables se identifican al percibir la realidad de manera objetiva. Los futuros deseables hacen parte de la proyección subjetiva de los anhelos, temores, deseos e intereses.

Ahora bien, para comprender el universo de las posibilidades es necesario entender el proceso de construcción social de la realidad. Según esta lectura, la sociedad es una invención humana donde continuamente se están creando nuevas posibilidades. La prospectiva, al plantear el concepto de construcción de futuros, contribuye a crear ***marcos para la creación de nuevas posibilidades.*** Inventar y crear posibilidades implica reestructurar significados, crear visiones y establecer ambientes donde las posibilidades superan las realidades establecidas.

Entrar al universo de los futuros posibles o de las posibilidades implica trascender el análisis racional y combinar los procesos cerebrales del hemisferio izquierdo, donde reside el manejo del cálculo y la lógica, y del hemisferio derecho, donde reside el manejo del lenguaje y las cualidades artísticas. Una visión de futuro articula la posibilidad, irradia un marco de crecimiento personal. Una visión no se apega a las reglas o a la tradición. Una visión no tiene números, medidas o establece comparaciones o estándares. Una visión irradia posibilidades, invita a la autoexpresión, al desarrollo del potencial humano. La generación de marcos de posibilidades conduce a las personas más allá de sus propios límites, al emplear las mentes como instrumento para superar la inercia natural (Medina y Ortegón, 2006).

Si bien en el presente trabajo no se quiere llegar a refutar todo el planteamiento anterior, lo que se persigue es mostrar la aplicación de la dinámica de sistemas en la construcción de escenarios o posibles futuros. Aportando, de esta manera, a la

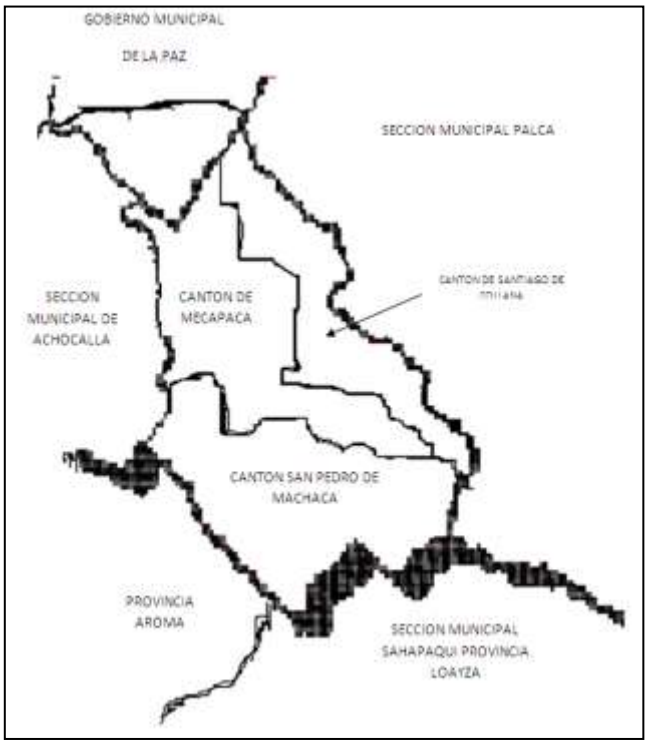
teoría referente a la prospectiva. Creando un medio ambiente matemático capaz de abstraer características cualitativas como cuantitativas que nos permitan construir escenarios futuros con base en datos cuantitativos del presente e históricos como también de apreciaciones cualitativas de personas expertas, los mismos que generen modelos matemáticos más cercanos a la realidad en la que vivimos, en la que viviremos y en la que deseamos vivir (Hannon y Ruth, 2001).

Es por esta razón que se plantea esta alternativa para hacer de la prospectiva un método que nos permita cuantificar lo que el futuro nos depara y plantear estrategias para lograr el futuro deseado, con base en datos cualitativos y cuantitativos que pueda ayudar a crear mejores estrategias como solución a los problemas que ahora enfrentamos (Parra et al., 2007). Para lograr el objetivo planteado se propone como objeto de estudio al municipio de Mecapaca por la cercanía, la disponibilidad de datos y la predisposición de la Administración local para lograr el cumplimiento del mismo.

MATERIALES Y MÉTODOS

Localización Geográfica del Objeto de Estudio. El municipio de Mecapaca, geográficamente, se constituye en la Segunda Sección Municipal del Departamento de La Paz de la República de Bolivia. Con la capital del mismo nombre. Se encuentra ubicada a los 16 33 24” y 16 53 66” de latitud sur, en relación con la línea ecuatorial y entre los 67 49 30” y 68 7 12” de longitud occidental al meridiano de Greenwich. La jurisdicción territorial del Gobierno Municipal de Mecapaca está situada aproximadamente a 29 Km. al sur de la ciudad de La Paz.

Figura 3.2.2. Municipio de Mecapaca división política de la Segunda Sección



Fuente: elaboración propia (2017).

El municipio de Mecapaca alega su jurisdicción territorial basándose en las siguientes leyes: Decreto Supremo del 8 de enero de 1838, mediante la cual se erige a la provincia Cercado de La Paz en su capital Mecapaca con los cantones de San Sebastián, San Pedro, Achocalla, chanca, obrajes, Mecapaca, Palca, Ecollana (hoy Collana) y Cohoni. Ley del 17 de octubre de 1912 determina que el Congreso de la República, en su artículo primero que la Provincia Cercado se denominará “MURILLO”, del mismo modo en su artículo segundo establece los cantones que posee: Zongo, Palca, Achocalla, MECAPACA, Cohoni, CHANCA y el VICE CANTON COLLANA.

Extensión. De acuerdo con la información presentada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el Municipio de Mecapaca cuenta con una extensión de 544 Km^2 que, comparado con los límites que oficialmente maneja la Alcaldía de Mecapaca

de 585 Km^2, resulta una diferencia de 41 Km^2 que corresponde a los territorios del Distrito de Mallasa; comunidades y centros poblados de Aranjuez, Mallasa, Mallasilla, Jupapina, Lipari y Chiaraque, los cuales eventualmente fueron censados en el Distrito 14 de la ciudad de La Paz y que en la actualidad se constituyen territorios en disputa. A escala cantonal aún no se cuenta con una delimitación oficial por parte del municipio, el cual ocasiona problemas de diferente índole.

Centros Poblados. Mecapaca por la cercanía a la Ciudad de La Paz, de fácil acceso y de clima benigno, se considera como la zona de principal expansión y como el principal receptor del excedente poblacional, en las comunidades rurales ha comenzado un repoblamiento de carácter urbano muy acelerado, especialmente en el Distrito de Mallasa (Aranjuez, Mallasa, Mallasilla y Jupapina) y otras comunidades que van desde Lipari hasta Mecapaca.

Sin embargo, es oportuno hacer una diferenciación de una población Urbana con un Centro Poblado. Se considera una población urbana a todas aquellas poblaciones por encima de los 2000 habitantes. Los centros poblados de Aranjuez, Mallasa, Mallasilla y Jupapina cuentan con poblaciones por encima de 2000 habitantes y pueden ser catalogados como poblaciones urbanas; las restantes como centros poblados. Cabe mencionar que los centros poblados y las poblaciones urbanas no cuentan con un Plan de Ordenamiento Territorial.

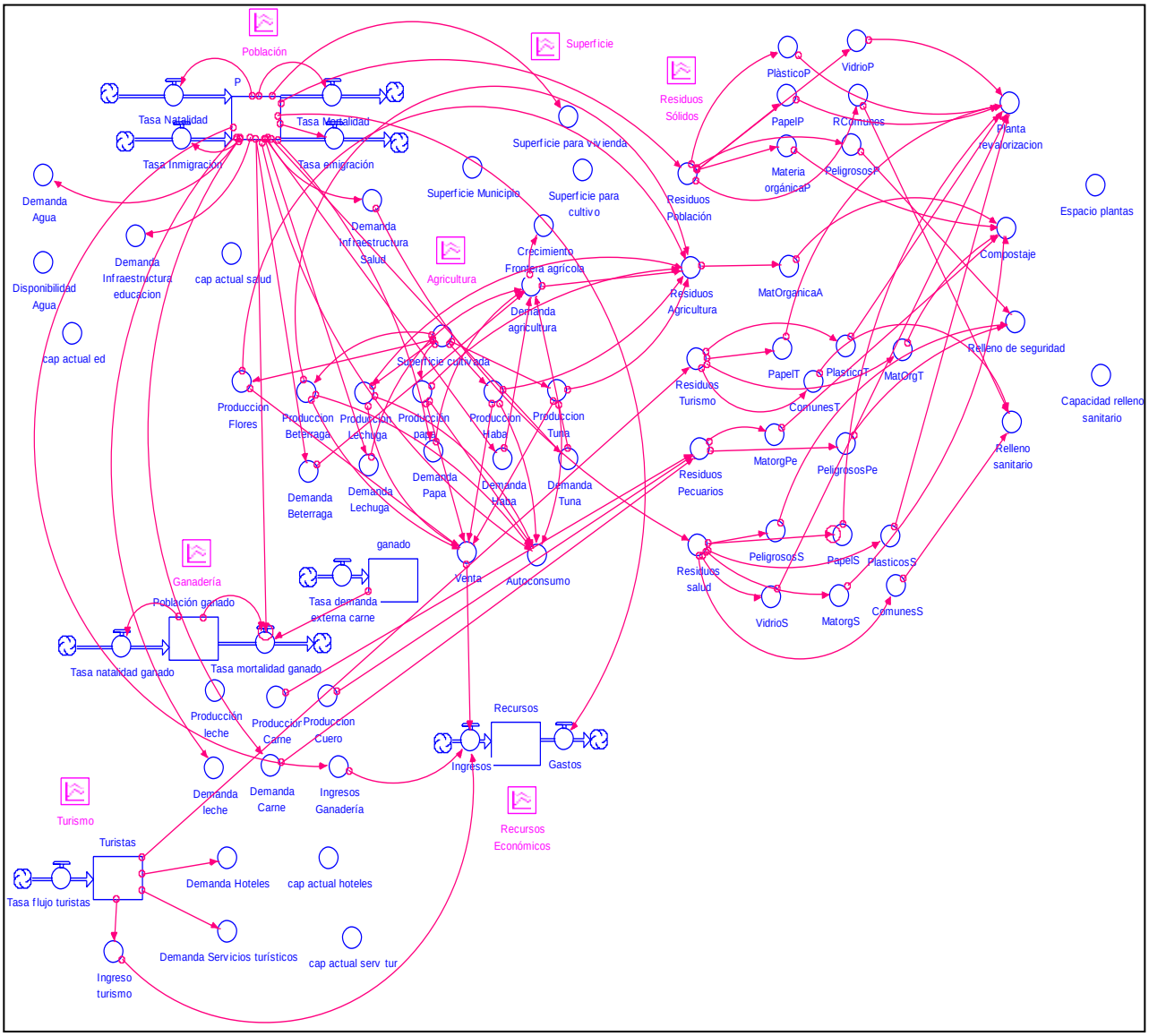
ANÁLISIS Y MODELADO DE LOS COMPONENTES PERTENECIENTES AL MUNICIPIO DE MECAPACA

Para plantear la estrategia de desarrollo se realiza un estudio prospectivo con teoría general de sistemas, la cual tiene bases en el modelado matemático cimentado en dinámica de sistemas. Como se mencionó, el objeto de estudio está representado por el municipio de Mecapaca, del cual se obtienen variables cuantitativas para proceder a su modelado y luego al análisis de su evolución y posterior cuantificación. Para dicho análisis se determina, como primer paso, el

sistema del municipio como tal con sus subsistemas y elementos; así como las relaciones entre dichos componentes. Asimismo, se identifican las entradas y salidas de cada subsistema; así como los principales datos de relevancia en las principales actividades del municipio.

A continuación, se realiza el análisis del sistema a través de la elaboración de diagramas causales, los que posteriormente llevan a la estimación de los modelos econométricos, los mismos que son programados mediante la elaboración de Diagramas de Forrester. Lo anterior ayuda a dibujar los componentes en un programa de simulación llamado *I-Think* en el que se introducen los modelos, y se realiza la simulación con datos actuales y se muestran evoluciones a futuro. Logrando, de esta manera, obtener el comportamiento en el tiempo de los distintos componentes del municipio: físico-natural, sociocultural, económico productivos y organizativo-institucionales. A continuación, se muestra el Diagrama Forrester estructura do para el municipio de Mecapaca:

Figura 3.2.3 Diagrama Forrester



Fuente: elaboración propia (2017).

RESULTADOS

Análisis prospectivo. Con base en lo anterior se pueden realizar prospectivas a manera de conclusiones de lo que será la realidad en el futuro del municipio, tomando datos cuantitativos y cualitativos reales para su planteamiento. Cabe aclarar que el mismo se realizó con ayuda del Oficial Técnico y el Alcalde.

Prospectiva de la población. La población del municipio de Mecapaca no solo está determinada por la tasa de natalidad y mortalidad, sino también por la tasa de migración e inmigración. Esto hace que la población crezca de gran manera y requiera cada vez más reemplazar su frontera agrícola por área urbana. Por lo anterior, un escenario a 30 años se muestra como una zona urbanizada y sin capacidades en producción agrícola como pecuaria. Las mismas que serán eliminadas del municipio. Para poder controlar de alguna manera esto se debe realizar:

- Un control del crecimiento anual de la población; con esto se sabría en cuánto se está incrementando anualmente la población y, por tanto, cuánto de superficie para vivienda más se requerirá, además de que de esta forma se puede identificar de manera óptima en qué año se puede lograr la relación óptima entre área urbana y área agrícola para que la misma se pueda mantener.

Aunque en la actualidad el municipio de Mecapaca se encuentra loteado, casi en su totalidad, se debería realizar un análisis de que, si estas zonas son aptas para construcción de viviendas y verificar, en el futuro no existan accidentes o deslizamiento de tierra. Igualmente, llevar a cabo un análisis sobre el crecimiento del río en época de lluvias, ya que este puede ser otro factor que afecte al crecimiento del área urbana. Un factor importante dentro de este municipio es la realización de un plan de uso de suelos, conjunto al ordenamiento territorial, con esto se disminuiría en gran medida los riesgos que presenta el crecimiento discriminado de la población, además del uso de territorio únicamente para construcción en sectores como el Palomar, Carreras, Taipuchullo.

Prospectiva en educación. La deserción que existe en el municipio de Mecapaca se debe a que no existe suficiente infraestructura para la educación, ya que las escuelitas existentes en este municipio están muy alejadas de las zonas rurales, por esta razón los niños deben recorrer grandes tramos para llegar a dichas escuelitas, la carencia de material didáctico, equipo, laboratorios (no existe ni uno), mobiliario (hacinamiento escolar), canchas deportivas, son otros de los factores que afectan de manera incremental a la deserción escolar.

Uno de los factores mayores es el desinterés que tienen los padres en que sus hijos se eduquen, porque para ellos mandarlos a la escuela representa una pérdida de tiempo y trabajado, ya que los niños contribuyen en el trabajo diaria tanto en la ganadería como en la agricultura. Un tercer factor para la deserción escolar es que los maestros que van destinados a estas escuelitas no tiene la formación adecuada para la enseñanza en este campo o simplemente no tienen la voluntad y vocación de enseñanza para estos niños. Por lo tanto, con base en lo anterior, se puede afirmar que al 2030 la educación en el municipio será deficiente en lo que respecta a infraestructura, baja calidad educativa y un número de docentes que no satisface la demanda de estos.

Una de las políticas principales para la mejora de la educación en el municipio es que los docentes deben tomar en cuenta que la enseñanza en esta área rural es diferente a la urbana y que por tanto los métodos pedagógicos a emplear deben ser con visión al área rural. La pedagogía debe adaptarse al contexto cultural y al de las aulas. Los enfoques estructurados de enseñanza expuestos precedentemente no son incompatibles con un entorno de aprendizaje acogedor para los niños. Allí, donde se adopten esos enfoques, será necesario, por regla general, efectuar reformas en la formación de los docentes y la gestión de las escuelas.

Es fundamental invertir en los docentes y prever un incremento de los mismos en relación directa al crecimiento de la población estudiantil. Es evidente que un factor clave de la eficacia de estos radica en su dominio de la materia que enseñan. Asimismo, es rentable prestar más atención a las prácticas de su contratación, centrándose tanto en el nivel de educación formal que han adquirido como en sus dotes y motivaciones.

La formación inicial institucional de tipo clásico es menos eficaz que la formación inicial y permanente efectuada en las escuelas. La remuneración y las condiciones de trabajo de los maestros son un factor determinante de su situación social y su motivación para abrazar la profesión docente y permanecer en su ejercicio.

En tercer lugar, cabe destacar que la calidad y disponibilidad de materiales de aprendizaje tienen una repercusión importante en los medios de acción de los docentes. Se debe apoyar en material didáctico para las escuelitas, con esto se permitiría un mejor aprendizaje. Concienciar a los padres sobre la importancia que tiene que sus hijos reciban educación adecuada, haciéndoles notar que esto también iría en benéfico de ellos, ya que al crecer estos mismos podrían ayudar en la mejora de la calidad de vida de su familia y su población

Prospectiva en salud. En cuanto a salud el municipio, en un escenario 22 años a futuro, con base en que actualmente cuenta con pocos centros de salud y estos están desprovistos de lo necesario para atención de emergencia, se puede mencionar que el mismo no satisface los requerimientos de la población y que a futuro es necesario inversión pública y/o privada para satisfacerlas. Las principales políticas serían:

- Contar con un mejor equipamiento e infraestructura para los centros de salud, ya que estos no se abastecen con lo que tienen.

- Incentivar a los estudiantes de medicina que estén realizando su año de provincia lleguen a estos sectores para de esta manera poder mejorar la atención en estos centros.

- Crear centros de información o base de datos en estos centros de salud para contar con un mejor control de las enfermedades que se presentan en este municipio.

- Crear un plan de salud, esto significa sistemas de información desarrollados en los niveles territoriales requeridos, objetivos y acciones concretas para alcanzar principios genéricos, involucrar al sector social y reclamar responsabilidades intersectoriales, y finalmente estimar costes y comprometer presupuestos.

Prospectiva del recurso agua. A 22 años de horizonte el recurso agua, que actualmente satisface las necesidades, se encontrará contaminada y la misma no podrá satisfacer las necesidades de la población y se generará escases. La

anterior afirmación tiene bases en que las actividades que realiza la comunidad son la mayoría a orillas de los ríos. Es por eso que existe una contaminación creciente y, por tanto, conflictos con este recurso. Las consecuencias socioeconómicas de la continua degradación de las vertientes y las cuencas en su totalidad se manifiesta cada vez con mayor claridad en el municipio, ya que aparte de afectar directamente sus modos de subsistencia, esa degradación del ecosistema puede tener impactos extremadamente negativos sobre la identidad cultural y social de las comunidades. Igualmente, la destrucción de estos sistemas de agua dulce ha afectado el bienestar del municipio.

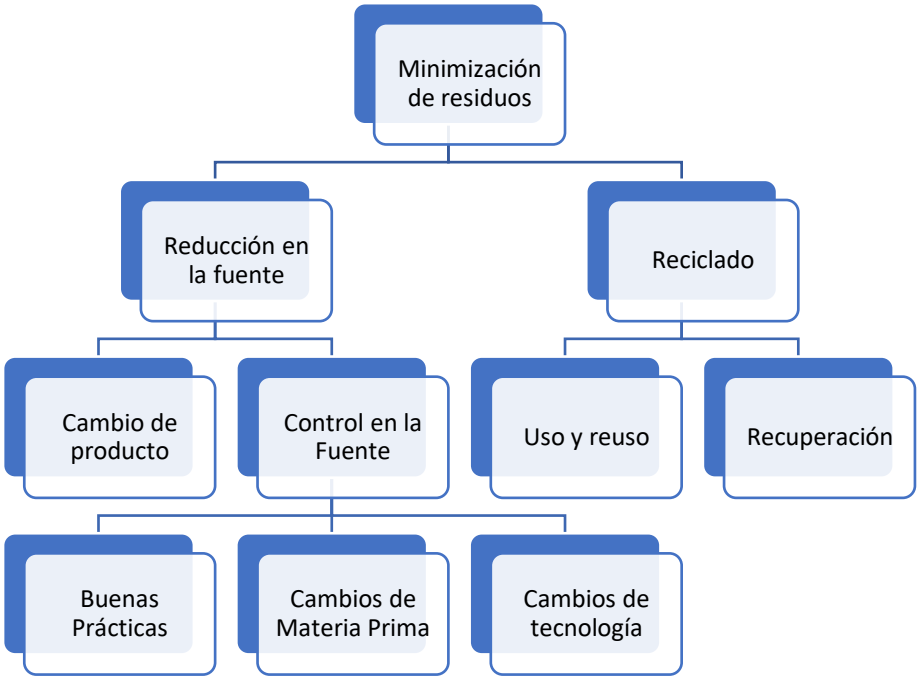
Es por eso que el gobierno del municipio, conjuntamente el de la ciudad de La Paz y el departamento, deberían realizar un análisis para evaluar las actuales corrientes de liberalización económica, debido a su impacto sobre las bases de subsistencia ecológica y cultural de los habitantes del municipio. Esto implicaría reformas fiscales, adaptación de convenios de comercio, además de políticas de inversión formales, nuevos conjuntos de medidas y regulaciones, así como la creación e implementación de mecanismos de control y de un adecuado monitoreo. El agua debería ser considerada como un bien común. Es por eso que es imprescindible realizar talleres de educación ambiental para, de esta manera, mejorar la percepción de los habitantes en cuanto al uso indiscriminado de agua.

Prospectiva del manejo y disposición final de los residuos sólidos. Dentro del municipio de Mecapaca se generan residuos sólidos con distintas características que provienen de: domicilios, zonas urbanas, municipales y turismo, agrícolas, ganaderos y Centros de Atención de Salud. Dados los actuales niveles de producción de residuos sólidos se puede esperar escenarios de una alta contaminación por la ineficiente gestión y manejo de los mismos.

Estrategias para evitar y minimizar la generación. La minimización de residuos consiste en reducir el volumen y la peligrosidad de residuos generados, basándose en dos aspectos fundamentales:

- Reducción en la fuente.
- Reciclado.

Figura 3.2.4. Minimización de los residuos



Fuente: elaboración propia (2017).

Entre las acciones que se pueden tomar para la reducción en la fuente están:

-***Buenas prácticas de operación***: capacitación de la población y programas de incentivos buen manejo de materias primas, segregación de residuos, organización de la producción.

-***Cambios de tecnologías:*** modificaciones de proceso y equipamiento tendientes a reducir la generación de residuos, cambios en las condiciones del proceso (flujos, temperatura, presión, tiempo de residencia).

-Cambios de materias primas: pueden eliminar materiales contaminantes que se introducen con la materia prima o se forman en el proceso a partir de ella. Los cambios pueden consistir en materiales más puros materias primas o insumos menos agresivos al medio ambiente, utilización de materias primas recicladas o reciclables.

-Cambios de productos: reducir residuos derivados del uso del producto (ciclo de vida, envases) sustitución del producto, cambios de tipo de envases, extensión de la vida útil.

Opciones de reciclado:

-Uso y re uso: volver a usar el residuo en el proceso que lo origina usar el residuo en otro proceso.

-Recuperación para uso en otro fin.

Todos los desechos que ya no puedan ser reciclados o reusados, se pueden disponer en un relleno sanitario que se podría construir en un lugar cerca al municipio de Palca para que sea utilizado por ambos municipios, de esta manera, aminoraría costos de implementación y operación. Esta opción es solo para residuos con las mismas características, no entran residuos peligrosos.

Residuos sólidos en centros de salud. En el municipio de Mecapaca los Residuos Sólidos de Centros de Salud y Postas Sanitarias son los residuos sólidos generados durante la prestación de servicios de hospitalización, diagnóstico, prevención, tratamiento y curación. Estos residuos pueden ser, entre otros:

-Materiales biológicos: vacunas vencidas o inutilizadas.

-Sangre humana y productos derivados: sangre de pacientes, bolsas de sangre inutilizadas, muestras de sangre para análisis, suero, plasma y otros subproductos. También se incluyen los materiales empapados o saturados con sangre; materiales como los anteriores, aunque se hayan secado, incluyendo el plasma, el suero y otros, así como los recipientes que los contienen o que se contaminaron, como bolsas plásticas, tubos de venoclisis, etc.

-Residuos punzocortantes: elementos punzocortantes que estuvieron en contacto con fluidos corporales o agentes infecciosos, incluyendo agujas hipodérmicas, jeringas, agujas, bisturís, tubos, cristalería entera o rota, etc.

-Residuos de animales: cadáveres o partes de animales infectados, provenientes de los laboratorios de investigación médica o veterinaria, así como sus camas de paja u otro material.

Algunos de los tratamientos que se pueden emplear en dichos residuos están:

-Autoclavado de Residuos: se trata de un tratamiento de esterilización adecuado para residuos infecciosos, no así para residuos farmacológicos, químicos, citostáticos y radiactivos, por lo que se requiere de una correcta segregación en la fuente. En el tratamiento se elimina la peligrosidad de estos residuos por lo que se transforman en residuos asimilables a residuos urbanos y pueden ser dispuestos en rellenos sanitarios. Su fundamento se basa en la utilización de calor húmedo y en particular vapor saturado bajo presión.

-Incineración de Residuos: procesamiento de residuos que involucra un proceso de combustión a altas temperaturas. La incineración de residuos peligrosos tiene por objeto la reducción del volumen y la peligrosidad de los residuos, destruyendo los compuestos orgánicos mediante la combustión a altas temperaturas. La desventaja es que requiere de altos costos de inversión, operación y mantenimiento, así como mano de obra calificada.

-Rellenos de seguridad: un relleno de seguridad es una obra de ingeniería diseñada, construida y operada para confinar en el terreno residuos peligrosos. Consiste básicamente en una o varias celdas de disposición final, y un conjunto de elementos de infraestructura para la recepción y acondicionamiento de residuos. Ingresan residuos que resultan de la incineración y del auto clavado como las cenizas de fondo, los líquidos generados en el sistema de tratamiento, y lodos separados que son pretratados y luego dispuestos en rellenos de seguridad.

Prospectiva de la Agricultura: la agricultura en un horizonte de 22 años, es decir, al 2030 esta desaparece y la región se transforma en una zona netamente urbana con la consiguiente pérdida de la capacidad productiva de la región. Es por eso que se plantea lo siguiente:

-La base para la sostenibilidad de los recursos naturales es la educación ambiental, es por eso que se debería realizar capacitación a los agricultores en temas como la expansión de la frontera agrícola, uso de suelo, rotación de cultivos, uso controlado de recursos naturales, entre otros.

-Otra alternativa para mejorar las prácticas agrícolas resulta ser la transferencia de tecnología, pero para que sea factible es necesario desarrollar programas de capacitación y entrenamiento para su utilización, y para que se realicen prácticas que permitan efectuar aplicaciones en el momento adecuado, a las dosis correctas, con el equipo preciso y en buenas condiciones, salvaguardando la salud y el ambiente,

En conclusión, para que haya una buena práctica de agricultura y mejores productos para su comercialización es necesario tomar en cuenta las siguientes estrategias:

a. Elección de especies y variedades de plantas mejor adaptadas a las condiciones de Mecapaca.
b. Diversificación de cultivos con el objetivo de mejorar la calidad biológica.
c. Manejo adecuado del agua y suelo.
d. Uso eficiente de insumos.
e. Capacitación de agricultores.
f. Transferencia de Tecnología.

Prospectiva de la ganadería. La ganadería representa uno de los problemas más grandes que enfrentaría el municipio de Mecapaca, es por eso que para satisfacer la demanda de la población se podrían implementar granjas donde exista la crianza de ganado con todas las condiciones necesarias para un crecimiento sin problemas, es decir, libre de enfermedades y con buena alimentación. Otra alternativa para alimentar al ganado es la agroforestería pecuaria que combina los pastos para ganadería con árboles y arbustos. Estos sistemas cumplen algunas

funciones de los bosques naturales porque poseen vegetación permanente con raíces profundas y un dosel denso, pues resultan ser también muy buen alimento para el ganado.

A través de un biodigestor de flujo continuo se podría generar fertilizante y combustibles renovables a partir del estiércol, esto para que el ganado también contribuya al cuidado del suelo y de los recursos naturales.

Prospectiva del turismo. Realizando prospectiva del municipio respecto a la región la misma plantea el siguiente escenario:

Urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de residuos sólidos, contaminación del agua por los residuos líquidos, contaminación del aire por el uso de vehículos, etc. Por lo que se plantea lo siguiente para el sector turístico:

Una de las formas para que el turismo genere la menor cantidad de alteraciones al medio ambiente es el llamado ecoturismo, se trata de un turismo en zonas naturales que contribuye a la protección del medio ambiente y deja beneficios para la población local.

La clave del desarrollo turismo en la zona es gestionar con eficacia el medio ambiente (natural, creado por el hombre, y cultural) para aportar beneficios a la población local y acrecentar el interés de los visitantes, para lograr todo esto es necesario que exista educación reflejándose a través de carteles que indiquen los lugares donde se debe botar residuos sólidos, lo que está permitido hacer y lo que no, se puede utilizar también folletos de información, guías turísticos, etc.

Para que genere ingresos a la población y para que haya mayor interés de los visitantes es necesario que se vendan productos elaborados en el Municipio como artesanías, que se cobre entrada a extranjeros a lugares de interés, que aumente la infraestructura para recibir a turistas como hoteles, restaurants, lugares de ocio y recreación, etc.

Prospectiva de los recursos económicos. Cualquier actividad podría generar recursos económicos para la población, pero para ello se debe realizar una

planificación de todo lo que se debe hacer para que cierta actividad tenga éxito, en el caso de la agricultura y ganadería es preciso realizar un ordenamiento territorial para saber en qué lugares se puede poner en práctica esas actividades, cambio de uso de suelo, evitando su erosión y cuidando algunos recursos como el agua. Otra actividad que genera ingresos es el turismo que a través de lo citado anteriormente puede representar una fuente de trabajo para muchas familias.

CONCLUSIÓN

Es importante que todos estos recursos generados sean utilizados para la mejora de la educación y la salud de la población, tomando en cuenta todas estas recomendaciones se logrará una mejor calidad de vida de los pobladores de Mecapaca y también una mejora de la calidad ambiental del lugar. Dado el trabajo realizado se pueden plantear las siguientes conclusiones para el presente trabajo:

El actual enfoque de la prospectiva se puede complementar con métodos cuantitativos como la dinámica de sistemas y cuantificar los escenarios en gran manera. Se muestra que la dinámica de sistemas trabaja muy bien en escenarios de alta incertidumbre cuantificando variables con base en la experiencia de los expertos. Se muestra que la prospectiva genera la base para el planteamiento de políticas y estrategias que puedan servir en escenarios diferentes que se puedan generar en el futuro. El actual trabajo muestra otro enfoque para el desarrollo de los municipios en nuestro país no solo para el municipio de Mecapaca. Se logra una adecuada complementariedad entre métodos cuantitativos de modelado y la prospectiva.

REFERENCIAS

Azqueta, O. D. (2007). *Introducción a la Economía Ambiental*. McGrawHill.

Campos, D. e Isaza, J. (2002). *Prolegómenos a los Sistemas Dinámicos*. Universidad Nacional de Colombia.

Conrad, J. (1999). *Resource Economics*. https://www.researchgate.net/profile/Jon-Conrad/publication/227389777_Resource_Economics/links/579a8e9408ae7b940a8aa235/Resource-Economics.pdf

Cuervo, L. y Guerrero, F. (2018). *Prospectiva en América Latina: Aprendizajes a partir de la práctica*. CEPAL.

Godet, M. (1993). *De la Anticipación a la acción: Manual de prospectiva y estrategia*. Instituto Europeo de prospectiva y estrategia.

Godet, M. y Durance, P. (2007). *Prospectiva estratégica: Problemas y métodos*. Instituto Europeo de prospectiva y estrategia.

Gollier, C. (2001). *The Economics of Risk and Time*. https://www.researchgate.net/profile/Christian-Gollier/publication/23573554_The_Economics_of_Risk_and_Time/links/54805a410cf2ccc7f8bc156c/The-Economics-of-Risk-and-Time.pdf

Hannon, B. y Ruth, M. (2001). *Dynamic Modeling of Diseases and Pest*. http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/75893/1/39.pdf

Hartwick J. y Olewiler, N. (1998). *The economics of natural resource use.* Addison-Wesley educational publishers, Inc.

Martner, R. (2000). *Estrategias de Política Económica en un Mundo Incierto. Reglas, indicadores, criterios*. Instituto Latinoamericano y del Caribe.

Medina, J. y Ortegón, E. (2006). Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Área de Proyectos y Programación de Inversiones, Santiago de Chile. https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5490?locale-attribute=es

Mera, C. (2012). *Concepto, aplicación y modelo de prospectiva estratégica en la administración de las organizaciones*. UNAD.

Parra, P., Miklos, T., Herrera, A. y Soto, R. (2007). *Diseño de una metodología prospectiva aplicada en educación superior*. https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/25.pdf

Peña, P (2008). *Prospectiva: Una herramienta gerencial. Un caso práctico de prospectiva*. Ed, Unibiblos.

Solow, R. (1997). The Nature of Consumer Price Indices. FAS Journal of the Federation of American Scientists 50(2).

2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA GOBERNACIÓN DEL CAQUETÁ, ALCALDÍA DE FLORENCIA, SAN VICENTE DEL CAGUÁN Y CARTAGENA DEL CHAIRA

Gloria Patricia Diaz Quintero[7], Luis Francisco Ruiz Aguilar[8], Martha Susana Hernández Díaz[9]

RESUMEN

Los entes gubernamentales en busca de ser más competitivos y de tener una mayor aceptación por parte de sus diferentes actores como lo son colaboradores y comunidad, entre otros, han visto la necesidad de implementar en su actuar concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esta investigación permitió analizar cómo contribuye la Responsabilidad Social Corporativa ejercida por la gobernación del Caquetá, Municipio de Florencia, Cartagena del Chaira y San Vicente del Caguán, en la calidad de vida de las comunidades dependientes. La investigación es de tipo descriptiva y exploratoria, con un enfoque mixto, teniendo en cuenta que se abordaron elementos medibles. El análisis de los componentes elegidos sobresalió mayormente tres de los entes gubernamentales en lo referente a su apoyo a solucionar las necesidades de las comunidades, a escuchar a sus empleados, a brindar capacitación a sus comunidades más apartadas, a apoyar programas y proyectos en general.

Palabras Claves: Gobernabilidad, Responsabilidad Social.

[7]Magister en Administración. Miembro de la Unidad de Trabajo Legislativo de la Cámara de Representantes. glo.diaz@udla.edu.co

[8]Magister en Administración. Gerente Hospital María Inmaculada, Florencia, Caquetá. luis.ruiz@udla.edu.co

[9] Magister en Administración. Administradora de Empresas. Profesora Asociada Universidad de la Amazonia. mar.hernandez@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el concepto de responsabilidad social corporativa cada vez obtiene más auge, y es más globalizado y complejo, justamente para que los entes territoriales afronten y rompan esos antiguos paradigmas de los ejercicios de gestión social clásicos y así obtener una mayor capacidad de concepción del conocimiento usado en lo público y relacionado con todos los *stakeholders* vinculados a las instituciones oficiales. Las instituciones como componentes de desarrollo y bienestar social son las llamadas a vincularse con acciones de gestión y proyección social con acciones de formación integral y con todas las funciones que fortalezcan y justifiquen la aplicación de su responsabilidad social corporativa para alcanzar un bienestar general de la comunidad que lideran, estructurando su estrategia de manera armoniosa con cada uno de los estamentos con los que se relaciona.

La RSC corporativa traspasa los límites del cumplimiento de las leyes y las normas, pero observando el debido respeto y su cabal cumplimiento. En este sentido, las normas y reglamentaciones ambientales son el primer punto de partida para llevar a cabo la responsabilidad ambiental, ya que este tema está ligado a las obligaciones que cualquier empresa o institución sea pública o privada debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad, más aún cuando la muestra tomada para el desarrollo de esta tesis son entidades gubernamentales tales como la Gobernación del Caquetá, Municipio de Florencia, San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira las cuales tienen la obligación constitucional y legislativa de referenciar su aplicación.

En esta percepción de administración y de gestión se involucran un complejo de prácticas, estrategias y sistemas de gestión administrativa cuyo objetivo es un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los precedentes de la Responsabilidad Social Empresarial datan del siglo XIX, con la aparición del cooperativismo y el asociacionismo cuyo objetivo era procurar la eficacia empresarial con inicios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de economía social, por definición empresas socialmente responsables;

es así como por relación directa con la gestión del estado surge la Responsabilidad Social Corporativa, que está asociada directamente a la gestión del líder o mandatario electo popularmente que es el directo responsable por la aplicación de estrategias sociales, económicas y ambientales directamente relacionadas a la comunidad que lidera.

Se plantea concebir una propuesta de responsabilidad social corporativa bajo el supuesto que su aplicación conllevará a la creación de un mecanismo de cambio en la gestión administrativa y se convierta en la herramienta de transformación no solo de la imagen del dignatario de turno, sino también del concepto que se tiene de los entes gubernamentales en la comunidad. Planteadas dichas alternativas para ser utilizadas por los demás entes administrativos regionales basados en las nuevas teorías y constructos en la materia a través de la identificación del concepto de responsabilidad social corporativa aplicada al actuar de la Gobernación del Caquetá y los municipios de Florencia, San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira.

Se busca contestar a la pregunta ¿cómo contribuye la responsabilidad social Corporativa ejercida por la gobernación del Caquetá, Municipio de Florencia, Cartagena del Chaira y San Vicente del Caguán, ¿en la calidad de vida de las comunidades dependientes? El objetivo de esta investigación fue determinar si las alcaldías objeto de estudio y la gobernación del Caquetá aplican el concepto de Responsabilidad Social Corporativa RSC y cuál es su aporte para la calidad de vida de la comunidad. Asimismo, formular una propuesta para complementar y fortalecer la responsabilidad social Corporativa en los entes gubernamentales estudiados.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque mixto, donde existe la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. El estudio de casos es una de las múltiples formas de realizar investigaciones de ciencias sociales, en otras se incluyen experimentaciones, observaciones, historias, y el

análisis de múltiple información de registros. En cada caso se tienen ventajas y desventajas particulares que dependerán de tres condiciones: a) el tipo de pregunta de investigación, b) el control que un investigador tiene sobre la conducta actual de los eventos, y c) El foco sobre lo contemporáneo como opuesto al fenómeno histórico, en general los estudios de casos son estrategias válidas cuando los interrogantes “cómo“ y “por qué“ son realizadas, cuando se tiene poco control sobre los eventos y cuando el foco está en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real. Los investigadores deben tener gran cuidado en diseñar y hacer estudio de casos para convertirlo en el juicio crítico tradicional del método (Yin, 1993).

El estudio de casos como una estrategia de investigación es usado en varias situaciones, incluyendo: i. Planes de acción, ciencia política e investigación en administración pública. ii. Psicología comunitaria y sociología. iii. Estudios organizacionales y de administración. iv. Investigación de planeamiento ciudadano y regional, tal como un estudio de planes, barrios o agencias públicas. v. La conducta de disertaciones y tesis en las ciencias sociales (Yin, 1994).

Para propósitos de enseñanza, un estudio de casos no necesita contener una completa o precisa rendición de eventos actuales, mejor dicho, su propósito es establecer un marco de trabajo para la discusión y debate en medio de estudiantes.

El manejo adecuado del método de estudio de caso como herramienta metodológica de la investigación científica en cualquier área del conocimiento demuestra tanto las características claves como el valor, el beneficio y la utilidad práctica del mismo, y la forma como este ha logrado superar el debate generado alrededor del mismo, referente al no cumplimiento de los requisitos de fiabilidad y validez científica asociados a los métodos cuantitativos (Martínez, 2006).

No obstante, el método de estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través de este se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado, mientras que los métodos cuantitativos solo se centran en información verbal

obtenida mediante encuestas por cuestionarios. Además, en el método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes tanto cualitativas como cuantitativas, esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos (Chetty, 1996).

Tipo de investigación. Inicialmente, se abordó como exploratoria teniendo en cuenta que el tema de Responsabilidad Social Corporativa es relativamente nuevo en lo general y más a nivel de entidades gubernamentales, asimismo, se trabajó la investigación de tipo descriptiva, teniendo en cuenta que esta usualmente describe cómo son y cómo se comportan determinados fenómenos. Manifiesta que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, es así como este permite abordar el problema por medio del contraste entre la realidad y las vivencias en los municipios y departamento, para evaluar el desempeño de la RSC.

Método de investigación. Se optó por el método inductivo, teniendo en cuenta que la razón de ser de esta investigación era conocer y analizar fue la contribución la responsabilidad social corporativa de la gobernación del Caquetá, municipio de Florencia, Cartagena del Chaira y San Vicente del Caguán, en las comunidades donde ejerce su gobernabilidad.

Por lo anterior, es necesario recordar que el método inductivo es un proceso utilizado para obtener conclusiones generales a partir de fenómenos o hechos particulares, por lo tanto, fue ineludible hacer uso de instrumentos como el cuestionario, y la entrevista para conocer los factores que han influido en del desarrollo de un modelo de responsabilidad social corporativa en las entidades gubernamentales. Las técnicas e instrumentos para implementar en la presente investigación son:

Encuesta: es una técnica estructurada que permite recopilar datos en una serie de preguntas relacionadas con el tema de la investigación. Es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados

sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Se realizaron encuestas a los secretarios de despacho y colaboradores de las alcaldías y Gobernación, así como a las Juntas de acción Comunal de las mismas. Las cuales giraron en torno a los seis ejes de RSC, planteados en el marco teórico.

Entrevista: es una técnica semiestructurada desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Se realizaron cuatro entrevistas una a cada uno de los líderes de los entes gubernamentales, es decir alcaldes y gobernador.

Observación Participante: se realizará una observación participante en el momento que se desarrollen las encuestas con el fin de percibir los comportamientos de los individuos. Según Bunge (2007), la observación es un procedimiento empírico de la ciencia que tiene como objeto de estudio los hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual.

Población: la población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Se tomó para el análisis a los secretarios y colaboradores, Juntas de Acción Comunal, Alcaldes de los municipios de Florencia, San Vicente, Cartagena del Chaira y Gobernador del Caquetá.

La Muestra: el tamaño de la muestra para la investigación se definió y seleccionó con base en los siguientes lineamientos: Gobernador (1), Alcaldes (3), Juntas de Acción Comunal (15), y Secretarios y Colaboradores (40).

Fuentes de información: como fuentes fundamentales de esta investigación se tomaron las fuentes de investigación primaria mediante instrumentos como la encuesta, entrevistas y observación, con las que se logró una aproximación más

real y de primera mano con los elementos de la investigación. De la misma manera, fue preciso emplear fuentes de información secundaria como: tesis, artículos, revistas, bases de datos, páginas web, enciclopedias, que aportaron elementos teóricos y antecedentes teniendo en cuenta el modelo de responsabilidad social desde lo general hasta el concepto de RSC en las entidades gubernamentales.

RESULTADOS

Respuesta del alcalde del municipio de Cartagena del Chaira. El alcalde Luis Francisco Vargas Correa está en el rango de edad entre 36 y 45 años. Manifestó no tener muy claro el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, pero se arriesgó a decir que es la responsabilidad con los funcionarios con el gabinete y la comunidad. Luego se le presentan varias preguntas divididas en cuatro áreas fundamentales, a saber: calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, y competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (*stakeholders*); a cada pregunta se le debe dar respuesta con una valoración en un rango de 1-5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo, marque su respuesta.

Respuesta del alcalde del municipio de San Vicente del Caguán. El alcalde Humberto Sánchez Cedeño está en el rango de edad entre 46 y 50 años. Manifestó conocer el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, y a la pregunta de qué significa el concepto RSC, este respondió que es la responsabilidad que tiene el mandatario con la entidad y la sociedad. Luego se le presenta varias preguntas, las cuales se dividieron en cuatro áreas fundamentales Calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, y competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (*stakeholders*); cada pregunta se le debe dar respuesta con una valoración en un rango de 1-5, donde 5 representa el más alto grado de

semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo, marque su respuesta.

Al revisar los cuestionarios aplicados a los cuatro mandatarios se observa que el de la gobernación en los cuatro aspectos estudiados en su gran mayoría las respuestas son calificación 4 y 5, lo que muestra un alto grado de semejanza entre lo que la RSC propone y lo que se desarrolla en el ente gubernamental; en las alcaldías, al revisar el primer eje en cuanto a la calidad de vida en la institución, el mandatario de San Vicente asegura que este se cumple a cabalidad, caso contrario sucede en las alcaldías de Cartagena del Chaira y Florencia, los puntajes en su gran mayoría están entre 1 y 3, y llama la atención la no existencia o aplicación del código de ética, así como la falta de un plan de bienestar, entre otros, que son esenciales para generar un clima organizacional que permita elevar el sentido de pertenencia y con esto una mayor productividad del ente gubernamental.

Algo similar sucede con el eje de cuidado y preservación del Medio Ambiente, donde los puntajes también son bajos, mostrando que los entes gubernamentales no cuentan con los sistemas o equipos necesarios para desarrollar las labores diarias en la institución o utilizan aquellos que disminuyen las emisiones contaminantes, entre otros; mostrando así que los entes gubernamentales no están ofreciendo servicios. También se destaca la falta de normatividad con criterios claros frente a los conceptos ambientales a la hora de seleccionar los proveedores y mucho menos se cuenta con un sistema de seguimiento continuo que vigile aspectos como calidad y efectividad de las acciones de la entidad.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Secretarios de Despacho y Colaboradores: Gobernación del Caquetá, municipio de Florencia, municipio de San Vicente del Caguán y municipio de Cartagena Del Chaira. Mientras en la Gobernación del Caquetá el 90 % de los encuestados afirma que conocen el término RSC, en el municipio de Florencia solo el 80 % lo conoce, en el municipio de San Vicente del Caguán y en el municipio de Cartagena de Chaira lo conocen la totalidad de los indagados, es

decir, el 100 %. Se podría pensar que habiendo realizado las encuestas en la sede de la administración departamental y en el municipio de Florencia capital del departamento, donde se presenta el mayor flujo de usuarios y el centro de la actividad administrativa este término ya debería ser conocido por todos los funcionarios asesores de los líderes regionales y colaboradores.

Primer eje: Gobernabilidad. Cuando se habla de este eje es clave tener en cuenta que él hace énfasis a los principio, valores y fundamentos esenciales para el desarrollo de la actividad gubernamental, ofreciendo con este la transparencia interna en las finanzas. En la Gobernación del Caquetá y en el municipio de San Vicente del Caguán el total de los encuestados conceptuó que se aplican la totalidad de los valores planteados en los actos realizados por ella, por el contrario, en el municipio de Florencia el 28 % manifiesta que el valor más aplicado es la responsabilidad, solo el 22 % reconoció que se aplican todos los valores, el 11 % la equidad y la integralidad cada uno, pero es de resaltar que la honestidad no obtuvo ningún asentimiento; en el municipio de Cartagena del Chaira el 24 % de los encuestados conceptuó la responsabilidad, con el 17 % están, cada uno, honradez, lealtad, respeto y transparencia, y otros en menor porcentaje.

Siendo los líderes de la administración departamental y municipales los elegidos por voto popular, y cuya función principal y básica es el manejo de los recursos económicos provenientes del nivel central del Estado más los recursos propios de cada ente territorial, deberían aplicar la totalidad de los valores al momento de realizar todos y cada uno de los actos administrativos, y manejos de recursos destinados a planes y programas que van en beneficio de las comunidades, pero solo se presenta esa situación en la Gobernación del Caquetá y en el municipio de San Vicente del Caguán.

Los secretarios y colaboradores de la Gobernación del Caquetá y del municipio de San Vicente del Caguán dicen, en un 100 %, que siempre entregan los informes con datos veraces y transparentes de las actividades que se realizan en su área

de trabajo, en tanto el 70 % y el 90 % de los indagados en el municipio de Florencia y Cartagena del Chaira, respectivamente, afirman tal situación. Los encuestados son empleados de libre nombramiento y remoción y empleados públicos, y su deber ético y moral es entregar los informes con datos veraces y transparentes, ya que son actividades que deben ir en bien de la comunidad, lo cual afirman casi la totalidad de los encuestados, ya que el caso del municipio de Florencia solo aporta a tal respuesta el 70 %.

En la Gobernación del Caquetá, al igual que en el municipio de San Vicente del Caguán y en el de Cartagena del Chaira, el 100 % de los entrevistados afirmó que todas las actividades que realizan en su área de trabajo se aplican los valores, la ética y la transparencia, en tanto en el municipio de Florencia solo el 80 % de los entrevistados aseveró que algunas veces en las actividades se aplican estos valores.

En la Gobernación del Caquetá el 80 % considera que siempre se realizan auditorías internas, 20 % dice que solo algunas veces se realizan; en el municipio de Florencia el 70 % afirma que solo algunas veces se realizan y el 10 % que nunca las efectúan; caso particular en el municipio de San Vicente del Caguán: el 50 % conceptúa que siempre se realizan y el otro 50 % que algunas veces se realizan; en tanto en el municipio de Cartagena del Chaira el 70 % dice que siempre las realizan.

Las realizaciones de las auditorías internas en los entes gubernamentales son de forzosa aplicación independientemente en qué nivel se debe aplicar, existe en estas respuestas unas fortalezas en la Gobernación del Caquetá y en el municipio de Cartagena del Chaira, mientras en los municipios de Florencia y San Vicente del Caguán las auditorías internas solo se presentan algunas veces.

En la Gobernación del Caquetá, municipio de Cartagena del Chaira y el municipio de San Vicente del Caguán manifiestan en un 70 %, 80 % y 90 %, respectivamente, que si existe una política de transparencia entre usuarios, comunidad y proveedores; en Florencia el 50 % sostiene que algunas veces se cumple esta política y el 20 % dice que no existe.

Nuevamente, Florencia arroja una debilidad en cuanto a que no existe una política de transparencia entre usuarios, comunidad y proveedores, mientras que en las otras tres entidades no se presenta esta situación. El 100 % de los indagados en la Gobernación del Caquetá, y los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira manifiestan que sí existe un código de ética en municipio de Florencia, solo el 60 % de los investigados manifiesta que no existe un código de ética. Florencia es el de más baja percepción en cuanto a la existencia de un código de ética, situación que reviste una importancia suma toda vez que es la capital del departamento del Caquetá donde se manejan muchos recursos públicos, por el contrario, las otras tres entidades presentan una fortaleza en este punto.

Segundo eje: Colaboradores. Se plantea el respeto, y la vida digna del colaborador y su entorno familiar dentro de la organización; condescendiendo que este participe activamente en la toma de decisiones, que se establezca una excelente comunicación y que perciba un ambiente cómodo, sano, que le permita desarrollar su mayor potencial en favor del ente gubernamental. En cuanto a la realización de diagnósticos de clima organizacional, en la Gobernación del Caquetá y en el municipio de San Vicente del Caguán el 80 % y el 90 %, respectivamente, manifiestan los encuestados que sí se llevan a cabo dichos diagnósticos, en el municipio de Florencia el 60 % manifiesta que no se realizan diagnósticos, en tanto en el municipio de Cartagena del Chaira el 90 % de ellos manifestó que algunas veces se realizan diagnósticos de clima organizacional. Existe un desinterés de los mandatarios locales relacionado con el bienestar de los secretarios y colaboradores en general, ya que un diagnóstico de clima organizacional sirve para saber dónde está fallando la administración en todas las dimensiones que en dicho diagnóstico se investigan, trayendo consigo bienestar social, económico, de análisis de riesgo laborales, etc., situación está que presenta una debilidad en los municipios de Florencia y de Cartagena del Chaira.

En lo que respecta a la Gobernación del Caquetá, el 70 % el manifiesta que sí le son entregadas las herramientas y equipos necesarios para desempeñar su

trabajo, y el 30 % que algunas veces; en cambio en el municipio de Florencia el 50 % sostiene que no le son suministrados y el 20 % algunas veces; de otro lado, en el municipio de San Vicente del Caguán el 50 % sí le son suministrados y el otro 50 % sostiene que no les suministran las herramientas y equipamiento requerido para desempeñar su trabajo y, por último, el municipio de Cartagena del Chaira sostiene el 90 % que algunas veces le son entregadas las herramientas y los equipos necesarios para desempeñar su trabajo. Esta situación presentada en los diferentes entes gubernamentales arroja un interrogante en el sentido de saber cómo hacen los secretarios y los colaboradores para cumplir a cabalidad con sus funciones si no les son entregadas las herramientas y equipamiento necesarios para desempeñar sus funciones, ya que salvo en la Gobernación del Caquetá, la percepción de los indagados de los municipios es que algunas veces o no le eran entregados dichos elementos de trabajo.

El 100 % de los consultados en la Gobernación del Caquetá sostiene que se promueve el uso de adecuado de las instalaciones, recursos, herramientas e implementos de trabajo; en el municipio de Florencia el 40 % aduce que no se promueve su uso adecuado, adicionalmente, el 30 % manifiesta que solo algunas veces es promovido el uso adecuado, en tanto en San Vicente del Caguán el 70 % asiente que sí se promueve el uso adecuado y el 30 % que no se promueve; de otro lado, en Cartagena del Chaira el 80 % manifiesta que sí se promueve, mientas el 20 % opina que algunas veces. En la Gobernación del Caquetá y el municipio de San Vicente del Caguán el 100 % de los encuestados afirma que sí existen mecanismos para dar a conocer e implementar sus opiniones, inquietudes, sugerencias e iniciativas a la administración, en cambio en el municipio de Florencia el 50 % de los consultados manifiesta que sí existen dichos mecanismos, el 30 % indica que no existen y el 20 % restante dice que algunas veces se utilizan estos mecanismos; de otro lado, en el municipio de Cartagena del Chaira el 70 % dicen que algunas veces y el 30 % restante dice que sí hay los mecanismos.

La implementación de las opiniones, inquietudes, sugerencias e iniciativas por parte de los secretarios y colaboradores a la administración presentan una fortaleza en la Gobernación del Caquetá y en el municipio de San Vicente del Caguán, pero en las otras entidades solo son atendidas algunas veces por parte de las administraciones presentando una baja percepción de ser escuchados. El 70 % de los secretarios y colaboradores consultados en la Gobernación del Caquetá sostiene que su trabajo es reconocido públicamente, el 20 % se reconoce de forma interna y el 10 % es reconocido por premios; en la alcaldía de Florencia el 80 % de los consultados sostiene que su trabajo no es reconocido, el 10 % que se reconoce internamente y el 10 % por reconocimiento público; en el municipio de San Vicente del Cagua el 100 % de los consultados indica que su trabajo es agradecido en reconocimientos internos; en el municipio de Cartagena del Chaira el 70 % de los consultados manifiesta que su trabajo es agradecido por reconocimiento público, el 20 % sostiene que no se reconoce y el 10 % por reconocimiento interno.

El reconocimiento al trabajo en diferentes formas es la base para que se genere un ambiente de afabilidad y cordialidad entre la administración y su equipo de trabajo, en este caso particular, salvo el municipio de Florencia, todas las administraciones reconocen el trabajo y la labor de sus empleados así sea de manera interna, pública o por otorgamiento de premios. La Gobernación del Caquetá sí ha socializado e implementado normas sobre el acoso laboral en un 70 %, el 20 % manifestó que algunas veces; en la administración de Florencia el 50 % manifiesta que sí se han socializado e implementado esas normas, pero el 40 % sostiene que no lo ha realizado actividad alguna al respecto; de otro lado, en San Vicente del Caguán y en Cartagena del Chaira con el 100 % y 90 %, respectivamente, sus encuestados manifestaron que sí se han socializado e implementados normas sobre acoso laboral.

El acoso laboral es un delito tipificado en la Ley 1010 del 2006 y es base para defender a los que infrinjan la norma, así como para defender a aquellos empleados que son sujetos de esa acción, es deber de toda institución pública o

privada su cumplimiento, la administración del municipio de Florencia no ha hecho cumplir la norma a cabalidad, para las otras entidades es una fortaleza. En la administración departamental y en el municipio de San Vicente del Caguán el 90 % de los encuestados sostiene que sí se tienen establecidos planes de beneficios extralegales, de igual manera opinan los encuestados del municipio de Cartagena del Chaira en un 80 %; los encuestados de la administración de Florencia sostienen en un 60 % que no existen planes de beneficios extralegales.

Tercer eje: Medio Ambiente. Este eje procura que el ente gubernamental ejerza sus prácticas estatales desde el punto de vista ambientalmente sostenible, reduciendo o impactando lo menos posible el medio ambiente que lo rodea. En la administración departamental y en el municipio de Cartagena del Chaira el 90 % de los encuestados manifestó que sí se han establecido campañas de sensibilización dirigidas a ellos resaltando la importancia de la responsabilidad social Corporativa; por su parte en el municipio de Florencia, el 80 % de los secretarios y colaboradores manifestó que la administración del municipio no ha establecido campañas de sensibilización sobre este tema; en tanto en el municipio de San Vicente del Caguán el 60 % de los indagados expuso que solo algunas veces la administración del municipio ha establecido campañas relacionadas.

Como se manifestó al inicio de esta discusión el tema de RSC es de mucha relevancia en la actual coyuntura económica, social y ambiental no solo de nuestro departamento, sino también de todo el mundo. El municipio de Florencia y de Cartagena del Chaira se encuentran al margen de esta situación, especialmente la capital del departamento que a lo largo de esta investigación ha demostrado su poco interés en desarrollar y aplicar este aspecto en la localidad. En la gobernación el 70 % y el 90 % de los preguntados del municipio de San Vicente del Caguán, así como también el 80 % de los encuestados del municipio de Cartagena del Chaira, manifestaron que sí existen programas de medición y control de emisiones con el objetivo de minimizar el consumo de energía eléctrica, consumo de gas y eliminar o reducir el consumo de productos tóxicos, entre tanto, un 20 % sostiene que la administración departamental algunas veces tienen estos

programas; de otro lado, 70 % de los colaboradores de la administración del municipio de Florencia admite que no se presentan este tipo de programas en ella.

Un tema tan sencillo como la medición y control de emisiones para minimizar el consumo de energía eléctrica, consumo de gas y eliminar o reducir el consumo de productos tóxicos es de vital importancia para el bienestar de las comunidades y más aún cuando ellas están retiradas de la capital de la república, nosotros por nuestra misma situación geográfica debemos ser ejemplo de ello, nuevamente la administración del municipio de Florencia aparece en los registros con un 80 % de sus encuestados manifestando que no se realizan ese tipo de actividades, caso diferente de los otros tres entes gubernamentales para los cuales es una fortaleza.

En la Gobernación del Caquetá y en el municipio de San Vicente del Caguán manifestaron en un 100 % que sí existe metas y objetivos ambientales, caso similar en Cartagena del Chaira donde el 80 % manifiesta lo mismo, en el caso del municipio de Florencia, un 60 % dice que sí existen metas y objetivos ambientales, en contrario sensu el 40 % restante declara que no tienen objetivos ni metas ambientales. Lo más elemental dentro de la administración de la cosa pública es que existan metas y objetivos ambientales, ellos son base de la implementación del manejo ambiental que se le debe dar a la comunidad, particularmente en este caso es una fortaleza para los entes indagados según sus secretarios y colaboradores.

En la administración departamental y en el municipio de San Vicente del Caguán sí se cuenta con planes de tratamiento de residuos y reutilización de recursos, así los percibió el 100 % de los encuestados y con el 80 % igualmente se percibió en el municipio de Cartagena del Chaira; en cambio en el municipio de Florencia el 70 % aducen que no se cuenta con esos planes. Estos planes de tratamiento de residuos y reutilización de recursos son acciones muy simples que se pueden llevar a cabo en cualquier institución, sin embargo, en el municipio de Florencia esta acción no se lleva a cabo, en las otras tres entidades sí se percibe esta situación.

Según la percepción de los interrogados en la Gobernación del Caquetá, el municipio de San Vicente del Caguán el 100 % afirma que sí se toman en cuenta aspectos medioambientales en la elaboración de proyectos que plantea, desarrolla y participa el ente gubernamental; en el caso del municipio de Cartagena del Chaira esta proporción es del 80 %; en el caso del municipio de Florencia un 40 % de ellos manifiesta que no se toman en cuenta y el 20 % aduce que solo algunas veces se toman en cuenta estos aspectos.

El 90 % y el 80 % de los consultados en la administración departamental y el municipio de Cartagena del Chaira, correspondientemente, asiente que sí son informados, así como las comunidades sobre le minimización y correcta gestión de los residuos y la contaminación; los indagados en el municipio de Florencia manifestaron que el 50 % no son informados y tampoco la comunidad, de otro lado, el 2 0% restante afirma que solo algunas veces se da ese tipo de información; en el municipio de San Vicente del Caguán el 70 % manifestó que solo algunas veces le son socializados estos temas.

En la Gobernación del Caquetá, los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira, el 100 % de los secretarios de despacho y colaboradores expuso que sí se socializan las metas y objetivos ambientales; el 60 % de los encuestados en el municipio de Florencia manifiesta que no son socializados las metas y objetivos ambientales. Para que un programa o actividad tenga éxito debe ser socializado, inicialmente, con los asesores más inmediatos para que ellos, a su vez, los socialicen con las comunidades y más en estos temas ambientales. Salvo el municipio de Florencia, los demás sí cumplen con este proceso.

Los consultados en la Gobernación del Caquetá en un 70 % y los del municipio de San Vicente del Caguán en un 90 % manifestó que algunas veces se establecen relaciones con los municipios del departamento para la discusión de temas ambientales; los consultados del municipio de Florencia en el 70 % manifestó que no se establecen relaciones con los otros municipios del departamento para la discusión de temas ambientales y el 20 % sostiene que algunas veces se establecen estas relaciones; en cambio, en el municipio de Cartagena del Chaira

el 80 % de los consultados manifestó que sí se establecen relaciones con los otros municipios del departamento para la discusión de temas ambientales.

Cuarto eje: Mercadeo. En este eje lo que se busca es una relación de confianza entre el ente gubernamental y sus clientes o usuarios; basándose en un trato honesto, íntegro, escuchando y respondiendo a las necesidades de los clientes. El 100 % de los encuestados manifestó que la Gobernación del Caquetá, el municipio de Florencia y el municipio de San Vicente del Caguán tiene establecido un sistema de comunicación, publicidad e información actualizada sobre los servicios que presta a la población, es decir, que la comunidad en general está constantemente informada de los servicios que la administración municipal les ofrece; de otro lado, en el municipio de Cartagena del Chaira el 80 % conceptuó también afirmativamente sobre ello.

Los indagados, en el 100 %, afirman que la administración departamental y el municipio de San Vicente del Caguán sí cuentan con una política de atención a la comunidad; reportan el 70 % y el 80 % en el municipio de Florencia y Cartagena del Chaira, respectivamente, definiendo que sí cuentan con una política de atención a la comunidad.

El 90 % de los averiguados indicó que la administración departamental mediante diagnósticos situacionales identifica los problemas y las necesidades de la comunidad; el 10 % percibe que es mediante PQR.; el 40 % de los averiguados expuso que la administración del municipio de Florencia, por medio de diagnósticos situacionales identifica los problemas y las necesidades de la comunidad; el 30 % mediante PQR, el 20 % solo reacciona al evento y, por último, el 10% a través de estudios de expertos; el 90 % de los averiguados en el municipio de San Vicente del Caguán manifestó que esa actividad se realiza mediante la contratación de estudio de expertos y el 10 % indica que la administración realiza diagnósticos situacionales; el 60 % que la administración municipal de Cartagena del Chaira identifica los problemas y las necesidades de la

comunidad mediante diagnósticos situacionales; el 20 % por medio dee PQR y el 20 % manifiesta que solo reacciona al evento.

Bien sea por diagnósticos situacionales, estudios de expertos, PQR o reacción al evento las administraciones departamental y municipal buscan el apoyo para identifica los problemas y las necesidades de la comunidad, es decir, que se nota que existe un interés en el bienestar, prosperidad y satisfacción de las comunidades. El 90 % de los investigados de la administración departamental, el 100 % del municipio de San Vicente del Caguán y el 80 % de los del municipio de Cartagena del Chaira sostienen que sí se tiene un método o sistema para medir la respuesta a las necesidades de la población; al igual que en la administración departamental, en el municipio de Florencia, el 50 % de los investigados respondió que sí se tiene un método o sistema para medir la respuesta a las necesidades de la población, en tanto que el 50 % restante manifiesta que no.

La administración departamental y los otros tres municipios estudiados poseen un sistema o método para medir las respuestas a las necesidades de la comunidad. El 90 % de los consultados de la administración departamental y del municipio de Florencia cuenta con un buzón para recepción de quejas, sugerencias y/o comentarios de los usuarios; igual situación ocurre con el 100 % de los encuestaos del municipio de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira. Se deduce que los cuatro entes gubernamentales están dando importancia a las comunidades en cuanto a tener en cuenta sus comentarios, quejas o reclamos.

Quinto eje: Comunidad. Este es un eje fundamental para un ente gubernamental toda vez que lo que se busca con el cumplimiento de este es la contribución al desarrollo sostenible de las comunidades que hacen parte del ente gubernamental. El 100 % de los encuestados la Gobernación del Caquetá, 80 % en el municipio de Florencia, el 90 % en el municipio de San Vicente de Caguán y en el municipio de Cartagena de Chaira afirman que sí se brinda apoyo económico a proyectos y actividades de las comunidades en obras benéficas, patrocinios, etc.

Fortaleza demostrada por los cuatro entes gubernamentales encuestados sobre el apoyo económico brindado a proyectos y actividades de las comunidades en

obras benéficas, patrocinios, etc. Los indagados en la Gobernación del Caquetá y del municipio de Cartagena del Chaira en un 90 %, así como los del municipio de Florencia y San Vicente del Caguán en un 100 % afirma que sí se tienen establecidos programas y actividades deportivas, sociales y culturales para las comunidades.

Los programas y actividades deportivas, sociales y culturales para las comunidades, son muy tenidas en cuenta en las cuatro instituciones del gobierno, denotando su alta preocupación por el bienestar de sus comunidades. Los indagados en 100 % en la Gobernación del Caquetá, así como los del municipio de San Vicente del Caguán y del municipio de Cartagena del Chaira, el 50 % de los del municipio de Florencia sostiene que sí han estructurado programas de capacitación y formación para los miembros de las comunidades que viven lejos de las cabeceras municipales.

Se percibe en un 100% de los encuestados que la administración departamental si ha puesto en marcha programas para el manejo de TIC`S destinados a miembros de su comunidad. El 80 % de los encuestados en el municipio de Cartagena del Chaira sí ha puesto en marcha programas para el manejo de TIC destinados a miembros de su comunidad, en el municipio de San Vicente del Caguán reportan en un 90 % que en algunas ocasiones se han puesto en marcha este tipo de programas para la comunidad; pero, en cambio, en el municipio de Florencia el 60 % de los encuestados afirma no ha puesto en marcha programas para el manejo de TIC destinados a miembros de su comunidad.

Para la Gobernación del Caquetá y los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira es importante llevar este tipo de programas en manejo de TIC a las comunidades, por el contrario, nuevamente el municipio de Florencia, según los indagados, no realiza este tipo de actividades. El 60 % de los encuestados de la Gobernación del Caquetá manifestó que algunas veces se ofrecen servicios eficientes mediante la utilización de tecnología modernas; en el municipio de Florencia se sostiene en un 60 % que no se ofertan este tipo de servicios tecnológicos; en el municipio de San Vicente del Caguán la totalidad de

los indagados afirman que sí se ofertan este tipo de servicios y en Cartagena del Chaira el 80 % también afirma que sí se ofertan.

El 100 % de los interrogados manifestó que la administración departamental y el 80 % de San Vicente del Caguán sí se preocupa por responder a las necesidades de la población y cuidar el Medio Ambiente; por su parte, los investigados en el municipio del Florencia, en un 50 %, y Cartagena del Chaira, en un 90%, manifestaron que algunas veces existe esa preocupa por la comunidad, en tanto que el 40 % de Florencia y el 10 % de Cartagena del Chaira aducen que la administración sí se preocupa por este tema. Es preocupante que municipios como Florencia y Cartagena del Chaira solo algunas veces se preocupen por atender y responder a las necesidades de la población y más aún a cuidar el medio ambiente, fortaleza que si tiene los dos otros entes preguntados.

De acuerdo con los resultados obtenidos se deduce que las actividades de RSC que más apoya la administración departamental son: la oficina del adulto mayor, la oficina de la mujer, los jardines infantiles, oficina para la diversidad y la inclusión, la oficina de la juventud, la donación de bibliotecas y la salud para los empleados con el menor porcentaje. En todos los entes consultados existe interés por la generación de actividades que conlleven Responsabilidad Social Corporativa.

Sexto eje: Políticas Públicas. Indiscutiblemente, la razón de ser de este eje es la de propiciar el desarrollo económico, social y ambiental de la región que atiende cada ente gubernamental, es decir, resumen la razón de ser de la responsabilidad social corporativa. El 90 % de los preguntados en la Gobernación del Caquetá y del municipio de San Vicente del Caguán, así como el 50 % de los interrogados del municipio de Florencia, manifiesta que sí se realizan alianzas público-privadas para el desarrollo de los proyectos y acciones para apoyo a la comunidad; en cambio, el 60 % de los consultados en el municipio de Cartagena del Chaira manifiesta que algunas veces se realizan alianzas público-privadas.

Para el desarrollo de las comunidades son fundamentales las alianzas público-privadas, por estas traen beneficios para las dos partes: de un lado, la comunidad puede aprovechar las experiencias de los externos en todos los sentidos y, de la

otro, parte el sector privado puede traducir su experiencia en obras que realmente beneficien a la comunidad, caso que presentan fortaleza en la Gobernación del Caquetá, municipio de Florencia y de San Vicente del Caguán, en el caso de Cartagena del Chaira solo algunas veces se presenta esta situación.

El 90 %, el 100 % y el 70 % de los indagados manifiesta que la administración departamental, el municipio de Florencia y el municipio de Cartagena del Chaira, respectivamente, sí cuentan con una política pública que vaya encaminada a la modernización, organización y prestación de servicios públicos orientados a la RSC; contrariamente, el 80 % de los indagados del municipio de San Vicente del Caguán afirma que no cuentan con una política pública que vaya encaminada al cumplimiento de este objetivo.

El mayor apoyo que se debe brindar a las comunidades para promover una calidad de vida en los jóvenes y las mujeres es la educación, y el emprendimiento se percibe en todos los encuestados. El 90 % de los preguntados de la administración departamental, el 80 % de la administración municipal de Florencia y el 100 % de los del municipio de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira, afirman que sus respectivas administraciones sí participan en discusiones sobre los problemas que aqueja a la comunidad y ayuda a buscar soluciones. Todos los indagados en los entes gubernamentales manifiestan que estas entidades socializan entre ellos para discutir sobre los problemas que aquejan la comunidad y buscan soluciones, es decir, que existe una gran fortaleza para buscar el bienestar de la colectividad.

El 100 % de los indagados de la Gobernación del Caquetá, así como los encuestados del municipio de San Vicente del Caguán, manifiesta que sí se han realizado acuerdos escritos con las comunidades y empresas privadas para mejorar la calidad de la prestación de los servicios públicos; con un 60 % y 80 % los preguntados de los municipios de Florencia y Cartagena del Chaira, respectivamente, tienen el mismo concepto. Las administraciones objeto de los encuestados presentan fortaleza en cuanto a que sí se han realizado acuerdos escritos con las comunidades y empresas privadas para mejorar la calidad de la

prestación de los servicios públicos, las cuales conllevan al mejoramiento del bienestar social de las comunidades.

Discusión de Resultados Juntas de Acción Comunal: municipio de Florencia, municipio de San Vicente del Caguán y municipio de Cartagena del Chaira

Cuando se les preguntó a los miembros de la JAC sobre la aplicación del concepto de RSC en sus actuaciones, el resultado fue que un 80 % lo aplica ocasionalmente. Se hace necesario trabajar con estos sobre este el tema de RSC para así poder establecer relaciones solidarias integras y fundamentadas en el respeto.

El primer eje lo Constituye la Gobernabilidad. Cuando se habla de gobernabilidad inmediatamente se debe pensar en todos los aspectos que rigen el desarrollo transparente y ético de las diferentes operaciones de la empresa. Según Monroy (2008), son los principios y fundamentos éticos en cada uno de los aspectos concernientes a la operación de la empresa, su transparencia interna en las finanzas y contabilidad, los procedimientos internos y toma de decisiones; además de la transparencia externa como manejo de información y relaciones con el exterior, y el cumplimiento legal que es la base de toda acción de responsabilidad social empresarial. Al respecto, es importante resaltar que el municipio de San Vicente presenta como fortaleza que siempre el personal que labora en el municipio es formador de ciudadanía, a través de la práctica de valores: solidaridad, honradez, responsabilidad, respeto, transparencia; caso contrario sucede con los municipios de Florencia y Cartagena del Chaira donde este mismo punto es una debilidad. Asimismo, la totalidad de los entrevistados del municipio de San Vicente del Caguán manifestó que este es ordenado, informa, cumple y hace cumplir las leyes y reglamentos establecidos; sobre esto, vuelve y se evidencia que los municipios de Florencia y Cartagena tienen este factor en contra, es decir, se observa como debilidad. El municipio de Cartagena del Chaira muestra como fortaleza la transparencia con la comunidad al informar a los ciudadanos de los recursos, planes, programas y proyectos, caso contrario sucede

en los municipios de San Vicente del Caguán y Florencia cuando se les preguntó sobre el mismo tema y se evidencia una fuerte debilidad sobre este. Es muy llamativo que la capital del departamento, en un eje tan importante y frente al trabajo con la comunidad, solo se hayan evidenciado debilidades, y debe revaluar para formular estrategias que le permitan obtener una por parte de las JAC, un mejor concepto.

Segundo eje: Medio Ambiente. Este es un eje muy representativo para cualquier empresa y más aún cuando se habla de un ente gubernamental teniendo en cuenta lo anunciado por Monroy (2008): es el respeto y cuidado del entorno natural, logrando mejor uso de insumos, reduciendo emisiones como residuos y generando mayor productividad más con menos. Al indagar sobre este tema en los municipios de Florencia y Cartagena del Chaira se encontró que tienen como fortaleza el desarrollado de proyectos con responsabilidad social en la comunidad, mientras que este mismo factor es una debilidad en el municipio de San Vicente del Caguán. De igual manera, se observa que los tres municipios investigados presentan debilidad al no fomentar el cuidado del aire, evitando la quema de basura, afinación de motores, malos olores, etc.; igualmente, presentan falencias en cuanto a la promoción del reciclaje mediante capacitación. Es muy preocupante ver que en un eje tan importante son más las debilidades que presentan los municipios, lo que demuestra el gran trabajo que deben realizar si quieren hablar de RSC frente a la comunidad.

Tercer eje: Proveedores. Este eje es muy representativo para un ente gubernamental, teniendo en cuenta que las obras y proyectos que realizan requieren de los mejores materiales e insumos, por lo tanto, es importante tener en cuenta que este concepto se basa en la construcción de una relación responsable y sostenible, donde Monroy (2008) manifiesta que una empresa responsable exige criterios conforme a sus lineamientos, basada en el intercambio transparente de información, tecnología e ideas. Al analizar los resultados los miembros de las JAC de la alcaldía de Cartagena del Chaira manifestaron que el

ente gubernamental emplea en la ejecución de proyectos materiales que provienen de empresas certificadas, contrario opinaron los miembros de las JAC de los municipios de Florencia y San Vicente que ven en este factor una gran debilidad por parte del ente gubernamental. Por lo anterior, se hace necesario que los municipios de Florencia y San Vicente de Caguán tengan en cuenta la necesidad de aplicar políticas de RSC mediante una selección de proveedores, y relaciones responsables y sostenibles.

Cuarto eje: Mercadeo. Escuchar y responder a las necesidades de los clientes en forma responsable es una condición fundamental para afirmar que una empresa es socialmente responsable, cabe mencionar que hoy en día las empresas están rediseñando sus estrategias de negocios para dirigirlas hacia nuevos temas como privacidad y tecnología, obteniendo productos seguros y sin impacto ambiental negativo. Con lo anterior se resalta que el municipio de San Vicente del Caguán presenta dos fortalezas muy representativas en cuanto a su relación con la sociedad, y es la prestación de servicios públicos de agua, alumbrado público, basura, trámites de documentos, vías u otros, de acuerdo con sus necesidades, es decir, que no son improvisaciones, así como también la realización de algún tipo de evaluación sobre los servicios públicos brindados como, por ejemplo, jornadas de quejas y reclamos, o sea, que es responsable por su prestación y seguimiento a los servicios prestados; lo contrario pasa con los municipios de Florencia y Cartagena del Chaira, donde los representantes de las JAC no están convencidos de la prestación de estos servicios de una forma responsable y acorde con sus necesidades, por lo tanto, se hace necesario revisar este eje teniendo en cuenta que se están hablando de servicios públicos necesarios para la supervivencia de la población.

Quinto eje: Comunidad. Con este pilar lo que se quiere lograr es que el ente gubernamental contribuya con un impacto de desarrollo sostenible en las comunidades que hacen parte de la jurisdicción del municipio, desde el punto de vista de una relación de corresponsabilidad donde se vean beneficiadas ambas partes, la empresa generando una mayor credibilidad y una mejor imagen, y las

comunidades logrando un mayor crecimiento. Lo anterior hace necesario resaltar que los líderes de las JAC del municipio de Florencia ven como una gran fortaleza el apoyo que realiza el ente a la promoción de lugares turísticos, atractivos naturales, históricos, comidas de la región como un medio para el desarrollo de la comunidad, al contrario de los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira que presentan debilidad en el mismo factor evaluado. Asimismo, también se observa que las JAC consultadas en el municipio de Florencia consideran que la administración municipal siempre les ha brindado asesoría y acompañamiento de algún asesor municipal que les permita estar preparados para participar en reuniones programadas y comisiones que realiza el municipio, lo que muestra un punto a favor frente a este eje y, a su vez, también permite apreciar una debilidad frente al mismo tema por parte de los municipio de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira.

Sexto eje: Políticas Públicas. Una de las reglas generales de estas organizaciones es la participación activa en la formulación de políticas estatales que converjan a realizar estrategias para lograr el desarrollo de proyectos que permitan un mayor impacto. Respecto a este tema se observa que la administración municipal de Cartagena del Chaira y de San Vicente del Caguán siempre han buscado fuentes alternativas de financiamiento al presupuesto del municipio para poder cumplir con los proyectos que se necesitan en la comunidad, dificultad que se observa en el caso del municipio de Florencia donde las JAC opinaron que esto no se cumple.

Al municipio de San Vicente del Caguán se le deben resaltar otras dos fortalezas: la primera en cuanto a que la administración municipal les da la oportunidad a las JAC, como miembros de una comunidad, a dar sugerencias para la implementación de nuevos proyectos en ámbitos ambientales, educativos, de salud, infraestructura, sociales y culturales; y la segunda es que la administración municipal siempre promueve la educación, deporte y recreación en su comunidad, contrario a lo que se presenta en los resultados de las encuestas realizadas a las JAC, de los municipios de Cartagena del Chaira y Florencia, donde se indica que

para ellos estos dos temas son debilidades visibles desde cualquier punto de vista. Finalmente, se observa que los líderes de las JAC, investigados de los tres municipios, coincidieron en opinar que la administración municipal no ha beneficiado a la comunidad con proyectos realizados por otras instituciones ajenas al municipio.

Estrategias y Recomendaciones Gobernador y Alcaldes

Calidad de Vida en la Institución

- Establecer políticas que permiten la libertad de asociación de los colaboradores, la no discriminación por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.

- Implementar mecanismos que promuevan el diagnóstico del clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.

- Implantar un plan de bienestar social superior a lo exigido por la ley, enfocado al desarrollo de la totalidad de los colaboradores para mejorar su calidad de vida.

Compromiso con la Comunidad

- Formular un sistema de comunicación sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.

- Generar estrategias que promuevan la participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes externos e instituciones con los que se relaciona.

Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

- Implementar el uso de norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).

- Buscar alternativas menos contaminantes en cuanto a equipos necesarios para desarrollar las labores diarias en la institución.

- Capacitar a los colaboradores sobre el cuidado del medio ambiente y establecer el desarrollo de campañas de educación ambiental a los familiares y a la comunidad inmediata a la institución.

- Establecer dentro de la normatividad del ente gubernamental criterios ambientales para la selección de sus proveedores.

Competitividad y Relación con sus Involucrados

- Contar con un plan de sistema de seguimiento continuo que vigile aspectos como calidad y efectividad de las acciones de la entidad.

Secretarios de Despacho y Colaboradores

Eje Gobernabilidad

- A nivel general, pero especialmente en el municipio de Florencia, se debe implementar una política de aplicación de valores éticos dentro de todos los actos administrativos y manejo de recursos, cualquiera que sea su origen, para la eficiente toma de decisiones, procesos y procedimientos.

- Los ordenadores del gasto deben exigir que se realicen auditorías internas en todos los niveles de la administración.

- Establecer una política de transparencia en la relación entre los usuarios, comunidad y proveedores.

Eje Colaboradores:

- Establecer como obligatorio, por parte de cada administración, particularmente a la de Florencia y a la de Cartagena del Chaira, realizar anualmente un diagnóstico de clima organizacional y su respectivo plan de mejoramiento.

- Establecer una revisión constante y obligatoria por parte de control interno de cada administración, salvo la Gobernación del Caquetá, de la entrega de

herramientas y equipos, así como de uso adecuado de las instalaciones y recursos físicos para cumplir a cabalidad con las funciones de sus colaboradores.

- Establecer en los municipios de Florencia y San Vicente del Caguán un sistema de comunicación que sea dinámico y eficaz para que por medio de su uso las administraciones reciban las sugerencias e iniciativas, y se socialicen los beneficios extralegales.

- Implantar un sistema de reconocimiento laboral mediante la meritocracia, sobre todo, en el municipio de Florencia.

- Hacer cumplir con ordenado en la Ley 1010 del 2006 sobre el acoso laboral en el municipio de Florencia.

Eje Medioambiente:

- Implementar cursos y socializaciones con todos los miembros de las administraciones municipales, principalmente con los de Florencia y Cartagena del Chaira, sobre la importancia de la RSC y su aplicabilidad en el desarrollo de las actividades que llevan beneficios a la comunidad.

- Implementar una política de energías limpias en el municipio de Florencia, así como también planes de tratamiento de residuos y reutilización de recursos.

- Realizar conversatorios y paneles con los entes gubernamentales de tal forma que exista una sinergia interinstitucional en los temas de manejo ambiental y de la RSC.

Eje Comunidad:

- Establecimiento de programas para manejo de TIC y tecnologías modernas a las comunidades del municipio de Florencia y la Gobernación del Caquetá.

- Establecimiento de un equipo de trabajo dedicado exclusivamente a atender y responder las necesidades de la población en materia de medioambiental en los municipios de Florencia y Cartagena del Chaira.

Eje de políticas públicas:

- Incluir dentro de su programa de gobierno en el municipio de Cartagena del Chaira la elaboración de alianzas público-privadas para beneficiar a las comunidades.

- Establecer una política pública que tenga por objetivo la modernización, organización y prestación de servicios públicos orientados a la RSC, esencialmente en el municipio de San Vicente del Caguán.

Juntas de Acción Comunal

Eje de Gobernabilidad

- Articular la cultura corporativa buscando que el talento humano de los entes gubernamentales desarrolle a cabalidad sus funciones, contribuyendo con esto a fortalecer la ciudadanía y generar unas relaciones con los demás actores, basadas en la práctica de valores (solidaridad, honradez, responsabilidad, respeto, transparencia).

- Realizar auditorías internas con regularidad de tal forma que demuestre que es ordenado, informa, cumple y hace cumplir las leyes y reglamentos establecidos.

- Realizar publicaciones por medios virtuales o presenciales de tal forma que la comunidad y, más exactamente, las Juntas de Acción Comunal conozcan sobre las distintas actividades desarrolladas por el ente gubernamental de manera que se evidencia la transparencia con la comunidad al informar a los ciudadanos de los recursos, planes, programas y proyectos.

Eje Medio Ambiente

- Considerar proyectos orientados a proteger el medio ambiente con otros actores de su cadena productiva.

- Crear un programa de medición y control periódico de emisiones.

- En la administración y operación de la empresa contemplar metas y objetivos ambientales.

- Contar con programas de reciclaje y establecer alianzas estratégicas con actores externos para el manejo adecuado de materiales; alianzas con otras empresas, con otras industrias, con la comunidad inmediata, con proveedores.

Tercer eje Proveedores:

- Establecer políticas en el ente gubernamental sobre Responsabilidad Social Corporativa para la selección de proveedores de forma tal que estos brinden relaciones responsables y sostenibles.

Cuarto eje Mercadeo:

- Actualizar los canales de comunicación con los usuarios de los servicios públicos y si es necesario establecer una política de atención al cliente.

- Establecer mesas de trabajo entre las juntas de acción comunal y las empresas de prestadoras de servicio públicos, de tal manera que se den a conocer las falencias encontradas en la prestación de estos, y las empresas brinden la información pertinente y se establezcan estrategias conjuntas que permitan una mejora en la prestación de los servicios públicos.

Quinto eje Comunidad:

- Trabajar con organizaciones comunitarias y desarrollar proyectos para que se puedan promocionar los distintos lugares turísticos, atractivos naturales, históricos y comidas de la región como un medio para el desarrollo de la comunidad.

- Sostener alianzas con otras empresas o asociaciones para maximizar el impacto de sus proyectos productivos y turísticos.

- Contar con un plan de emergencia integral en casos de desastre para que se pueda responder de forma responsable socialmente a la población ante catástrofes, inundaciones y derrumbes para mejorar la calidad de vida.

- Establecer un plan de capacitación para los líderes de la Juntas de Acción Comunal con el fin de que estos a estén preparados para participar en reuniones programadas y comisiones que realiza el municipio u otras entidades gubernamentales.

Sexto eje Políticas Públicas:

- Establecer estrategias que permitan hallar nuevas fuentes alternativas de financiamiento al presupuesto del municipio para poder cumplir con los proyectos que se necesitan en la comunidad.
- Realizar consultas periódicas a los presidentes de las JAC, de tal forma que se conozca las sugerencias de estos para la implementación de nuevos proyectos en ámbitos ambientales, educativos, de salud, infraestructura, sociales y culturales,
- Implementar programas que promuevan la educación, deporte y recreación en la comunidad de las JAC.
- Guías y principios que orienten al ente gubernamental en la construcción de un marco social, ético y medioambiental que apoye y afiance la gestión de proyectos interinstitucionales que beneficien a las distintas comunidades del municipio.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la RSC sí aporta al beneficio en la calidad de vida de las comunidades, inicialmente en cuanto al conocimiento, entendimiento y aplicabilidad de su concepto. Es de destacar que en el análisis de los componentes elegidos a ser indagados sobresalieron mayormente tres de los entes gubernamentales en lo referente a su apoyo a solucionar las necesidades de las comunidades, a escuchar a sus empleados, a brindar capacitación a sus comunidades más apartadas, a apoyar programas y proyectos de TIC, a la preocupación por el medio ambiente y el establecimiento de programas que

beneficiaran a los jóvenes, la niñez, el adulto mayor, la mujer y la inclusión, etc. En el acápite de mercadeo los cuatro entes encuestados marcaron un alto grado de apropiación en el tema de dar a conocer a la comunidad sus servicios y a socializar con ellos los beneficios ofrecidos en todos los niveles, asimismo, los ejes de comunidad y política pública responden a las necesidades de las comunidades.

De igual manera, las Juntas de Acción Comunal son muy enfáticas al responder que los tres municipios presentan una gran falencia en cuanto al responder de forma responsable socialmente con la población ante catástrofes, inundaciones y derrumbes para mejorar la calidad de vida; algo que deja un gran sin sabor teniendo en cuenta que la comunidad debe ser la razón de ser de los entes gubernamentales.

La caracterización se realizó teniendo en cuenta seis componentes de RSC, por lo tanto, es importante resaltar: desde la Gobernabilidad los líderes de la administración departamental y municipal, que son elegidos por voto popular y cuya función principal y básica es el manejo de los recursos económicos provenientes del nivel central del Estado más los recursos propios de cada ente territorial, deberían aplicar la totalidad de los valores al momento de realizar todos y cada uno de los actos administrativos y manejos de recursos destinados a planes y programas que van en beneficio de las comunidades, pero solo se presenta esa situación en la Gobernación del Caquetá y el municipio de San Vicente del Caguán. Los secretarios y colaboradores de la Gobernación del Caquetá y del municipio de San Vicente del Caguán dicen, en un 100 %, que siempre entregan los informes con datos veraces y transparentes de las actividades que se realizan en su área de trabajo, en tanto que el 70 % y el 90 % de los indagados en el municipio de Florencia y Cartagena del Chaira afirman tal situación, respectivamente.

Se observa que falta mayor interés por parte de los líderes locales en lo relacionado con el bienestar de los secretarios y colaboradores en general, ya que un diagnóstico de clima organizacional sirve para saber dónde está fallando la

administración en todas las dimensiones organizacionales, acarreando consigo bienestar social, económico, de análisis de riesgo laborales, etc., situación que presenta una debilidad en los municipios de Florencia y de Cartagena del Chaira. Por otra parte, desde el eje de Medio Ambiente**,** el municipio de Florencia y de Cartagena del Chaira se encuentran al margen de esta situación, especialmente la capital del departamento, que a lo largo de esta investigación ha demostrado su poco interés en desarrollar y aplicar este aspecto en la localidad.

En cuanto al eje de mercadeo, la administración departamental y las tres administraciones municipales están focalizadas en que la comunidad debe estar constantemente informada sobre los servicios que presta. En el eje de Comunidad los entes gubernamentales estudiados manifestaron ser fuertes en cuanto al apoyo económico brindado a proyectos y actividades de las comunidades en obras benéficas, patrocinios, etc. Además, los programas y actividades deportivas, sociales y culturales para las comunidades, son muy tenidos en cuenta en las cuatro instituciones del gobierno, denotando su alta preocupación por el bienestar de sus comunidades.

Finalmente, el eje Políticas Públicas permite percibir un alto grado de cumplimiento en cuanto a la estructuración de una política pública que realmente tenga el objetivo de la modernización, organización y prestación de servicios públicos orientados a la RSC como lo demuestran los consultados de la Gobernación del Caquetá, municipio de Florencia y de Cartagena del Chaira, caso contrario se presenta en el municipio de San Vicente del Caguán.

Las estrategias a desarrollar se dividieron teniendo en cuenta los tres grupos poblacionales estudiados, es decir, se establecieron estrategias y recomendaciones desde el punto de vista de los líderes, secretarios de despacho y colaboradores, Juntas de Acción Comunal; entre las estrategias sobresalen guías y principios que orienten al ente gubernamental en la construcción de un marco social, ético y medioambiental que apoye y afiance la gestión de proyectos interinstitucionales que beneficien a las distintas comunidades del municipio, implementación de diagnóstico de clima organizacional, la creación de un sistema

de comunicación sobre el manejo de residuos y el reciclaje, y el establecer una política de RSC para la selección de proveedores.

REFERENCIAS

Bunge, M. (2007). La Investigación científica. En P. Cañal, A. Lledó, F. Pozuelos y G. Travé, *Investigar en la Escuela: Elementos para una enseñanza alternativa* (pp. 44-57). Diada.

Chetty, S.K. (1996). The Case Study Method for Research in Small-and Medium-Sized Firms. *International Small Business Journal, 15*, 73 - 85.

Martínez, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y gestión, 20*, 165-193.

Monroy, G. (2008*). Responsabilidad social empresarial. Los 7 ejes. Centra RSE*.

iteresources.worldbank.org/CGCRSRLP/…/los7ejes_de_la_RSE.pdf.A

Yin, R. K. (1993). *Applications of Case Study Research, Applied Social Research*. Sage Publications.

Yin, R. K. (1994). *Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods*. Sage Publications.

3. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO EMPRESARIAL

3.1 ESTRUCTURA DE LA RELACIÓN ENTRE EL CONSUMIDOR Y SU TIENDA DE BARRIO

Dagoberto Páramo Morales[10]

RESUMEN

En este documento se presenta la estructura de la relación entre el consumidor y su tienda de barrio que fue descubierta después de un riguroso proceso de investigación cualitativa de acuerdo con los postulados científicos que la caracterizan. Esta investigación cualitativa, de descubrimiento y no de contrastación de teorías existentes, se llevó a cabo desde la perspectiva de la "Grounded Theory". El "territorio a explorar" fue la tienda de barrio localizada en los diferentes estratos de la población colombiana que vive en seis ciudades del país de notables contrastantes entre sí no solo desde la óptica cultural, sino también desde los aspectos geográficos y de clima. Se recurrió a la etnografía para la recopilación de la información a través de la realización de entrevistas en profundidad semiestructuradas, observaciones de participantes y observaciones no participantes. Todo el material fue grabado en audio o vídeo. El análisis de los datos se realizó desde la perspectiva de los estudios culturales. La interpretación se hizo a partir de múltiples fundamentos antropológicos. Se respetó el rigor asociado a las investigaciones cualitativas mediante la triangulación y la verificación de expertos. Los resultados evidencian la proximidad como eje de las relaciones. Esta emergió en tres tipos diferentes: funcional, espacial, relacional.

[10]PhD. Ciencias Económicas y sociales. Profesor titular Universidad del Norte. dparamo@uninorte.edu.co

Palabras clave: tienda de barrio, proximidad, relación tendero-consumidor.

INTRODUCCIÓN

Los cambios producidos en la economía colombiana por los procesos de apertura que han tenido lugar desde 1990 son innegables. Por un lado, los consumidores han tenido un mayor acceso a una oferta variada y competitiva procedente de otras latitudes (Páramo, 1998) y, por otro, las empresas han tenido que soportar un ataque más diligente de la competencia externa que ha entrado con la intención deliberada de conquistar y, sobre todo, de retener mercados antes oficialmente protegidos.

En medio de esta confrontación de estrategias de marketing, dinámicas y creativas, ha ocupado un lugar muy especial la presencia de empresas minoristas multinacionales que, decididas a satisfacer a amplios sectores de la población, no han dudado en realizar notables e importantes inversiones. Los holandeses entraron con Makro en 1994, los franceses con Carrefour en 1998 y Casino a través de Tiendas Éxito en 1999, y los chilenos de Sodimac a través de Home Center (Rojas et al., 2004). A partir de esta avalancha de capital extranjero, el sector comercial a nivel nacional recibió un enorme impulso que llevó, incluso, a que inversionistas nacionales como Vivero, Éxito, Alkosto y la Organización Olímpica extendieran su presencia a diferentes ciudades del país y adaptaran sus formatos de venta a las condiciones del mercado.

Todo este panorama de modernización de los canales de distribución hizo presagiar grandes nubarrones para el comercio tradicional, en el que se incluyen las llamadas "tiendas de barrio", vistas como su expresión más evidente (Londoño y Navas, 2005). Tal era el pesimismo que, incluso en 1992, Henry Salent, un experto en comercio internacional que visitó Colombia, pronosticó que para el

comienzo del siglo XXI las tiendas de barrio ni los centros de abastecimiento existirían, dada la consolidación del comercio (Pinilla y González, 2004).

Independientemente del debate que pueda suscitarse sobre el papel de los negocios de proximidad y su importancia en la vida de amplios sectores de la vida nacional, lo cierto es que este canal de distribución tradicional no se ha debilitado, sino que, por el contrario, se ha reforzado, consiguiendo incluso aumentar su número total (Páramo et al., 2009) o, al menos, mantenerse vigentes. La importancia que han adquirido puede deberse a muchas razones, algunas de ellas un tanto inexplicables para el común de las personas.

Aunque se han realizado en Colombia algunos esfuerzos de investigación para explicar la dinámica de la tienda de barrio a partir del fuerte arraigo de estas prácticas comerciales en los patrones culturales predominantes. La tienda de barrio ha sido estudiada como un canal tradicional (Londoño y Navas, 2005), destacando su papel de intermediario entre el productor y el consumidor. También ha sido vista como una forma de entender una ciudad a través de las relaciones sociales y las prácticas culturales (Ramírez y Pachón, 2004); y se ha analizado en términos comparativos la forma en que se exponen los productos en algunos estratos sociales (Pinilla y González, 2004).

Sin embargo, poco o nada se ha hecho para comprender al consumidor y el mundo que le rodea y que le impulsa a mantener estrechas relaciones con su tienda, su tendero, su entorno. Se ha detectado un conjunto de valores y creencias que de alguna manera explican el comportamiento del consumidor de la tienda tradicional (Páramo y Acevedo, 2005), pero aún no se ha profundizado en las relaciones que se establecen entre los tenderos, la tienda y los consumidores como su eje.

Ante esta carencia de conocimientos sobre la realidad colombiana, surgen una serie de preguntas de investigación alrededor del rol de la tienda tradicional colombiana como espacio de reforzamiento cultural del consumidor (Páramo, 2009), destacándose la que ha guiado este esfuerzo de investigación: ¿cómo se estructura la relación entre el consumidor y su tienda preferida? La respuesta a

esta pregunta se ha anclado en la tienda como un "territorio a explorar", y en consecuencia como un fenómeno a comprender progresivamente (Guillemette, 2006).

La estructura de la relación entre el consumidor y su tienda de barrio producida en la interacción cotidiana de las diferentes personas, cuya vida gira alrededor de ella, alimenta los procesos de identidad que experimentan sus consumidores al considerar que la dinámica de cada mercado produce determinadas actitudes que los consumidores adoptan para integrarse en su propia comunidad (Arnould y Thompson, 2005). Mediante estos comportamientos, los consumidores de las tiendas de barrio promueven y personalizan las pautas culturales con las que alinean sus identidades con los imperativos de la vida moderna (Arnould y Thompson, 2005).

La complejidad inmersa en el tejido social construido en torno al significante sociocultural que ha tenido la tienda de barrio desde sus orígenes más lejanos (Colmenares, 1989) requiere, necesariamente, describir y comprender la estructura de la relación entre el consumidor y su tienda, así como conocer el papel que desempeña la cultura y sus dimensiones en esta relación, es decir, cómo se relacionan los consumidores con su tienda de forma estructural y cómo la cultura configura esta relación.

La comprensión del papel que desempeña la tienda en este proceso cotidiano de reforzamiento cultural (Páramo, 2009) se ha desarrollado desde la perspectiva de la "Teoría de la Cultura de Consumo, TCC" (Arnould y Thompson, 2005), y en la versión francesa del etnomarketing propuesta por Desjeux (1990) y ampliada por Páramo (2005) para Colombia en una visión integradora de las funciones de marketing. La TCC se ha definido como un campo interdisciplinario que comprende enfoques y perspectivas macro, interpretativas y críticas del comportamiento del consumidor y sobre él mismo (Belk et al., 1988); y el etnomarketing (Páramo y Ramírez, 2017) se ha entendido como la aplicación de la etnología al estudio del comportamiento de los consumidores a partir de la observación etnográfica y el análisis antropológico, propuestas para los

operadores empresariales que puedan traducirse en herramientas de marketing (Badot et al., 2009) y como la dimensión cultural del marketing que busca entender a los consumidores, ganar clientes y mantenerlos (Páramo, 2005).

A partir de aceptar el hecho ya demostrado por varios investigadores de que el comportamiento humano no es esencialmente individualista, hay pruebas suficientes para demostrar que todos los comportamientos aparentemente aislados derivan de la interacción permanente entre todos en un entorno sociocultural concreto. Investigar a un consumidor es sinónimo de utilizar, implícita o explícitamente, al grupo cultural como referencia para el análisis (Venkatesh, 1995). Aunque la información se recoge con la participación de varias personas, el objetivo final es afirmar algo verdaderamente significativo sobre la comunidad a la que pertenecen.

Dado que los individuos son producto de su cultura y de sus agrupaciones sociales condicionadas por un entorno cultural definido para actuar de la manera establecida por todos, aceptada y ampliamente compartida (Douglas e Isherwood, 1979), el enfoque etnológico a través de la etnografía y la antropología pretende siempre absorber, en su más amplia dimensión, la propia complejidad de la naturaleza humana del consumidor de la tienda tradicional.

Los investigadores etnológicos buscan incluir a los consumidores de forma más directa. Tratan de acercarse a la realidad en la que se desenvuelve el consumidor a diario, entrando en su vida, conviviendo con él, observándolo en sus espacios naturales, interpretando sus gestos, reacciones y estados de ánimo, contrastando la información recibida verbalmente con las actitudes asumidas ante determinadas marcas y productos, validando los datos a través del estrecho mundo de relaciones que establece la investigación, analizando y sometiendo a juicio crítico los recuerdos impresos en fotografías y vídeos y, por último, confrontando a los participantes con sus propias realidades existenciales y ansiedades de su condición natural.

MATERIALES Y MÉTODOS

El proceso de recopilación, análisis e interpretación de la información se inspiró en la teoría fundamentada. Como en toda investigación cualitativa, el punto de partida fue siempre el papel desempeñado por los informantes, permitiendo que su realidad cotidiana se extendiera a todos los momentos del proceso de investigación (Miles y Huberman, 2003). La tienda fue el "territorio a explorar" (Guillemette, 2006), el punto de partida, el encuentro con los consumidores, el reencuentro con ellos mismos después de haber revisado los elementos teóricos que surgieron, la observación sistemática participando en las actividades de los consumidores o como simples observadores de los fenómenos vividos, como "texto a leer, a releer", como referente a observar, como punto de reflexión y de análisis (Páramo, 2020).

Desde esta perspectiva naturalista, el desarrollo de esta investigación se realizó de acuerdo con la tradición de la investigación cualitativa. A lo largo de todo el proceso -trabajo de campo, verificación, análisis, categorización- esta investigación siguió fielmente la perspectiva estructurada propuesta por Miles y Huberman (2003) en cuanto a: a) Reducción de datos (proceso de selección, abstracción y transformación de los datos básicos; es decir, la codificación inicial y la investigación de los sujetos); b) Organización de los datos; y c) Formulación de conclusiones y verificación.

El procedimiento general combinó diversos enfoques epistemológicos: por un lado, el marco general proporcionado por la Teoría Fundada -TG- con su estricto rigor en la recolección y verificación de los hallazgos y, por el otro, los aportes de Pike (1954) con todos sus requisitos de procedimiento y diseño en estudios de tipo cultural. La tienda, como "territorio a explorar" (Guillemette, 2006), fue el epicentro. De ella se partió y a ella se regresó tantas veces como fue necesario hasta alcanzar la saturación teórica.

Recolección de datos. Como fuente primaria básica se consultaron, observaron y analizaron 55 consumidores habituales de la tienda tradicional colombiana que vivían en seis ciudades del país: tres grandes (Barranquilla, Cali, Medellín) y tres

intermedias (Neiva, Manizales, Valledupar). La selección de estas ciudades se basó en criterios de conveniencia de la investigación y de representatividad de la vasta complejidad cultural del país, cuyos orígenes multiétnicos se reconocieron como una combinación particular de ascendencia e historia (Triana, 1989). Los informantes fueron seleccionados estratégicamente según el criterio del investigador y de su equipo de trabajo en función de la creciente complejidad de la investigación y de la comprensión del fenómeno estudiado.

Dado que la fidedignidad, congruencia y representatividad de la información depende en gran medida del rigor del proceso de selección de los informantes como portadores del acumulado cultural de la comunidad objeto de estudio, se planificó previamente entrevistar a consumidores pertenecientes a cada uno de los tres niveles socioeconómicos -alto, medio, bajo- en que se estructura la sociedad colombiana (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, [DANE], 2006) en cada una de las seis ciudades elegidas.

La selección de los entrevistados se realizó de manera progresiva a partir de los resultados obtenidos, lo que permitió la producción de conceptos preliminares, que a su vez sirvieron para definir las categorías descriptivas básicas de las categorías de orden superior, factores claves para estructurar la teoría emergente (Goulding, 1998). El número de entrevistados se derivó del proceso de comprensión en una suerte de muestreo teórico entendido como: "el proceso de recolección de datos para producir la teoría mediante el cual el analista recopila, codifica y analiza conjuntamente los datos y decide qué datos recoger a continuación y dónde encontrarlos, para desarrollar la teoría tal y como emerge. Este proceso de recolección de datos es controlable según la teoría emergente (Glaser, 1978).

Así, se entrevistó a 36 mujeres y 19 hombres; 16 eran de nivel socioeconómico alto, 21 de nivel medio y 18 de nivel bajo en cada ciudad. Se utilizó una entrevista estructurada no dirigida para disponer de parámetros de comparación entre las distintas unidades investigadas, así como para tener la suficiente libertad para que los informantes se expresaran sin dificultad. Se buscó siempre encontrar la homogeneidad existente entre la heterogeneidad de los investigados (Páramo,

2020), a fin de descubrir los aspectos comunes que sustentaran las categorías halladas.

Procedimiento de análisis. Para identificar la estructura de la relación entre el "comprador" y su tienda se intentó averiguar el significado que los consumidores dan al mundo social en el que viven. Se conoció un modelo de la red de significados que los consumidores le otorgan a la tienda tradicional. El descubrimiento de esta estructura fue guiado por Lévi-Strauss (1963; citado por Bergadaà, 2006) cuando afirma que el principio fundamental es que la noción de estructura no se refiere a la realidad empírica, sino a los modelos construidos a partir de ella. Así, se logró proponer una definición de la estructura de la relación entre el consumidor y su tienda tradicional.

Análisis teorizante. De acuerdo con los requisitos de la teoría fundamentada, se eligió un proceso específico para el análisis. Los datos se recogieron de acuerdo con las interpretaciones emergentes, se realizó una revisión de la literatura después de recoger los datos, y se permitió que los temas centrales emergieran de los datos en lugar de forzarlos a encajar en un marco teórico preconcebido (Glaser y Strauss, 1967). Toda la investigación se desarrolló bajo el principio de la interacción circular entre la recolección de datos y el análisis, alternando e interactuando entre los enfoques de colecta de datos y los episodios de análisis (Guillemette, 2006).

Estas operaciones se hicieron "juntas" de principio a fin en una especie de "desarrollo paralelo" (Holloway y Wheeler, 2002), simultaneidad y competencia (Hutchinson y Willson, 2001), un "proceso cíclico" (Norton, 1999) y una interacción continua (Morse y Richards, 2002). La formulación de la teoría se hizo entendiendo que ésta se deriva de los datos recopilados de forma sistemática y analizados mediante un proceso de investigación (Corbin y Strauss, 2014; Páramo y Contreras, 2020).

Verificación de datos. Los diferentes análisis de contenido realizados fueron rigurosamente verificados mediante el contraste, la confrontación y la triangulación

de fuentes, métodos, investigadores y teorías (Denzin, 1989). De acuerdo con Lincoln y Guba (1985), se utilizaron cuatro criterios decisivos para evitar desviaciones tanto en la recolección de datos como en su análisis: credibilidad, fiabilidad, confirmación y generalización.

Categorización. Entendida como el proceso de clasificar o etiquetar unidades de información (Spiggle, 1994) implica, en esencia, una codificación de la que Strauss (1987) y Corbin y Strauss (2014) han distinguido diferentes tipos y la han descrito como un determinado procedimiento operativo, utilizado para producir categorías teóricas ricas que permiten a los investigadores cualitativos ir más allá de la identificación de sujetos y constructos no claramente relacionados entre sí. Para realizar esta caracterización se estructuró una matriz de análisis para cada nivel socioeconómico de cada ciudad -pregunta general y preguntas específicas- en la que se colocaron las expresiones más significativas como respuesta a la pregunta específica formulada.

A continuación, se realizó una evaluación detallada de las matrices para identificar la aparición de las primeras categorías analíticas (Spiggle, 1994). El proceso de verificación de la fidedignidad de los elementos identificados se realizó de forma permanente, ya que todos los datos fueron recogidos, analizados e interpretados simultáneamente, siempre en busca de los elementos comunes propios de las categorías detectadas.

Durante el desarrollo de esta etapa de análisis, la perspectiva individual comenzó a desaparecer, sirviendo de base real para el surgimiento de diferentes categorías sociales que, sin poder ser generalizadas estadísticamente y extendidas a toda la población, aportaron elementos de juicio suficientes para reconocer la existencia de las relaciones estructurales tejidas entre los consumidores y su tienda de barrio preferida. Esta generalización categórica (Yin, 2008), por su rigor empírico, se convierte en una guía para posteriores investigaciones interesadas en el conocimiento de la realidad colombiana en el marco de sus propias limitaciones y fortalezas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Estructura de la relación entre el consumidor y su tienda. Es notable la particular complejidad de las relaciones que se construyen y reconstruyen diariamente entre el consumidor colombiano y su tienda. Todo ello, sintetizado en una especie de vecindario anclado en la tradición comercial de las zonas de cada ciudad, en función no sólo de la distancia física existente entre los miembros de una misma comunidad, sino, y sobre todo, por la proximidad social y cultural (Ibrahim y Wee, 2002) que comparten sus particulares realidades. Esta proximidad que denota la histórica cercanía entre consumidores y tenderos se ha convertido en el eje de la administración y la gestión de los diferentes tipos de tiendas que han sido descubiertas a partir de los valores agregados percibidos y en el marco de determinados valores culturales predominantes (Páramo, 2009).

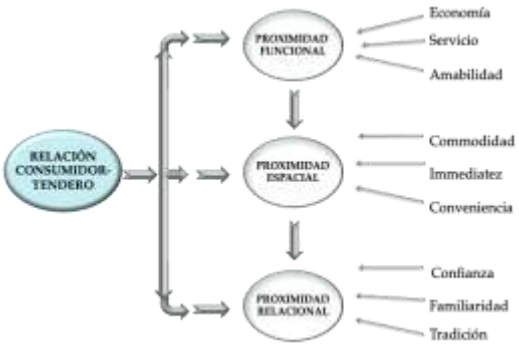
Es a partir de estas circunstancias como podemos entender la tendencia de las relaciones que en la vida cotidiana se refuerzan y repiten de manera reiterada haciendo evidentes ciertos patrones de comportamiento -prácticas sociales- que legitiman los patrones de valor -valores compartidos- (Sewell, 1992) que subyacen en la conducta humana

Esto es lo que da sentido a la estructura de las relaciones establecidas, defendidas, practicadas y fomentadas entre todos de forma común y permanente. Todo en un tipo de vida donde los rasgos culturales -valores y creencias- se combinan con las relaciones sociales -patrones de relaciones interpersonales- (Van Heffen y Klok, 2003) que los acercan mucho más. Todo en la perspectiva de ratificar que las tiendas son lugares de comunicación e interrelación donde los habitantes locales se conocen descifrando signos que son comunes (Rojas y Guerrero, 1999).

El hecho de que esta tendencia se mantenga, en general, en los tres niveles socioeconómicos y en cada una de las seis ciudades estudiadas, implica una gran estabilidad en el tiempo que seguramente no será rota por los impulsos modernistas que impregnan el mercado minorista nacional (Rojas et al., 2004). La

Figura 1 presenta los nueve tipos de relaciones encontradas que, agrupadas en tres grandes categorías asociadas a la proximidad, -cercanía, vecindad, complicidad-, se transforma en el eje de la interacción cotidiana de quienes viven en el vecindario.

Figura 1. Estructura de la relación entre consumidores y su tienda



Fuente: elaboración propia (2021).

A través de estos nueve tipos de relaciones detectadas, se ha podido ratificar y redescubrir la profundidad del tejido social construido en torno a la relación entre consumidores y tenderos (Páramo y Acevedo, 2005), y se reafirma con mayor rigor el carácter sociocultural de las tiendas. Ofrecen un mayor apoyo a los hallazgos de Ramírez y Pachón (2004), que ven la tienda como una forma de entender una ciudad a través de las relaciones sociales y las prácticas culturales, y no de los asuntos estrictamente comerciales y económicos. La relación no se basa en el papel de distribuidor minorista que se ha asignado a la tienda como tal y, en este sentido, contradice a Rojas et al., (1999) y su particular visión comercial de la tienda de barrio. Reiteran los hallazgos de Páramo y Deza (2017) cuando descubrieron un modelo de negocios ubicados en el interior del mercado de Moshoqueque en Perú, cuyo eje aglutinador es la identidad que los aproxima en su interacción social y comercial.

Asimismo, una vez más se reafirma que una de las dificultades para el acceso y consolidación de las grandes superficies de distribución en países como Colombia es de tipo cultural, con un particular énfasis en la atención personalizada de los tenderos y las interacciones sociales desarrolladas durante el proceso de construcción social del acto de compra y venta de productos (Andreasen, 1972)

La estructura de la relación entre consumidores y tenderos se ha construido a partir de la intensidad de los intercambios evidenciados por la facilidad y frecuencia de los contactos que se mantienen entre todos (Dampérat et al., 2002). La repetición histórica de estos contactos permanentes ha dado lugar a la construcción de una proximidad que ha matizado la naturaleza de la relación. Así, se pueden distinguir tres niveles de proximidad: uno, de carácter funcional, otro, espacial y, otro, relacional.

Proximidad funcional. Como resultado de la intensidad de los vínculos funcionales puestos de manifiesto por el grado de adaptación y coordinación vinculado a la tarea (Dampérat et al., 2002) que las tiendas han desempeñado históricamente existe una proximidad funcional que se expresa en tres tipos de relación: economía, servicio, amabilidad. Todos ellos están conformados por la herencia generacional recibida de tiempos ancestrales en los que las relaciones entre todos se tejían, principalmente, en torno a la actividad comercial que desarrollaba la tienda del barrio.

Economía. La economía se entiende en este contexto como el ahorro del trabajo, ahorro de tiempo o la reducción de gastos. El concepto de ahorro está relacionado con todos los recursos que los consumidores de la tienda tradicional colombiana evitan gastar en su proceso de autoabastecimiento. Esta reducción de los gastos anunciados o previstos no solo se refiere a lo estrictamente económico en sí mismo, es decir, a adquirir los productos en la tienda directamente, sino que también incluye aspectos relacionados con el tiempo de desplazamiento y el gasto de recursos para la adquisición de las pequeñas cantidades que los consumidores solicitan.

De este modo, la visita a un supermercado para adquirir una unidad de cualquier producto se considera un gasto innecesario en el que no se incurre si la adquisición se realiza en la tienda local. Esta realidad se hace más evidente por el hecho de que las grandes superficies no venden cantidades suficientemente pequeñas de productos que se adapten a las demandas de estos consumidores, aunque algunas lo han intentado sin éxito. Incluso una de las mayores cadenas minoristas colombianas (Tiendas Éxito) ha puesto en marcha varios proyectos intentando sustituir la función de la tienda de barrio sin lograrlo. Fue un fracaso administrativo de grandes proporciones. Esta muestra ratifica ampliamente los hallazgos de Acevedo (2005), quien concluyó que la relación entre el consumidor y el tendero no se ubica en el marco económico, sino que lo penetra y lo excede.

Por otro lado, y estrechamente relacionada con la confianza, aparece la "informalidad" como parte de la relación entre consumidores y tenderos. Frente a esta tendencia general a aceptar el carácter relativo de los aspectos económicos encontrados, existe una cierta percepción de "precios elevados" que afecta a la economía de estas viviendas como indica uno de los informantes.

Servicio. Entendido como las actividades intangibles que constituyen el objeto principal de una transacción destinada a ofrecer a los clientes la satisfacción de deseos o necesidades (Stanton et al., 2004) o como "el servicio humano que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales" (RAE, 2007), el servicio prestado por los tenderos se ha convertido en un verdadero atractivo para que algunos consumidores mantengan una relación permanente con ellos.

El servicio -del latín *servitĭum*- que implica la acción y el efecto de servir en términos de la calidad de servicio esperada de Zeithmal et al., (1993) se demuestra en declaraciones de consumidores de los tres niveles socioeconómicos estudiados:

Encuestado Cali, estrato medio: “Es como un punto central donde llega toda la información..., la transmite, la comparte... Creo que es uno de los múltiples servicios que presta”.

Encuestado Barranquilla, estrato bajo: “... que se queda cerca, que es una tienda que da buena atención y buenos servicios”.

Encuestado Cali estrato alto: “Llevan el servicio al hogar”.

Como consecuencia de un buen servicio la "lealtad" también caracteriza la relación entre los consumidores y las tiendas de barrio:

Encuestado Barranquilla estrato alto: “Soy un cliente permanente de la tienda... todos los días compro”.

Amabilidad. La amabilidad, en su sentido de afabilidad, se entiende como la actitud de ser "agradable, gentil, cortés en la conversación y en el trato" (RAE, 2007). Esta característica de las relaciones entre el consumidor y el tendero se deriva del respeto y los sentimientos de cordialidad que se profesan entre sí.

La amabilidad expresada por el tendero y claramente percibida por el consumidor ha producido un cierto grado de fidelidad, sobre todo, porque su práctica produce satisfacción y, en consecuencia, repetición de compra. El trato entre ellos y las expresiones utilizadas para saludarse reflejan el importante grado de proximidad y conocimiento que existe entre ellos. Los testimonios son elocuentes:

> Para mí más que nada es la atención del dueño de la tienda (Informante Manizales, estrato bajo).
>
> Primero les saludo y luego les pido que me envíen el producto (Informante Valledupar, estrato bajo).
>
> Hola, hazme un favor, hasta pronto (Informante Neiva, estrato alto).

Esta permanente amabilidad del tendero se traduce en una buena atención que va más allá de las condiciones económicas de la propia transacción

comercial. Lo importante es la persona como ser humano y no el comprador como agente comercial:

> ...son muy amables, no saben qué ofrecerte para que te quedes siempre con ellos y eso... dándome crédito, ¿qué pasaría si pago en efectivo? (Informante de Medellín, estrato medio).

De la misma manera, los consumidores de las tiendas agradecen el "placer" como parte de la amabilidad del tendero.

Proximidad espacial. La ubicación de las tiendas, en medio de la comunidad, las ha convertido en parte de la vida cotidiana existencial de un grupo de consumidores colombianos (Páramo, 2009). Su omnipresencia ha contribuido a la creación y recreación de vínculos indisolubles entre consumidores y tenderos. Estar físicamente situado a pocos metros de los hogares de los miembros de la comunidad refleja una proximidad espacial que Bergadaà y Del Bucchia (2009) denominan proximidad geográfica. Para muchos consumidores sería imposible vivir sin la tienda al lado de sus casas, en la esquina, en la misma calle. Esta se traduce en comodidad, inmediatez, conveniencia.

Comodidad. La conveniencia, -del latín *commodĭtas, ātis*-, destacada como la relación con mayor significado para los consumidores, se asocia necesariamente al buen vivir, al buen gusto, y al descanso y la facilidad (RAE, 2007). Desde la perspectiva de la comodidad, el consumidor de la tienda tradicional colombiana busca aquello que, además de proximidad, le ayude a resolver sus necesidades más inmediatas pensando siempre en sentirse bien respecto a todo lo relacionado con sus necesidades humanas de abastecerse de aquellos bienes que su existencia requiere. Y en esto la tienda de barrio juega un papel importante no solo por su cercana ubicación, sino por el procedimiento operativo de su funcionamiento, en el que pone al consumidor como eje de toda la organización.

Los consumidores de diferentes estratos expresan su marcada inclinación por el confort asociado a lo que es la buena vida y la facilidad. Los testimonios muestran la importancia que tiene para el consumidor que la tienda de barrio disponga de

todos los productos básicos, que se pueda encontrar todo lo que se pueda necesitar de forma inesperada y que estén disponibles a diario:

> Entonces en mi casa vamos a comprar algunas cosas allá... es más difícil ir hasta el centro a comprar algo (Informante Manizales, estrato alto).
>
> (...) es donde se puede encontrar de todo... y donde hay de todo (Informante Neiva, estrato alto).
>
> (...) tienen productos que en algún momento necesitamos y visitamos la tienda todos los días (Informante Valledupar, estrato medio).

La importancia que los consumidores dan a la proximidad física como relación de conveniencia se destaca como una característica común a todos los estratos de las ciudades estudiadas. Al estar en el barrio, en la misma calle, en la esquina, a pocos pasos de la residencia, la tienda forma parte del imaginario colectivo (Bouchard, 2003) que los consumidores tienen sobre su tienda favorita. Esto le ahorra desplazamientos físicos, pero, sobre todo, le ofrece confianza y seguridad al desarrollar su rutina en su contexto más inmediato. Sus respuestas son contundentes:

> Vivo a dos cuadras y media de la tienda, la frecuento por su cercanía y por la seguridad que me ofrece (Informante Manizales, estrato bajo).
>
> Es tan conveniente como el hogar... es lo más cercano... (Informante Neiva, estrato alto).
>
> Siempre hemos usado la tienda más cercana... siempre necesitamos la tienda (Informante Barranquilla, estrato bajo).
>
> Siempre voy a la tienda que está más cerca de mi casa... cerca de mi casa... (Informante Cali, estrato medio).
>
> (...) me gusta mucho... por eso está tan cerca de mí (Informante Manizales, estrato medio).

Como consecuencia lógica de esta proximidad física, el consumidor se siente a gusto porque reduce los temores que produce la agitada vida actual. La tendencia marcada por la facilidad no solo considera la proximidad espacial, sino que también incluye la proximidad alcanzada a través del contacto telefónico:

> El consumo de la tienda es diario e incluso varias veces al día gracias a su proximidad... y además se puede hacer por teléfono (Informante Manizales, estrato alto).

En este sentido, las tiendas como facilitadoras de la vida de los consumidores han desempeñado un papel trascendental, ya que con el servicio a domicilio y la estrecha relación entre tenderos y consumidores se ha logrado una cercanía que es claramente reconocida por los informantes entrevistados.

Los aspectos relacionados con la "seguridad" se incluyeron en esta categoría, dada la tranquilidad que supone poder comprar en el entorno más familiar sin tener que desplazarse a otras partes de la ciudad:

> Vivo a dos cuadras y media de la tienda, voy allí por la cercanía y la seguridad que me ofrece (Informante Manizales, estrato bajo).

Inmediatez. Lo inmediato, entendido como algo muy cercano o contiguo a algo o alguien (RAE, 2007), puede traducirse en una especie de extensión de las funciones en el tiempo y el espacio, regida por una lógica de eficiencia y eficacia de las operaciones realizadas. La tienda de barrio ofrece al consumidor la posibilidad de adquirir de manera inmediata los productos que requiere, y le permite alcanzar una funcionalidad mediante la rapidez y el abastecimiento oportuno que lo lleva a iniciar o continuar con otras actividades mientras obtiene el control de su tiempo.

En el estrato alto, a través de su acelerado ritmo de vida, el consumidor establece una relación de inmediatez con la tienda, ya que ésta asume un papel de proveedor en la administración de su tiempo y sus tareas domésticas:

> La facilidad que tenemos para completar lo que falta en casa... una simple llamada telefónica, y enseguida te atienden y rápidamente (Informante Manizales, estrato alto).
>
> Cuando falta algo en casa, voy a la tienda (Informante Medellín, estrato alto).
>
> Cotidianamente, cada día... cada vez que voy a la tienda compro los productos necesarios del día... para mayor comodidad (Informante Neiva, estrato alto).
>
> Los productos los necesitamos en la casa y no los encontramos en ninguna parte, pero en la tienda los venden (Informante Valledupar, estrato alto).

Esta misma relación se establece en el estrato medio donde lo práctico y lo rápido adquiere un mayor peso:

> Todos los días, a veces, tomo el `mecatico', los dulces, la comida y las cosas rápidas que se necesitan en casa (Informante Manizales, estrato medio)
>
> (...) lo que acaba con mis productos voy y lo compro a toda prisa (Informante de Medellín, estrato medio)

La inmediatez también aparece como fundamental en el estrato bajo porque su relación se apoya en la confianza y la conveniencia que facilitan el mejoramiento de la situación económica de los consumidores:

> Yo compro cosas que se necesitan allá... incluso (Informante Medellín, estrato bajo)
>
> Allí compro las cosas que necesito tener... (Informante Medellín, estrato bajo); Lo necesario para la familia (Informante Valledupar, estrato bajo).

La conveniencia. Es concebida como el grado de correlación y conformidad entre dos partes diferentes que se obtiene mediante el ajuste y el acuerdo entre ellas -así sea tácito-, ha permitido definir con detalle la situación de las distintas tiendas. Estos acuerdos regidos por patrones socioculturales que se vinculan a partir de los beneficios que se comparten en la vida cotidiana son los que han dado sentido a los minuciosos análisis realizados como requisito previo a la apertura de nuevos puntos de venta por parte de las grandes cadenas de distribución (Goldman, 1974).

Estos mismos acuerdos sociales realizados a lo largo del tiempo, sin contratos explícitos, son los que han justificado la existencia de varias tiendas en el entorno inmediato del consumidor que las visita asidua o esporádicamente, sin importarle el tamaño de sus instalaciones, su diseño físico o la distribución de sus espacios interiores.

La reciprocidad implícita en la relación entre el consumidor y el tendero se construye y refuerza a lo largo del tiempo a través de las prácticas culturales que manejan sutilmente ambas partes y que están presentes en todos los estratos socioeconómicos estudiados:

> (...) siempre llego saludando... cuando se acaba la quincena, me venden las 'cositas' y el señor me da crédito cuando no tengo dinero (Informante Manizales, estrato medio).
>
> Para poder comprar el 'periódico', porque no tengo dinero para el mercado mensual (Informante Medellín, estrato medio).
>
> Hablamos con el dueño de la tienda... y cuando necesitamos pedirle un favor se lo pedimos y él nos ayuda con eso (Informante Valledupar, estrato bajo).

Estos lazos de conveniencia se refuerzan y consolidan porque los beneficiarios de este intercambio permanente no son solo los consumidores. El tendero, por facilitar tradicionalmente el crédito como una de sus prácticas comerciales preferidas para atraer y retener a los clientes, también obtiene beneficios tangibles -aunque no lo perciba- en una especie de conveniencia mutua, como expresó uno de los informantes:

> Ella me sirve a mí y yo también le sirvo a él y le doy un ahorro para fin de mes (Informante Manizales, estrato alto).

La "reciprocidad" como parte de la conveniencia parece dar lugar a un tipo de relación pensada con cierta malicia y para obtener ciertos dividendos:

> Siempre compramos ahí, para que cuando de pronto necesitemos un favor, sepan que estamos comprando ahí (Informante Barranquilla, estrato bajo).

La misma "facilidad" de acceso a la tienda, que siempre ha estado en el mismo lugar, proporciona al consumidor, además de confianza, un cierto grado de comodidad, ya que no supone demasiado esfuerzo:

> Es el que siempre ha sido de confianza allí, es además el que está más cerca. Los servicios a domicilio demoran menos (Informante Barranquilla, estrato alto).

De igual manera, al pensar en los beneficios futuros de la misma relación, el consumidor acepta con "complacencia" algunos de los errores del tendero apoyado también en la amistad que mantiene con él:

> (...) gracias a la misma amistad y a la relación que tenemos con la Señora, nos olvidamos de estas cosas... Me siento tan bien comprando en esta tienda, que me olvido (Informante Cali, estrato medio).

Proximidad relacional. Como consecuencia del proceso de profundización de las relaciones entre consumidores y compradores, se ha establecido una proximidad relacional (Grossetti, 1998). A través de ella, se han desarrollado redes y cadenas sociales de apoyo mutuo que, constituidas por individuos, sirven para su definición como entidad colectiva (Granovetter, 1983). Estas relaciones, que se mantienen entre ellos y con otras redes sociales, son cada vez más fuertes. Los consumidores y los tenderos demuestran confianza, familiaridad y tradición en sus encuentros diarios. La proximidad afectiva y el interés por la colaboración y el respeto mutuo son primordiales en esta relación.

Confianza. La confianza, expresada como subproducto de la participación en la red social a la que se pertenece, se manifiesta como el "*acto de fe*" entre quienes no se conocen. Esta confianza, que se refleja en los beneficios y creencias que influyen en la decisión de confiar (Herreros, 2004), es sin duda uno de los pilares de la relación del consumidor con su tienda. La confianza entendida como el convencimiento que se alcanza sobre las capacidades y cualidades individuales, que se afirma en la aptitud y habilidad en las tareas que se realizan para mantener relaciones de calidad con los demás (Páramo, 2005).

Este sentimiento que se genera en cada persona le lleva a asumir actitudes que se traducen en comportamientos que reflejan seguridad y tranquilidad individual. Gracias a ello, los contactos diarios que se establecen permiten pronosticar, con regularidad y precisión, las acciones emprendidas por los consumidores y los tenderos traducidas en una operación más sencilla que la misma relación, tal y como lo declaran los consumidores de diferentes estratos y ciudades:

> Le debo por cosas pequeñas... pero le pago al día siguiente (Informante Barranquilla, estrato alto).
>
> Cuando uno no tiene dinero le dan crédito... algo que no hacen los grandes almacenes de cadena si uno no tiene tarjeta de crédito (Informante Cali, estrato bajo).

Los mecanismos informales de control tienden a reducir la incertidumbre sobre las acciones de los consumidores y su tendero y están presentes en todos los estratos:

> Lo escribo de manera organizada (Informante Barranquilla, estrato alto).
>
> Nos da una lista de productos para que nos dé un crédito, para el día de la quincena o para el día que tengamos dinero (Informante Cali, estrato medio).

Sobre la base de esta confianza, construida a través de años de relación mutua o por la experiencia acumulada del tendero, con la que puede detectar con relativa facilidad la esencia humana y comercial de sus clientes, se han desarrollado prácticas comerciales que, a su vez, solidifican aún más esta relación. Prácticas como remitir a un vecino o la flexibilidad en las condiciones de pago refuerzan la relación del consumidor con su tienda y consolidan el tejido social cuyos vínculos, casi invisibles, permiten una relación sólida y firme (Páramo et al., 2009):

> A veces cuando no tenemos con qué comprar, él nos puede abastecer, nos da crédito (Informante Cali, estrato medio).
>
> A veces a crédito, a veces me dan crédito (Informante Neiva, estrato alto).

Esta confianza se refuerza aún más cuando el "respeto" pasa a formar parte de la misma estructura de la relación

Familiaridad. Del latín *familiarĭtas*, - *ātis*, la familiaridad se refiere a la "sencillez y confianza en el trato" y al "contacto habitual o conocimiento profundo" (RAE, 2007) de alguien, de algo o de cierta situación en particular.

En el caso de la relación entre el consumidor y su tienda, la familiaridad consigue reducir la incertidumbre y simplificar las relaciones con los demás mediante la generación de una estructura de conocimiento que favorece el nivel de autoconfianza en las decisiones relacionadas con la tienda. Esto tiene un claro impacto en la frecuencia con la que la gente va a la tienda y se traduce en una lealtad duradera que se percibe de la siguiente manera:

> A mí siempre me ha gustado frecuentar las tiendas, porque uno se siente en familia... con la gente que lo rodea (Informante Manizales, estrato bajo).
>
> (...) porque ya somos como vecinos: el tendero, nosotros y mi familia (Informante Valledupar, estrato alto).

Como parte de esta familiaridad entre consumidores y tenderos aparece la "amistad":

> (...) somos amigos, por conveniencia, cercanía y por la costumbre de comprar en la misma tienda (Informante Barranquilla, estrato alto).

Los grados de familiaridad entre consumidores y tenderos son tan altos y profundos que parece que existiesen lazos de consanguinidad entre ellos, aunque en muchas ocasiones los tenderos desconocen el nombre real de sus clientes. Para su identificación, utilizan alias y formas familiares. Con ellos consigue, mediante asociaciones mentales, conocer los gustos, deseos, necesidades y preferencias de todos aquellos con los que trata de forma permanente. Expresiones como "la señora del carro rojo", "el señor que trabaja en el banco...", "el chico que estudia ingeniería", "el cachaco", "el corroncho", "el mono", "el cabellón" (...).

Y es a través de esta particular forma de interacción social y humana que el tendero diseña e implementa su propio marketing relacional, similar al propuesto por Vavra (1995) a través del cual consigue mantener clientes eternos, de por vida.

Tradición. En el contexto de todo lo que una generación hereda de lo que le precede y, considerándolo valioso, lo toma para sí reproduciéndolo de la manera más fidedigna posible. La presencia histórica y ancestral de las tiendas en la vida de una comunidad ha contribuido a forjar y dar sentido a las relaciones entre consumidores y tenderos. La tradición en el sentido de "costumbre... conservada en un pueblo por transmisión de padres a hijos" (RAE, 2007) ha sido otra de las características de las relaciones que perduran en el ámbito vecinal.

Las evidencias demuestran la forma en que las personas heredan el hábito de ir a la tienda desde sus primeros años, transmitido por sus propios padres o por los adultos responsables de su cuidado:

> Bueno... a las tiendas ya que tengo uso de razón (Informante Barranquilla, estrato alto).

Es por la larga tradición -del latín *traditio*- de contacto permanente con las tiendas insertadas en el tejido social de toda la comunidad que estas aparecen por todas partes. Se pueden encontrar varias tiendas no solo en el mismo barrio, sino en la misma acera, en la misma calle. Todas ellas comparten el barrio, participan en la vida social de la comunidad, construyen el tejido social y contribuyen a la

consolidación de la sociedad. Los consumidores de todo tipo lo reconocen no solo por lo que dicen, sino por lo que hacen en su vida cotidiana.

La "costumbre" de visitar al tendero de confianza se ha convertido en una tradición de consumo:

> Voy a esta tienda por la mayor confianza que tengo con el tendero, ya que toda mi vida he comprado allí (Informante Barranquilla, estrato medio).

Esta inveterada costumbre de no solo "ir a la tienda" sino de saber que la tienda está a la vuelta de la esquina, en la misma acera, en el barrio, en la comunidad, ha hecho que generaciones enteras de colombianos se hayan educado con la imagen de su tienda como parte del inventario social de instituciones sin las cuales la vida en comunidad no sería la misma. La tienda ha estado, está y seguramente seguirá estando, a juzgar por lo demostrado por todos los informantes consultados, observados y analizados

CONCLUSIÓN

Como eje central de los resultados descubrimos la proximidad -en sus diferentes manifestaciones-, entre consumidores y tenderos. A través de esta proximidad, se reafirma que la tienda es un espacio de reforzamiento cultural del consumidor a partir de lo que la ella es y significa -definición ontológica-, de lo que hace -definición funcional-, y de lo que le espera en el futuro -definición genética- (Le Boulch, 2001).

Alrededor de la tienda se han tejido redes sociales formadas por consumidores y tenderos que solo se definen como identidad colectiva por las relaciones que mantienen entre sí y con los demás. Han surgido vínculos sociales personalizados que se reproducen de generación en generación. Se aprende de los padres y se transmite a los hijos a través de las constantes visitas a la tienda. Estos lazos son tan fuertes que la intensidad de las distintas relaciones que se establecen ha dado

lugar a la idea de vecinos relevantes, considerados como actores que influyen en las acciones de los individuos.

Contrario de los que ven al consumidor como un ser manipulable y de fácil fidelización, en esta investigación se ha detectado que el consumidor colombiano tiene conocimientos que son significativos para la tienda. Por lo tanto, es necesario aprender de él y no solo de él, de su entorno de consumo, de sus experiencias, de sus sensaciones. Este enfoque de la realidad del mercado toma como punto de análisis lo que experimenta el consumidor y no la satisfacción episódica de sus necesidades. La tienda como espacio comercial, por ejemplo, es entonces un lugar de experiencias (Curbatov, 2003), donde el consumidor no tiene simplemente que ser atendido o participar en el proceso que se pone a su disposición, sino aportar ciertas capacidades que posee para la co-construcción de la misma oferta.

La tienda es entonces un lugar donde se refuerzan y reproducen los vínculos sociales, donde se realizan transacciones comerciales, donde se ríe, donde los valores se materializan, donde se ponen en juego las creencias, donde se demuestra la familiaridad y la confianza entre consumidores y tenderos. La conducta de los consumidores y de los tenderos en la tienda es un refuerzo cultural (Hamblin y Miller, 1976). En la tienda de barrio se transforman los estímulos que en la vida cotidiana se reciben a través de diferentes dimensiones de proximidad en el tiempo y con una frecuencia determinada recurriendo a la simbolización (Gotzens, 1997).

REFERENCIAS

Acevedo, C. (2005). *Creencias y Valores de la Tienda Tradicional en Barranquilla*. Universidad del Norte.

Andreasen, A.R. (Ed.). (1972). *Improving Inner-City Marketing*. AMA.

Arnould E. J. y Thompson C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research, 31*, 868-882.

Badot, O., Carrier, C., Cova, B., Desjeux, D. y Filser, M. (2009). L'ethnomarketing : un élargissement de la recherche en comportement du consommateur à l'ethnologie. *Recherche et Applications en Marketing, 4*(1), 93-111.

Belk, R.W., Sherry J.F.Jr. y Wallendorf, M. (1988). A Naturalistic Inquiry into Buyer and Seller Behavior at a Swap Meet. *Journal of Consumer Research, 14*, 449-70.

Bergadaà, M. (2006). Une stratégie de recherche constructiviste appliquée aux services culturels : l'exemple du Musée Olympique, de son concept et de ses profils types de visiteurs. *Recherche et Application en Marketing*, *21*(3), 24.

Bergadaà, M. y Del Bucchia, C. (2009). La recherche de proximité par le client dans le secteur de la grande consommation alimentaire. Revue Management et Avenir, *21*(1), 121-135.

Bouchard, G. (2003). *Raison et contradiction. Le mythe au secours de la pensée*. Nota bene; Céfan.

Colmenares, G. (1989). La economía y las sociedades coloniales 1550-1800. Editorial Planeta.

Corbin, J. y Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications. USA.

Curbatov O. (2003). *L'intégration du consommateur par le Knowledge Marketing: conception, production et consommation d'un produit personnel* [Thèse de doctorat, université de Nice-Sophia Antipolis]. http://www.villegrasse.fr/tourisme/web_parf. htm

Dampérat, M., Drago, Ph. y Larivet, S. (2002). *Vendre l'expérience d'un autre moi*. Décisions Marketing.

Denzin N. (1989). *Interpretive interactionism. Applied Social Research Methods Series*. (Vol. 16.). Sage Publications.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE). (2006). *Indicar nombre del documento.* Departamento Administrativo de Estadística de Colombia.

Desjeux D. (1990), L'ethnomarketing. Un nouveau souffle pour les études de comportement des consommateurs. *Sciences Humaines, 1*, 38-39.

Douglas, M. y Isherwood, B. (1979). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. Norton.

Glaser, B.G. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Sociology Press

Glaser, B.G. y Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine.

Goldman, A. (1974). Outreach of consumers and the modernization of food retailing in developing countries. *Journal of Marketing, 38*(4), 7-16.

Gotzens, C. (1997). La disciplina escolar. ICE Universitat Barcelona. *Cuadernos de Educación*. Editorial Horsori.

Goulding, Ch. (1998) Grounded theory: the missing methodology on the interpretivist agenda. *Qualitative Market Research*, *1*(1), 50.

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory, 1,* 201-233.

Grossetti, M. (1998). *La proximité en sociologie: une réflexion à partir des systèmes locaux d'innovation, in Approches multiformes de la proximité.* Hermès.

Guillemette, F. (2006). L'approche de la Grounded Theory; pour innover? *Recherches qualitatives, 26*(1), 32-50

Hamblin, R. y Miller, J. (1976). Reinforcement and the origin, rate and extent of cultural diffusion. *Social Forces, 54*(4), 743-759.

Herreros, F. (2004). ¿Por qué confiar? Formas de creación de confianza social. *Revista Mexicana de Sociología, 66*(4), 605-626.

Holloway, I. y Wheeler, S. (2002). *Qualitative Research in Nursing*. (2.e ed.). Blackwell.

Hutchinson, S.A. y Wilson, H. S. (2001). Grounded Theory: The method. En Dans Munhall, P. L. (Ed.), Nursing Research: A Qualitative Perspective (3.e éd.) (pp.209-243). Jones & Bartlett.

Ibrahim, M. y Wee, Ch. (2002). Determinants of entertaining shopping experiences and their link to consumer behaviour. Case studies of shopping centres in Singapore. *Journal of Retail & Leisure Property*, *2*, 338-352.

Le Boulch, J. (2001). *Approche systémique de la proximité définition et discussion*. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00140280/document

Levi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology, Trans- C.Jacobson and B.G Schoepf.* Basic Books.

Lincoln, Y. S. y Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry.* Sage.

Londoño, E. y Navas, M. (2005). Canal tradicional en Colombia. Tiendas de barrio. En G. Calderón Hernández y G.A. Castaño Duque, *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y resultados* (pp. 601-622). Universidad Nacional de Colombia.

Miles M. y Huberman, M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. De Boeck Université Éditions.

Morse, J.M. y Richards, L. (2002). *Readme first*. Sage

Norton, L. (1999). The philosophical bases of grounded theory and their implications for research practice. *Nurse Researcher, 7*(1), 31-43.

Páramo, D. (2005). Ethnomarketing, the cultural dimension of marketing. *Revista Pensamiento & Gestión*, (18), 177-206.

Páramo, D. y Acevedo, Ch. (2005). *Valores culturales, creencias y orientaciñn temporal de los consumidores de la tienda barranquillera* [ponencia]. Encuentro Nacional de Investigadores en Administración, Cali, Colombia.

Páramo, D. (2009). *Le commerce traditionnel colombien: Un espace de renforcement culturel pour les consommateurs.* [doctoral tesis, Université De Genéve. Swiss].

Páramo, D., Contreras, M. y Arenas, J. (2009). *El canal tradicional en Barranquilla. Origen y evolución*. Asaba Editores.

Páramo, D. y Deza, G. (2017) Popular businesses model located inside a retail market in Chiclayo, Peru: Moshoqueque Market Case. En. L. J. Sánchez y L. Gómez (Eds.), *Evolving Entrepreneurial Strategies for Self-Sustainability in Vulnerable American Communities* (pp. 231-249). IGI International.

Páramo, D. y Ramírez, E. (2017). *Etnomarketing, la dimensión cultural del marketing*. Klasse Editorial.

Páramo, D. (2020) Investigación cualitativa: una aproximación básica. En D. Páramo, Sh. Campo, y L. Maestre (Comp.), *Métodos de investigación cualitativa. Fundamentos y aplicaciones* (pp. 17-48). Editorial Unimagdalena.

Páramo, D. y Contreras, M. (2020). La teoría fundamentada (The grounded theory). En D. Páramo, Sh. Campo, y L. Maestre (Comp.), *Métodos de investigación cualitativa. Fundamentos y aplicaciones* (pp. 251-295). Editorial Unimagdalena.

Pike, K. (1954). *Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior*. (Vol. 1). Institute of Linguistics.

Pinilla, O. y González, G. (2004). *Estudio comparativo de las características del merchandising aplicado la tienda tradicional de Barranquilla en estratos 2 y 5* [trabajo de especialización, Universidad del Norte

Ramírez, O. y Pachón, A. (2004). *Una forma para entender la ciudad. Relaciones sociales y prácticas culturales en tres escenarios de mercado*. Editorial Universidad Surcolombiana.

Rojas, D. Rivas, P. y Rojas, Z. (2004). *Diagnóstico del sector comercio en Colombia y la situación de los trabajadores*. Uniaméricas.

Rojas, L. y Guerrero, J. (1999). *Marketing para tiendas*. Ed. Norma.

Sewell, W. (1992). A theory of structure: duality, agency, and transformation. *American Journal of Sociology*, *98*(1), 1-29.

Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer. *Journal of Consumer Research, 21*(3), 491-503.

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B (2004). *Fundamentos de marketing*. Mc Graw Hill.

Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientist*. Cambridge University Press.

Triana, G. (1989). *La cultura popular en Colombia*. Planeta.

Van Heffen, O. y Klok, P. (2003). Cultural theory revised: Only five cultures or more. *Contemporary Political Theory, 2*, 289-306.

Vavra. T. (1995). *After-marketing: how to keep customers for life through relationship marketing*. Irwin Professional Publishing.

Venkatesh, A. (1995). Etnoconsumerism: A new paradigm to study cultural and cross- cultural consumer behavior". En J.A. Costa y G. Bamossy (Eds.), *Marketing in a multicultural world* (pp. 26-67). Sage Publications

Yin, R.K. (2008). *Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods.* Sage Publications Incorporated.

Zeithmal, V., Berry, L., y Parasuraman, A. (1993). The Nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science, 21*(1), 1-12.

3.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA GANADERÍA DOBLE PROPÓSITO EN FLORENCIA, CAQUETÁ

Hernán Javier Baracaldo Valencia[11], Víctor Alfonso Lara Andrade[12]

RESUMEN

El presente estudio es una investigación cuyo objetivo es identificar y analizar las capacidades competitivas, al igual que la política pública del subsector de la ganadería de doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá, para lo cual se identificaron, definieron y analizaron, las capacidades competitivas del sector, agrupándose en cuatro niveles sectoriales: Micro, Macro, Meso y Meta (Esser et al., 1996). La investigación planteó cuatro fases de estudio: la primera o Fase Previa, en la cual se realizó un análisis del contexto de la investigación y un amplio desarrollo de los fundamentos teóricos. La segunda o Fase de Diseño y Aplicación de Instrumentos, donde se procede a aplicar el diseño de la investigación desde el enfoque metodológico mixto. La tercera o Fase de Análisis de la Información, donde se estudian los resultados recolectados de las unidades productivas ganaderas. La cuarta o Fase aplica la Matriz IGO para luego presentar las conclusiones del estudio. Se logró identificar que en los retos competitivos en el nivel analítico MICRO, MESO y META, todas las capacidades propuestas en el estudio cuentan con alta importancia, pero baja gobernabilidad, convirtiéndolas en retos en el mediano o largo plazo. El estudio plantea una propuesta metodológica para el análisis de la competitividad sistémica del sector ganadero a través de la identificación de veinticuatro (24) capacidades.

Palabras clave: competitividad, ganadería, institucionalidad, capacidades.

[11]Magister en Administración. Asesor independiente sector agropecuario, h.baracaldo@udla.edu.co

[12]Magister en Administración, Especialista en Planeación y Finanzas Territoriales del Programa de Gobernabilidad Responsable de USAID, v.lara@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

En Colombia, la ganadería, además de ser un importante reglón de la economía, es la actividad que ocupa mayoritariamente la frontera agropecuaria y tiende a continuar creciendo a costas de los bosques y la agricultura. Respecto del inventario bovino, en Colombia no hay un dato exacto, pero se estiman 26 millones de cabezas, que aportan 44,6 % del PIB pecuario, que a su vez es el 9,2 % del PIB nacional. El modelo de producción y el sistema ganadero requieren prioritariamente un cambio en aspectos sociales y ambientales (Murgueitio, 2012).

Es posible afirmar que a través de la historia la ganadería colombiana ha tenido una importante evolución, gracias al esfuerzo gremial de la Federación Colombiana de Ganaderos (FEDEGAN), lo que ha significado avances en investigación, condiciones sanitarias, trasferencia de tecnologías y mejoramiento de procesos, sin embargo, el mundo se mueve a un ritmo acelerado y pareciera que las actuales condiciones y características del ganadero del país limitan su capacidad para competir en el mundo globalizado, lo que supone una serie de retos para la ganadería colombiana.

El país le apunta a fortalecer su capacidad ganadera y a empezar a ganar realmente nuevos mercados, aun cuando en Colombia puede evidenciarse una riqueza basada en la posesión de ventajas comparativas de alto valor (tradición ganadera, fuerza del gremio, tierras, avances en genética); también existen grandes dificultades para el sector como la falta de educación básica para fundamentar la transferencia tecnológica, insuficiencia de la infraestructura rural y bajo nivel de organización empresarial, formalidad y acceso al crédito, por lo que se hace cada vez más importante la efectiva presencia del estado, que permita generar procesos de desarrollos reales y que faciliten una evolución integral de la ganadería, pues no basta el esfuerzo del sector privado.

Con referencia al Plan de Desarrollo Municipal de Florencia, el sector agropecuario para el municipio ha sido tradicionalmente uno de los principales renglones productivos, señalando que existen alrededor de 3.350 familias de

pequeños y medianos productores rurales, de los cuales en el anterior cuatrienio se realizó la atención del 6.33 % de esta población con los diferentes programas. No obstante, el crecimiento del sector ha estado por debajo de su nivel potencial y rezagado en comparación con el resto de la economía. Entre los grandes problemas a superar están la baja competitividad, la limitada infraestructura para transportar y comercializar los productos agropecuarios, el uso ineficiente de los factores de producción (tierra y agua), la escasa innovación en los sistemas productivos y la baja productividad de la mano de obra rural.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2017) el escalafón de competitividad departamental para Colombia en el año 2017, el Caquetá y su capital Florencia presentan un panorama poco alentador de los caracteres analizados: fortaleza económica, colero; infraestructura y logística, bajo; bienestar social y capital humano, medio; ciencia, tecnología e innovación, colero; instituciones y gestión pública, medio bajo; dando como resultado general, baja competitividad del departamento y sus municipios.

Los efectos de esta problemática son múltiples, entre los que más se destaca el bajo nivel de ingresos de los trabajadores campesinos. Por lo anterior, es importante impulsar en el sector agropecuario la generación de valor agregado a los productos con el fin de aprovechar las potencialidades del encadenamiento productivo a través de centros de transformación de la materia prima y sus derivados. Además, referente a la seguridad y soberanía alimentaria, el municipio presenta alta dependencia de alimentos externos, debido a la baja producción agropecuaria y a la mejor calidad de los productos que se comercializan en los mercados del interior del país, donde alcanzan mejores rendimientos económicos.

Este estudio aborda desde la perspectiva local las características del ganadero municipal, sus capacidades, sus retos y la incidencia de la política pública al sector, analizada desde los planes de desarrollo nacional y subnacionales, permitiendo un paneo de las capacidades competitivas del subsector de la ganadería de doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá, para propender su análisis específico.

OBJETIVO

Identificar los retos que debe afrontar la ganadería de doble propósito del municipio de Florencia, Caquetá, para el desarrollo de su competitividad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se desarrolló una investigación de tipo descriptivo debido a que se pretende identificar propiedades, características y perfiles de los sujetos u objetos de análisis (Hernández Sampieri et al., 2014), con corte transversal para identificar las condiciones actuales de la población objetivo y la prevalencia de dichas condiciones a través de la prospectiva. Se enmarca en el enfoque metodológico mixto, lo que permite conjugar los enfoques de tipo cualitativo y cuantitativo, al igual que el aporte de información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

Las características que presenta este trabajo de investigación son de tipo básico, ya que se parte de un marco teórico que en este caso hace referencia a las capacidades competitivas del subsector de la ganadería orientada a la producción del doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá. A lo largo de este trabajo se hace alusión a la argumentación teórica contemplada inicialmente, pretendiendo ampliar y profundizar el conocimiento existente acerca de la realidad competitiva del subsector de la ganadería de doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá (Carrasco Díaz, 2006).

Para la población objetivo de estudio, según Arias (2012), es el conjunto “finito”, (para el presente caso) que evidencia elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. El Universo del presente trabajo tiene como referencia el número de unidades productivas dedicadas a la ganadería en el departamento del Caquetá que, de acuerdo con Torrijos y Eslava (2018), es de 16.802 predios. Del mismo modo, la población tenida en cuenta es de 1.159 predios dedicados a producción bovina en el municipio de Florencia. Para Otzen y Manterola (2017), la muestra como subconjunto de una población objetivo plantea que la técnica de muestreo no

probabilístico, intencional, permitiría elegir casos característicos de una población limitando la muestra. Por tanto, este estudio se realizará con el Comité Municipal de Ganaderos de Florencia, como organismo de análisis que agremia a los ganaderos del municipio de Florencia. El Comité Municipal de Ganaderos de Florencia es una entidad sin ánimo de lucro, con NIT 900057860-8, con domicilio en el municipio de Florencia, departamento del Caquetá, con dirección Calle 19 #10-89. Organización solidaria, creada bajo el Acta 01 del 08 de noviembre de 2005 en la Asamblea de Asociados e inscrita en Cámara de Comercio bajo el número 3645 del Libro 1 del Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro, el día 24 de noviembre de 2005.

El grupo de enfoque con el que se adelantó el presente trabajo de investigación es el de ganaderos asociados en el Comité Municipal de Ganaderos de Florencia, en el departamento del Caquetá, Colombia. Entidad que cuenta con 25 asociados agremiados a esta organización solidaria, dedicados a la ganadería orientada a la producción del doble propósito, según el Acta de Asamblea General de Constitución del día 08 de noviembre de 2005, que desarrollan esta actividad productiva en el municipio de Florencia, departamento del Caquetá, Colombia, como organización regional de carácter gremial, de primer grado, de derecho privado, sin ánimo de lucro. Resulta importante aclarar que, una vez inmersos en el desarrollo de la investigación, solo fue posible desarrollar los instrumentos de investigación con 23 socios, puesto que dos de ellos han fallecido.

El presente trabajo de investigación se orienta de acuerdo con el concepto de competitividad sistémica planteado por Esser et al., (1996), en el cual los autores afirman que la competitividad industrial es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional. Bajo este precepto la capacidad competitiva de los sectores industriales y organizacionales surge de la interacción de capacidades internas de la empresa, sumadas a las capacidades de cooperación entre organizaciones horizontales y verticales, como también a las capacidades ofrecidas por el mismo Estado y sus patrones socioculturales que se someten a unas condiciones macroeconómicas,

identificándose así cuatro factores sectoriales de análisis que determinan la competitividad de un sector productivo.

Para cada nivel sectorial se identificó un grupo de capacidades que contribuirían a la competitividad del sector desde lo planteado por el IICA, FAO y SAAVEDRA, y desde las experiencias del grupo investigador, analizadas desde la Matriz de IGO.

Delimitación de la investigación. El trabajo de investigación se realizó en el municipio de Florencia, departamento del Caquetá, Colombia.

Diseño de instrumentos. Para el desarrollo metodológico del presente trabajo de investigación y de acuerdo con los objetivos planteados para el mismo se desarrolló inicialmente una revisión documental basado en fuentes primarias, las cuales fueron utilizadas de manera selectiva con el propósito de reunir información para la identificación del problema y la construcción de su marco teórico. Otras técnicas que permitirá la recolección de información y que permitirán alcanzar los objetivos son:

Encuesta. Los autores definen a la encuesta como una técnica que emplea procedimientos estandarizados de investigación, para recoger y analizar datos de una muestra representativa de población, para explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características" (Casas et al., 2003). La implementación de esta técnica permitirá identificar las prácticas empresariales predominantes en la empresa ganadera orientada a la producción del doble propósito, permitiendo conocer directamente de la fuente los aspectos relacionados con las variables en sus diferentes niveles, planteados por la Competitividad Sistémica (formación del propietario de la empresa y su experiencia en el agro, negocio ganadero relacionado con la gestión y administración empresarial, producción empresarial y la gestión de la innovación).

A través de esta matriz se busca identificar las categorías y capacidades de mayor relevancia para el objeto de estudio, de forma tal que, a través de la validación de expertos, pueda definirse y filtrase solo aquellas que se abordan en la investigación, lo que permitirá la pertinencia de esta.

Matriz de importancia y gobernabilidad – IGO. A través de esta matriz IGO (Mojica, 2006), que involucra criterios de importancia y gobernabilidad de las capacidades analizadas, permitirá abordarlas a partir de la:

Definición de las categorías y las tres capacidades de mayor relevancia que soporta el desarrollo competitivo de la ganadería de doble propósito.

Identificación de los retos competitivos a los que se enfrentará la ganadería de doble propósito del municipio de Florencia, Caquetá.

De tal forma que permitirá determinar los objetivos y priorizar las acciones que se deben adelantar para alcanzarlos, todo a través de la validación de expertos que posibiliten el definir y filtrar aquellas capacidades que se abordan en la investigación, lo que permitirá la pertinencia de la misma.

Según Mojica (2008), importancia y gobernabilidad nos permite priorizar las acciones según su grado de pertinencia con los objetivos, pero, además, nos indica el grado de control o de dominio que la empresa u organización tiene sobre cada una de ellas.

Análisis de Información. Según Hernández Sampieri (2014), luego de codificar y depurar los datos, estos se transfieren a la matriz para su análisis. En esta investigación el limpiado de datos implica el vaciado, relación, síntesis y agrupamiento de la información obtenida. Se pretende identificar y clasificar los datos obtenidos por cada uno de los instrumentos utilizados respecto a las categorías y objetivos establecidos. Una vez realizadas estas actividades se realizan la triangulación y comprobación de participantes. Posteriormente, se realizan las conclusiones y las nuevas perspectivas y líneas de futuro referente a la investigación.

RESULTADOS

Los RETOS, calificados por los expertos ganaderos como de alta importancia, pero menor gobernabilidad. Lo que significa que dicha capacidad, a pesar de ser

de vital importancia para el desarrollo del subsector, no se cuenta con un control o gobernabilidad por parte del mismo subsector, convirtiéndose, de esta manera, en RETOS para ganaderos y agremiaciones que deben encaminar acciones para poder lograr un mayor control sobre dichas capacidades.

Es de resaltar que en el nivel analítico MICRO existen tres capacidades: capacidad de crear estrategias empresariales, capacidad de crear y participar en redes de cooperación, y capacidad de gestión de Mercados – Comercialización, de las doce planteadas en el estudio para este nivel sectorial que se convierten en retos que debe afrontar el subsector en el mediano y largo plazo. Mientras que para los niveles analíticos Macro, Meso y Meta, todas las capacidades propuestas en el estudio fueron calificadas de alta importancia, pero baja gobernabilidad, ubicándolas como retos, mostrando así una baja interacción entre los niveles sectoriales MICRO, MACRO, MESO y META, para el desarrollo de la competitividad en el subsector de la ganadería de Florencia, Caquetá.

Los resultados de las capacidades RETO se presentarán de acuerdo con los cuatro niveles analíticos planteados por la competitividad sistémica y la priorización de las capacidades obtenidas por la Matriz de Importancia y Gobernabilidad – IGO, que las ubicó en el cuadrante 2 de alta importancia y baja gobernabilidad. Dichas capacidades fueron contrastadas con revisión bibliográfica para develar su importancia y aplicabilidad en los diferentes modelos de gestión ganadera tanto a nivel de la organización como de las diferentes agremiaciones existentes en el municipio de Florencia, Caquetá.

Retos Capacidades Micro. Existen doce capacidades que componen el Nivel Analítico Micro, de las cuales tres se ubican en el cuadrante 2, de muy importantes, pero con baja gobernabilidad: capacidad de crear estrategias empresariales, capacidad de crear y participar en redes de cooperación, y capacidad de gestión de mercados. En las capacidades catalogadas como retos se observa una puntuación promedio de las tres capacidades reto que obtuvieron un 3,2 en importancia y son definidas en la escala de calificación como

IMPORTANTES, mientras que la gobernabilidad en promedio para las capacidades fue calificada con 2, determinándola dentro de la escala como MODERADA.

Capacidad de crear Estrategias Empresariales. Esta capacidad tiene que ver con la OPORTUNIDAD que tiene el productor en su unidad productiva para enfrentar exitosamente la competitividad en el sector pecuario: costos, diferenciación de producto o de enfoque, que permitan su sostenibilidad desde los objetivos (teleología) de la unidad productiva. La capacidad de crear estrategias empresariales calificada bajo los criterios de importancia y gobernabilidad con 3 y 2, respectivamente; ubicando la acción en el plano, con un grado de Importancia, denominado como IMPORTANTE, pero con una gobernabilidad determinada como DÉBIL, de acuerdo con su calificación, convirtiéndola en reto a analizar para enfrentar escenarios futuros del sector de la ganadería de doble propósito, con el fin de fortalecer la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo sectorial. Bajo esta situación se han identificado una serie de cambios que debe asumir el sector agropecuario nacional y mundial.

En referencia a la diferenciación de productos y procesos de sostenibilidad, desde los propios objetivos propuestos por la unidad productiva, la OCDE - FAO (2017) ha priorizado que el sector agrícola (al cual pertenece el subsector de la ganadería) tiene como reto mundial garantizar el acceso a alimentos seguros, saludables y nutritivos a una población mundial en crecimiento para utilizar los recursos naturales de manera más sostenible y así contribuir a la adaptación al cambio climático y mitigación de sus efectos; asegurando que productos agrícolas producidos al igual que toda su cadena productiva cuenten con su respectiva calidad, trazabilidad e inocuidad, bajo modelos sostenibles, siendo este el marco para la producción de alimentos en el mundo.

En este mismo sentido, la Federación Nacional de Ganaderos (FEDEGAN) (2006) plantea en su Plan Estratégico de la Ganadería Colombiana – PEGA 2019 que uno de sus pilares estratégicos como sector está encaminado al mejoramiento de la productividad, al igual que a iniciar procesos de empresarización, donde la

sostenibilidad se constituye como eje transversal del proceso de transformación o reconversión del sector ganadero nacional a través de la certificación de las unidades productivas en Buenas Prácticas Ganaderas - BPG, como proceso de mejora continua de las unidades productivas que se pueden alternar con otras certificaciones internacionales, que les permitiría insertarse a la cadena de valor y abrir las puertas de otros mercados.

Capacidad de crear y participar en redes de cooperación: tecnológicas, logística, empresarial, Interacción de proveedores y productores (alianzas estratégicas y encadenamientos). Aquí se precisa sobre la OPORTUNIDAD que tiene el productor en su unidad productiva de organizar y hacer parte de iniciativas (proyectos, programas, planes) que permitan integrar los factores (Suelo, Planta, animal, trabajo, medio ambiente) de producción de ganaderos de la región, en pro del desarrollo de encadenamientos productivos. La capacidad de crear y participar en redes de cooperación, la cual, bajo criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 2, respectivamente, ubicando la capacidad en el plano de los retos, donde la importancia se catalogó como IMPORTANTE, mientras que la gobernabilidad se ordenó como DEBIL, de acuerdo con su respectiva calificación. Este reto debe ser analizado y valorado para poder conocer su aporte frente a las exigencias del sector en escenarios futuros, con el fin de fortalecer la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo sectorial.

La cooperación como factor dinámico que facilita la interacción entre los diferentes agentes del mercado contribuye a la evolución del proceso productivo y la resolución de sus problemas. Es así como Arras Vota et al., (2010) identifican que la principal estrategia empresarial para la inserción de las unidades productivas en la cadena de valor es el trabajo formalizado a través de sociedades de producción, donde la mejora continua, y la diversificación de productos y procesos, ofrecen un valor agregado, lo que les permite participar de manera competitiva tras la eliminación de los altos costos de intermediación y permitiendo un posicionamiento en el mercado. De esta manera, las sociedades de producción integradas les permiten negociar un mayor apoyo financiero, capitalizando un

reconocimiento a los productos y a la misma organización a través de la asociación comunitaria, permitiendo construir un capital social a partir de una red de relaciones de mutua aceptación.

Asimismo, Suárez Pineda y Suárez Pineda (2017) comentan que la red implica apuestas colectivas para alcanzar como grupo el escenario que individualmente no es posible, y que en ella el aprendizaje organizacional es un activo de primer orden. Tal aprendizaje tiene como punto de partida el conocimiento individual de los integrantes. En síntesis, los pequeños y medianos productores del doble propósito deben abandonar su posición individual y migrar a redes o asociaciones productivas, donde, inicialmente, se aportan el conocimiento particular, para ser transformado en un aprendizaje asociativo por medio de la nueva sociedad de producción, bajo este esfuerzo colaborativo.

Respecto a las apuestas colectivas y colaborativas, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) presenta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con el objeto de fortalecer la paz y la libertad universal. Presentan 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con sus respectivas 169 metas, que se han propuesto como agenda multilateral para el año 2030. Agenda a la que Colombia se ha adherido para adelantar acciones en todos sus frentes. Sin embargo, existen cinco objetivos que estarían relacionados directamente con la producción agrícola y ganadera en Colombia en el contexto del autoconsumo, al igual que como medio de subsistencia, en pro de la sostenibilidad del sector. Para lo que se hace necesario poder articular los ODS y sus pertinentes metas en los planes, programas y proyectos que se adelanten al interior de las organizaciones asociativas.

Capacidad de gestión de Mercados – Comercialización. Esta capacidad está directamente asociada con la OPORTUNIDAD que se tiene en la unidad productiva para explorar los mercados afines a la producción específica y poder elegir su mercado objetivo en el que le interesa participar de acuerdo con sus exigencias. La capacidad de gestión de mercados – comercialización, que, bajo los criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 2,

correspondientemente, ubicando la acción en el plano con un grado Importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad como DÉBIL, de acuerdo con su calificación. Este reto debe ser analizado y valorado para poder conocer las exigencias del sector en escenarios futuros con el fin de fortalecer la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo sectorial. Bajo esta situación se ha identificado una serie de cambios que debe asumir el sector.

FEDEGAN (2006) presenta el mercado como uno de sus objetivos sectoriales en el que se programan acciones estratégicas que permitan conquistar nuevos mercados en los que se busca promover el cambio en la cultura del mercado, pretendiendo aumentar la demanda, inicialmente, en el mercado interno con el aumento del consumo per cápita de carne y leche para, posteriormente, poder llegar a nuevos mercados en el exterior. Para lo que se hace necesario generar una actitud de cambio directamente en la cultura del ganadero y los consumidores que incentive la calidad y la inocuidad de la leche y la carne y que, de esta manera, se articule a las cadenas productivas, trascendiendo a mercados especializados. Adicionalmente, se requiere iniciar procesos de educación y capacitación a los consumidores, buscando aportar la mayor cantidad de información sobre los beneficios nutricionales de estos alimentos.

Las organizaciones multilaterales (OCDE - FAO, 2017) plantean que bajo las perspectivas de oferta y demanda los precios de la mayoría de los productos agrícolas y pesqueros presentarán una reto a la baja en el mediano plazo. Lo que debe motivar la iniciación de procesos de diferenciación. En este sentido, los modelos productivos ganaderos deben incorporar eficiencia y eficacia en sus procesos productivos que le permitan hacer parte del mercado.

Retos de las Capacidades en el Nivel Macro. En relación con las capacidades para este nivel analítico (capacidad de la política comercial, capacidad de la política presupuestal, capacidad de la política fiscal, capacidad de la política de competencia, capacidad de la política cambiaria), se identificó que la totalidad de las capacidades: cinco, se ubicaron en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad, siendo estas: la capacidad de la política comercial, capacidad

de la política presupuestal, capacidad de la política fiscal, capacidad de la política de competencia y capacidad de la política cambiaria. En el nivel macro, las capacidades catalogadas como retos presentaron una calificación promedio de 3,3 en promedio, para un grado de importancia de IMPORTANTE, mientras que la gobernabilidad en promedio con 1,7 fue catalogada como NULA, evidenciando el bajo aporte en temas de competitividad por parte de la actual política macroeconómica al sector agropecuario nacional, a pesar de encontrarnos adelantando procesos de mercado libre.

Capacidad de la política comercial. Particularmente, se refiere a la OPORTUNIDAD que se tiene en la unidad productiva y el sector productivo a través del gobierno para favorecer el comercio (interno y externo) de los insumos (fertilizantes, vacunas) y equipos indispensables para su producción (carne y leche), al igual que su comercialización.

La capacidad de la política comercial, la cual, bajo los criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 1, respectivamente, ubicando la acción en el plano con un grado Importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad NULA, acorde con su calificación. Este reto debe ser tenido en cuenta, ya que los productos agrícolas nacionales deben contar con una protección por parte del Estado como fundamento para el fortalecimiento de la capacidad y el sector en escenarios de mercado libre.

En cuanto a la capacidad de política comercial, Uribe Escobar (2016) manifiesta la influencia que algunos actores gubernamentales ejercen sobre la política comercial nacional. A lo que se le suma la carencia de infraestructura y logística como también las altas medidas no arancelarias (como ocurre con los temas sanitarios de los productos agrícolas), fenómenos que han llevado a afectar la productividad empresarial en Colombia, convirtiéndose esta situación en factor que frena la producción y la exportación de productos no tradicionales, lo que explicaría por qué la economía nacional no ha aprovechado la ventaja de los mercados internacionales.

Se evidencia que para exportar productos nacionales se hace necesario poder importar suficientes materias primas, necesarias en su proceso de producción, y en la medida que en este proceso contribuya a la reducción de costos facilitará la inserción de la economía nacional a mercados internacionales. En este mismo sentido, Gómez et al., (2011), tras analizar el precio pagado por litro de leche en finca en Colombia y al compararlo frente a otros países productores y exportadores del producto, constata que la leche nacional se excede en un 40 % al precio internacional, situación que pone en riesgo la ganadería nacional, requiriendo de un plan estratégico que permita cerrar las brechas sociales y productivas, siendo este uno de los fenómenos que afecta la ganadería, ya que en la actualidad los altos costos de la canasta agropecuaria ganadera se ven impactados por la alta utilización de materias primas importadas para el proceso productivo ganadero, pareciendo que la intención de hacer competitivo el agro colombiano no se encuentra dentro de la agenda gubernamental, para lo que se requiere voluntad gremial y gubernamental para incentivar este tipo de procesos que lleven al aumento de la productividad y competitividad del sector ganadero nacional.

Capacidad de la política presupuestal. Tiene que ver con la OPORTUNIDAD que tiene la unidad productiva y el correspondiente subsector productivo a través del gobierno y su presupuesto para favorecer la actividad económica de la ganadería de doble propósito. La capacidad de la política comercial, mostrando que los criterios de importancia y gobernabilidad se calificaron con 3 y 1, respectivamente, ubicando la acción en el plano con un grado Importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad como NULA en concordancia con su calificación. Este reto permitiría el desarrollo del agro nacional, por tanto, se debe analizar de manera considerable lo que fortalecería la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo del sector sectorial por medio de la inversión del estado para cualificar el sector agropecuario nacional.

El factor presupuestal manejado por las diferentes carteras de gobierno dinamiza la producción, por lo que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2011) establece que en pro de la una política económica y social por parte del Estado se

determina que el presupuesto nacional, como herramienta, permite estimular la producción nacional, buscando satisfacer las necesidades de la sociedad. Situación que estimula la economía directamente a través de la asignación del presupuesto y favoreciendo el gasto público tanto para funcionamiento como para inversión de los organismos del estado, en el que se incluyen el mismo Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y sus organismos descentralizados, presupuesto que viene siendo recortado considerablemente año tras año para dicho ministerio. (Olaya, 2018). En una entrevista hecha por la Revista Dinero (2018), el Ministro de Agricultura, Andrés Valencia Pinzón, manifestó que es incoherente el presupuesto por parte del gobierno anterior, con todos los desafíos que se tenían en materia agraria haciendo referencia a los $3 billones presupuestados para el año fiscal 2019, para, posteriormente, a través de Revista Dinero (2018) informar que "el sector agropecuario contará con un presupuesto total de $2,41 billones en 2019", atendiendo dos programas, el de financiamiento (Incentivo a la capitalización rural – ICR, Línea especial de créditos y el Fondo de solidaridad agropecuaria – FONSA), que cuenta con el presupuesto administrado por el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario – FINAGRO, donde para el autor representa el 66 % del total del presupuesto de inversión gubernamental para el sector agropecuario nacional para el año 2019, representados en unos $476.803 millones; mientras que para el programa de fomento a la vivienda rural se asignarán unos $228.000 millones, y para infraestructura de distritos de riego (construcción, adecuación y mantenimiento) contará con un presupuesto de $100.000, basando el apoyo al agro, principalmente, en beneficios crediticios de la banca de segundo nivel.

El Senado (1993a), a través de la Ley 89 de 1993, creó la Cuota de Fomento Ganadero y Lechero –CFGL– como contribución parafiscal, equivalente al 50 % del valor de venta del litro de leche y al 50 % de un Salario Diario Legal Vigente por cabeza de ganado sacrificada e igualmente se crea la cuenta especial "Fondo Nacional del Ganado", como ente encargado de la administración de los recursos parafiscales cuenta que hoy ha sido transformada a Cuenta Nacional de Carne y Leche – CNCL del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR, creada en

el año 2016, modificando el aporte parafiscal del 75 % de un Salario Diario Legal Vigente por cabeza de ganado sacrificada a partir de enero de 2017, generando, de esta manera, el presupuesto para el desarrollo ganadero del subsector ganadero nacional.

Capacidad de la política fiscal. Hace referencia a la OPORTUNIDAD que se tiene en la unidad productiva y su correspondiente sector productivo a través del gobierno con tal de favorecer la actividad económica ganadera de doble propósito, en procura de la estabilidad económica del subsector. La capacidad de la política comercial, la cual, bajo los criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 1, respectivamente, ubicando la acción en el plano con un grado importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad como NULA, de acuerdo con su calificación. Este reto que debe ser analizado y valorado para poder conocer las exigencias fiscales del sector en escenarios futuros con el fin de fortalecer la capacidad y por ende el sistema competitivo y productivo sectorial.

En este sentido, el Senado (1993b) crea la Ley 101 de 1993, de Desarrollo Agropecuario y Pesquero, con el objetivo de asegurar el continuo desarrollo de las actividades agropecuarias y en su capítulo V, Artículo 29 reza, “Para los efectos de esta ley son contribuciones parafiscales agropecuarias y pesqueras las que, en casos y condiciones especiales, por razones de interés general, impone la ley a un subsector agropecuario o pesquero determinado para beneficio del mismo.

Donde recursos parafiscales agropecuarios y pesqueros no hacen parte del Presupuesto General de la Nación”. Presupuesto que será administrado por las entidades gremiales con representatividad nacional y que hayan celebrado contrato directamente con el gobierno nacional, como lo estima el Artículo 30. Ingresos Con un destino preciso como lo menciona el Artículo 31, donde los recursos que se generen por medio de contribuciones parafiscales agropecuarias y pesqueras deben ser invertidos en los subsectores agropecuario o pesquero que los suministra.

En esencia, la parafiscalidad para el sector ganadero y otros sectores ha sido creada como mecanismo que debe contribuir al desarrollo del sector, evidenciando la ausencia de Estado en el área rural colombiana, incapaz de contribuir con el desarrollo de los diferentes sectores productivos, convirtiéndose en un mecanismo donde el Estado endosa a los gremios la responsabilidad de desarrollo productivo.

Capacidad de la política de competencia. Se hace referencia a la OPORTUNIDAD que existe en la unidad y su sector productivo para que, a través del gobierno, se impulse la generación de nuevos productos a mejores precios (mercado libre) que beneficien al consumidor, igual que a la actividad económica. La capacidad de la política comercial, la cual, bajo los criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 1, respectivamente, ubicando la acción en el plano con un grado Importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad como NULA o DÉBIL, de acuerdo con su calificación. Este reto debe ser analizado y valorado para poder conocer las exigencias del sector en escenarios futuros con el fin de fortalecer la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo sectorial.

En el escenario de libre competencia Gómez et al., (2011) comentan que en los modelos de desarrollo rural se deben atacar cinco áreas: los temas de competitividad; infraestructura y logística; ampliación de mercados; condiciones de inversión e ingresos; y la reducción de pobreza, que permitan el desarrollo productivo de los diferentes sectores que ante la carencia de estos factores limitaría su accionar. Para la FAO (2004), la política de comercio exterior incentiva o desincentiva la producción nacional o sectorial, debido a la influencia de precios y volúmenes importantes de productos o servicios competidores que llegan al país, afectando la producción nacional. En este sentido, la política comercial ha venido evolucionando desde la guerra de aranceles en 1930 hasta la actual negociación bilateral o multilateral que ha contribuido al desmantelamiento progresivo de las barreras comerciales, reconociéndose que la eliminación de estas barreras arancelarias promueve la solidaridad comercial y estimulan la

infraestructura productiva de un país, en los sectores y productos más competitivos. Siendo los países desarrollados los que han promovido el comercio mundial a través de la regulación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), lo que ha creado serias preocupaciones debido al incremento de las exportaciones de los países desarrollados frente a los países subdesarrollados y, aún más, por las estrictas medidas de protección agrícola que plantean los países desarrollados.

Capacidad de la política cambiaria. Esta capacidad se asocia con OPORTUNIDAD con que se cuenta en la unidad productiva y su sector productivo para que por medio del gobierno se contribuya a conseguir un tipo de cambio adecuado (dólar o euro) a la economía agrícola del país (inflación, exportaciones, importaciones, empleo y crecimiento económico).

La capacidad de la política comercial, bajo los criterios de importancia y gobernabilidad, se calificó con 3 y 1, respectivamente, ubicando la acción en el plano con un grado Importancia como IMPORTANTE y una gobernabilidad como NULA, de acuerdo con su calificación. Este reto debe ser analizado y valorado para poder conocer las exigencias del sector en escenarios futuros, con el fin de fortalecer la capacidad y, por ende, el sistema competitivo y productivo sectorial.

En países en vía de desarrollo como Colombia, el análisis de la política cambiaria debe ser constante debido a su dinámica y volatilidad. De acuerdo con esto, en su documento Gómez Pineda (2006) plantea que los procesos de apertura económica que vive el mundo, incluido Colombia, contribuyen a la movilidad de capitales, lo que favorecería el desarrollo de economías emergentes y generaría, principalmente, dos desafíos importantes, el ingreso de capital tiende a apreciar la tasa de cambio y esta situación tiende a disminuir la inflación en el corto plazo, transitoriamente; en el segundo, la entrada de capital tiende a aumentar el consumo y el producto.

Es así como, ante la presencia de tasas favorables para el mercado, se incrementa la demanda, motivando el crecimiento de la inflación a mediano plazo,

de manera constante. Pero ante las fluctuaciones que presentan las economías, podría ocurrir el fenómeno contrario de fuga de capitales extranjeros, presentando, igualmente, dos posibilidades, la primera estaría relacionada con aprovechar y permitir el descenso de la inflación, mientras que la segunda hace referencia al caso de presentarse una inflación baja a su nivel de largo plazo: se debe favorecer que la tasa de cambio flote y las fugas de capital extranjero dinamicen la actividad económica a través de las exportaciones.

Ante fenómenos económicos como el ingreso de capitales el banco central se decide por la compra de divisas, restringiendo la disponibilidad de las divisas por parte del sector privado, sosteniendo, de esta manera, la tasa de cambio. Pero al presentarse el fenómeno contrario de fuga de capitales extranjeros el banco central saca al mercado las divisas para el sector privado y así buscar evitar la depreciación de la tasa de cambio.

La calificación promedio de las capacidades MACRO define una brecha competitiva de 1,6 puntos, siendo esta la separación existente entre la importancia y el control de las capacidades. Teniendo en cuenta que la escala es de 1 a 4 podría afirmarse que 1,6 puntos representan una brecha competitiva del 53 %, siendo este un impacto negativo al proceso de interacción, generador de la competitividad del subsector productivo de la ganadería doble propósito, desde el nivel analítico MACRO.

Retos de las Capacidades en el Nivel Meso. El Nivel Analítico Meso está compuesto por tres capacidades: Capacidad de Infraestructura material, Capacidad de la Infraestructura de conocimiento, Capacidad Ambiente productivo, donde las tres se ubican en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad. Estas capacidades son: Capacidad de infraestructura material, Capacidad de la infraestructura de conocimiento y Capacidad de ambiente productivo. En el nivel Meso las capacidades catalogadas como retos presentaron una calificación promedio de 3,5 para un grado de importancia de IMPORTANTE, mientras que la gobernabilidad en promedio se calificó con 1,9, para las capacidades fue catalogada como NULA.

Retos de las Capacidades en el Nivel Meta. Para el caso del Nivel Analítico Meta, sus cuatro capacidades también se ubican en su totalidad en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad. Capacidades socioculturales, capacidad escala de valores, capacidad social de organización e integración, y capacidad para la interacción estratégica. En el nivel Meso las capacidades catalogadas como retos presentaron una calificación promedio de 3,3 para posicionarse en una escala de IMPORTANTE, mientras que la gobernabilidad en promedio se calificó con 2.0 para las capacidades ubicadas en la escala como DÉBIL.

CONCLUSIONES

La globalización ha forzado un proceso de reestructuración que involucra al sector de la ganadería y, de forma particular, al subsector de doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá; esto, a su vez, permite dinámicas de aprovechamiento de oportunidades y ventajas competitivas que tiene este sistema de producción ganadera desarrollado en el trópico bajo. En este sentido es posible afirmar que el modelo productivo de la ganadería local no realiza una gestión de la unidad productiva bajo una visión empresarial, lo que evidencia las siguientes características, según la estructura dimensional definida en la encuesta así:

En relación con el productor y sus características se evidenció que las unidades productivas evaluadas son dirigidas especialmente por sus propietarios, donde el 100 % son del sexo masculino, demostrándose, así, una actividad ampliamente patriarcal. Sin embargo, no se puede desconocer la influencia de la mujer dentro de las actividades ganaderas, lo que requiere ser entendido desde el contexto sociocultural del territorio. Un 78 % de dichos propietarios son menores de 55 años de edad, lo que demuestra que hoy el municipio puede contar con una fuerza laboral capaz de ofrecer una estabilidad del agro-negocio y que, además, se puede entender fácilmente el contexto de su región, pues un 83 % es oriundo del departamento del Caquetá. Es importante mencionar que estos han adquirido una

formación académica de educación superior (técnico o tecnólogo, pregrado o posgrado) en un 74 %, demostrando una evolución académica de las personas dedicadas a las actividades ganaderas en el municipio de Florencia, Caquetá. Finalmente, cuentan con una experiencia acumulada superior a los 15 años de estar trabajando con ganadería de doble propósito. Capacidades que se deben capitalizar en pro del sector productor de carne y leche de la región. La sumatoria de estas características del productor ganadero del municipio de Florencia, evidencian un gran potencial del sector en el municipio, pues este es capaz de entender las dinámicas de un mundo lleno de cambios, los cuales debe afrontar de forma ágil en función de la competitividad.

Respecto a la unidad productiva se encontró que los predios dedicados a la producción de doble propósito en el municipio de Florencia, Caquetá, que fueron evaluados, indican que el 96 % cuenta con posesión jurídica, lo que implica una gran oportunidad de acceso a crédito y a proyectos institucionales. Desde el punto de vista del equipamiento y la infraestructura destinada a la producción hoy estamos ante un panorama de una ganadería en transición, pues en lo relacionado con la disponibilidad de maquinaria y equipo, al igual que instalaciones e infraestructura orientada a la producción, evidencia que los hatos encuestados han iniciado un proceso de transformación, encontrando que el 61 % está iniciando el proceso de adquisición de maquinaria y equipos, mientras que el 57 % se encuentra iniciando el proceso de construcción de instalaciones e infraestructura.

En cuanto a la infraestructura material se conoce que los predios encuestados cuentan en un 96 % con algún tipo de vías de acceso (nacional, primaria, secundaria o terciaria), y 78 % tienen servicio de energía eléctrica, servicio de vital importancia para el proceso de instalación de equipos para la conservación de los productos. En contraste, se encontró que el 96 % de los predios no cuenta con servicios de acueducto y alcantarillado. El 74 % de los predios cuenta con instituciones educativas que ofertan únicamente la básica primaria, careciendo de instituciones que ofrezcan la educación básica secundaria, la educación media y

de pregrado. El 78 % de los predios no cuentan con instituciones de salud que ofrezcan el servicio a nivel rural. El 70 % de los predios no tiene servicio de transporte público. El 65 % de los predios no cuentan con el servicio de protección ambiental en el área rural, y solo el 57 % de los predios cuentan con servicio de telefonía móvil. El balance de la infraestructura material es deficiente, siendo este un componente que se sale de la capacidad gerencial del productor. Empieza a evidenciarse que la presencia del estado es indispensable para propiciar el desarrollo competitivo del sector.

En cuanto al capital de trabajo con que cuenta la unidad productiva se puede mencionar que, de los hatos encuestados, el 96 % cuenta con mano de obra propia y contratada para el desarrollo de las actividades de la unidad productiva, de otra parte, el 83 % de los predios contrata a una sola persona (con su respectiva familia), con sus debidas prestaciones sociales. Mientras que para labores adicionales, el 52 % de los ganaderos contrata a un solo trabajador temporal. Lo anterior, en el contexto de la ganadería local configura una especie de “Legalización de la ilegalidad laboral”, pues de toda la mano de obra real utilizada en la unidad productiva solo un trabajador cuenta con la respectiva vinculación formal, lo que abre la puerta a riesgos laborales que atentarían eventualmente con el capital de trabajo.

Dentro de los aspectos organizacionales de la producción se evidenció que el 78 % de las ganaderías implementa un solo ordeño, mientras que el 22 % de los hatos ha iniciado la implementación de un doble ordeño. El 70 % adelanta registros técnicos y económicos para la evaluación de la producción (bien sea físicos o electrónicos). Reconociendo que el 74 % de los hatos adquiere sus toros en otro departamento diferente al Caquetá como factor de mejora de la producción. Destacándose de esta manera que el 65 % de los hatos utiliza como método de reproducción tradicional la monta natural, sin desconocer que han venido implementando otros métodos de reproducción. De los elementos definidos en la dimensión del capital de trabajo se prueba la existencia de una verdadera intención del productor que, bajo su capacidad administrativa, ha desarrollado

estrategias aún insipientes y sin los resultados esperados en función del aumento de la producción.

En cuanto a la procedencia financiera de la inversión destinada a la unidad productiva se pudo evidenciar que el 57 % capital es de origen propio y/o familiar, mientras que el 13 % accede a créditos de banca de segundo piso, y el 13 % adquiere créditos de libre inversión, que son destinados, principalmente, en un 78 % a la compra de animales y el 13 % se invierten en la adecuación de tierras. Se resalta de forma particular dos proporciones, la primera es el porcentaje de personas que accede a su capital de trabajo de forma exclusiva con la banca de segundo piso (13 %), y la segunda son los que lo hacen con su propio capital o el familiar (57 %), lo que permite inferir que el sector se impulsa a esfuerzo propio del productor, y que la capacidad institucional es insipiente para proveer verdaderas alternativas para apalancar los procesos de transformación requeridos.

Al abordar la dimensión de procesos tecnológicos se encuentra que las unidades productivas tienen un buen manejo de la salud animal. Se demuestra, entonces, que al interior de las unidades existen los elementos mínimos que dan cuenta del esfuerzo de los ganaderos para garantizar el estatus sanitario de su hato. En ellos, el 74 % cuenta con infraestructura de ordeño que les permite tener un nivel medio y alto en este proceso, sin embargo, como se observó en la dimensión de Aspectos organizacionales de la producción, el 78 % realiza solo un ordeño al día, visibilizando una deficiencia relacionada con la subutilización de la capacidad instalada para este proceso. Otros factores que muestran un avance atribuible al arrojo del ganadero es lo concerniente a la nutrición completa (61 % con esquemas nutricionales robustos) y los sistemas de pastoreo que en el 91 % de los casos han implementado el pastoreo rotacional, situaciones que no impactan en un aumento de la producción, lo que podría obedecer a una subalimentación de los animales y a deficiente manejo de los potreros, respectivamente.

En lo relacionado con la participación en proyectos o alianzas productivas, el 61 % de los encuestados no participa en ninguno, situación considerada crítica, pues es en el proceso de unión y articulación donde se generan avances en los procesos

de desarrollo sectorial. Claro está que esto último puede derivarse también de los deficientes procesos de acompañamiento al productor. Si fijamos la vista en el acompañamiento del estado solo un 8 % lo recibe, y un 82 % manifestó recibir asistencia, en este caso de privados, que por obvias razones es de carácter comercial, lo que sesga la asistencia y no le aporta valor agregado a la unidad, generando en estas unidades una baja capacidad organizacional, producto de ello afrontan situaciones como la inexistencia de procesos de reclutamiento y cuyo criterio dominante es la recomendación en el 96 % de los casos, eludiendo cualquier criterio técnico; y, finalmente, se observa escasez de procesos de capacitación, lo cual es fundamental para la madurez de los procesos productivos.

Se logró identificar que los retos competitivos en el nivel analítico MICRO, relacionadas con las capacidades evaluadas son: capacidad de crear estrategias empresariales, capacidad de crear y participar en redes de cooperación, y capacidad de gestión de Mercados. Mientras que para los niveles analíticos MACRO, MESO y META, todas las capacidades propuestas en el estudio cuentan con alta importancia, pero baja gobernabilidad, convirtiéndolas en retos en el mediano o largo plazo. Adicionalmente, se evidencia una baja interacción entre los niveles sectoriales MICRO, MACRO, MESO y META, para promover el desarrollo competitivo en el subsector de la ganadería de Florencia, Caquetá.

En este sentido, las brechas competitivas para el nivel sectorial macro es del 53 %, mientras que para en nivel sectorial meso es del 50 % y para el nivel sectorial meta es del 43 %, evidenciando así una brecha intersectorial del 45 % para la ganadería de doble propósito del municipio de Florencia, Caquetá, requiriendo de un plan estratégico que permita acciones en procura de su control.

Estas capacidades que hoy están alejadas de la gobernabilidad del productor se convierten, por este motivo, en retos que debe afrontar el sector, pues son las limitantes que impiden un claro desarrollo sectorial, de tal forma que el reto mismo es aumentar su nivel de gobernabilidad en las proporciones que el contexto lo permita, pero es posible hablando, por ejemplo, del nivel MICRO, aumentar la gobernabilidad en lo referente a la gestión en mercados para afrontar a través de

la transformación de productos, la realidad que hoy vive un productor del sometimiento y autoridad de un solo comprador.

REFERENCIAS

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Episteme, C.A.

Arras Vota, A. M., Fierro Murga, L. E., JáquezBalderrama, J. L. y López Díaz, J. C. (2010). Redes De Colaboración, Estrategia Empresarial En La Inserción A Cadenas De Valor. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 215 - 225. http://www.redalyc.org/html/141/14111976007/

Carrasco Díaz, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. (A. J. Paredes Galván, Ed.). San Marcos.

Casas, J., Labrador, J. R. y Campos, J. D. (2003). La encuesta como técnica de Investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento de datos. Acceso a texto completo. *Atención Primaria, 31*(8), 527-538. http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Custionario+y+Estadistica.pdf

CEPAL. (2017). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43156/1/S1800010_es.pdf

FAO. (2004). *Política de desarrollo agrícola conceptos y principios.* Roma: FAO.

http://www.fao.org/docrep/007/y5673s/y5673s0p.htm

Federación Nacional del Ganaderos. (FEDEGAN). (2006). *Plan Estratégico de la Canaderia Colombiana 2019*. https://www.fedegan.org.co/plan-estrategico-de-la-ganaderia-colombiana-2019

Gómez Pineda , J. G. (2006). La política monetaria en Colombia. *Revista del Banco de la República, 79*(940), 23-53.

https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/banrep/article/view/9718/10110

Gómez, H. J., Restrepo, J. C., Nash, J., Valdés, A., Reina, M., Zuluaga, S., . . . Perfetti, J. J. (2011). La Política Comercial del sector Agrícola en Colombia. En J. J. Perfetti, A. Balcázar, A, Hernández y J. Leibovich(Coord), *Política comercial y de competitividad del sector agrícola* (p. 9). Fedesarrollo.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Edication; Interamericana Editores S.A. de C.V.

Hillebrand, W., Messner, D. y Meyer Stamer, J. (1996). *Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política.* http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/059039052.pdf

Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2011). *Aspectos Generales del Proceso presupuestal Colombiano*. (2.ª ed.). https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normograma/Lineamiento%20Ministerio%20de%20Hacienda%20y%20Credito%20P%C3%BAblico.pdfEsser, K.,

Mojica, F. (2006). Concepto y aplicación de la prospectiva estratégica. *Revista Med*, 122 - 131. https://www.redalyc.org/html/910/91014117/

Mojica, F. J. (2008). *Dos modelos de la escuela voluntarista de prospectiva*. Universidad Externado de Colombia.

Murgueitio, E. (2012). Sistemas agroforestales para la producción ganadera en Colombia. *Pastos y Forrajes, 23*(3),1-11.

OCDE - FAO. (2017). *Perspectivas Agrícolas 2017 -2016*. https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/ocde-fao-perspectivas-agricolas-2017-2026_agr_outlook-2017-es

Olaya, M. (2018). *Minagricultura se queja del presupuesto que le asignó para 2019*. https://www.rcnradio.com/economia/minagricultura-se-queja-del-presupuesto-que-se-le-asigno-para-2019

Organización de Naciones Unidas (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible. Asamblea General. 12 de agosto de 2015.* www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/69/L.85.

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology, 35*(1), 227-232. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext

Revista Dinero. (2018). *Gobierno invertirá $1,8 billones para sector agropecuario en 2019*. https://www.dinero.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/inversion-del-gobierno-para-sector-agropecuario-en-2019/264941

Senado de la República de Colombia. (1993a, 10 de diciembre). *Ley 89 de 1993. Por la cual se establece la Cuota de Fomento Ganadero y Lechero y se crea el Fondo Nacional del Ganado.* Diario Oficial No. 41.132. http://www.secretariasenado.gov.co/senado//basedoc/ley_0089_1993.html

Senado de la República de Colombia. (1993b, 23 de diciembre). *Ley 101 de 1993. Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero.* Diario Oficial No. 41.149. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0101_1993.html

Suárez Pineda, M. y Suárez Pineda, L. (2017). El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad, una experiencia en conformación de redes empresariales. *Encuentro, 15*(2), 83-97. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068649

Torrijos , R., Eslava, F. y Beltrán, Y. (2017). *Nueva ganadería de Florencia en cifras 2016*. https://issuu.com/rafaeltorrijos/docs/nueva_ganaderia_florencia_en_cifras

Uribe Escobar, J. D. (2016). La política comercial en Colombia, sus instituciones y los costos de comerciar. *Revista del Banco de la República, 89*(1064), 5-16.

3.3 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN LAS MIPYMES TURÍSTICAS DE CAQUETÁ, COLOMBIA

Jessica Andrea Aragón Correa[13], Vanessa Andrea Corredor Arboleda[14].

RESUMEN

La globalización, congruente con el pensamiento humano, ha evolucionado considerablemente, y con la aparición del internet revolucionó y dio un nuevo sentido a muchas disciplinas, entre ellas el Marketing, de tal manera, la presente investigación posee como objetivo analizar las dinámicas de implementación del Marketing Digital como estrategia de negocio en las MIPYMES turísticas del departamento del Caquetá a través del estudio de las estrategias efectuadas y el análisis de su rol e influencia en la productividad del sector, desde la óptica de instituciones relevantes, con el propósito de comprender las necesidades latentes en el camino hacia el fortalecimiento del marketing digital como estrategia comercial que redunde en el posicionamiento de la región como atractivo turístico natural. El mundo actual se hace cada vez más competitivo, la ciencia y el avance de las tecnologías están a la merced de todos y nos obligan a realizar las tareas de manera eficiente y eficaz, con valor agregado y elementos diferenciadores, estas son una herramienta que solo resultan efectivas si se vinculan estrategias digitales razonables atractivas a los consumidores.

Palabras clave: ecoturismo, matriz de Vester, turismo de naturaleza.

[13]Magister en Administración; Administradora comercial Tiendas Click, Florencia, Caquetá, j.aragon@udla.edu.co

[14]Magister en Administración; Administradora general Tiendas Click, Florencia, Caquetá, v.corredor@udla.edu.co.

INTRODUCCIÓN

Las líneas que suscriben la presente investigación van enfocadas a analizar las dinámicas de implementación del marketing digital como estrategia de negocio en las MIPYMES turísticas del departamento del Caquetá, así como las prácticas, percepciones y planes a futuro de marketing digital por parte de las MIPYMES, todo ello a través del paradigma cualitativo y del enfoque etnográfico con alcance propositivo. De la misma manera, esta investigación plasma las condiciones institucionales actuales del marketing digital en el sector turístico del Caquetá desde la mirada de instituciones relevantes con el objetivo de mostrar el papel gubernamental en relación con el presente tema.

Se presenta un análisis de los factores internos y externos de oportunidad, así como las problemáticas para la implementación y mejora de estrategias de marketing digital por parte de las MIPYMES del sector turístico, para lo cual será necesario la utilización de técnicas del método DOFA y matriz Vester, con la finalidad de establecer la relación entre la implementación del marketing digital y las áreas de oportunidad y riesgo.

Turismo en el Caquetá. El departamento de Caquetá se ubica en el suroriente del país, cuenta con una extensión de 88.965 km² y "representa el 7.8 % del territorio colombiano; queda contenido dentro de la región Amazónica y recoge un importante nivel de biodiversidad" (Bassotti, 2012, p.9). En todo el Caquetá se han inventariado más de 360 recursos naturales. Según el inventario turístico, más del 96 % de estos tienen un significado local o regional. Hay trece atractivos catalogados a nivel Nacional y, a partir de este inventario, Caquetá no cuenta con ningún atractivo que goce de reconocimiento internacional (Bassotti, 2012).

Pese a estas riquezas naturales y al gran potencial en biodiversidad y las ventajas geográficas que posee el Departamento, se ha subvalorado el sector del turismo, pues actualmente su economía tiene un bajo grado de diversificación productiva y "ha concentrado en los sectores: Agropecuario, comercio y servicios y construcción, quienes aportan actualmente más del 50,0% del PIB" (Banco de la República - DANE, 2015).

Una de las principales causas de la no potenciación del sector turístico en el Caquetá es la consecuencia de la violencia, el narcotráfico y el conflicto armado que se vivió desde la década de los 60, ya que trajo consigo desplazamiento forzoso, asesinatos, secuestros y extorción. Sin embargo, en la actualidad y gracias al postconflicto existen 88 empresas registradas en cámara de comercio dedicadas a fortalecer y promover el sector del turismo en el Departamento, pero dichas empresas no suplen la demanda, y sus servicios son ortodoxos y paquidérmicos a raíz de su escaso conocimiento en el área, dejando una vez más mal posicionados al departamento en este sector (Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá, 2018).

Adicional a ello, estas empresas no se encuentran debidamente caracterizadas y no hacen un buen uso de una de las herramientas tecnológicas más importante surgida en los tiempos de hoy: el Marketing Digital, ya que "Los cambios tecnológicos y digitales han modificado el comportamiento de consumidores, empresas, proveedores y competidores" (Kotler et al., 2011, p. xvii), de allí se ha venido experimentando un cambio cultural y, más aún, en este sector, el cual tiene la oportunidad de ser atractivo a nivel regional, nacional e internacional, dejando de percibir ingresos considerables, la generación de nuevas empresas, nuevos empleos y, por ende, el desarrollo social, económico y productivo de la región.

En consideración a lo anterior, se hace necesario saber si ¿las prácticas y percepciones del marketing digital por parte de las MIPYMES del sector turístico de Caquetá son alineadas con las necesidades latentes en el camino hacia el fortalecimiento de la economía de estas? Por lo anterior, es de vital importancia dar a conocer al mundo lo que el Departamento, a través de sus paisajes, ríos, fauna, flora, cascadas, torrentes y demás, puede ofrecer: excelentes oportunidades turísticas. Para este sector las tecnologías de la información desempeñan un papel fundamental, ya que, según Collins (2003), es una de las herramientas más eficaces que una organización puede utilizar para promover su marca, sus servicios o productos, toda vez que ofrece una completa gama de

recursos que le permite a las empresas llegar a los clientes tanto actuales como potenciales.

Sin embargo, estas herramientas tecnológicas las cuales poseen disponibilidad 24 horas al día, 7 días de la semana y todos los días del año, deben estar enmarcadas en el marketing digital de manera técnica como una estrategia de negocio teniendo en cuenta su evolución con el paso del tiempo. Con el marketing digital y las tecnologías de la información trabajando de manera articulada se busca que el operador turístico tenga una guía o instrumento que le permita determinar si la estrategia de negocio y los resultados alcanzados han sido eficaces o si por el contrario debe realizar cambios que generen mayor impacto y permita el cumplimiento de sus metas e indicadores. Esta investigación tiene como oportunidad dar a conocer a todos los grupos de interés las ventajas y beneficios que el marketing digital ofrece a las empresas del sector turístico como estrategia de negocio, para lograr así una mayor planeación y medición a través de destrezas y/o debilidades para el fortalecimiento y crecimiento económico.

REVISIÓN LITERARIA

El Marketing en la Era Digital (Tendencia). La tecnología ha evolucionado y con el cambio de la misma la aparición del internet revolucionó el mundo, siendo un instrumento que permite a los seres humanos expresarse, opinar, intercambiar opiniones, maneras de pensar y de colaborar con otros (Cortés, 2011).

El nacimiento de esta nueva tecnología marca una era que Scott McNealy, director general de Sun Microsystems, ha bautizado como la era de la participación. En ella, los individuos crean ideas y entretenimiento adema de consumirlos. Esta nueva tecnología les permite dejar de ser consumidores para convertirse en prosumidores (productor + consumidor). Uno de los factores que hacen posible esta nueva ola tecnológica son los medios sociales (Kotler et al., 2017).

El proceso de decisión de compra de los clientes ha cambiado: internet lo ha enriquecido considerablemente. Hasta hace unos años el proceso de compra de

una persona o empresa que quisiera adquirir un producto o servicio se realizaba mediante una toma de decisión más limitada, pues la oportunidad de recabar información se ligaba a los conocidos medios masivos (televisión, radio, prensa) o a la recomendación de algún allegado o conocido.

Hoy en día, la posibilidad de nuestros potenciales clientes de acudir a Internet como fuente de información nos obliga a estar más pendientes de este entorno: debemos conocerlo, entenderlo y buscar fórmulas que nos permitan acelerar el proceso de decisión de compra. Por todo ello, Internet se ha convertido en un medio de vital importancia (Villanueva y De Toro, 2017).

El marketing es ya una de las funciones de la empresa que más depende de la tecnología. En 2012, la empresa de investigación Gartner predijo que en el 2017 los directores de marketing gastarían más en tecnologías digitales que los directores de tecnología. Ese pronóstico resulta más verosímil a medida que pasa el tiempo y, de hecho, en algunas empresas podría concretarse antes. Enfoques de análisis de mercado y de interacción con los clientes, que eran lo último hace unos años, quedan obsoletos a toda velocidad, y da la impresión de que cada semana aparecen nuevos métodos. La naturaleza general de estos nuevos enfoques es ampliamente conocida. Lo que se conoce menos es la manera en la que están cambiando la práctica del marketing (BBVA, 2014).

La velocidad con la que ha evolucionado el pensamiento y la sociedad ha sido maratónica, basta con ver hace unos 10 años atrás, y una gran mayoría de inventos y herramientas tecnológicas no existían o tal vez eran un ensayo y algunos una utopía; hoy, el mundo de las comunicaciones y la redes sociales controlan casi todo e indiscutiblemente son parte activa e interfieren de manera considerable en las diferentes disciplinas, y sin duda alguna en el Marketing, siendo este un proceso social ha recibido intervención directa del internet y las comunicaciones por este medio, en tal sentido y consecuente con los cambios del

Marketing han surgido nuevos conceptos a partir de la compatibilidad y hermandad de la tecnología con el internet, estos son algunos:

-Social Media o Redes sociales. En la cocreación, conocimiento colectivo y confianza generalizada. Dentro de estos nuevos canales podemos encontrar multitud de clasificaciones diferentes como son blogs, agregadores de noticias, wikis, que usados conjuntamente nos permiten una potencial interacción con miles de personas con nuestras mismas inquietudes (Merodio, 2010).

-Advertainment. También denominado *branded content*, es una simbiosis entre publicidad y contenidos de entretenimiento cuyo principal objetivo es atraer al público hacia los valores de una marca de forma atractiva (Ramos, 2009).

-E- Commerce*.* Es aquella comercialización de bienes y servicio a través de medios electrónicos que "utiliza las tecnologías que facilitan el soporte y la automatización de los flujos de trabajo y procedimientos de negocio de la empresa, con lo que ésta consigue eficiencias en los costes, servicios con una mejor calidad y ciclos de producción más cortos" (Anteportamlatinam, 2014, p.12).

-Big Data. Se refiere "al tratamiento y análisis de enormes repositorios de datos, tan desproporcionadamente grandes que resulta imposible tratarlos con las herramientas de bases de datos y analíticas convencionales…" (Enriquedans, 2011).

-***E-mailing.*** El Mailing o también llamado E –Mail Marketing consiste en enviar a sus clientes un correo electrónico con las novedades de sus empresas, información y descuentos.

-SEM. Acrónimo de *Search Engine Marketing* o Marketing de buscadores, es la publicidad de pago. Son famosos anuncios patrocinados también denominados pago por Clic (PPC) (Alcaide et al., 2013).

-Marketing de afiliación. El marketing de afiliación está especializado en la obtención de resultados. Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante (tienda online o anunciante) promociona sus servicios o productos mediante anuncios, y un afiliado (normalmente una página web) inserta esos anuncios y promociones en sus páginas web. Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción.

-***Redes Sociales.*** Las redes sociales digitales "son un fenómeno global y creciente, están siendo usadas por las empresas como herramienta de marketing gracias a la facilidad y economía que representa en aspectos como la comunicación, la gestión de información comercial y la relación con el cliente" (Uribe, 2010, p. 2). Las redes sociales ofrecieron una nueva manera de intercambiar ideas e información, a través de una pantalla se eliminaron límites en la comunicación y aspectos como las distancias, idiomas, personalidades, entre otros, fueron superados, situación que resulta un punto a favor para las empresas u organizaciones, porque son ellas las que han identificado tales bondades, y aprovechan para llegar a más personas y en menor tiempo, logrando así efectividad.

Las MiPymes y su Relación con el Marketing Digital. La definición de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) varía de acuerdo con cada país, y generalmente está basada en el número de empleados y activos financieros (Bueno y Zuluaga, 2014). En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley MiPymes y sus modificaciones a través de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004 (Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa). Las MiPymes se clasifican así: Microempresa: personal no superior a 10 trabajadores, Pequeña Empresa:

personal entre 11 y 50 trabajadores, Mediana Empresa: personal entre 51 y 200 trabajadores.

En Colombia se indica que el 98,1 % de las empresas se encuentra dentro de la clasificación de MiPymes (micro y pequeñas empresas), siendo las microempresas conformadas por una cantidad de empleados entre 1 a 10, y las pequeñas entre 11 y 50. De acuerdo con el Informe de Dinámica Empresarial en Colombia (enero 2018), en el año 2017 se crearon en el país 323.265 unidades productivas, 70.022 sociedades y 253.243 personas.

Las MiPymes del Sector Turístico y el Marketing Digital. El crecimiento y consolidación de Negocios a través del marketing digital utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación conlleva a crear una nueva generación de los "empresarios digitales", más aún si se presta un servicio turístico en una de las regiones más apartadas del centro de la capital de Colombia como lo es el departamento del Caquetá.

Actualmente, se registran ante la Cámara de Comercio del Caquetá más de 6.098 empresas con matrículas renovadas, con corte a marzo de 2018, de estas, 88 son del sector turístico, por lo que se hace necesario conocer cómo establecen la estrategia del Marketing digital, si han implementado herramientas y aprovechado el potencial con disciplina o si por el contrario no es utilizado.

Si cuentan con una persona encargada para el seguimiento de estas actividades o subcontrata dicha función; si lo visualizan como un departamento independiente o por el contrario todos van en función de él; para de esta manera identificar si existe o no cultura empresarial de marketing digital y su impacto en las mismas. Al igual que la identificación de las prácticas, perspectivas y planes a futuro por parte de los entes gubernamentales que inciden en ellas.

En este caso, el Marketing digital, y en particular la presencia en redes sociales, se observa como un complemento paralelo del que se hace uso cuando la necesidad lo exige, al igual que se hacen con otros recursos de marketing y áreas,

como la promocional. Una vez analizado esto, se podrá establecer la relación entre la implementación del marketing digital y las áreas de oportunidad y el riesgo, siendo este un insumo para ajustarlas a las necesidades.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente proyecto de investigación parte del paradigma cualitativo y es de enfoque etnográfico con alcance propositivo. La perspectiva cualitativa, como lo indican González y Ruiz (2011), es utilizada principalmente en ciencias sociales, y se caracteriza porque privilegia el estudio de los recursos discursivos, semánticos y hermenéuticos de los sujetos. Es una de las principales vertientes de investigación social, ya que permite que se pueda adentrar a posturas de indagación que no necesariamente son numerables o medibles en términos de estudios cuantitativos

Para este tipo de estudios cualitativos existe una amplia gama de técnicas e instrumentos que se pueden utilizar dependiendo de los objetos a analizar y los recursos sobre los que se busque trabajar. Las principales técnicas que implican esto son la etnografía, la entrevista, investigación acción participante, grupos focales, investigación-acción, historia de vida, análisis de discurso, fenomenología, entre otras.

La etnografía es la herramienta técnica y metodológica que los antropólogos y estudiosos de la cultura desarrollaron con el fin de observar y describir de manera directa y sin mediaciones a comunidades indígenas cuyos procesos de socialización se encontraban completamente exentos de la lógica occidental, así que por medio de traductores o aprender el idioma receptor se realizaban entrevistas y acercamientos, así como observaciones metodológicas como la observación participante y el trabajo de campo (Apud Peláez, 2013).

Técnicas e Instrumentos de Investigación. Para la realización de este trabajo se propone y describe el uso de cuatro técnicas que permiten adentrarse en los objetivos de investigación y en la operacionalización de estos.

Técnica de la Revisión Documental de fuentes primarias y secundarias. La revisión documental es una técnica de investigación social que remite al análisis de fuentes primarias y secundarias de información seleccionada con el fin de dar soporte al trabajo a aplicar. Se entiende por fuentes primarias aquellas que se encuentran directamente relacionadas con el sujeto de investigación como entrevistas directas, documentos oficiales sobre el tema, cartas, discursos, encuestas directas, y todo aquello que se haya encontrado relacionado de manera puntual a lo que se investiga. Las fuentes secundarias se caracterizan por ser documentos o estudios que analizan como segunda visión algún hecho, suceso o sujeto en específico, es decir, que no necesariamente fueron emitidos por el objeto de estudio, pero que abordan el tema desde una perspectiva de observador y que han sido contrastados para darles validez, siendo ejemplos de esto un comentario sobre una obra o persona, las notas periodísticas, resúmenes, recopilaciones y más

La encuesta cerrada de opción múltiple con única respuesta. La realización de encuestas es de gran importancia como técnica de investigación, ya que se basa en la sistematización y recopilación de datos para el manejo y análisis de los resultados vertidos en ellas. La elaboración de una encuesta se aplica a diversos tipos de muestra dependiendo de las respuestas buscadas para los objetivos de investigación, por lo tanto, pueden ser aleatorias, significativas o específicas.

***La entrevista semiestructurada*.** La entrevista es una técnica de la investigación cualitativa que se aborda con diferentes enfoques y posturas. Desde entrevistas aleatorias, estructurada, semiestructurada y libre, cada una se encuentra en la intención de ser una estrategia que permita un manejo y extracción de información acorde con lo planeado en el protocolo de la investigación. Para la aplicación de esta entrevista, en primer lugar, se plantea generar un perfil del entrevistado, el cual responde a cinco figuras representativas del sector del turismo en Caquetá: 1) Secretaria de Emprendimiento y Turismo de Caquetá; 2) Director de la Cámara de Comercio de Florencia; 3) Funcionario de la Secretaria de Emprendimiento y Turismo de Florencia; 4) Funcionario de la Secretaria Departamental asociada al

turismo y 5) Representante de las empresas del sector turismo en Caquetá. Con base a este se planea generar una conversación con el entrevistado, en un ambiente amable y estimulante. Para lo anterior, primero se debe realizar un mecanismo de romper el hielo, en donde el entrevistador se va a presentar y va a generar una conversación casual antes de iniciar el proceso. Ya adentrados en la entrevista se plantean, como esquema, las siguientes preguntas, sin embargo, al ser una entrevista semi estructurada, no se debe seguir el esquema con rigor, sino tratar de que cada pregunta surja desde el contenido que otorga el entrevistado.

Cabe mencionar que para dar solución a los objetivos del proyecto de investigación se han seccionado las preguntas en tres subcategorías sobre una categoría constante que es la de marketing digital. Así, como se observa a continuación, en primer lugar se realizan preguntas sobre relación entre la institucionalidad gubernamental y MiPymes frente al Marketing Digital. Posteriormente, se cuestiona cómo se han transformado las relaciones con los clientes al marco del uso de esta estrategia. Finalmente, se habla sobre la percepción del entrevistado acerca del sector turístico, las MiPymes y el impacto del marketing digital.

La matriz FODA. Se refiere a las siglas Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Estas refieren a la identificación y análisis de situaciones y momentos específicos al interior de la empresa. Sirve para analizar un escenario real y actual de cualquier organización, y su uso periódico permite ver las variables que se han modificado en cada columna, y evaluar las estrategias llevadas a cabo y las que se deben tomar en un futuro, todo tomando en cuenta las zonas de ventajas de cada empresa y los riesgos que deben minimizarse.

RESULTADOS

En el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación, se han abordado y puesto en operación diversas técnicas de análisis, todo esto por medio de diferentes aplicaciones empíricas en relación con el objeto de estudio de Marketing digital en Caquetá y sus implicaciones con las empresas del sector

turístico de dicha zona geográfica. El presente apartado de resultados se divide en cuatro puntos de estudio, el primero se refiere a prácticas y percepciones de marketing digital por parte de las MiPymes del sector turístico de Caquetá, analizadas por medio de una encuesta referida a 20 representantes del sector.

Posteriormente, se muestra la caracterización de las condiciones institucionales en relación con el marketing digital a través de la entrevista a cuatro representantes de diversas instituciones locales y su relación con el marketing digital. El tercer punto es el de análisis de resultados obtenidos por medio de la aplicación del método DOFA y la matriz Vester, en el cual se muestra la aplicación de las técnicas y reflexiones sobre resultados de la misma.

Para finalizar, el capítulo sobre oportunidades, riesgos y desafíos para las MiPymes en el marketing digital a partir de la reflexión de los resultados obtenidos en donde se realiza un ejercicio cualitativo y se realiza un ejercicio de estudio de los resultados de los puntos anteriores. Todo lo mostrado anteriormente sirve como punto de entendimiento para comprender la aplicación técnico-empírica de la presente investigación, y permite abordar desde primeras fuentes las implicaciones reales del marketing digital en el sector del estudio por lo que se usa como base para posteriores reflexiones del tema.

Prácticas y Percepciones de Marketing Digital por parte de las MiPymes

Se tomó una muestra de 20 representantes del sector turístico de Caquetá y los resultados e interpretación de esto tienen por objetivo identificar las prácticas, percepciones y planes a futuro de marketing digital por parte de las MiPymes del sector turístico de Caquetá por medio de una encuesta que se aplicó a representantes de empresas MiPymes del sector turístico de Caquetá, con el propósito de visualizar la relación de las empresas seleccionadas con el marketing digital. Por lo tanto, en este apartado las primeras preguntas se realizaron en torno a un marco descriptivo de las empresas turísticas, para entender un panorama

general y, posteriormente, las preguntas se enfocan más en la temática del marketing digital.

El lugar de operación principal de las 20 empresas encuestadas fue la capital del departamento de Caquetá, Florencia, seguido de Belén de los Andaquíes con dos casos, San José del Fragua y La Montañita, y un caso de Caraño, Morelia y Florencia con Río Guayas y Río Caquetá. El dato anterior muestra que el mercado de turismo se concentra en Florencia, razón por la que las empresas turísticas se establecen en dicha ciudad, ya que permite una mayor interacción con clientes y servicios.

La antigüedad de las empresas entrevistadas es de un 65 % con 4 años o más, 25 % de 2 años y 10 % de 1 año o menos. Resulta evidente que los grupos encuestados se encuentran en una constitución antigua y que son empresas que han creado diversas tradiciones, dado el tiempo que llevan en el mercado esto también indica estabilidad empresarial, por lo que los porcentajes influyen en el tamaño de su organización, sus prácticas laborales, así como sus prácticas tradicionales.

Respecto del tipo de turismo, un 55 % de las empresas encuestadas se dedica al ecoturismo o de naturaleza, 25 % al turismo de aventura, 10 % al Agro-ecoturismo, y 5 % para turismo cultural y turismo gastronómico. El punto de fortaleza del turismo en el departamento de Caquetá refiere al ecoturismo y a actividades afines con la naturaleza y turismo de aventura, lo que se explica por la localización y características geográficas de la entidad, así como por la apropiación y experiencia de los habitantes locales sobre las prácticas turísticas realizables en la región. Eso indica una gran fortaleza para el territorio como potencia turística, ya que el ecoturismo se ha posicionado como una práctica frecuente, sobre todo, para las personas que quieren alejarse de las dinámicas de la ciudad, y este resultado nos habla de la creciente demanda por ecoturismo en Caquetá, lo que está en directa relación con la oferta.

Frente a la existencia del departamento o área de Marketing al interior de la empresa, el 75 % de éstas no lo tienen, solo un 25 % de cuentan con este departamento en su organigrama. Es notable el hecho de que la mayoría de las empresas consultadas no cuenten con área de marketing, lo cual se puede entender debido al tamaño con que cuentan, no obstante, es uno de los mecanismos que propician el crecimiento de las mismas, pues posibilitan la apertura al mercado, por lo que se encuentra como un punto de mejora próximo.

De otro lado, el 90 % de los encuestados refirió a conocer el concepto de Marketing Digital, mientras al 10 % no le era familiar. Es decir, la gran mayoría de las empresas conoce e infiere acerca de lo que refiere a marketing digital, más aún no han adoptado su uso como una constante en las empresas de turismo.

En cuanto a las estrategias de Marketing Digital por parte de las empresas se encuentra lo siguiente: el 95 % de las mismas cuenta con una página en Facebook, el 60 % con perfil en Instagram, el 55 % tiene contacto con sus clientes por medio de WhatsApp, el 45 % cuenta con página web, el 40 % con e-mail y servicio SMS, el 25 % con canal de YouTube, 20 % utiliza Marketing de afiliación (Alianzas), 20 % utiliza posicionamiento en buscadores como Google, el 15 % cuenta con perfil en Twitter, el 15 % utiliza anuncios emergentes en la web y el 0 % utiliza Apps. Por lo cual, predominan las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) de uso cotidiano por medio de internet y el uso del teléfono móvil.

Los servicios promocionados en la web por parte de las empresas del presente estudio muestran un 65 % de Turismo por un día, 25 % de turismo con hospedaje y 20 % de turismo con actividad. Por lo que el turismo de corta estancia es el imperante en las empresas consultadas, lo que habla de falta de infraestructura para dormitorios, así como la articulación de actividades de largo plazo en la zona. Este corte temporal, también habla de la preferencia a programar actividades cortas, pues probablemente el usuario lo siente más asequible.

Relativo al grado de satisfacción, un 55 % de los encuestados se muestra medianamente satisfecho con el uso de marketing digital en su empresa, el 30 % está muy satisfecho, el 10 % poco y el 5 % nada. Es decir, que aún hay áreas del marketing digital que no han redituado de manera completa para las empresas de turismo, lo cual permite inferir la falta de capacitación y actualización en estrategias de mercado digitales.

Con lo anterior, se puede mencionar que el marketing digital en el sector turístico de las pequeñas y medianas empresas se ha posicionado paulatinamente como una herramienta para el crecimiento y posicionamiento de las empresas turísticas en el público. No obstante, es evidente que aún hay sesgos y déficits en el desarrollo de dicha técnica de mercado que, ya sea por causas estructurales o de desinformación, aún no son utilizadas con todo el potencial para el desarrollo del sector.

Las prácticas de marketing digital por parte de las MiPymes del sector turístico de Caquetá se encuentran mediadas por condiciones como el acceso a la tecnología, la socialización de contenidos digitales en su entorno y el público al que se dirigen para su funcionamiento, por lo que la presente encuesta se convierte en una importante herramienta para develar las áreas en que se desenvuelven las empresas y los puntos a atender por parte de los empresarios y de parte de las instituciones gubernamentales, con el afán de mejorar un ambiente de competitividad económica.

Con lo anterior, se puede mencionar que el marketing digital en el sector turístico de las pequeñas y medianas empresas se ha posicionado paulatinamente como una herramienta para el crecimiento y posicionamiento de las empresas turísticas en el público. No obstante, es evidente que aún hay sesgos y déficits en el desarrollo de dicha técnica de mercado, que ya sea por causas estructurales o de desinformación, aún no son utilizadas con todo el potencial para el desarrollo del sector.

Caracterización de las condiciones institucionales en relación con Marketing Digital

Tomando como base lo anterior, se analiza la importancia y validez del uso de la entrevista como técnica de investigación social y para el presente tema que puede ser abordado desde diferentes perspectivas de aplicación, como lo es la entrevista libre, aleatoria y otras. En este caso, se utilizó la entrevista semiestructurada, que es aquella que lleva un guion de rumbo, pero que da apertura a la respuesta y expresión del entrevistado. El objetivo es reconocer las condiciones institucionales en relación con el marketing digital elaborando una entrevista semiestructurada para funcionarios gubernamentales, con el fin de mostrar el papel gubernamental e institucional de dicha relación. En este tenor, se realizaron cuatro entrevistas a cuatro informantes clave que se muestran en seguida.

1. Sujeto 1. Jenny Andrea López Ochoa: encargada de Turismo Secretaría Emprendimiento y Turismo Alcaldía de Florencia.

2. Sujeto 2. Yisela Méndez Rojas. Secretaria Emprendimiento y Turismo Alcaldía de Florencia.

3. Sujeto 3. Iván Augusto Espitia Ortiz. Coordinador de Cultura y Turismo - Instituto Departamental de Cultura, Deporte y Turismo de Caquetá.

4. Sujeto 4. John Pinzón. InfoCase Colombia.

Los cuatro sujetos permiten una muestra importante para la obtención del discurso sobre el tema de marketing digital y su análisis. Por lo tanto, dentro del marketing digital se han realizado tres subcategorías de las cuales se desprenden diversas preguntas, a saber:

1. Relación entre la institucionalidad gubernamental y MiPymes frente al Marketing Digital.

2. Relación con el cliente.

3. Impacto en el sector turístico.

Como panorama general de la subcategoría A) Relación entre la institucionalidad gubernamental y MiPymes, frente al Marketing Digital, es evidente la diversidad de posturas respecto al papel del gobierno en relación con el marketing digital por parte de los entrevistados, pues la muestra representa a gente de la alcaldía de Florencia, del Gobierno del departamento de Caquetá y a un representante de la página web caqueta.travel, los cuales abordan desde diferentes perspectivas la cooperación entre sector público y privado acerca del marketing digital en cuanto al turismo, sin embargo, todos coinciden en que el panorama en el departamento respecto al tema es algo limitado y que podría mejorarse de distintas maneras.

La subcategoría B) Relación con el cliente, afianza la idea de los cuatro entrevistados sobre la importancia del marketing digital en varios ámbitos del turismo, y las implicaciones que ha tenido y puede tener el sector de Caquetá.

Los resultados de la subcategoría C) Impacto en el sector turístico, permite analizar los matices que son consecuencia de la aplicación del marketing digital en Caquetá, lo que hace ver el acoplamiento de las empresas al mismo y la capacitación que debe haber para complementarla, ya que los entrevistados hacen muestra de las deficiencias que puede haber en el sector y el turismo potencial que se puede desarrollar.

Las entrevistas realizadas muestran las condiciones institucionales desde diversas perspectivas en donde se detallan los esfuerzos de diferentes ámbitos gubernamentales en la cuestión de capacitación y promoción del marketing digital como herramienta para potenciar el sector turístico de Caquetá. No obstante, también se puede evidenciar que falta una estrategia integral para que los diferentes esfuerzos de actores como los de la página caqueta.travel o de los grupos turísticos organizados detonen en crecimiento para la región.

Oportunidades, Riesgos y Desafíos para las MiPymes en el Marketing Digital

Los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta, entrevistas, metodología DOFA y matriz de Vester permiten realizar una reflexión global sobre los mismos, y las implicaciones que tienen en conjunto con la realidad en las MiPymes del sector turístico en el sentido de marketing digital. Primeramente, se muestra que la era digital ha ido afianzándose en las diversas actividades productivas de diferentes sociedades, como es el caso del turismo en el departamento de Caquetá. No obstante, la tecnología y su influencia se ha ido desarrollando de manera distinta en diferentes ámbitos geográficos. En el caso de Caquetá, su uso para maximizar el potencial turístico de la región ha sido paulatino, por lo que esfuerzos gubernamentales como capitación o 103 la creación de la página web caqueta.travel han sido muy importantes para orientar dicha actividad económica como fuente de ingresos de más familias, aunque es evidente que aún queda mucho por recorrer en el tema.

CONCLUSIONES

Las prácticas de marketing digital por parte de las MiPymes del sector turístico del Caquetá aún son un poco limitadas y rudimentarias, la falta de presupuesto de las MiPymes impiden que puedan acceder a profesionales idóneos que desarrollen estrategias de alto impacto en el sector, es evidente que aún hay sesgos y déficits en el desarrollo de dicha técnica de mercado que, ya sea por causas estructurales o de desinformación, aún no son utilizadas con todo el potencial para el desarrollo del sector. No obstante, y a pesar de que un 10 % de los empresarios manifestó no conocer mucho los temas de Marketing Digital, el 90 % restante (un número considerable) es consciente de la importancia de dar a conocer sus servicios a través de plataformas digitales, y quedó demostrado a través de la encuesta que la estrategia más usada son las redes sociales en especial Facebook.

Condiciones actuales de las instituciones gubernamentales frente al marketing digital en el sector turístico de Caquetá. Las entrevistas realizadas mostraron las condiciones institucionales desde diversas perspectivas en donde se detallan los esfuerzos de diferentes ámbitos gubernamentales en la cuestión de capacitación y promoción del marketing digital como herramienta para potenciar el sector turístico de Caquetá. No obstante, también se puede evidenciar que falta una estrategia integral para que los diferentes esfuerzos de actores como los de la página caqueta.travel o de los grupos turísticos organizados detonen en crecimiento para la región. A través de la entrevista realizada a un empresario influyente y conocedor de la técnica de Marketing Digital, se vislumbró que actualmente los temas de intereses particulares en los entes gubernamentales no permiten avanzar en estrategias que redunden en el bienestar y la potenciación del sector.

REFERENCIAS

Alcaide, J. C., Bernués, S., Díaz-, Díaz - Aroca, E., Espinosa, R., Muñíz, R. y Smith, C. (2013). *Marketing y PYMES, Las principales claves de Marketing en la pequeña y mediana empresa.* www.marketingypymesbook.com.

Alcaldía de Florencia, Caquetá. (2016 - 2019). *Plan de Desarrollo Municipal. Yo creo en Florencia*. https://www.florencia-caqueta.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-2016--a--2019

Anteportamlatinam, J. M. (2014). Relevancia del e-commerce para la empresa actual]. [Tesis de pregrado] Universidad de Valladolid, España. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5942/TFG-O%20174.pdf;jsessionid=9E5404251D780B4DA038BA176C4AC9BD?sequence=1

Apud Peláez, I. (2013). Repensar el método etnográfico. Hacia una etnografía multitécnica, reflexiva y abierta al diálogo interdisciplinario. *Antípoda.*

Revista de Antropología y Arqueología, (16), 213-235. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81427459010

Banco de La República - DANE. (2015). *Informe de coyuntura económica Caquetá ICER.* https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Caqueta_2015.pdf

Bassotti, G. (2012). *PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL CAQUETA.* Europraxis.

BBVA. (2014). *Reinventar La Empresa en la Era Digital.* Nuria Martínez Deaño.

Bueno, D. y Zuluaga, D.(2014). *Analisis del Area de Mercadeo en las PYMES* [Tesis de pregado, Universidad Icesi]. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77411/1/analisis_area_mercadeo.pdf

Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá. (2018). *Estudio Económico del Departamento del Caquetá*. https://ccflorencia.org.co/SUROSPaginaWeb/Recursos/Imagenes/Temporal/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20del%20Caquet%C3%A1%20Respecto%20a%20los%20a%C3%B1o%202017,2018%20y%2020198309.pdf

Collins, J. (2003). *Estrategias de Mercadotecnia para promover su marca en internet en su marca en internet*. McGraw-Hill.

Cortés Vera, S. (2011). *Repositorio Marketing Digital como Herramienta de Negocios en las PyMES* [trabajo de grado, Universidad de Chile]. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116571/ec-cortes_v.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Enriquedans. (2011). *Enriquedans*.http://www.enriquedans.

González, J. y Ruiz, P. (2011). *Investigación cualitativa versus cuantitativa: ¿dicotomía metodológica o ideológica?*

http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962011000200011

Interactivo Advertising Bureau. (2010). *Libro Blanco. Guía de Marketing de Afiliacion.* Adsmarket latam.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., De Madariaga, J. G. y Flores, J. (2011). *Marketing Turístico.* PEARSON EDUCACIÓN S.A.

Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2017). *Marketing 3.0.* Editoriales de la U.

Lindon, D. y Zeithmal, C. (1985, 1984). *Le marketing politique.* Paris. Dalloz.

Mglobal (2018). *Marketing Móvil.* https://mglobalmarketing.es/servicios-marketing/movil/

Merodio, J. (2010). *Marketing en Redes Sociales.*. https://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *FONTUR Colombia.* http://fontur.com.co/productos-y-servicios/turismo-comunitario/21

Ramos, M. (2009). *El advertainment y las transformaciones de los formatos en el ámbito publicitario: el caso de los fashion films*. Tripodos extra.

Toledo Gómez, L. y Vargas Camargo, J. (2008). El celular como herramienta de marketing relacional [trabajo de grado, Universidad Javeriana]. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5810/tesis08.pdf?sequence=3

Uribe Saavedra, F. (2010). Uso de las Redes Sociales Digitales Como Herramienta de Marketing. *Estudio de Casos* [tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. https://www.researchgate.net/publication/280090039_Uso_de_las_redes_sociales_digitales_como_herramienta_de_marketing_-_un_estudio_de_casos

Villanueva, J. y De Toro, J. (2017). *Marketing Estratégico.* EUNSA.

3.4 FACTORES CLAVE DE ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES DEL SECTOR FARMACEUTICO EN FLORENCIA, CAQUETÁ

Ana María Santos Vargas[15], Silvana Victoria Tamayo[16]

RESUMEN

El emprendimiento desde el empirismo puede verse como algo singular, pero si se concibe desde una teoría puede presentar mayor nivel de complejidad. Si bien existen planteamientos relacionados con el individuo y sus relaciones con el desarrollo del campo de la economía, el emprendimiento se podría considerar como el único factor de desarrollo de una sociedad; obvio que para ello requiere de otros factores que permitan caracterizar a ese emprendedor. Sobre la base del estado del arte, relacionado con el tema u objeto de investigación, se procedió a través de un estudio de casos determinar los factores claves de éxito de personas emprendedoras en el sector farmacéutico de la ciudad de Florencia. Se tomó un grupo focal de siete personas que han desarrollado y puesto en marcha proyectos de emprendimiento. Se determinó el tipo de competencia de emprendedores, las variables internas y externas que logran influenciar las ideas de emprendimiento, ya sea de manera positiva o negativa. Se determinó qué factores logran dinamizar u obstaculizar la idea o puesta en marcha de un proyecto de emprendimiento, y como último elemento cómo interactúan estas variables para lograr que un emprendedor alcance el éxito en su proyecto de vida empresarial.

Palabras claves: emprendedor, emprendimiento, farmacéutico, factores, variables internas y externas.

[15]Magister en Administración. Administradora de Empresas Universidad de la Amazonia. Gerente de Talento Humano de H&V Distribuidora Farmacéutica, ana.santos@udla.edu.co

[16]Magister en Administración. Administradora de Empresas Universidad de la Amazonia. Orientadora Senior centro de desarrollo empresarial SENA regional Caquetá, s.victoria@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha reflexionado sobre los cambios que se han generado en la economía mundial, nacional y regional; consecuencia de estas transformaciones es el modelo económico neoliberal que ha marcado la ruta para el desarrollo o el atraso de los países según su posición en los mercados internacionales. Es de resaltar que en países no alineados como Colombia el espectro económico no es muy halagador en materia de crecimiento económico por las condiciones del país y por los diferentes cambios que se están dando dentro de un proceso de renovación en aspectos políticos y sociales, los cuales redundan en los aspectos económicos.

Esta situación ha llevado a la sociedad y a muchas personas a mirar en otras direcciones, es así como el emprendimiento se ha convertido en una gran alternativa para la generación de ingresos, como proyecto de vida y desarrollo económico y social para la región, y como aporte para el crecimiento económico del país. Por lo tanto, es un reto para una persona construir empresa en donde los espacios y apoyo son incipientes, se debe tener coraje y además superar el riesgo a la hora de sobrepasar cada uno de los eslabones que el emprendimiento exige dentro de todo su proceso para lograr el éxito empresarial.

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo identificar en un grupo de emprendedores del sector farmacéutico de la ciudad de Florencia las variables relacionadas con las competencias que poseen y que les permitieron desarrollarse y consolidarse como emprendedores en dicho sector; de igual manera, poder identificar las variables internas y externas que lograron influir en el éxito de los emprendedores estudiados y, por último, identificar los factores que dificultaron o beneficiaron el desarrollo de los emprendedores objeto de estudio.

Con base en los resultados del estudio de casos realizado a partir de esta metodología se logró determinar y explicar las diferentes variables expuestas a través de cada objetivo planteado dentro del proceso de investigación en un

sector de mucha complejidad en la ciudad de Florencia, por las características de las personas que participaron dentro del proyecto de investigación.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo esta investigación se trabajó con la metodología Estudio de Casos, definida por Martínez (2006) como:

> una estrategia metodológica de investigación científica, útil en la generación de resultados que posibilitan el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de las teorías existentes o el surgimiento de nuevos paradigmas científicos; por lo tanto, contribuye al desarrollo de un campo científico determinado. Razón por la cual el método de estudio de caso se torna apto para el desarrollo de investigaciones a cualquier nivel y en cualquier campo de la ciencia (p. 189).

Teniendo en cuenta el enfoque cultural que posee esta investigación, se recurrió a la etnografía para la recopilación de la información, a la etnología para analizar y comparar los hallazgos que fueron surgiendo, y a la antropología para su interpretación (Paramo, 2008).

Tipo de diseño de estudio de caso. El caso múltiple de varias unidades es el diseño más apropiado para el desarrollo de esta investigación. Se llevó a cabo un comparativo entre los diversos factores claves de éxito de los emprendedores, los cuales pueden variar dependiendo el tipo de empresa establecida, sin embargo, se evaluó un conjunto de factores establecidos con anterioridad permitiendo, así, obtener una visión holística de los emprendedores, entendiéndose como holístico una vista en conjunto de un tema o caso.

Revisión documental. Se realizó una exploración a los estudios existente del tema de emprendimiento empresarial a nivel mundial y nacional como también a los factores diferenciales que hacen que los emprendedores sean éxitos, lo cuales sirvieron como base para la contextualización y argumentación del proyecto de investigación.

Procedimiento de campo. Este procedimiento se llevó a cabo mediante dos momentos fundamentales como son: primero, la consulta con dos referentes del sector farmacéutico que, por su trayectoria empresarial en el sector, se constituyen en la base para un mayor enfoque en materia de emprendimiento dentro del proceso de investigación y, segundo, la realización de visitas y entrevistas a los diferentes emprendedores exitosos del sector farmacéutico que han puesto en marcha su proyecto de vida a partir de emprendimientos exitosos.

Obtención de información. Para comprender la interacción de los emprendedores con el contexto social y económico, y conocer los factores que hicieron de su gestión una labor exitosa en el ámbito empresarial se utilizaron diferentes técnicas de recolección de información como:

-Entrevista: se aplicó a los farmaceutas exitosos de la ciudad de Florencia, cuestionarios estructurados y a profundidad, como también a las dos empresas referentes: H&V Depósito de Drogas y Depósito Drogas del Sur.

-Audio: todas las entrevistas se grabaron en audio, se analizaron tanto de forma individual como conjunta, y se transcribieron palabra por palabra.
-Registro: las investigadoras tomaron apuntes relevantes de las empresas en cada visita a los emprendedores.

Análisis de datos. Una vez realizados los contactos se procedió a desarrollar y a aplicar los instrumentos a los emprendedores participantes en el proceso de investigación con base en la guía de la entrevista diseñada por los investigadores; los instrumentos (entrevistas) fueron grabados en audio, además de trascribir palabra a palabra cada una de ellas respetando su originalidad.

Se creó una matriz constituida por las preguntas y las respuestas de cada uno de los entrevistados en donde se plasmó la información de manera horizontal, permitiendo formar una amplitud conceptual como la comprensión del fenómeno investigado de manera general.

Hallazgos y saturación de categorías. Dada la naturaleza cualitativa de la investigación, las categorías surgieron en la medida en que el análisis y la interpretación se desarrollaron. Este proceso de extracción de las categorías finalizó cuando se aplicó a siete emprendedores seleccionados el instrumento fuente de recolección de la información, y a partir de las respuestas obtenidas se generalizaron las categóricas verificables como patrones de comportamiento de los emprendedores estudiados.

RESULTADOS

La realización de la investigación permitió identificar y explicar los factores que benefician o dificultan el avance y desarrollo de los emprendedores. Se puede ver una diferencia entre los factores que favorecen u obstaculizan el desarrollo los emprendedores y las empresas referentes (E6), (E7), para el caso de las organizaciones se encuentra que estas, por el volumen de sus inventarios, se ven expuestas a brindar créditos a sus clientes, lo que genera un incremento en la administración de cartera, lo cual se puede volver un problema serio que afectaría el flujo de caja y la rentabilidad de la empresa, e inclusive si esta se vuelve de difícil cobro va afectar el capital de trabajo o el patrimonio. La carga tributaria afecta a toda organización, pero a los depósitos caso particular la carga impositiva es mayor por el tamaño de la empresa, el valor de sus activos, etc.

La inseguridad es un factor que afecta a todo tipo de organización y más en un medio como el Caquetá, donde la influencia de los grupos al margen de la ley suele extorsionar a las empresas, si bien es un factor dentro de la matriz este no se podría considerar muy relevante comparado con otro factores como exceso en los costos y gastos, los cuales sí afectan directamente la rentabilidad de la empresa, de igual manera, la política fiscal sí es un factor relevante y las empresas deben asumir esta carga impositiva, la cual es grande para el caso Colombiano.

Para el caso de los emprendedores, los factores son de orden micro. La forma de administrar el negocio es familiar, con empleados familiares y en donde el volumen de referencias de productos no es muy grande comparado con el de los depósitos que se tomaron como referente. A continuación, se explican los diferentes factores que se logró visualizar en cada uno de los emprendedores objetos de la presente investigación.

Reducción en ventas por ingreso de nuevos competidores. El ingreso de nuevos competidores en un mercado tan reducido como el de la ciudad de Florencia se convierte en una amenaza para los emprendedores ya existentes por cuanto la participación del mercado se reduce. Una de las situaciones está relacionada con el crecimiento de algunos sectores de la ciudad en donde estos se constituyen en nichos de mercados para pequeños negocios de droguerías que en ocasiones no reúnen los requisitos mínimos de operación, viéndose estos negocios como competencia sin las previas exigencias de funcionamiento. Falta mayor intervención por parte de las autoridades de control y vigilancia.

> Por la competencia las ventas han bajado, ahorita hay mucha competencia, anteriormente una droguería no se podía colocar a menos de 200 metros de otra, ahora ya se puede colocar enseguida si la persona quiere ponerla, entonces todos esos factores si lo afectan a uno (J. M. Toledo, Drogas La Consolata E1, comunicación personal, 18 de junio de 2017)

Políticas fiscales: impuestos. Este factor se convierte en el más lesivo para un emprendedor porque desde su inicio en el campo empresarial debe afrontar una cantidad de impuestos que afectan los resultados de la empresa, cárguesele a estos los costos de operación, y gastos de administración y ventas. Se debe tener en cuenta que un negocio de este tipo requiere de una alta inversión si se quiere tener una buena oferta de medicamentos y otros productos adicionales que se comercializan en este tipo de empresas, de igual manera, los grandes laboratorios no venden a pequeños negocios, en este caso se les compra los productos a dos distribuidores que hay en la región y ellos no manejan los mismos

descuentos que los laboratorios. Esta situación sería mucho mejor si al emprendedor se le apoyara con beneficios por el solo hecho de ser una persona emprendedora que genera empleo y bienestar social. Faltan incentivos para los emprendedores por parte del estado.

> Los impuestos son altos y yo inicié como inocente, no sabía cómo manejaban eso, que por ejemplo que tocaba ir a la Alcaldía a presentar el informe del año anterior en los tres primeros meses y el primer año llegué allá un día, que me dijeron ay tiene que ir, ya me había metido una multa como de 200 y pedazo o 300 y pedazo, la multa es cara, me la gané el primer año y entonces el siguiente año, ay es que toca ir los tres primeros meses entonces, el siguiente año me fui como el 21 de marzo porque eran los 3 primeros meses y me dijeron, no es que para su número de cédula se venció ayer y otra vez me gané la multa y a propósito estamos en marzo, en estos días tengo que ir, ya toca ir porque me gané la multa dos años y no me la he vuelto a ganar. A mí me parece que los impuestos siempre son altos, con Cámara de Comercio también yo fui inocente, cuando fui a abrirla me dijeron con cuánto presupuesto empieza, pues yo fui y dije 10 millones que era la plata con la que yo en realidad contaba para iniciar y no eso me salió carísimo, entonces después lo pasé a 5 millones y aún sigue siendo alto porque le toca pagar a uno por el año como 220, pero la hubiera dejado en 10 millones estuviera pagando más de 300, pero siempre esos impuestos siempre son altos (I. Luque Díaz, Droguería, La Victoria E5, comunicación personal, 5 de agosto de 2017).

La inseguridad. Es un factor que afecta a todo tipo de empresa e inclusive con mayores consecuencias para los clientes, aunque esta es una responsabilidad de las autoridades para los emprendedores se vuelve en una carga adicional por la implementación de elementos de seguridad como cámaras, alarmas o pago de un vigilante en el sector lo que afecta el resultado del ejercicio contable con relación a las utilidades que se ven disminuidas por este factor.

> La seguridad un poco, pero esta droguería tiene buena seguridad, en cuanto a los impuestos este año si nos ha tocado pagar bastante, pero este negocio da para pagar (María Inés Trujillo Niño, Droguería Marín E3, comunicación personal, 18 de junio de 2017).

> En esta Zona se presenta muchos disturbios, debido a que están las casetas al frente y las personas se reúnen a mirar los diferentes partidos, se reúnen las denominadas barras, por lo tanto, es mejor cerrar temprano e irnos, también se presentan muchos bajones de energía y demás festividades que hacen a mitad de año (Filiberto Jurado, Droguería Jireh E2, comunicación personal, 2 de octubre 2017).

Créditos para microempresas. Los emprendedores que participaron en el proyecto de investigación permitieron identificar que se carece de apoyo con recursos por parte del estado, aunque existen instituciones que apoyan estos no llegan a sectores como el farmacéutico, lo cual hace difícil buscar un apalancamiento financiero, de igual manera, endeudarse con el sistema financiero requiere de mucho compromiso por las obligaciones que se adquieren y en ocasiones el margen de utilidad no da para asumir esta responsabilidad. Falta institucionalidad para fortalecimiento del emprendimiento en la región, sobre todo, en el sector comercio y servicios pues este es el mayor generador de puestos de trabajo en la ciudad de Florencia.

Otro elemento dentro de este factor y que no permite un nivel de endeudamiento es el temor por parte de los emprendedores y buscan más bien amigos o familiares para lograr un crédito personal. El sistema financiero es muy exigente a la hora de pretender acceder a un crédito más si no se tiene un patrimonio que respalde la deuda.

> La preocupación más grande que me genera a mi es que debo todavía y no es a raíz de la empresa, fueron malas decisiones personales que tomé y fui fiadora y estoy pagando una cuentica larga por una mala decisión y eso es lo que me preocupa, llegar el momento en el que uno se enferme y no pueda estar aquí al frente y las deudas que hay no dan

> espera y la embarré dos veces (I. Luque Díaz, Droguería La Victoria E5, comunicación personal, 5 de agosto de 2017).
>
> La mayor preocupación que se presenta es no tener lo suficiente para pagar las facturas, pero considero que las preocupaciones es algo del día a día (D. E. Córdoba Aguirre, Droguería Nakeyi E4, comunicación personal, 2 de octubre de 2017).

Administración de cartera. Las empresas de este tipo y en este sector son compañías que sus inventaros son los más representativitos en la cuenta de activos grupo inventarios, el volumen de referencia es enorme, y también sus clientes que, normalmente, compran una parte de contado y otra a crédito, además de ser una política en este tipo de organizaciones bien ara rotar su volumen o para mantener a sus clientes activos. Es un arma de doble filo ya que si no se administra de manera correcta la rotación y esta es acorde con el flujo de caja pues se convierte en un problema de orden económico, pues una cartera de más de ciento ochenta días es de difícil cobro y afecta el capital de trabajo y las utilidades.

Costos y gastos. A diferencia de las otras empresas del sector analizadas en este proyecto de investigación, las empresas referentes son de una mayor dimensión, pues su equipo administrativo y de ventas es mucho mayor lo cual genera unos costos y gastos mayores afectando el margen de contribución en el ejercicio contable, se debe tener en cuenta que, por el nivel de inventarios, se incurre en gastos de almacenamiento. El problema es cómo resolver este tipo de situaciones, de allí que se requiera de un análisis financiero y de la revisión de las políticas que las empresas han creado y ver si estas son acertadas o se tienen que revaluar para no continuar en la misma situación o en el peor de los casos afectar o ahondar el deterioro financiero.

Disminución de márgenes de rentabilidad. Esta es el resultado de flujo operacional de la empresa y puede verse afectado por diversas variables, como las mencionadas en los apartados anteriores administración de cartera, costos y

gastos elevados, entre otros. Esta variable si no se controla de manera rápida y acertada afecta el capital de trabajo y, lo peor, el patrimonio de la compañía, aquí es donde el empresario emprendedor debe tomar decisiones en relación con este factor y no esperar los resultados contables para determinar qué acciones va a implementar para disminuir este indicador.

Factores que benefician o dificultan el avance y desarrollo de emprendedores. El fortalecimiento a través de créditos Mypes es una gran oportunidad dentro del mercado financiero, pues las tasas de interés son más bajas que las de crédito de consumo, lo cual puede en un momento determinado favorecer al emprendedor si este requiere de apalancamiento financiero para operar una idea de emprendimiento, claro se debe realizar el estudio respectivo y el plazo a fin de garantizar el uso eficiente de dichos recursos. Los obstáculos más frecuentes detectados en el sector farmacéutico en la ciudad de Florencia por parte de los emprendedores objetos de investigación se centran en cinco factores.

La competencia, si bien es cierto se puede considerar un obstáculo, esta situación del entorno es difícil de controlar por parte del emprendedor, de igual manera esto tiene un significado, quiere decir que el sector es favorable para crear nuevas empresas, lo cual lo hace atractivo para incursionar en el mismo. En este caso, lo que el emprendedor actual debe hacer es planificar cómo va a enfrentar esa nueva competencia, qué estrategias debe diseñar para seguir y aumentar su participación en el mercado, ampliar su portafolio de productos y servicios, es de esta manera como se logra enfrentar la nueva competencia; se debe mirar como un reto para el administrador o gerente el continuar y ser líder en el sector donde se desenvuelve su empresa.

La carga tributaria, si bien tiene una connotación en el resultado contable, es algo que se debe afrontar como empresario, lastimosamente este punto no es un incentivo por el contrario desmotiva a muchos emprendedores, razón por la cual es bueno tener el conocimiento necesario qué tipo de empresa se debe crear

para, así mismo, saber cuál es la carga tributaria que debe asumir como empresario. Todas estas variables endógenas son de difícil control por parte del emprendedor que inicia su idea, aquí la situación es como se sortee, y con base en estrategias y decisiones acertadas logra posicionarse y crecer como empresa.

Para el análisis de los factores se tiene en cuenta la interacción entre la persona y la idea de emprendimiento, esta relación permite visualizar que los emprendedores del sector farmacéutico de la ciudad de Florencia han tenido o tienen influencia dentro del mismo núcleo familiar, es decir, existe un grado de influencia de padres a hijos generando ese espíritu emprendedor; esta tipología de competencias de orden psicológico como la independencia económica, la responsabilidad, el deseo de surgir en su proyecto de vida, hacer realidad su propio negocio, genera en cada individuo un compromiso para consigo mismo como para con la sociedad en la que se desarrolla.

De igual manera, el hecho de ser una persona proactiva y motivada por el emprendimiento requiere de competencias cognitivas, las cuales se adquieren a través de un proceso de formación y capacitación que lo conducen a mejorar sus experiencias en aspectos directivos, contables y administrativos que fortalecerán su capacidad gerencial a la hora de entablar relaciones comerciales con su clientes y proveedores. Esta combinación de competencias permite al emprendedor una mayor posibilidad de éxito en el campo empresarial, a buscar otros campos de acción porque un emprendedor proactivo siempre estará a la expectativa de nuevas oportunidades que el entorno provee.

Un segundo aspecto para analizar en este proyecto de investigación está relacionado con la interacción entre la idea y proceso; esta relación posibilita la interacción entre emprendedor, cliente interno y externo, aquí es donde se ven o se conjugan aspectos como organización, servicio al cliente, control y ejecución; en otras palabras, aplica el proceso administrativo como herramienta directiva para la puesta en marcha del negocio, y que este brinde los resultados

esperados. Hay que tener en cuenta que los emprendedores objeto de esta investigación, en su gran mayoría, tienen es la experiencia en el sector farmacéutico como factor clave de desarrollo, es decir, vieron y analizaron la oportunidad, y se enrutaron a desarrollar su idea porque conocían de las bondades del sector.

Un tercer aspecto a analizar es la interacción entre persona y procesos, es en este apartado, donde las competencias psicológicas del emprendedor interactúan con aspectos internos, se podría decir que es donde el emprendedor pone toda su capacidad como ser humano y social para relacionarse con sus clientes y proveedores, y en donde se juega el buen nombre como empresario, asume su nuevo rol y muestra su capacidad como empresario en proceso de toma de decisiones, el trabajo arduo por conseguir resultados y metas; es aquí donde emprendedor deja ver la dinámica de una empresa a partir de su capacidad directiva.

Estos tres elementos de manera aislada no tienen efecto alguno en una persona emprendedora, existe un componente que unifica o mejor dicho integra a los tres componentes Idea-persona-proceso; y es elemento integrador se le ha denominado Gestión, y ¿por qué esta denominación?, porque es un conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa. Es utilizado para referirse al conjunto de acciones o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo. Dicho de otra manera, una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto.

En el entorno empresarial o comercial la gestión es asociada con la administración de un negocio, y si se hace referencia a la Gestión Empresarial se tendría este concepto más cercano al relacionarlo con el emprendimiento. Para lo cual se considera a esta como aquella que busca mejorar el rendimiento y competitividad de una empresa o negocio. La gestión empresarial es primordial dentro de la dinámica de una economía de mercado, ya que las empresas tienen

la oportunidad de analizar los distintos escenarios dentro de la economía que respalden una óptima rentabilidad, que se ve reflejada en la generación de bienes y servicios. Se puede decir que la gestión como competencia integradora es la razón de ser del emprendimiento, sin esta no existe empresa, productos ni mercado.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos a través del proceso de investigación realizado a emprendedores del sector farmacéutico de la ciudad de Florencia, departamento del Caquetá, permitió determinar las competencias que posee un emprendedor; así como las variables internas y externas que suelen influir en un individuo emprendedor y los diferentes factores que pueden obstaculizar o generar efecto dinamizador a la hora de emprender una idea de negocio. La metodología aplicada dentro del proceso de investigación, como es el estudio de casos, permitió determinar otra serie de elementos dentro del campo de la investigación cualitativa, cosa que no se hubiese podido obtener con el método cuantitativo porque sencillamente no aplica para este tipo de investigación.

Si bien es cierto, la existencia de teorías relacionadas con procesos de emprendimiento exitosos en otros sectores económicos de la región permiten el fortalecimiento de esta investigación, toda vez que esta se canalizó a través de un sector específico que tiene una gran representación en la economía local, lo cual significa que realizar emprendimientos exitosos en esta área de la geografía colombiana sí es posible, ya que existe el capital humano y las condiciones del entorno son facilitadoras para cualquier tipo de emprendimiento solo falta el deseo y ver el mundo con una visión de oportunidad.

Al analizar los factores personales y motivacionales asociados a la competencia de los emprendedores se logró determinar que son personas que tienen en común el ser persistentes, responsables, dedicados, ven oportunidad de hacer negocios, asumir riesgos, buscar independencia económica y lograr tener su propia empresa como parte de su proyecto de vida a partir del emprendimiento.

En relación con los factores clave de éxito de los emprendedores se pudo establecer que las variables idea, proceso y persona se relaciona con las halladas en el estudio realizado a emprendedores favorecidos con recursos de Fondo Emprender en el sector comercio y servicios realizado por el magister Rivera (2016).

Frente a las competencias fundamentales de todo emprendedor exitoso se logró identificar que los emprendedores objeto de estudio en esta investigación poseen competencias relacionas con las establecidas por el profesor de la Universidad de Harvard McClelland (1967) en su teoría de las necesidades, en donde el ser humano busca cubrir tres necesidades básicas: de poder, de logro y de afiliación. Las competencias basándose en la necesidad de logro.

-Iniciativa y búsqueda de oportunidades. Oportunidades que se pueden convertir en empresas o negocios que pueden ver los emprendedores de éxito.
-Persistencia, no abandonar, sino seguir adelante para alcanzar las metas.
-Cumplir los compromisos, cumplir las promesas hechas a trabajadores y clientes a costa de lo que sea.
-Exigencia de eficiencia y calidad, el buscar hacer mejor y más rápido las cosas, incluso más barato.
Las competencias basándose en la necesidad de afiliación
-Fijar metas, buscar alcanzar retos a corto, medio y largo plazo constantemente.
-Búsqueda de información sobre proveedores, clientes, competencia, nuevas oportunidades, nuevas tecnologías.
-Planificación y seguimiento sistemático, revisar las cosas para avanzar para conseguir las metas propuestas.

Las competencias son basándose en la necesidad de poder:
-Persuasión y redes de apoyo. Buscar que otras personas las apoyen, haga algo por ellos, para lograr así sus metas.
-Autoconfianza e independencia, la seguridad es clave para todo emprendedor, tanto en sí mismo como en sus capacidades.

Para finalizar, se puede decir que desde el campo investigativo se hace un aporte valioso a la academia, a través del cual se pueda ampliar el conocimiento relacionado con el campo del emprendimiento regional y que desde este se permita fortalecer los diferentes sectores de la economía en cuanto a formar y capacitar individuos que requieran acompañamiento en el momento de iniciar sus proyectos de emprendimiento de tal manera que se fortalezca el tejido empresarial de la región.

REFERENCIAS

Martínez, P. (2006). El Método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión, 20*, 165-193.

McClelland, D. (1967). *La Sociedad Ambiciosa (Reseña).* Madrid: Guadarrama.

Mill, J. (1848). *Principles of Political Economy* (7.ª ed.). Longmans.

Paramo, D. (2008). Gerencia Estratégica de Marketing. Un enfoque cultural. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, *Pensamiento y Gestión,* (27), 235-252.

Rivera, E. (2016). *Factores de éxito de los emprendedores de los sectores económicos diferentes al de ganadería financiado con recursos del Fondo Emprender caso Florencia Caquetá* [tesis de maestría en Administración, Universidad de la Amazonia].

3.5 FENÓMENO DE SUCESIÓN EN EMPRESAS DE FAMILIA EN FLORENCIA, CAQUETÁ

Carlos Fabián Iriarte Pastrana[17], Álvaro José Marlés Montes[18] Yelly Yamparli Pardo Rozo[19]

RESUMEN

La presente investigación aborda las percepciones de los gerentes de empresas de familia el municipio de Florencia - Caquetá (Colombia), respecto a sus principales prácticas administrativas, procesos de sucesión y su impacto en la vinculación de talento humano familiares, a su vez, se identificaron los componentes que hacen parte de los problemas de agencia (riesgo moral y la selección adversa) y su posible solución con la propuesta de implementación de dos protocolos que desarrollan acciones de observabilidad, redistribución, avales, señalización, selección, agrupación, redistribución y segmentación del riesgo en la información, asimétrica.

Palabras clave: teoría de la agencia, selección adversa, riesgo moral.

[17]Magister en Administración. Contraloría General de la Nación Contralor Provincial para la Participación Ciudadana, c.iriarte@udla.edu.co

[18]Magister en Administración. Empresario, Gerente Distrienchapes Florencia, Caquetá, al.marlés@udla.edu.co

[19] PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable, MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

La familia es un sistema que se compone de otros subsistemas, como es el caso de la familia consanguínea, los parientes políticos y la familia extendida, esta última conformada por toda la gente que trabaja en la empresa y que, de una manera u otra son, también miembros de la familia (Orjuela, 2014). En las sociedades de familia interactúan tres sistemas: la familia, la propiedad y la administración empresarial; lo cual la hace susceptible a entornos en los que no es clara la diferencia entre los intereses individuales frente a los empresariales.

Según Robledo (2017), solo tres de cada diez empresas familiares sobreviven más allá del período en el que el fundador está activo en la firma; este factor puede estar sujeto a la competencia y a la lucha por un espacio en el mercado, el cual no limitan las posibilidades de las empresas familiares, por el contrario, representan nuevas oportunidades para los empresarios, por cuanto estas se verán retadas a reconocer sus habilidades, salir de la informalidad, y aplicar el protocolo y la sucesión familiar para ser más sólidas y poder enfrentar en el futuro nuevas estrategias.

Las empresas de familia conforman el 70 % de las empresas tanto en el país como en el Caquetá (Superintendencia de sociedades, 2016). De acuerdo con lo anterior, dada la fragilidad de la administración familiar generacional, aunado a la baja participación de la empresa privada en la región, frente al sector público, esta investigación tiene como objetivo determinar cómo las empresas de familia en Florencia, Caquetá, pueden llegar a minimizar los problemas de agencia resultantes del proceso de sucesión.

Se empleó análisis cualitativo y cuantitativo a partir de la estadística descriptiva e inferencial para estudiar el fenómeno empresarial en siete empresas de familia representativas en Florencia, Caquetá. Para ello, se tuvo como referentes los estudios desarrollados en Colombia por Ramírez y Macías (2012) y el desarrollado en el Caquetá por Mora (2007), en el cual se definieron

las etapas evolutivas que afrontaron empresas de familia de conformidad con el contexto.

Por lo tanto, el problema de la investigación se basó en identificar los principales factores de orden administrativo que determinan los procesos de sucesión en las empresas de familia del municipio de Florencia a la luz de la teoría de la agencia, debido a que el trabajo busca aportar datos que sirvan como insumo para solucionar las problemáticas locales y reales de la teoría de la agencia en las empresas de familia del municipio de Florencia.

Por último, el objetivo de la investigación es determinar los procesos de sucesión en la dirección de las empresas de familia del municipio de Florencia, desde elementos de carácter administrativo, a la luz de los planteamientos de la teoría de la agencia, arrojando como resultado la implementación de dos protocolos que desarrollan acciones de observabilidad, redistribución, avales, señalización, selección, agrupación, redistribución y segmentación del riesgo en la información asimétrica. La investigación presenta las principales prácticas administrativas empleadas tanto para la sucesión en la dirección de la empresa de familia como para la vinculación de empleados familiares, en la misma línea de los planteamientos de la teoría de la agencia. Además, se identificaron los componentes que hacen parte de los problemas de agencia: el riesgo moral y la selección adversa, en las prácticas y procedimientos para la sucesión de directivos y/o vinculación de empleados familiares. Se proponen protocolos que permitan minimizar los procesos de la agencia a la hora de realizar el relevo generacional.

MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo se realizó en el municipio de Florencia, Caquetá, a los 01°37’03” de latitud norte y 75°37’03” de longitud oeste; su extensión es de 2262 Km^2, limita al norte con el departamento del Huila, al oriente con el Municipio de la Montañita, al sur con los municipios de Milán y Morelia, y al occidente con Morelia y Belén.

Tipo y método de investigación. La investigación es de tipo descriptiva cuyo propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características, de modo tal que en los resultados se pueden obtener dos niveles de análisis, dependiendo del fenómeno y del propósito del investigador: un nivel más elemental en el cual se logra una clasificación de la información en función de características comunes, y un nivel más sofisticado en el cual se ponen en relación los elementos observados a fin de obtener una información más detallada (Ferreiro, 2013).

El método empleado en la presente investigación es deductivo puesto que parte de lo general a lo específico para llegar a una deducción a partir de un razonamiento de forma lógica; cuyo propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características, de modo tal que de los resultados se pueda obtener un nivel de análisis, teniendo en cuenta el fenómeno y el propósito del investigador, orientado a observar y medir las variables, y reportar su estado de acuerdo con los indicadores y métodos seleccionados (Higuera y Ríos, 2005).

Fuentes de información. Como fuente de información primaria la presente investigación desarrolló un trabajo de trabajo de campo, se aplicó la técnica de encuesta aplicada directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio, y el acopio de testimonios que permitió confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva; según Montgomery (2014), las técnicas e instrumentos poseen tres componentes específicos:

Acopio de información o de fuentes de información*.* Una vez definido el tema sobre la sucesión de las empresas de familia "un análisis desde la teoría de la agencia", caso Florencia, Caquetá, se realizó un arqueo para recopilar la información que, según un criterio inicial establecido, pudiera servir para el desarrollo de la investigación y en consecuencia para el logro del objetivo planeado. Esto se desarrolló a través de la implementación de la búsqueda de artículos científicos relacionados con tema lo que constituye revisión literaria e información secundaria sobre las empresas objeto de estudio (Hernández, 2016).

Organización de los datos y elaboración de un esquema conceptual del tema. Con el propósito de facilitar la búsqueda e interpretación de los datos se estableció un esquema conceptual en el que se organizaron estructuralmente los diferentes elementos que se derivan del tema objeto de investigación (Perdomo, 2015).

Análisis de los datos y organización. Teniendo un esquema conceptual tentativo definido se procedió a desarrollar los puntos indicados en el esquema, analizando los documentos y sintetizando los elementos más significativos, aquellos que respondieron al objetivo planteado. Se desarrollaron los elementos tomando como referencia distintos autores. Se analizaron las diferencias y semejanzas de los postulados. Se procuró comprender y explicar la naturaleza del problema: sus causas, consecuencias, sus implicaciones y su funcionamiento (Aguilar, 2013).

Encuesta. De acuerdo con Cabrera (1998), la investigación por encuesta se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes. La encuesta se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia. Para el estudio de la investigación se realizaron 19 puntos estructurados con preguntas cerradas y de opción, de tal manera que se pudiera mediar, evaluar y conocer la percepción de los encuestados sobre la aplicación de la información.

La encuesta está estructurada por cinco bloques de preguntas: características socioeconómicas del encuestado y de la empresa; estructura organizacional de cada empresa, evaluación de las relaciones de empleados, directivos y miembros de familia, la sucesión, y los procesos de selección de empleados y directivos.

Población y muestra. El universo comprende todas las 9.380 empresas del territorio caqueteño, de acuerdo con el análisis del sector empresarial formal del

departamento (2013 – 2015), y en concordancia con el panorama nacional, se espera que cerca del 70 % de ellas pertenezca a sociedades de familia. De allí, a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados, y teniendo en cuenta la disponibilidad, la seguridad y el manejo prudente de la información, se contó con una muestra de siete empresas de familia que se encuentran en diferentes categorías comerciales, pero con una afinidad en común, como es el sentido de sucesión familiar en Florencia.

La siete empresas involucradas en las presente investigación expresaron su voluntad de no ser especificadas en nombre propio por seguridad, por lo tanto, se aplicó la ley estatuaria 1581 del 17 de octubre de 2012, reglamentada parcialmente por el decreto nacional 1377 de 2013, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales, aplicando, así, el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.

Fases de la investigación. Una vez definido el problema y la estrategia metodológica para usar, se identifican las fases seguidas de la investigación.

Fase 1. Conceptualización y contextualización. Aquí se observa la apropiación conceptual del marco teórico relacionado con el tema de investigación: sucesión de las empresas familiares.

Fase 2. Elaboración y aplicación de los instrumentos de investigación. En esta fase de conceptualización sobre el uso y aplicación de instrumentos para la investigación descriptiva, se realizó la elaboración de encuestas, ajustes y correcciones.

Fase 3. Resultados, análisis de las técnicas e instrumentos. Se aplicaron las encuestas, se realizó el análisis de resultados a partir de la estadística descriptiva e inferencial, para dar respuesta a los objetivos específicos y así llegar al objetivo general.

Fase 4. Informe final de investigación. Elaboración informe final, la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Con los resultados del proyecto se estableció una estadística descriptiva y un análisis de varianza ANOVA, el cual permite contrastar la hipótesis nula de que las medias de K poblaciones (K >2) son iguales frente a la hipótesis alternativa de que por lo menos una de las poblaciones difiere de las demás en cuanto a su valor esperado. Este contraste es fundamental en el análisis de resultados experimentales, en los que interesa comparar los resultados de K 'tratamientos' o 'factores' con respecto a la variable dependiente o de interés (Otero, 2005)

ANOVA requiere el cumplimiento los siguientes supuestos (Otero, 2005):

1. Las poblaciones (distribuciones de probabilidad de la variable dependiente correspondiente a cada factor) son normales
2. Las K muestras sobre las que se aplican los tratamientos son independientes.
3. Las poblaciones tienen todas igual varianza (homoscedasticidad).

ANOVA se basa en la descomposición de la variación total de los datos respecto a la media global (SCT), que bajo el supuesto de que la hipótesis nula H_0 es cierta, es una estimación obtenida a partir de toda la información de la muestra, en dos partes (Otero, 2005):

-Variación dentro de las muestras (SCD) o Intra grupos cuantifica la dispersión

de los valores de cada muestra en cuanto a sus correspondientes medias.

-Variación entre muestras (SCE) o Inter grupos, cuantifica la dispersión de las medias de las muestras con respecto a la media global.

RESULTADOS

Características socioeconómicas de las empresas de familia de la muestra de estudio. Se presentan aspectos de las empresas tal como el nivel de activos, ingresos, relación costo gasto, número de empleados de conformidad con sus afiliaciones familiares, nivel de salarios, equipos operativos y género, para observar el contexto socioeconómico de la muestra de estudio. Cabe destacar que las empresas son familiares debido a que más del 85 % del capital es familiar, al igual que el 12 % de su mano de obra. El 80 % de las empresas pertenece a las segundas generaciones familiares y posen un promedio de 30 años de vigencia en el mercado.

El 86 % las empresas poseen activos entres los 500 y 5000 SMMLV, lo que permitiría encasillarlas en la categoría de pequeña empresa por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, y artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004.

Ahora, tal resultado ayudaría a poseer la capacidad lineal de generación de recursos puesto que se supone que el capital que está invertido en estas empresas es usado para adquirir o financiar una serie de nuevos activos que soportan una operación que, a su vez, entrega unos resultados que sí son positivos van a aumentar el capital general de la empresa.

Se pudo determinar que el 57 % de las empresas alcanzan un nivel de ingresos entre 5.000 a 30.000 SMMLV, lo que permite maximizar su beneficio total en aquel punto en el que no es posible obtener ningún beneficio adicional incrementando la producción, y esto ocurre cuando la última unidad producida añade lo mismo al ingreso total que al costo total, estableciendo que las empresas sean de capital (Vélez, 2016).

Se determina el porcentaje de participación de los costos/gastos y utilidad en relación con el ingreso, es decir, el promedio de la participación de los costos y gastos de las siete empresas es de 53 %, siendo el de la empresa 5 el más alto (80 %) y el de la empresa 2 el menos representativo (16 %). El promedio de utilidad fue del 11 %, lo que establece un óptimo ordenamiento y asignación apropiada de costos y gastos considerando las diversas operaciones de una organización, facilitando la gestión de proyectos, el análisis financiero y la toma de decisiones, lo que, a su vez, ayuda a la implementación de un mejor análisis de costos y gastos ayudando a la sostenibilidad financiera (Carvajal, 2014).

Por otra parte, el número total de empleados de las siete empresas es de 329 individuos, equivalente al 1,89 % del total de empleados particulares del municipio de Florencia. Según el DANE (2018), la proyección para el 2018 de ocupados llegará a 58 mil personas,

La distribución de los 329 trabajadores se realizó por medio de la afinidad familiar y sexo, donde 291 (88 %) personas son particulares, 181 (62 %) son hombres y 110 (38 %) son mujeres. Caso contrario pasa con la afinidad familiar donde el porcentaje es menor con un 12 % equivalente a 37 personas, 48 % (18) a hombres y 52 % (19) a mujeres. Cabe resaltar que la distribución de género a nivel laboral no obtuvo una diferencia significativa (Gráfica 4) tanto en los particulares como familiares.

Según Ortíz-Román et al., (2017), la igualdad de género implica reconocer que hombres y mujeres son diferentes en términos de necesidades y particularidades, y que esto no debe alterar el acceso y disfrute de oportunidades de manera equitativa. Así, identificar e impulsar el potencial que cada persona tiene para ofrecer es una alternativa en la cual maximiza su experiencia, conocimientos y destrezas, brindando a la empresa un equipo estimulado para hacer un buen trabajo.

Los salarios de los familiares superan hasta 10 SMMLV a los particulares, esta desigualdad, de acuerdo con Perdomo (2015), no debería existir, ya que la igualdad salarial es el concepto según el cual los individuos que realizan trabajos

similares (o trabajos con la misma productividad) deben recibir la misma remuneración sin importar el sexo, raza, orientación sexual, nacionalidad, religión o cualquier otra categoría. Para ello, se parte del principio de igualdad ante la ley, establecida en el Artículo 7 de Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Solo el 28 % de las empresas no posee equipos operativos, lo que permitiría una falta de funcionalidad en los procesos generales, además de una apariencia y sensación únicas que crean un entorno específico (Vidarte, 2014).

Principales prácticas administrativas empleadas para la sucesión en la dirección de la empresa de familia y la vinculación de empleados familiares

A continuación, se describe el desarrollo de las principales prácticas administrativas empleadas para la sucesión y vinculación de empleados familiares en las siete empresas estudiadas en el municipio de Florencia, siendo identificadas las variables sobre las funciones del consejo familiar, protocolo familiar y junta directiva.

Características del gerente. El 85,7 % de las empresas no ha tenido único propietario, y sus gerentes han sido miembros de la familia y accionistas, a su vez, en un 14,3 %. Ramírez y Macías (2012) sugieren que para algunas empresas es mejor un gerente externo en empresas familiares, debido a que muchos de los casos una sucesión dentro de la familia no es posible o por lo menos no es aconsejable, esto se debe a que no existe una ley de naturaleza en la que los hijos de empresarios tengan el interés, la voluntad o la capacidad para asumir el mando de una empresa.

Órganos de gobierno corporativo. El 42,86 % de las empresas poseen asamblea familiar donde expresan sus valores a sus integrantes y empresa, caso contrario pasa con el concejo familiar que solo está presente en un 14,28 %, el cual sirve para discutir las cuestiones que se relacionan con la participación de la

familia en el negocio y puede, además, servir como órgano consultor de la junta directiva.

En tercer lugar se ubicó el protocolo familiar con un 14,28 % de presencia, el cual se define como un documento expedido por la asamblea de la familia en el que se establecen los roles de los miembros de la familia, sus funciones, deberes, responsabilidades y extralimitaciones, frente a su actuación como socios, accionistas, empleados o administradores. Por último, la junta directiva hace presencia con el 57,14 %, el cual es el responsable de velar por el cumplimiento de las normas de gobierno corporativo, administrar los conflictos de interés en la organización.

Contribución de los órganos de gobierno. Se pudo determinar que los tres parámetros de contribución de los órganos de gobierno fueron Bajos, como es el caso del flujo de información con el promedio del 50,05 %, seguido de las relaciones entre los propietarios, también con un 50,05 %, y, por último, el control de los propietarios sobre las decisiones con el 46,47 %.

El promedio calificado por órgano de gobierno expresando valores Bajos de. 57,2 % para protocolo de familia, 52,4 % concejo de familia, 43,0 % para asamblea de familia y junta directiva.

En síntesis, el 50 % de los negocios poseen un flujo de información Bajo, al igual que sus relaciones entre los propietarios, y su control de los propietarios sobre las decisiones fue del 46,5 %.

Se puede analizar que, ante la difícil situación económico-financiera del municipio de Florencia, hoy en día es necesario que las empresas se preparen no solo para enfrentarla (además de las contingencias), sino también para solucionar los problemas urgentes, y atender las situaciones estratégicas que representen y garanticen un incremento del valor de la empresa en el largo plazo.

Por ello, Restrepo (2015) afirma la importancia de que las empresas cuenten con estructuras de gobierno más sólidas, por medio de protocolos, concejos, asambleas y juntas directivas familiares, con el fin de asegurar que las decisiones

estratégicas que se tomen sean más objetivas, en beneficio de la empresa y siempre cuidando los intereses de los accionistas.

En relación con esto, es muy importante el perfil de los consejeros que formen el Consejo de Administración y sus comités, ya que su experiencia, su capacidad y su prestigio profesional serán fundamentales para cada una de sus opiniones en los diferentes temas a tratar en las agendas de trabajo, con el fin de que contribuyan a tomar mejores decisiones (Carvajal, 2010).

Para conocer el desempeño de los órganos de gobierno y en lo individual de cada consejero es importante evaluar su desempeño durante un periodo anual para medir el cumplimiento de los objetivos establecidos, y su participación y presencia en cada sesión, entre otros.

Funciones del concejo de familia. En relación con las funciones que cumple el concejo de familia en la organización, se calificaron las siguientes funciones:

Función 1. Decidir los asuntos que hacen referencia a las relaciones de los miembros de la familia con la sociedad de familia.

Función 2. Elegir a los representantes de la familia que serán candidatos para ocupar cargos dentro de los órganos de gobierno de la sociedad de familia.

Función 3. Suscribir un documento en el cual se establecen los roles de los miembros de la familia, sus funciones, deberes, responsabilidades y extralimitaciones, frente a su actuación como socios, accionistas, empleados o administradores de familia.

Función 4. Velar por la divulgación y cumplimiento del documento a que hace relación el ítem anterior.

Función 5. Servir como órgano consultivo para la junta directiva de la sociedad de familia.

El 28,6 % de las empresas decide los asuntos que hacen referencia a las relaciones de los miembros de la familia, el 14,3 % elige los representantes de la familia que serán candidatos a ocupar cargos dentro de los órganos, en la tercera

función el 28,6 % está totalmente de acuerdo con suscribir un documento en el cual se establecen los roles de los miembros de la familia, sus funciones, deberes, responsabilidades y extralimitaciones, frente a su actuación como socios, accionistas, empleados o administradores de familia.

La función cuatro establece que el concejo de familia está parcialmente de acuerdo con un 28,6 % en velar por la divulgación y cumplimiento del documento a que hace relación el ítem anterior. Por último, el 28,6 % del concejo de familia está totalmente de acuerdo con servir como órgano consultivo para la junta directiva de la sociedad de familia.

Por lo anterior descrito, Vélez (2016) especifica que valores superiores al 25 % de desacuerdo en las funciones que cumple el concejo de familia en las empresas pueden crear ineficiencia en la planificación del proceso sucesorio con los distintos órganos de gobierno, falta de cuidado de las relaciones entre las distintas ramas familiares e intereses de grupos afines, disminución en la promoción de la comunicación entre miembros de la generación siguiente a través de un calendario de encuentros que permita el conocimiento entre ellos, y la cultura y valores de la empresa. A su vez, puede originar poco desarrollo en el protocolo familiar entre los familiares consanguíneos (y políticos si procede) y falta de organización de las asambleas familiares como forma de conocimiento recíproco y cohesión de miembros consanguíneos y políticos.

Afirmaciones del protocolo de familia. En relación con el protocolo de familia, se calificó las siguientes afirmaciones:

Afirmación 1. Valores que guían la empresa y la familia.

Afirmación 2. Forma en que la familia contribuye a la profesionalización de la empresa.

Afirmación 3. Plan de sucesión o relevo generacional de la dirigencia de la empresa.

Afirmación 4. Órganos de gobierno familiares.

Afirmación 5. Forma en que los familiares propietarios se relacionan laboralmente con la empresa.

Afirmación 6. Política económica con que los familiares interactúan con la empresa.

Afirmación 7. Forma de solucionar las controversias entre los familiares.

Afirmación 8. Los roles de los miembros de la familia, sus funciones, responsabilidades, frente a su actuación como socios, empleados o administradores.

Afirmación 9. Un procedimiento que garantice que le manejo de las operaciones entre la empresa y los miembros de la familia será aprobada por el máximo órgano de control.

Afirmación 10. Un procedimiento que garantice que la administración informará al concejo de familia todas las operaciones celebradas entre los miembros de la familia y la empresa de familia.

Afirmación 11. Un procedimiento que permita a todos los propietarios acceder a la información sobre las operaciones de la empresa.

Se pudo determinar que el 57,1 % de las empresas no expresaron opinión de las afirmaciones sobre el protocolo de familia, solo alrededor del 28,6 % en promedio está totalmente de acuerdo con algunas afirmaciones, pero inexistentes en la afirmación 2 y 7.

Tal como señala Martínez (2012), la experiencia demuestra que el protocolo familiar es un instrumento eficaz para la prevención de conflictos, por eso es conveniente redactarlo anticipándose a los posibles problemas que pudieran surgir. Asimismo, el proceso de elaboración del protocolo familiar exige la colaboración de todos los miembros implicados sobre los que recae la responsabilidad de debatir sobre los temas a incluir en el mismo, ya que este proceso de discusión y posterior consenso hasta llegar al acuerdo final es clave para el eficaz funcionamiento de este.

Además, con el fin de adaptarlo a los cambios tanto familiares como empresariales que se vayan presentando a lo largo de los años es conveniente revisarlo periódicamente para mantener su vigencia. Por lo tanto, un protocolo familiar debe tener, de un lado, la vocación de permanencia en el tiempo y, de otro, el compromiso de revisarlo periódicamente.

En resumen, el protocolo familiar debe ser un instrumento activo que sirva de norma para guiar las actuaciones familiares en la empresa y que, a su vez, sea capaz de contribuir a la solución de las eventuales incidencias que se produzcan en el interior de la familia, y que estén relacionadas con la unidad productiva.

Conformación de la junta directiva. La Gráfica 15, muestra a las empresas 1 y 2 con cinco y cuatro integrantes, respectivamente, en la junta directiva, sin parentesco familiar, contrario pasa con el resto de la muestra, el 90 % lo conforma el núcleo familiar. En síntesis, el 48 % de los integrantes de las juntas directivas de las siete empresas lo conforman particulares.

Contribuciones en la junta directiva de las personas no vinculadas al grupo familiar. Se determinó las siguientes contribuciones:

Contribución 1. El control de los propietarios no vinculados a la administración sobre las decisiones de los ejecutivos.

Contribución 2. El flujo de información relacionada con la empresa hacia los propietarios.

Contribución 3. Alineación de los intereses de los propietarios y los administradores.

Contribución 4. Protección de los derechos de accionistas minoritarios.

Contribución 5. Cumplimiento de los intereses de la empresa.

Contribución 6. Darles más transparencia a las decisiones adoptadas en la junta directiva.

Contribución 7. Evita gastos sin relación con las actividades de la empresa.

Contribución 8. Evita indebido reparto de utilidades.

Contribución 9. Evita el desvió de los dineros de la empresa.

Básicamente, las contribuciones obtuvieron valores similares, siendo el control de los propietarios no vinculados a la administración sobre las decisiones sobre los ejecutivos, el más bajo con 42,8 %, el resto obtuvo valores promedio de 28,6 %.

Cabe resaltar que ninguna contribución obtuvo valores altos, por lo que Giraldo (2013) expresa que estas condiciones reflejan una disminución del valor general de la junta directiva, lo que conlleva la falta de compromiso de los miembros, bajo desempeño, y disminución de la operación y dinámica de la misma.

Cumplimiento de las funciones de la junta directiva. Se determinaron las siguientes funciones:

Función 1. Aprobar el presupuesto anual, el plan y objetivos estratégicos de la compañía.

Función 2. Realizar seguimiento periódico al desarrollo del plan estratégico.

Función 3. Establecer las políticas de nombramiento, compensación, evaluación y destitución de los altos directivos de la compañía.

Función 4. Identificar las partes vinculadas.

Función 5. Verificar al adecuado funcionamiento del sistema de control interno, cumplimiento de las políticas contables y de administración de riesgos.

Función 6. Determinar las políticas de información y comunicación con los grupos de interés de la compañía.

Función 7. Velar por el cumplimiento de las normas de gobierno corporativo.

Función 8. Establecer el programa para mitigar el riesgo de sucesión del ejecutivo principal.

Función 9. Administración de los conflictos de interés de los funcionarios distintos a los administradores de las siete empresas estudiadas. El 42,8 % de las

empresas aprobó el presupuesto anual, el plan y objetivos estratégicos; el 14,3 % realizó el seguimiento periódico al desarrollo del plan estratégico; parcialmente, el 14,3 % estableció las políticas de nombramiento, compensación, evaluación y destitución de los altos directivos de la compañía. La cuarta, quinta y sexta función concuerda con las anteriores con un 14,3 %, en la que se identifican las partes vinculadas, se verificó el adecuado funcionamiento del sistema de control interno y las políticas de información, respectivamente.

Por último, el 42,8 % de las empresas parcialmente vela por el cumplimiento de las normas de gobierno corporativo, al igual que el establecimiento del programa para mitigar el riesgo de sucesión del ejecutivo principal y la administración de los conflictos de interés de los funcionarios distintos a los administradores con el 14,3 % y 28,6 %, correspondientemente.

Según Monterrey (2016), la junta directiva es el máximo órgano administrativo de la sociedad, y si se presenta bajo cumplimiento de sus funciones disminuye la calidad de sus políticas de gestión y desarrollo de la empresa, así como controlar que el gerente y los principales colaboradores cumplan y se ajusten a las mencionadas políticas.

Identificación de los componentes de los problemas de agencia: el riesgo moral y la selección adversa. A continuación, se identificaron algunos aspectos que hacen parte de los problemas de agencia que se ven reflejados en información asimétrica y sus dos componentes fundamentales estudiados en la presente investigación, como es el caso del riesgo moral y la información adversa.

La información asimétrica (riesgo moral e información adversa) se evaluó a través de los procesos de sucesión en la alta gerencia, procesos de selección del sucesor en la gerencia y mecanismos de selección de los nuevos empleados.

Porcentaje de procesos de sucesión. Cuatro de las empresas tuvieron procesos de sucesión, equivalente al 57,2 % de la muestra. Por lo tanto, estas empresas aplican para la revisión de las 15 afirmaciones sobre tal proceso.

Afirmaciones sobre el proceso de sucesión vivido en la alta dirección de las empresas

Afirmación 1. Para el proceso de sucesión se tuvo en cuenta el nivel de formación del sucesor.

Afirmación 2. Las relaciones familiares se vieron afectadas por la sucesión.

Afirmación 3. La confianza de los proveedores se vio afectada por la sucesión.

Afirmación 4. Los inversionistas minoritarios (si los tiene) manifestaron su inconformidad con el nuevo líder de la empresa.

Afirmación 5. La elección del sucesor se hizo según lo establecido en el protocolo de familia.

Afirmación 6. La formación del sucesor se hizo de acuerdo con un plan previamente establecido.

Afirmación 7. Al momento de elegir el sucesor se tuvo en cuenta a personas diferentes a la familia.

Afirmación 8. Se tuvo en cuenta un amplio número de aspirantes a la sucesión.

Afirmación 9. El consejo de familia evaluó las hojas de vida de los aspirantes.

Afirmación 10. La estructura de poder en la empresa se vio afectada por el proceso de sucesión.

Afirmación 11. La confianza de los miembros de la familia se vio afectada por la sucesión.

Afirmación 12. El flujo de información hacia los propietarios miembros de la familia se ha mantenido.

Afirmación 13. Las evaluaciones internas de los diferentes ejecutivos se tuvieron en cuenta para elegir el sucesor.

Afirmación 14. Durante el proceso de sucesión se vio amenazada la estabilidad de la empresa.

Afirmación 15. El anterior líder de la empresa influyo en la elección del nuevo dirigente.

Las empresas están totalmente de acuerdo con tener en cuenta el nivel de formación del sucesor y su afectación en las relaciones familiares. El 25 % afirma que hubo disminución en la confianza de los proveedores e inversionistas minoritarios por el nuevo líder de la empresa.

El 25 % de las empresas está parcialmente de acuerdo con que la elección del sucesor se deba hacer según lo establecido en el protocolo de familia, pero, a la vez, está totalmente de acuerdo con que la formación del sucesor se realice de acuerdo con un plan previamente establecido.

Ahora, ninguna empresa expresó su opinión sobre las afirmaciones 7 y 8, o sea al momento de elegir el sucesor se tuvo en cuenta a personas diferentes a la familia y a un amplio número de aspirantes. El 25 % está parcialmente de acuerdo con que el concejo de familia evalúe las hojas de vida de los aspirantes, a su vez, afirman que la estructura de poder en la empresa se vio afectada por el proceso de sucesión en el mismo porcentaje.

El 50 % expresa que la confianza de los miembros de la familia se vio afectada por la sucesión, y el 25 % estipula que el flujo de información hacia los propietarios miembros de la familia se ha mantenido.

El 25 % de las empresas está parcialmente de acuerdo con la realización de las evaluaciones internas de los diferentes aspirantes a sucesor y el 50 % concuerda que durante el proceso se vio amenazada la estabilidad de la empresa. Por último, el 75 % está totalmente de acuerdo con que el anterior líder de la empresa influyó en la elección del nuevo dirigente.

En síntesis, las empresas obtuvieron un 27 % de aprobación sobre las 15 afirmaciones. Estos bajos resultados pueden afectar su relevancia económica, junto a la complejidad que añade a la organización el hecho de estar controladas por un grupo familiar motiva el interés de su estudio, máxime por las particulares

dificultades que sufren para su continuidad en los momentos de sucesión o transición generacional.

Afirmaciones sobre el proceso de selección del sucesor en la gerencia. En este punto se trabajaron las siguientes afirmaciones:

Afirmación 1. Están definidos los mecanismos por medio de los cuales se elegirá el sucesor.

Afirmación 2. Se cuenta con un plan de formación para los posibles sucesores.

Afirmación 3. Se tienen establecidos los mecanismos para la postulación de candidatos a la sucesión.

Afirmación 4. Están definidos los requisitos que deben cumplir los aspirantes a la dirección de la empresa.

Afirmación 5. Existen en las nuevas generaciones personas interesadas en asumir el control de la empresa.

Afirmación 6. La estabilidad de la empresa se puede ver amenazada por la sucesión.

Afirmación 7. El proceso de sucesión podría llevar a que la familia pierda el control de la empresa.

Afirmación 8. Todos los propietarios cuentan con acceso a información adecuada sobre los riesgos de la sucesión.

Afirmación 9. Cuenta la empresa con un estudio de riesgos del proceso de sucesión.

Solo el 14,3 % de las empresas tienen definido los requisitos que deben cumplir los aspirantes a la dirección de la empresa, el 28,6 % de las nuevas generaciones están interesadas en asumir el control de la empresa. Por otra parte, el 42.8 % afirma que la estabilidad de las empresas puede verse amenazada por la sucesión, el 28,6 % cree que el proceso de sucesión podría llevar a que la familia

pierda el control de la empresa. Por último, el 14,3 % de los propietarios cuenta con acceso a información adecuada sobre los riesgos de la sucesión, y están totalmente en desacuerdo con el estudio de riesgos del proceso de sucesión.

Nuevamente, el resultado de las afirmaciones es bajo, en este caso, el proceso de selección del sucesor es las afirmaciones 1, 2, 3 y 9 es prácticamente nulo, por lo tanto, Orjuela (2014) afirma que estas afirmaciones desempañan un papel crítico para ayudar a los propietarios de empresas familiares a evaluar la factibilidad del sistema que tienen en mente para el futuro. Al ayudar a los integrantes de la familia a enunciar explícitamente las presunciones subyacentes de sus logros individuales, esto puede ser el catalizador de un proceso de evaluación continua de estas metas a futuro.

Afirmaciones sobre los mecanismos de selección de nuevos empleados. Los mecanismos de selección de nuevos empleados son:

Afirmación 1. Diferentes cuando se trata de personas que tienen vínculo familiar con los propietarios.

Afirmación 2. No diferencian entre aspirantes con vínculo familiar y aspirantes sin vínculo familiar.

Afirmación 3. No existen procedimientos establecidos para la vinculación de nuevos empleados.

El 71,4 % de las empresas aplica mecanismos diferentes para la selección de nuevos empleados, cuando se trata de personas que tienen vínculo familiar con los propietarios; el 42,8 % no diferencian entre aspirantes con vínculo familiar y aspirantes sin vínculo familiar. Por último, el 28,6 % afirma que no existen procedimientos establecidos para la vinculación de nuevos empleados.

El promedio de las tres afirmaciones fue del 48 % de aprobación, concordando con Aguilar (2013), el cual estipula que las empresas en Colombia manifiestan, en gran proporción, la preferencia de familiares en la contratación, lo que produce entre los aspirantes del cargo un factor determinante para la toma de decisiones.

Este factor puede desestimar el cumplimiento del perfil de la vacante y producir un conflicto con los objetivos trazados por la empresa.

Presencia de mecanismos de acceso a la información por parte de los socios empresariales. El 42,8 % de las empresas posee mecanismos de acceso a la información, por lo que aplican rendición de cuentas por parte de los administradores y aprueban los informes de gestión por parte de la asamblea de familia.

Opción1. Rendición de cuentas por parte de los administradores.

Opción 2. Aprobación de los informes de gestión por parte de la asamblea de familia

Cabrera (2017) establece que la rendición de cuentas y aprobación de informes de gestión de las empresas ayuda a formar el referente metodológico de la misma, así la empresa puede llevar sus procesos normales de gestión.

Afirmaciones de la condición de empresa familiar. Se determinaron las siguientes 15 afirmaciones según Ramírez y Macías (2012), y Mora (2007), definiendo las etapas evolutivas que afrontaron empresas de familia de conformidad con el contexto.

Afirmación 1. Las relaciones familiares entre los propietarios y los administradores contribuyen a elevar la confianza en las relaciones al interior de la organización.

Afirmación 2. Las relaciones familiares contribuyen a mejorar las comunicaciones al interior de la empresa.

Afirmación 3. La información empresarial fluye más fácilmente gracias a las relaciones familiares entre los propietarios y los administradores.

Afirmación 4. Gracias al vínculo familiar, todos los propietarios de la organización tienen acceso libre e ilimitado a información oportuna relacionada con las operaciones de la empresa.

Afirmación 5. Los vínculos familiares incrementan la confianza entre los propietarios y los gestores de la organización.

Afirmación 6. La condición de empresa familiar permite que no haya información oculta a los miembros de la familia que son propietarios y no hacen parte de la administración de la organización.

Afirmación 7. La condición de empresa familiar dificultad el flujo de información a los socios que no hacen parte de la familia.

Afirmación 8. La condición de empresa familiar contribuye a disminuir los costos de control por parte de los propietarios sobre los administradores.

Afirmación 9. La relación familiar entre propietarios y administradores contribuye a que los intereses de las partes coincidan.

Afirmación 10. Por la relación familiar los propietarios tienen mayor confianza en los administradores.

Afirmación 11. La condición de empresa familiar contribuye a generar lazos de confianza entre los propietarios, trabajadores y administradores.

Afirmación 12. En los procesos empresariales las relaciones familiares son más importantes que los contratos.

Afirmación 13. Existen en la empresa mecanismos que permitan a los propietarios sin vínculo con la administración, conocer las operaciones celebradas por la organización con los administradores, los asociados y personas vinculadas con ellos.

Afirmación 14. Los propietarios de la empresa que no hacen parte de la administración se enteran de manera oportuna sobre la enajenación de activos propiedad de la compañía.

Afirmación 15. En las reuniones informales de la familia se da a conocer la información relacionada con las actividades de la empresa.

El 14,3 % de las empresas está totalmente de acuerdo con que las relaciones familiares entre los propietarios y los administradores contribuyen a elevar la confianza en las relaciones al interior de la organización, ayudan a mejorar las comunicaciones al interior de la empresa, la información empresarial fluye más fácilmente, incrementa el acceso libre e ilimitado a la información oportuna relacionada con las operaciones empresariales, pero dificulta el flujo de esta información a los socios que no hacen parte de la familia (afirmaciones 1, 2, 3, 4 y 7, respectivamente).

Por otra parte, el 28,6 % afirma que los vínculos familiares incrementan la confianza entre los propietarios y los gestores de la organización, también contribuye a que los intereses de las partes coincidan, genera lazos de confianza, crea mecanismos que permiten a los propietarios sin vínculo con la administración, conocer las operaciones celebradas por la organización con los administradores, los asociados y personas vinculadas con ellos y, por último, permite que los propietarios que no hacen parte de la administración se enteren de manera oportuna sobre la enajenación de activos propiedad de la compañía (afirmación 5, 9, 11, 13 y 14, correspondientemente).

El 42,8 % de las empresas permite que no haya información oculta a los miembros de la familia, al tiempo que confirma que las relaciones familiares son más importantes que los contratos, y sus reuniones informales se da a conocer la información relacionada con las actividades de la empresa (afirmaciones 6, 12 y 15, respectivamente).

El 28,6 % está parcialmente de acuerdo con que la condición de empresa familiar contribuye a disminuir los costos de control por parte de los propietarios sobre los administradores, y el 57,1 % afirma que los propietarios tienen mayor confianza en los administradores (Afirmaciones 8 y 10, respectivamente).

Carvajal (2014) concuerda con la variedad de afirmaciones evaluadas anteriormente, en el sentido de que toda empresa familiar para lograr su permanencia en el tiempo debe enfocarse y organizarse desde tres ámbitos distintos y compatibles: el ámbito familiar, el patrimonial y el empresarial. La mayoría de los empresarios familiares le dedican gran parte de su tiempo al último ámbito y dejan de lado los dos ámbitos iniciales, ya que con frecuencia los consideran poco relevantes o como temas muy privados que no deben relacionarse con el negocio.

Se ha comprobado, a través de la experiencia y con un alto grado de certeza que las ventajas competitivas de las empresas familiares se encuentran en la unidad de la familia y el compromiso de los familiares con su organización. Al mismo tiempo se ha comprobado que los altos índices de mortalidad se deben más a razones familiares que empresariales.

Socios minoritarios de las empresas que no hacen parte de la familia. Solo el 14,3 % de las empresas tiene socios minoritarios que no hacen parte de la familia, los cuales tienen participación en los órganos de dirección y control.

Análisis de varianza. La comparación de las variables (afirmaciones) mostró diferencias entre ellas, lo que determinó que las funciones, procesos y mecanismos no cumplen la misma efectividad en las siete empresas, debido a que tales diferencias son notorias, como es el caso de las funciones de las prácticas administrativas y las afirmaciones de los problemas de agencia. Ahora es importante establecer si hay una diferencia significativa entre ellas, para tal fin se aplicó el análisis de varianza ANOVA.

El propósito fundamental del análisis de varianza (ANOVA) es comparar los grupos entre sí, como lo estipula Milton (2015) y Montgomery (2014) al aplicar el análisis, la hipótesis nula o fundamental puede enunciarse en los términos: no existe diferencias significativas entre las funciones del concejo (0,07>0,05) y protocolo familiar (0,06>0,05) de las prácticas administrativas ni en el proceso de sucesión en la alta gerencia (0,06>0,05) en relación con los mecanismos de selección de los nuevos empleados (0,09>0,05) como afirmaciones de los

problemas de agencia, entonces se puede afirmar que estos resultados no se diferencian entre sí y que los datos son independientes a los resultados obtenidos, ya que sus valores en el análisis de varianza son superiores a 0,05.

La hipótesis alternativa por su parte enuncia que existen diferencias significativas por parte de las funciones de la junta directiva y las afirmaciones de los procesos de selección del sucesor en la gerencia, es decir, que al menos este resultado no supera el lumbral del análisis de varianza (0,03 y 0,0 4<0,05).

Estos datos concuerdan con Martínez (2018), el cual estableció que variables como las funciones de la junta directiva y los mecanismos de selección de los nuevos empleados se consideran difíciles de manejar en el sector familiar, más aún cuando se presenta en procesos de sucesión empresarial (Gordon, 2010).

Propuesta de la aplicación de protocolos para minimizar los procesos de la agencia a la hora de realizar el relevo generacional. Al respecto, el autor Hernández y Macías (2015) manifiesta que: para que el modelo de gobierno de una empresa familiar sea eficiente debe contemplar una estructura y descripción de al menos un protocolo base; así como también es claro que hay que formar algunas políticas útiles para la incorporación de nuevas variables empresariales en relación con la sucesión. De igual manera expresan que los órganos de gobierno deben adaptarse a las necesidades propias de la empresa familiar, que ayudarán a desarrollarse equilibradamente aportando a su estructura organizacional. Estas empresas familiares son el soporte de la economía de los países del mundo con una finalidad principal de generar fuentes de empleo, teniendo en cuenta la manera como ha sido conformada en cuanto a su estructura y organización.

Referente al protocolo de la empresa familiar, debe brindar información de las problemáticas existentes, como es la falta de control y deficiente administración; por lo que la dirección del mismo debe estar encaminada hacia el objetivo general, componentes, requisitos, categorías, variables y actividades.

El protocolo especifica el problema del riesgo moral como la posibilidad en que el agente busque objetivos generales en detrimento de los intereses del principal.

Para buscar las soluciones al problema planteado se deben aplicar los beneficios económicos, intereses monetarios, visión basada en el concejo de la administración, planeación estratégica, toma de decisiones en base a la técnica, contratación del personal por sus conocimientos, la evaluación de sus miembros por su desempeño, las actividades de propiedad y dirección deben ser separados, la sucesión debe ser por decisión colectiva y administrativa y, por último, la propiedad debe ser basada en el patrimonio financiero.

Estas acciones van dirigidas a las dos variables a implementar, como es el caso de los procesos de sucesión de la alta gerencia y la selección del sucesor en la gerencia. Tal fin debe ser regido por las siguientes soluciones:

-Incremento de la observabilidad. Puede tomar distintas formas, pero en cualquier caso implicaría aumentar los recursos destinados al seguimiento, vigilancia y control del agente, a veces, incluso, previendo el comportamiento inapropiado antes de que se llegue a producir. Este desembolso de recursos tendría una exigencia menor en la gestión de una empresa que opere en un mercado competitivo, como consecuencia del propio control proporcionado por los mercados sin costo alguno. Una mayor competitividad en el mercado exigirá mayores esfuerzos por parte de la dirección para lograr beneficios, por tanto, los directivos no tendrán tanto margen para procurar sus propios objetivos desatendiendo las metas globales si no quieren ser responsables del fracaso de la empresa, lo que arruinaría su reputación (Álvarez y Hall, 2006).

-Redistribución del riesgo. Consiste en pactar con el trabajador un contrato de incentivos donde reciba su remuneración en función de los resultados obtenidos, que sí pueden ser observados a diferencia de lo que ocurre con su desempeño y esfuerzo efectivos. El contrato de incentivos también tiene sus desventajas. En primer lugar, los trabajadores son adversos al riesgo, en términos generales, y aceptarán preferiblemente un sueldo fijo menor a un sueldo un poco mayor que tenga una parte variable, en función de logros que no se encuentran completamente bajo su control. Además, para la empresa los contratos de incentivos implican incurrir en un costo mayor para convencer al trabajador de que

acepte un contrato donde va a soportar parte del riesgo (Bayón, 2012).

-Avales. En determinados sectores es habitual solicitar su depósito para garantizar la actuación del agente de manera que se ejecutaría el aval en caso de no darse los resultados esperados. Aunque pueda resultar efectivo, no es sencillo adaptarlo a todas las situaciones que puedan surgir (Wehrt, 2000),

El segundo protocolo especifica el problema de la información adversa como la retención de mejor información del agente que los propietarios. En busca de las posibles soluciones se debe informar a las empresas, su obligación de aportar más información, emitir acciones solo si tienen buenos proyectos de inversión, potencializar el crecimiento de la empresa para utilizarlo como variable, incrementar el esfuerzo de comunicación entre las referencias para la fiscalización de la información.

Cuando se está ante un problema de selección adversa, el principal inconveniente es la escasa observabilidad o su inexistencia, por tanto, la solución puede estar en tratar de incrementarla a través de exámenes o inspecciones, según las circunstancias concurrentes. Cuando no se puede aumentar la observabilidad de manera directa, se pueden buscar otras vías:

-La señalización. Esta se produce cuando la parte que posee la información privilegiada envía señales sobre sus características ocultas a la parte carente de información buscando que esta obtenga un mejor conocimiento de la situación (Stiglitz y Weiss, 1994).

-La selección*.* En este caso no son los propios individuos los que se señalan, sino que es la parte no informada la que procura clasificar a los individuos en función de sus características. Se buscaría un mecanismo de autoselección que permita que, ofreciendo distintas alternativas, encaminadas cada una a una clase determinada de la parte informada, los individuos seleccionen una serie de opciones para que estas le revelen sus características privadas a la parte no informada (Bayón, 2012).

-Agrupación del riesgo. La contratación en bloque, sin que los individuos tengan

la posibilidad de abandonar el contrato, permite una oferta de seguros calculando la prima en función del gasto medio esperado (Goodman y Stano, 1993).

-Redistribución del riesgo. Con la inclusión de una garantía en el contrato, especificando los riesgos que asume la parte peor informada, el riesgo no estaría soportado únicamente por una de las partes, ya que al estar repartido evita una conducta oportunista o al menos excesivamente oportunista, que se pudiera generar en la parte con información privilegiada (Wehrt, 2000).

-Segmentación del riesgo. Consistiría en tratarlo en partes separadas, como sucede en numerosos países donde algunos riesgos de la salud son pactados de manera privada y otros se cubren de manera colectiva a través de la seguridad social (Uthoff et al., 2012).

CONCLUSIONES

Las principales prácticas administrativas (órganos de gobierno) empleadas para la sucesión en la dirección de la empresa de familia y la vinculación de empleados familiares fueron establecidas por las funciones del concejo de familia, protocolo familiar y junta directiva. Por lo tanto, el 42,86 % de las empresas posee asamblea familiar donde expresan sus valores a sus integrantes y empresa, caso contrario pasa con el concejo familiar que solo está presente en un 14,28 %, el cual sirve para discutir las cuestiones que se relacionan con la participación de la familia en el negocio y puede, además, servir como órgano consultor de la junta directiva

En tercer lugar se ubicó el protocolo familiar con un 14,28 % de presencia, el cual se define como un documento expedido por la asamblea de la familia en el que se establecen los roles de los miembros de la familia, sus funciones, deberes, responsabilidades y extralimitaciones, frente a su actuación como socios, accionistas, empleados o administradores. Por último, la junta directiva hace presencia con el 57,14 %, el cual es el responsable de velar por el cumplimiento de las normas de gobierno corporativo, administrar los conflictos de interés en la organización. Se pudo determinar que los tres parámetros de contribución de los

órganos de gobierno fueron altos, como es el caso del flujo de información con el promedio del 50,05 %, seguido de las relaciones entre los propietarios también con un 50,05 % y, por último, el control de los propietarios sobre las decisiones con el 46,47 %.

Al realizar el análisis de varianza, estableció que la junta directiva presenta diferencias significativas en relación con el concejo de familia y protocolo familia, es decir, que al menos este resultado no supera el lumbral del análisis de varianza (0,03<0,05). Se identificaron los componentes que hacen parte de los problemas de agencia, como es el caso del riesgo moral y la selección adversa, en las prácticas y procedimientos para la sucesión de directivos y/o vinculación de empleados familiares.

El riesgo moral se evaluó a través de los procesos de sucesión en la alta gerencia con un 57,2 % de prevalencia y los procesos de selección del sucesor en la gerencia, donde se identificó que solo el 14,3 % de las empresas tienen definido los requisitos que deben cumplir los aspirantes a la dirección de la empresa, el 28,6 % de las nuevas generaciones están interesadas en asumir el control de la empresa, el 42.8 % afirma que la estabilidad de las empresas puede verse amenazada por la sucesión, el 28,6 % cree que el proceso de sucesión podría llevar a que la familia pierda el control de la empresa.

Por otro lado, la selección adversa se aplicó en un 71,4 % a través de los mecanismos de selección de los nuevos empleados, cuando se trata de personas que tienen vínculo familiar con los propietarios; el 42,8 % no diferencian entre aspirantes con vínculo familiar y aspirantes sin vínculo familiar. Por último, el 28,6 % afirma que no existen procedimientos establecidos para la vinculación de nuevos empleados.

Al realizar la prueba estadística con la ayuda del análisis de varianza ANOVA se concluyó que la hipótesis alternativa enuncia que existen diferencias significativas por parte de las afirmaciones de los procesos de selección del sucesor en la gerencia, es decir que al menos este resultado no supera el lumbral del análisis de varianza (0,0 4<0).

Se propuso la aplicación de dos protocolos que permitieran minimizar los procesos de la agencia a la hora de realizar el relevo generacional; el primero se basó en el riesgo moral, donde se proponen como solución el incremento de la observabilidad, la redistribución del riesgo y avales pertinentes. El segundo protocolo trata de la selección adversa, donde se pretende aplicar las soluciones como la señalización, selección, agrupación, redistribución y segmentación del riesgo, por medio de acciones y requisitos explícitos en cada caso.

REFERENCIAS

Aguilar, E. (2013*). La contratación y su función empresarial en Colombia*. Universidad de la Amazonia.

Álvarez, R y Hall, T. (2006). Controlling democracy: The principal–agent problems in election administration. *Policy Studies Journal*, 491-510.

Bayón, I. (2012). *Contratos de riesgo compartido en el mercado farmacéutico* [tesis doctoral, Universidad de La Rioja]. https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/25827.pdf

Cabrera, J. (2017). *Guía metodológica para la elaboración de informes internos de calidad. Colombia*. Universidad de Caldas.

Cabrera, K. (1998). *Factores determinantes del éxito y fracaso del proceso de sucesión en la empresa familiar* [tesis doctoral, Universidad Las Palmas de la Gran Canaria]. https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=430

Carvajal, A. (2014). *Órganos de gobierno y sus funciones*. Artículo en revisión.

Congreso República de Colombia. (2000, 10 de julio). Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Diario oficial No. 44.078.

Congreso República de Colombia. (2011, 16 de junio). Ley 1450 de 2011. Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo. Diario oficial No. 48.102.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE). (2018). *Proyección de ocupados en el municipio de Florencia – Caquetá*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201211-InfoDane-Florencia-Caqueta.pdf

Ferreiro, R. (2013). *Estrategias analíticas de la investigación*. Trillas. Giraldo, B. (2013). *Junta directiva empresarial en Colombia*. Universidad de Caldas.

Goodman, A. y Stano, M. (1993). *The economics of health and health care*. Macmillan.

Gordon, A. (2010). *Manejo del análisis descriptivo en Colombia*. Universidad de Caldas.

Hernández, M. (2016). *Acopio de información o de fuentes de información*. Universidad de Caldas.

Higuera, C. y Ríos, E. (2005). *Fundamentos Epistemológicos de la Investigación Acción. Grupo de Investigación Acción Pedagógica*. Universidad de la Amazonía. Florencia.

Martínez, A. (2012). *Protocolo familiar y la empresa*. Universidad de Manizales.

Martínez, F. (2018). *Análisis de varianza, aplicación general*. Universidad de Caldas.

Milton, S. (2015). *Métodos Estadísticos*. (3.ª ed.). McGraw-Hill.

Monterrey, G. (2016). *La junta directiva como órgano ejecutor*. Universidad de Caldas.

Montgomery, D. (2014). *Diseño y análisis de experimentos*. (3.ª ed.). Editorial Limusa, S.A de C.V.

Mora, D. (2007). *Análisis de las Etapas Evolutivas de las Empresas Familiares en la Ciudad de Florencia Caquetá: Cinco Casos del Sector Comercial*.

objetos.univalle.edu.co/.../Analisis_etapas_evolutivas_de_empresas_familiares_en_ca

Orjuela, A. (2014). *La sucesión familiar en Colombia*. Universidad de Manizales.

Otero, E. (2005). *Análisis de varianza ANOVA*. Universidad Nacional.

Ortiz-Román, H.D., Álvarez, E. y Barrera, D. (2017). Discriminación laboral por género en el sector de servicios en Ambato. *Revista Científica Hermes, 18*, 277-291.

Perdomo, R. (2015). *Igualdad salarial en Colombia*. Universidad de la Amazonia.

Ramírez, D. y Macías, V.H (2012). Empresas de familia: un análisis desde la teoría de la agencia. *Revista Económicas CUC,* 33(1), 9-32. https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/184

Restrepo, G. (2015). *Concejo de administración*. Eslabones empresariales de Colombia.

Robledo, F. (2017). *Factores del desempeño de las empresas familiar*. Caquetá.

Stiglitz, J. y Weiss, A. (1994). *Sorting out the differences between screening and signaling models". Mathematical Models in Economics*. Oxford University Press.

Superintendencia de sociedades. (2016). *Sociedades de familia en Colombia*. https://www.supersociedades.gov.co/imagenes/SOCIED.DE.FLIA1.html

Uthoff, A., Sánchez, J. y Campusano, R. (2012). El mercado de seguros de salud: Lecciones sobre el conflicto entre equivalencia y solidaridad. *Revista Cepal,* 147-167.

Vélez, D. (2016). *Derechos y deberes de la empresa familiar*. Universidad de Caldas.

Vidarte, P. (2014). *Fiscalización empresarial*. Universidad Nacional.

Wehrt, K. (2000). Warranties. *Encyclopedia of Law and Economics,* 179-195.

3.6 DETERMINANTES DE LA RENTABILIDAD EN SISTEMAS AGROPECUARIOS EN BELEN DE LOS ANDAQUÍES, CAQUETÁ

Yelly Yamparli Pardo Rozo[20], Camilo Alberto Prieto Dávila[21]

RESUMEN

El sector agropecuario es muy importante para la economía caqueteña, por esta razón se identificaron los factores socioeconómicos determinantes de la utilidad en los sistemas productivos rurales para una muestra de 92 hogares campesinos en el municipio de Belén de los Andaquíes, Caquetá. El modelo econométrico de utilidad incluye las variables de género, edad, nivel educativo, estado civil, extensión, número de actividades, Ingresos del hogar y Gastos. Los resultados indican que cuatro variables fueron relevantes para la determinación de la utilidad anual como indicador de rentabilidad: las actividades económicas de ganadería y caucho, el tamaño del terreno y el ingreso del hogar.

Palabras claves: utilidad, producción, modelo matemático, variables, funciones económicas.

INTRODUCCIÓN

El departamento del Caquetá es una de las regiones menos industriales del país, por ende, el sector primario es el motor que impulsa su desarrollo económico. El empeño y fortaleza de los campesinos caqueteños ha hecho que la tierra haya ido adquiriendo un significado económico transcendental, ya que la mayor parte de las

[20] PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable. Magister en Economía del Ambiente y de los Recursos Naturales. Profesora Titular. Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

[21] Graduado Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Trabajador independiente. c.prieto@udla.edu.co

tierras cultivadas del departamento están ubicadas en el piedemonte de la cordillera oriental colombiana, esto significa que la diversidad agrícola y rural es muy amplia.

El ejemplo más claro de esto es el municipio de Belén de los Andaquíes, el cual es conocido como el municipio verde protector de aguas de Colombia, debido al compromiso que han asumido sus pobladores por conservar la biodiversidad y las fuentes hídricas de la zona, ya que es uno de los 6 municipios ubicados en el piedemonte amazónico, sin embargo, el empirismo de los productores en el manejo de los ingresos, costos y utilidades de sus fincas ha hecho que sus economías sea de subsistencia, así que es crucial establecer la potencialidad de su producción.

Por lo anterior, es sumamente importante determinar los factores socioeconómicos y ambientales que puedan maximizar la productividad y la rentabilidad de los productores agrícolas del municipio. Esta investigación se fundamenta en la tesis doctoral *Valoración de la sostenibilidad en sistemas productivos en el piedemonte amazónico.*

La población rural sigue siendo la mayor parte de la población mundial y, a su vez, es el 70 % de la población más pobre del mundo (Godínez et al., 2015); por esto, los objetivos de desarrollo sostenible formulados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en mayo del 2016 promueven el bienestar de las personas y la agricultura sostenible como parte de sus ejes temáticos. Experiencias como la de Países Bajos se tienen como ejemplo, donde el conocimiento científico y tecnológico que tiene el sector primario de este país provienen de la Universidad Wegeningen, la cual está especializada en la agricultura y su mejoramiento, gracias, principalmente, al apoyo del gobierno que aporta el 50 % de sus recursos, también por el apoyo de compañías privadas quienes apoyan un 25 % de su financiación y los recursos propios que cubren el 25 % restante de los capitales; así es como el gobierno de Holanda ha logrado hacer transferencia tecnológica a sus sistemas productivos y, con ello, convertirse en potencia agrícola de Europa, pese a su pequeña superficie (VisualPolitik, 2018).

Sin embargo, las condiciones económicas de los países europeos son muy diferentes a los latinoamericanos en el desarrollo de políticas avanzadas que generen un desarrollo rural integral e igualdad de oportunidades. Lo anterior debido a la diversidad en materia económica, social, cultural y étnica que se presenta en países como Colombia, donde la mayor parte de la población rural la comprenden campesinos, indígenas, afrodescendientes, palenqueros y raizales que, además, son las comunidades más vulneradas por el conflicto que ha vivido el país durante más de sesenta años (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2014).

En las últimas décadas el desarrollo del campo en Colombia se ha tenido que reinventar hacía alternativas ecológicas y tecnológicas que aumenten el nivel de vida de la población rural; asimismo, la paz es el objetivo principal del Plan Nacional de Desarrollo y un anhelo en el que se plantea el desarrollo rural como uno de los activos más rentables hacia el futuro para el país, además de los beneficios ambientales, sociales y económicos que podría generar.

Otro de los objetivos expuestos en el Plan Nacional de Desarrollo del gobierno en el periodo 2014 – 2018 se denominó Transformación del campo, en el cual se visiona la construcción de la paz para disminuir las brechas en cuanto a las condiciones de vida. Lo que busca el estado con la finalización del conflicto armado con las FARC es la reivindicación con las poblaciones más afectadas, lo que incluye la adaptación en un enfoque participativo y la dicotomía rural – urbana que permita aumentar la competitividad, teniendo en cuenta que el 84,7 % de los municipios del país deben considerarse como rurales (DNP, 2014) y que el sector agropecuario constituye aproximadamente el 6 % del producto interno bruto del país (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2018).

Algunos objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 que pueden ser determinantes en la transformación del campo para mejorar la rentabilidad de sistemas productivos rurales y su tecnología son la competitividad e infraestructura estratégicas, la movilidad social y una Colombia más educada. Sin embargo, aunque los avances en educación básica y superior han sido significativos, menos

del 50 % de las personas en Colombia han podido acceder a la educación universitaria, la cual es crucial para un desarrollo pleno e innovación de las técnicas de agricultura rentable y sostenible (DNP, 2014).

La agricultura sostenible se refiere a la necesidad de minimizar la degradación de la tierra agrícola, y a la promoción de una producción que disminuya el uso de recursos y aumente la competitividad rural (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2016). Aunque la economía de la región amazónica históricamente ha sido en su mayoría agraria, con el paso de los años ha transitado a ser extractivista, lo que va en contra de los objetivos globales. Por ejemplo, desde 1990 hasta 2011 la explotación de minas y canteras en la región amazónica ha aumentado del 4 % al 21 %, y ha llegado a ser la segunda actividad más rentable después de las actividades de servicios sociales, comunales y personales (Banco de la República de Colombia [BRC], 2013).

El Caquetá, llamado la puerta de oro de la amazonia, es uno de los departamentos de la región que menor dificultad tiene en materia de conectividad con el resto del país, sin embargo, solo cuenta con una vía de acceso terrestre que puede dejar al departamento totalmente aislado en caso de ser bloqueada; si esto llegara a suceder el sector que más afectado se ve es el agropecuario, el cual representa aproximadamente el 12 % de su economía (DANE - Banco de la República, 2016). Principalmente, el mercado de carne y leche que abarca aproximadamente el 80 % del uso de suelo productivo (DANE, 2018). Asimismo, los sistemas agropecuarios del departamento están poco tecnificados, ya que el nivel obligatorio de educación de la población rural son cinco años, lo que genera un 84,9 % de bajo logro educativo en la población campesina registrada y un analfabetismo del 26,3 %. Como consecuencia, la productividad y rentabilidad del sector rural en el Caquetá se ve afectada por variables como la alta concentración de tierras, las pocas oportunidades de los campesinos en materia de acceso a créditos, asistencia técnica y educación (Gobernación del Caquetá, 2016).

Belén de los Andaquíes es un municipio que discierne de la cultura agropecuaria del departamento, acogiendo en su Plan de Desarrollo del periodo 2016 – 2019 los

ODS formulados por la ONU y ratificados por Colombia (Alcaldía del Municipio de Belén de los Andaquíes, 2016). Por lo anterior, los esfuerzos en el aumento de la productividad del municipio están centrados, principalmente, en el turismo ecológico y la producción orgánica, de conformidad con las características del municipio de piedemonte que cuenta con gran variedad de climas y paisajes exóticos, templados y amazónicos. Por esta razón, los sectores económicos del renglón agropecuario en este municipio tuvieron una tendencia hacia un enfoque sostenible (Coronado y Santos, 2016).

El impacto del potencial ecoturístico de la zona ha generado que los actuales sistemas de producción agropecuaria transiten hacia modelos sostenibles, no obstante, en la práctica los modelos agropecuarios actuales siguen siendo tradicionales, imperan actividades de tala, quema y establecimiento de pasturas, y predominan los monocultivos en el caso de la agricultura, restando importancia, por ejemplo, al desarrollo de agricultura orgánica como método productivo complementario a los principales enfoques económicos del municipio; esto se puede ver en la composición de la cobertura de las tierras, en el que el área usada para pastos es la segunda mayor con 39.903 hectáreas (ha), superada solamente por el bosque denso con 50.247 ha, y muy por encima de los cultivos permanentes con 733 ha. Se puede decir, entonces, que la dinámica económica del municipio aún se sustenta sobre el sector primario de la economía en mayor medida como medio de subsistencia, pues su aporte al valor agregado es marginal. La economía primaria del municipio la conforman: en lo pecuario la ganadería doble propósito, en lo agrícola el plátano, la palma de aceite y el caucho principalmente (Coronado y Santos, 2016).

De conformidad con lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿qué factores socioeconómicos y ambientales determinan la rentabilidad y productividad de la economía agropecuaria del municipio de Belén de los Andaquíes, Caquetá? Por ello, el objetivo fue identificar los factores determinantes de la producción y de la utilidad en los sistemas de producción rural.

REVISIÓN LITERARIA

Análisis de regresión. Los conceptos que componen un análisis de regresión explican de forma específica los escenarios a los que hace referencia un estudio de regresión y ejemplifican los resultados de forma precisa mediante la herramienta grafica llamada diagrama de dispersión, por esta razón se enumera cada uno de estos conceptos: 1) inicialmente, el tipo de curva que establezca la relación entre los datos, puede ser lineal, logarítmica, polinómica (desde el orden dos hasta el orden seis), potencial y media móvil, cada una con un tipo de línea de tendencia particular en su representación gráfica; asimismo, cuando se haya elegido el tipo de curva que mejor explique la relación de las variables, se determinan 2) la coincidencia de la curva mediante el R^2 o coeficiente de determinación que la ecuación proyecte, y 3) la ecuación que se utiliza para expresar el estudio de forma matemática (Freund y Simon, 1994). Por último, 4) la relación, que puede ser estadística si la variable explicativa no puede predecir de forma exacta la relación con la variable dependiente o determinista si la variable independiente, explica de forma exacta la relación de las dos variables como la fórmula de la gravedad de Newton o la ley de gases de Boyle (Gujarati y Porter, 2010).

Método de mínimos cuadrados ordinarios MCO. El método de mínimos cuadrados ordinarios se atribuye al matemático alemán Carl Friedrich Gauss, este modelo fue diseñado para encontrar valores que estimen los coeficientes que expresen la relación de una variable de carácter dependiente con otra u otras variables de carácter independiente; a través de la función de regresión poblacional (FRP) se puede encontrar esta relación, sin embargo, esta función no es observable, así que se calcula por medio de la función de regresión muestral (FRM)

Ecuación 1. Función de regresión muestral

$$Y_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 X_i + \hat{u}_i = \hat{Y}_i + \hat{u}_i$$

Al despejar la función de $\hat{u}_i$ o los errores en la gráfica se obtiene que

Ecuación 2. Función de error

$$\hat{u}_i = Y_i + \hat{Y}_i$$

$$= Y_i - \hat{\beta}_1 - \hat{\beta}_2 X_i$$

Al obtener la función del error se puede hallar la distancia de la función Y_i respecto a los datos, sin embargo, al sumar estos intervalos se encuentra que el resultado es cero o cercano a cero debido a que la línea de la función siempre busca estar relacionado con todos los datos para evitar este inconveniente se eleva cada error al cuadrado mediante la siguiente formula:

Ecuación 3. Función de error al cuadrado

$$\sum \hat{u}_i^2 = \sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2$$

$$= \sum (Y_i - \hat{\beta}_1 - \hat{\beta}_2 X_i)^2$$

Mediante combinaciones se pueden hallar los valores de $\hat{\beta}_1$ y $\hat{\beta}_2$ que resulten en una función de Y_i que sea el número menor y que se ajuste mejor a los datos; no obstante, el proceso de diferenciación genera las siguientes ecuaciones que sirven para estimar $\hat{\beta}_1$ y $\hat{\beta}_2$:

Ecuación 4. Función de $\mathrm{Y_i}$

$$\sum Y_i = n\hat{\beta}_1 + n\hat{\beta}_2 \sum X_i$$

$$\sum Y_i X_i = \hat{\beta}_1 \sum X_i + \hat{\beta}_2 \sum X_i^2$$

Donde *n* es el tamaño de la muestra. Estas ecuaciones simultáneas se conocen como ecuaciones normales y al ser resueltas al mismo tiempo se obtiene:

Ecuación 5. Función $\hat{\beta}_2$

$\hat{\beta}_2 = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$,

De igual forma,

Ecuación 6. Función $\hat{\beta}_1$

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\sum X_i^2 \sum Y_i - \sum X_i \sum X_i Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$= \bar{Y} - \hat{\beta}_2 \bar{X}$$

El problema que resuelve el método de mínimos cuadrados es el de establecer la mejor función para un conjunto de datos que necesitan ser explicados, inicialmente.

Este método presenta siete supuestos que explican de manera simple su funcionamiento, los cuales van a ser expuestos mediante el siguiente ejemplo de Freund y Simon (1994): para el examen de conocimiento en idioma alemán se presentan nueve estudiantes que se han preparado de distintas maneras mediante tres tipos de cursos con duración de 1, 3 o 5 años. La calificación que obtuvo cada estudiante está relacionada con el tiempo de preparación; se observa, entonces, que los diferentes tiempos de estudio en años son las variables independientes y según sea su intensidad, estos determinan la calificación, es decir, la variable dependiente.

El primer supuesto habla de un modelo de regresión lineal; aunque puede ser o no lineal, según los parámetros así es como se representa, ya que depende del comportamiento promedio que intente explicar de varios datos. Continuando con el ejemplo, se puede decir que la relación de la cantidad de tiempo de estudio y la calificación genera una línea recta ascendente. El análisis del supuesto en este

ejemplo es que cuanto mayor sea la preparación mejor va a ser la valoración. **El segundo supuesto** dice que los valores de la variable independiente no pueden ser fijos porque no explicaría el comportamiento de la variable dependiente, es decir, cada estudiante con una preparación de 1 año es diferente a cada estudiante con 3 o 5 años, y gracias a esa diferencia se genera el análisis. **El tercer supuesto** es el valor esperado de las perturbaciones o la función u_i, el cual es cero, dado el valor de X_i. Para aplicar al ejemplo, en este supuesto se toma un punto en la variable independiente o uno de los cursos de preparación para el examen de alemán, en este caso 3 años en la que tres estudiantes asistieron, cada uno desarrollando el conocimiento adquirido de diferentes maneras, algunos aplicaron a otros cursos, otros repasaron en casa y otros no fortalecieron el conocimiento, esto hace que la calificación de cada uno varíe sin importar que hayan tomado el mismo curso, este supuesto indica que la diferencia de los tres datos con la función es igual a cero.

El cuarto supuesto es la homocedasticidad o varianza constante que supone un incremento igual en la variación de las perturbaciones de cada variable independiente. Para el ejemplo, este supuesto se aplica si, al igual que en el curso de 3 años, los estudiantes que aplicaron al curso de 1 y 5 años también se diferencian en la forma de desarrollar el curso que tomaron; la variación en las calificaciones es proporcional al tiempo de estudio extra de cada estudiante en cada tipo de curso. **El quinto supuesto** se llama la auto correlación entre las perturbaciones y continúa con el supuesto anterior para ratificar que, aunque la varianza de las perturbaciones en cada X sea proporcional, no tiene auto correlación, es decir, las perturbaciones de cada X son independientes de las demás. En el ejemplo se explica porque la calificación de los estudiantes de cada curso está relacionada con su variable, pero no con la siguiente, es decir, no existe auto correlación entre un estudiante que aplicó el curso de 1 año con uno que aplicó al curso de 3 años. **El sexto supuesto** dice que el número de observaciones tiene que ser mayor al número de variables explicativas. **El séptimo supuesto** habla de la naturaleza de las variables X o explicativas, las cuales deben ser diferentes cada una, ya que si no existe diferencia no se puede

analizar el modelo; en el ejemplo se tiene que los tres cursos son disímiles, ya que cada uno tiene una intensidad y parámetros diferentes. Existe un **octavo supuesto** llamado la multicolinealidad, el cual se da cuando la homogeneidad entre varias líneas de una misma gráfica es alta, esto es considerado un problema de grado muy común en los modelos econométricos (Galán et al., 2016). El noveno supuesto se llama Normalidad de los errores. Este supuesto indica que cada error μ_i está normalmente distribuido con media cero ($E(\mu_i) = 0$); varianza constante ($E(\mu_i^2) = \sigma^2$); y covarianza diferente de cero ($E(\mu i\ \mu j) = 0$, con $i \neq j$).

CONTEXTO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN RURAL EN CAQUETÁ

En el inventario Caqueteño se estimaron 1’686.852 cabezas de ganado para el año 2016, de los cuales el 73 % se encuentran en cuatro municipios del departamento: Puerto Rico, San Vicente del Caguán, Valparaíso y Cartagena del Chaira, cada uno con más de 100 mil cabezas de ganado, exceptuando a San Vicente del Caguán que concentra el mayor número con más de 700 mil cabezas de ganado, adicionalmente, el censo ganadero reveló que el 57,2 % del inventario total son hembras de todas las edades, listas para aprovechar en la producción lechera tradicional, especializada o de doble propósito; para el municipio de Belén de los Andaquíes, el cual posee el 1,4 % del inventario departamental, es decir, un total de 25.060 cabezas de ganados concentrados principalmente en hembras mayores de 24 meses, dedicadas a la lechería tradicional o especializada (Gobernación del Caquetá, 2016)

Dentro de los rubros de la ganadería, la comercialización de leche ocupa el 52 % del total en el departamento, no obstante, en cuanto a la producción, la especialización lechera tiene una participación del 1 % del hato, ya que, la gran mayoría de los productores del departamento se dedican a la producción doble propósito, debido a las condiciones atmosféricas, esto significa, que los índices de calidad y producción no destacan a nivel nacional, asimismo, si se tiene en cuenta que la producción de leche de doble propósito y especialización lechera del

departamento alcanza un nivel promedio de 4,3 litros diarios por vaca, se puede concluir que esta es superior al promedio nacional que está entre 2,5 y 3,5 litros/vaca/día.

En términos exactos la producción diaria del departamento alcanza 1’334.527 litros diarios de los cuales la producción especializada aporta el 8 % y la producción doble propósito el 92 %, de los cuales, el departamento de Belén de los Andaquíes aporta menos del 2 %, es decir, menos de 266.000 litros diarios (Enciso et al., 2018).

En la producción se incluyen las buenas prácticas agropecuarias que sugiere un cronograma de sanidad bovina dependiendo la edad en la que se encuentre las reses y la época del año; inicialmente, para los terneros se tienen en cuenta tres procesos: el primero es la desparasitación, la cual se realiza cada trimestre, el segundo es la cura de ombligo que se efectúa todos los meses del año, y tercero la vacunación pierna negra que se cumple los meses de mayo, agosto y noviembre; para los adultos se tienen presentes dos procedimientos de sanidad en los que se tiene en cuenta la vacunación de ántrax dos veces al año y, posteriormente, se continua con la desparasitación que la reducen a dos veces al año; adicional a las vacunas y desparasitaciones se realizan dos pruebas de sanidad dos veces al año: prueba de tuberculosis y brucelosis, igualmente, se hace la prueba de fertilidad en toros una vez al año; continuando con la sanidad del hato, se tienen en cuenta los cuidados del terreno que comprende la desparasitación externa que se realiza cada dos meses, asimismo, se lleva a cabo el muestreo de las heces dos veces al año y, por último, el diagnóstico y control de mastitis todos los meses del año; estos procedimientos aseguran que la leche de las vacas sea de la mejor calidad, sin embargo, el proceso de ordeño también tiene que realizarse con las condiciones de limpieza exigidas por las buenas prácticas agropecuarias (Instituto Nacional Tecnológico [INATEC], 2016).

Las certificaciones de calidad en Colombia son expedidos por el ICA que promueve la producción de una leche de alta calidad, dentro de las cuales se exigen dos certificaciones de vacunas: la primera de lechería libre de brucelosis y

la segunda, libre de tuberculosis, en el Caquetá existe un porcentaje de predios del 3,1% y 6,4% que cumplen con estos certificados respectivamente, en general, la certificación de la calidad de los procedimiento lecheros es el de las buenas prácticas de manejo en la que solo el 0,12% de las fincas registradas del departamento reportan predios que cumplen con este requisito; un análisis nacional hecho a partir de la resolución 000017 de 2012 señala que, de los 25 departamentos del país se puede realizar una clasificación en dos tipos de regiones, según los condiciones geográficas y atmosféricas que inciden en la producción, las regiones de tipo 2 que es en la que se encuentra el Caquetá, son las zonas que están por encima del promedio nacional en recuento de aerobios y mesófilos, proteínas, grasas y solidos totales, esto significa que, el departamento está en el grupo de regiones enmarcadas en condiciones atmosféricas que no favorecen una mejor calidad de leche (Enciso et al., 2018).

METODOLOGÍA

Tipo de investigación. La investigación es de naturaleza descriptiva y exploratoria la cual intenta observar un fenómeno empresarial en el entorno rural a partir de análisis de regresión, fundamentado en la teoría de la producción, ingresos y costos de la microeconomía. Debido a que se emplea estadística descriptiva e inferencial, el estudio es de naturaleza cuantitativa dado los métodos de análisis; sin embargo, las variables a analizar son tanto de tipo cuantitativa como cualitativa. Este ejercicio investigativo se puede enmarcar a la línea de investigación “Desarrollo Empresarial”.

Localización de la zona de estudio. La zona de estudio corresponde al área rural del municipio de Belén de los Andaquíes, el cual tiene 53 veredas, se puede decir que existe una participación aproximada del 22,6 % del territorio en la investigación, considerando que la vereda la Mono se divide en tres: la Mono alta, portal de la Mono y la Mono baja.

Población y muestra de estudio. La población fue de 300 fincas en las que se aplicó un muestreo proporcional del 30 %, para lo cual se trataron 90 predios agropecuarios (Pardo, 2019).

Fuente de información. La información es de tipo primaria, ya que se empleará una base de datos proveniente del estudio denominado “Valoración de la sostenibilidad de sistemas agropecuarios en el piedemonte amazónico” (Pardo, 2020).

Métodos de análisis y modelos empleados. A partir del análisis de regresión se buscará la forma funcional más consistente y con los modelos seleccionados se realizará el análisis de marginalidad, puntos de equilibrio y puntos de maximización de utilidades. Se tendrán en cuenta los criterios de: R2 ajustado, pruebas de hipótesis de parcialidad, para la elección del modelo, evaluando formas funcionales como las lineales, polinómicas de grado 2 o 3, y semilogarítmicas (Gujarati y Porter, 2010).

Para poder identificar las variables que influyen en la productividad y rentabilidad de las fincas de Belén de los Andaquíes se realiza un análisis de regresión a cada sistema productivo de forma lineal simple mediante modelos matemáticos. Para esto, se llevan a cabo los siguientes pasos:

1. Se especifica el modelo matemático: el modelo matemático se realiza mediante una variable dependiente, la cual se compara con las demás variables definidas como independientes.

2. Se establece el porcentaje de error aceptado en el análisis: para el caso de los modelos el nivel de error aceptado es el 5 %, es decir, un 95 % de nivel de confianza.

3. la obtención de datos está basada en la tesis doctoral del doctorado en ciencias naturales y desarrollo sustentables de la Universidad de la Amazonia llamado valoración de la sostenibilidad en sistemas productivos rurales del piedemonte amazónico colombiano (Pardo, 2020).

4. La estimación de los parámetros es el análisis de regresión que se realiza a las variables con el modelo previamente diseñado en el paso 1, el cual arroja los datos para pasar al quinto paso.

5. Prueba de hipótesis: esta es la conclusión del estudio para cada una de las variables. Después de elegir cuales tienen probabilidades de incidir en el comportamiento del modelo se determina el planteamiento de la hipótesis, es decir, se define si esa variable explica o no la producción, según el estadístico t que haya arrojado para dicha variable; luego, se determina el nivel de significancia o el nivel de error aceptado, que como ya se ha dicho es del 5 %.

En esta parte del análisis se compara la t calculada de la variable con la t de tabla que se puede observar en el Anexo 1 teniendo en cuenta la formula (n-k-1) que describe a n como el número de observaciones y k como es el número de parámetros analizados en el modelo, esta comparación arroja el criterio de decisión en el que decide si se puede rechazar la hipótesis nula o no; por último, se realiza la conclusión según los resultados de la prueba de hipótesis y el coeficiente que haya arrojado la variable independiente para hacer el análisis marginal (Gujarati y Porter, 2010).

Para este estudio se plantearon dos modelos matemáticos con la utilidad y la cantidad producida como variables independientes, sin embargo, la cantidad producida para las cinco actividades económicas trabajadas en el estudio se hizo necesario realizar modelos para cada una de ellas, es decir, en total se realizan seis modelos matemáticos, uno general con la utilidad de las fincas y uno específico de cada actividad económica.

Ecuación 7. Modelo de utilidad

Utilidad = $\beta_0 \pm \beta_1$*Género $\pm \beta_2$*Edad $\pm \beta_3$*Nivel Educativo $\pm \beta_4$*Estado Civil $\pm\beta_5$*Extensión $\pm \beta_6$*Numero de actividades $\pm \beta_7$ *PSH $\pm \beta_8$*Ingresos del hogar $\pm$ β9*Gastos

donde cada variable se define como:

-Utilidad: variable (dependiente o explicadas) continua que expresa la utilidad anual de la finca en millones de pesos colombianos (COP) de 2018. Con las siguientes variables independientes o explicativas:

-Género: variable explicativa dicótoma que toma el valor de 1 cuando el productor es del género masculino y toma el valor de 0 cuando el productor es de género femenino.

-Edad: variable explicativa continua que representa los años del productor.

-NE: variable explicativa ordinal que representa el nivel educativo del productor siendo 0 ninguna, 1 básica primaria, 2 bachillerato, 3 técnico o tecnológico y 4 profesional.

-EC: variable explicativa dicótoma que toma el valor de 1 si el productor tiene cónyuge y toma el valor de cero si el productor no tiene cónyuge

-Ext: variable explicativa continua que expresa el tamaño del predio en hectáreas.

-Número de actividades: variable explicativa discreta que representa el número de actividades que tiene un productor en su unidad productiva, por ejemplo, ganadería de leche, caucho, caña, cacao o aceite de palma.

-PSH: variable explicativa discreta que representa el número de personas que sostienen el hogar de cada unidad productiva.

-Ing. del hogar: variable explicativa continua que expresa el ingreso familiar de cada unidad productiva.

-Gastos: variable explicativa continua que expresa los gastos de una unidad productiva.

-Mano de Obra: variable explicativa discreta que expresa el número de empleados en una unidad productiva.

-Hectáreas de cultivo: variable explicativa continua que representa las hectáreas destinadas en cultivo (cacao, caucho, caña y aceite de palma).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El modelo de utilidad se presenta a continuación en la Ecuación y la Tabla 2.5.1, presenta los resultados de la regresión:

Ecuación 8. Modelo de utilidad desarrollado

Utilidad = β_0 ± β_1*Extensión en hectáreas ± β_2*Ganadería ± β_3*Caucho ± β_4*Ingreso del hogar ± β_5*Caña ± β_6*Palma ± β_7*Cacao ± β_8*PSH ± β_9*Gastos ± β_{10}*Genero ± β_{11}*Edad ± β_{12}*Nivel educativo ± β_{13}*Numero de actividades.

Tabla 2.5.1. Análisis de regresión modelo con variable dependiente utilidad de las fincas del municipio de Belén de los Andaquíes

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,647979757
Coeficiente de determinación R^2	0,419877766
R^2 ajustado	0,319323245
Error típico	10320124,46
Observaciones	89

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	*Suma de cuadrados*	*Promedio de los cuadrados*	*F*	*Valor crítico de F*
Regresión	13	5,7814E+15	4,4472E+14	4,17562297	3,5048E-05
Residuos	75	7,9879E+15	1,065E+14		
Total	88	1,3769E+16			

	Coeficientes	*Error típico*	*Estadístico t*	*Probabilidad*	*Inferior 95%*
Intercepción	-6515645,759	7848837,91	-0,83014146	0,40909349	-22151332,7
Extensión ha	96972,67599	30869,8475	3,14133965	0,00240733	35476,7862
Ganadería	7494844,197	3594810,43	2,08490666	0,04048145	333614,597
Caucho	8351789,751	2699992,81	3,09326371	0,00278062	2973128,27
Ingreso hogar	5,429329508	2,64801779	2,05033725	0,0438264	0,15420756

Caña	-1278262,781	4600151,79	-0,27787404	0,78187363	-10442235,1
Palma	2243652,969	3034663,03	0,73934172	0,46200733	-3801705,78
Cacao	3791333,777	4572600,48	0,82914171	0,40965534	-5317753,48
Sost Hogar	1964379,457	2551637,54	0,76985051	0,44380662	-3118743,19
Gastos	-0,950039237	2,31354194	-0,41064276	0,68250535	-5,55885112
Genero	3922434,343	3500811,98	1,12043559	0,26610322	-3051540,75
Edad	-40301,7146	89668,9564	-0,44945002	0,65440326	-218931,436
NE	-656476,3503	950548,045	-0,69062932	0,49193042	-2550065,16
No Actividades	331563,727	1266090,87	0,26187988	0,79413195	-2190618,63

Fuente: adaptación de Pardo (2016).

El análisis de regresión de la utilidad arrojó un porcentaje del 42 % en el coeficiente de determinación, lo cual es bastante bajo, Sin embargo, las variables en su conjunto inciden en el comportamiento de la utilidad general de acuerdo con la prueba de análisis de varianza utilizando el estadístico F-Fisher.

La ***extensión en hectáreas*** explica la utilidad de las fincas de Belén de los Andaquíes de forma positiva, se puede decir, entonces, que por cada hectárea adicional se puede aumentar la rentabilidad de las fincas $96.972 anualmente

El criterio de decisión expone que la ***ganadería*** explica la utilidad de las fincas de Belén de los Andaquíes, el análisis marginal indica que las fincas que tienen la actividad de ganadería de leche generan una utilidad adicional de $7.494.844 más en comparación con las que no tienen ganadería de leche.

Según el criterio de decisión el ***caucho*** explica la rentabilidad de las fincas del municipio de Belén de los Andaquíes; el análisis marginal expone que las fincas dedicadas a la actividad del caucho tienen una utilidad adicional de $8.351.789 más en comparación con las que no producen caucho. El ingreso del hogar explica la utilidad en las fincas de Belén de los Andaquíes; de acuerdo con el análisis marginal se puede decir que por cada peso que ingrese adicional al mes se aumenta en 5,4 pesos la utilidad anual.

En los resultados se pudo observar que la producción de leche se explica a partir de tres variables. La primera fue la mano de obra, donde se obtuvo una relación negativa frente a la producción de leche, es decir, si se aumenta el número de trabajadores en uno la producción disminuye 8 litros al año. La segunda fue el

número de cabezas de ganado que explica de manera positiva la producción, ya que por cada vaca que tenga el sistema productivo adicional su productividad aumentará 1583 litros al año. Esta misma situación ocurrió con la tercera variable: la utilidad, la cual también se relaciona positivamente con 1 litro de leche adicional producido por cada $10.000 de utilidad adicional al finalizar el año

Para la producción en cultivos de Cacao y Caucho la única variable relevante estadísticamente fue el número de hectáreas, la cual se relacionó de forma positiva con los niveles de producción; en el caso del Cacao el aumento marginal fue de 221 kg al año por cada ha de tierra adicional, y en el caso del caucho se aumenta 560 kg por cada ha adicional al año; esto representa una diferencia de más del doble del aumento de la producción del caucho sobre el cacao, siendo el caucho la actividad más ejercida por los productores del estudio actual después de ganadería de leche.

La producción de caña también depende de las hectáreas de cultivo como producto agrícola, la variable número de personas que sostienen el hogar es la única variable representativa estadísticamente con una incidencia positiva que arroja un análisis marginal de 165 arrobas más por cada persona que promueva el sostenimiento del hogar.

La producción de palma depende de la edad del jefe de hogar y de otras actividades en el sistema productivo, es decir, por cada año de experiencia más que tenga la persona que desarrolla la actividad y por cada actividad adicional que apoye la economía de la unidad productiva, se puede aumentar en 1 tonelada y 7 toneladas, respectivamente, la producción al año.

De otro lado, en el modelo de utilidad, en el cual se agruparon todas las fincas, teniendo a la utilidad como variable dependiente, se encontraron cuatro variables relevantes que explican la utilidad de manera positiva, estas fueron: las hectáreas en cultivos, el ingreso del hogar, la actividad ganadera y forestal en caucho. Lo anterior es un comportamiento esperado dado que la actividad de ganadería de leche y caucho fueron las más rentables.

DISCUSIÓN

El campo colombiano tiene problemas económicos graves, según el documento de Rojas (2019), quien habla sobre la producción agrícola en Colombia, y lo atribuye al conflicto armado, el desplazamiento, las pésimas políticas agroeconómicas nacionales, etcétera, lo anterior coincide con los hallazgos de desplazamiento en el municipio de Belén de los Andaquíes que alcanza el 60 %, de esta manera, se explica el descenso del 2 % que ha sufrido el aporte económico del sector agropecuario al producto interno bruto del país desde el año 2000 hasta el año 2013, sin embargo, en la actualidad, el gobierno nacional ha dado muestras de su compromiso por el desarrollo rural, entonces: ¿por qué habiendo tantas políticas de apoyo económico al campo colombiano no se ha logrado obtener una productividad competitiva con los productos que son importados al país por los acuerdos económicos de libre comercio que se han firmado a lo largo de esta década? (Castaño y Cardona, 2014).

En cuanto a los aspectos socioeconómicos de la población, al comparar los resultados del municipio de Belén de los Andaquíes con valores nacionales, para el año 2014, el 39 % de los trabajadores del campo estaban en edad temprana, es decir, menores de 35 años de edad, el 39 % para la edad mediana, o sea, desde los 34 años hasta los 55 años de edad, y el 22 % para la edad tardía, de 55 años de edad en adelante, por el contrario, los jefes de hogar de las fincas de Belén de los Andaquíes están distribuidos en 16 % para la edad temprana, 71 % para la edad mediana y 13 % para la edad tardía (Corredor, 2016).

La relación del contexto nacional con la del estudio actual es similar en cuanto a edades, empero, la ocupación de la edad mediana predomina en el ámbito regional. En materia de género, el hombre tiene una participación por encima del 80 % para el ámbito nacional al igual que el regional, no obstante, desde el año 2008 hasta el 2014 la participación de la mujer aumento 4 % en el ámbito regional (Corredor, 2016).

Por el lado de la cobertura de educación, en las zonas rurales del país se presentó, para el año 2013, una deserción del 13,8 % de los estudiantes a la educación secundaria, también se encontró que en la educación media, el 39,4 % de los jóvenes entre 16 y 17 años de edad estaban desvinculados del sistema educativo; al comparar estos datos con el nivel educativo de los jefes de hogar de los sistemas productivos del estudio actual, se encuentra una similitud, ya que el 37 % no tiene ningún estudio, el 26 % solo cursó hasta primaria y el 26 % hasta secundaria, eso quiere decir que solo el 11 % de los encuestados llegaron a un nivel de educación mayor al bachillerato, estos datos reflejan un abandono de la educación rural de más del 50 % después de los primeros cinco años de estudio, al igual que sucede con el índice de escolaridad nacional que desde el año 1997 hasta el 2016 solo ha aumentado dos puntos (de 4 a 6 años) para la zona rural (Ministerio de Educación Nacional de Colombia [Mineducación], 2018).

De la misma forma, la tasa de desempleo en el campo se reduce a la mitad que la tasa de desempleo de las cabeceras municipales. Los trabajadores familiares no remunerados, representan un 62,5 % del empleo rural; a pesar de esto, en el presente estudio se observó una predominancia de los empleados familiares que, en más del 80 % de las fincas entrevistadas, ocupan menos de un familiar para las labores rurales y solo un trabajador externo, ya que, como se observa en el análisis marginal de la mano de obra como variable de la ganadería lechera, puede ser contraproducente para las finanzas de unidades productivas exceder la fuerza de trabajo debido a que repercute directamente en la productividad de las fincas (Rojas, 2019).

Por otro lado, en el documento de Ramírez et al., (2012), en el que se caracterizan las fincas de la Amazonia para la adopción de sistemas agroforestales como propuesta de manejo de suelos, se indica que el terreno que los productores tienen en bosque es en promedio el 2,3 % de su terreno total y en pasturas 53 %, incluso puede ser mayor debido a que la mayoría de las unidades productoras de ganadería de leche en el Caquetá son tradicionales, es decir, no tienen establecido en su finca sistemas de pasturas mejoradas, esto hace que se pueda

llegar a un porcentaje de pasturas de más del 70 %, diferentes son los datos del estudio actual, donde en promedio los productores regionales tienen el 13 % de sus terrenos a áreas de bosque y el 49 % para áreas de pastura.

Continuando con la investigación de Ramírez et al., (2012), quienes analizan, al igual que el documento actual, su relación con la huella de carbono a través de prácticas como el establecimiento de pasturas mejoradas, otra opción es la que se presenta en las fincas de Belén de los Andaquíes, las cuales han establecido otros cultivos como el caucho (Hevea brasiliensis), el cacao (Theobroma Cacao), entre otros, como actividades económicas alternas que ayudan a reducir la huella de carbono de su actividad pecuaria, como se concluyó en la ponencia de Pardo et al., (2019). Esta es una buena alternativa para el diseño de modelos sostenibles de producción que contribuyan a disminuir el daño causado por la alta tendencia regional a la ganadería e ir circulando hacia la producción agrícola, la cual es más eficiente, ya que se puede producir más en menos área y con menos recursos invertidos (Ramírez et al., 2012).

En cuanto al tamaño de las unidades productivas, el censo nacional agropecuario sostiene que el 72,2 % del área agropecuaria se concentra en latifundios de más de 1.000 ha y las fincas de menos de 100 ha ocupan el 15,5 % del terreno productivo del país, sin embargo, las fincas del estudio actual pertenecen a la segunda categoría, ya que solo seis de las 92 unidades productivas tienen más de 100 ha, y la que más extensión tiene llega a las 310 ha, esto se puede explicar porque en el departamento no existen industrias agrícolas, sino predios productivos familiares de subsistencia, no obstante, en el norte del departamento sí existen latifundios no industriales de gran tamaño que, como ya se ha dicho, se dedican principalmente a la ganadería extensiva (Rojas, 2019).

La mano de obra necesaria para el mantenimiento de los terrenos del estudio actual, como ya se dijo, es baja; de forma promedio se puede decir que las fincas ocupan al jefe del hogar, a un empleado externo y a un empleado familiar, o sea que son tres personas que manejan cierto volumen de trabajo, dependiendo de la complejidad de cada unidad productiva; sin embargo, para el caso de la ganadería

de leche, de acuerdo con el modelo econométrico, en el promedio las empresas están operando en la etapa de rendimientos marginales negativos, donde es contraproducente añadir más trabajadores, pues la producción de leche disminuye. En este panorama se debe mejorar la productividad como lo proponen Fajardo y Facundo (2014): mediante técnicas de pastura mejorada que presentan una proyección muy rentable a 10 años con una tasa interno de retorno (TIR) cercana al 35 % a diferencia de la pastura natural, que es una opción también rentable, pero que llega a una TIR de menos del 20 %.

La anterior es una de las problemáticas que tienen los pequeños productores del país y que se tienen que resolver para promover un desarrollo en el campo colombiano. Otro problema de la ganadería en el país es la sobreocupación de los terrenos, la cual excede el 200 % de la tierra destinada a esta actividad, ya que esto contrasta con la falta de uso de suelo en actividades agrícolas que llega a ser de 4,2 millones de ha, cuando tiene un potencial de 10,4 millones de ha (Castaño y Cardona, 2014).

Sumado a ello, en la actualidad no se están aprovechando las capacidades de los pequeños productores no solo porque llega poco del estado para las políticas agropecuarias y subsidios al campo, sino también por falta de la implementación de técnicas que mejoren la productividad como la siembra de pastura mejorada para la ganadería de leche, entre otras, y la generación de conciencia y estrategias que reduzcan la huella de carbono.

La producción de leche promedio anual en Colombia es de cerca de 7.000 millones de litros, si se toma como referencia el año 2017 donde 7 millones de vacas fueron responsables de esta producción, la cual representa cerca del 30 % del inventario bovino del país (Torrijos y Eslava, 2018), se puede concluir que la producción nacional diaria por vaca está entre 2,5 y 3,5 litros diarios, un resultado cercano al promedio de las fincas que fueron estudiadas en el documento actual, ya que cada finca tiene en promedio 16 vacas, y por una producción promedio de 16 mil litros al año da como resultado 2,74 litros de leche al día por vaca (Enciso et al., 2018).

Lo mismo sucede en la producción de cacao, debido a que se puede sacar un promedio de producción por finca de las 59.740 toneladas que se produjeron el año 2019 en el país comparándolo con las 52 mil familias que lo cultivan y esto da como resultado 1.149 kg de cacao por unidad productiva lo que es cercano a los 1.040 kg promedio de los productores de Belén de los Andaquíes (Fedecacao, 2019).

Los resultados de producción promedio de caucho en el departamento del Caquetá llegó a tener un rendimiento de 1,4 toneladas por hectáreas para el año 2017, el doble de los datos del estudio actual, los cuales presentan un rendimiento de 0,7 t/ha (Minagricultura, 2018).

La producción de caña panelera en el país alcanzó una producción de 6,41 t/ha para el año 2015, esto supone una ventaja productiva comparada con las fincas del municipio de Belén de los Andaquíes que, en promedio, producen 84 arrobas por ha, es decir, aproximadamente 1 (t/ha) (Minagricultura, 2018).

Por último, Fedepalma (2015) registró la producción de aceite de palma en 4 toneladas por ha en el año 2015, según los datos del documento actual el promedio de producción regional es superior al nacional, ya que los datos llegan a un promedio de 5,1 toneladas por ha.

CONCLUSIONES

Se realizó un análisis de regresión con el modelo diseñado a partir de la variable dependiente utilidad de cada finca con la finalidad de encontrar los factores que generan mayor productividad y rentabilidad en las fincas de Belén de los Andaquíes. El análisis marginal de la utilidad obtuvo un resultado de cuatro variables relevantes para la rentabilidad de las unidades productivas, entre las que se encuentran las hectáreas de cultivo, el ingreso del hogar, y dos actividades económicas, la ganadería de leche y el caucho.

A partir de los resultados es necesario reconocer que la ganadería es la actividad económica que sostiene a la mayoría de los productores en el departamento del Caquetá, sin embargo, se vienen presentando otras opciones agrícolas como el caucho que ha venido tomando gran fuerza y que soporta el daño ambiental que se ha generado por la ganadería extensiva. El daño ambiental no es un tema que se aborde profundamente en el estudio actual, no obstante, es un camino atrayente para el desarrollo de estudios que busque promover la productividad del campo en nuestro país y representa un proceso que se tiene que llevar a cabo para la una productividad responsable.

REFERENCIAS

Alcaldía de Belén de los Andaquíes. (2016). *Plan de desarrollo municipal Belén centenario y sostenible*. http://belendelosandaquiescaqueta.micolombiadigital.gov.co/sites/belendelosandaquiescaqueta/content/files/000044/2180_pdd-belen-centenario-y-sostenible-20162019.pdf

Castaño, N. E. y Cardona, M. A. (2014). Factores determinantes de la inestabilidad del sector agrícola colombiano. *En-Contexto*, 91-107. https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/137/122

Coronado, B. y Santos, G. (2016). *Determinantes del desarrollo económico local del municipio de Belén de los Andaquíes, departamento del Caquetá* [tesis de maestría, Universidad Autónoma de Manizales]. https://1library.co/document/z12kdg3y-determinantes-desarrollo-economico-municipio-belen-andaquies-departamento-caqueta.html

Corredor, A. (2016). *Empleo y productividad agropecuaria en Colombia* .https://www.cepal.org/es/publicaciones/40709-empleo-productividad-laboral-agropecuaria-colombia

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] y Banco de la República [Banrepublica]. (2016). *Informe de coyuntura económica regional departamento del Caquetá*. http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_caqueta_2015.pdf

Departamento Nacional de Planeación [DPN]. (2014). *Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018*. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Bases%20Plan%20Nacional%20de%20Desarrollo%202014-2018.pdf

Enciso, K., Bravo, A., Charry, A., Rosas, G., Jäger, M., Hurtado, J., Romero, M., Sierra, L., Quintero, M. y Burkart S. (2018). *Estrategia sectorial de la cadena de ganadería doble propósito en Caquetá, con enfoque agroambiental y cero deforestación*. Centro internacional de agricultura tropical (CIAT).

Fajardo, M. Y. y Facundo, G. (2014). Costos de conversión en los procesos de producción de ganadería tradicional al sistema silvopastoril en fincas ganaderas del Municipio de Florencia, Morelia y Belén del Departamento del Caquetá. FACCEA - *Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, 4*(1), 1-11. http://www.uniamazonia.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/322

Galán, J., Feregrino, J., Ruíz, L., Quintana, L., Mendoza, M. y Rosales, R. (2016). *Econometría aplicada utilizando R*. http://saree.com.mx/econometriaR/sites/default/files/Ebook_econometriaR.pdf

Federación Nacional de Cultivadores de Aceite de Palma [Fedepalma]. (2015). *Producción nacional de aceite de palma alcanza cifra récord de un millón 200 mil toneladas | Fedepalma*. Fedepalma.org. http://web.fedepalma.org/produccion-aceite-

palma#:%7E:text=La%20producci%C3%B3n%20nacional%20de%20aceite,Dishington%2C%20al%20tiempo%20que%20se%C3%B1al%C3%B3

Federación Nacional de Cacaoteros [Fedecacao]. (2019). *Un año muy productivo para el cacao colombiano* (N.º 51). Periódico de Fedecacao. http://www.fedecacao.com.co/portal/images/Colombia_Cacaotera_-_NOVDIC_2019_-_20PAG_-FINAL_OKK_-baja_compressed.pdf

Freund, E. J. y Simón, A. G. (1994). *Estadística elemental.* (8ª ed.). Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.

Gobernación del Caquetá. (2016). *Plan Departamental de Desarrollo con usted hacemos más por el Caquetá 2016-2019*. https://es.slideshare.net/YOLANDASILVA11/plan-de-desarrollo-con-usted-hacemos-mas-por-el-caquet-20162019

Godínez, M. L., Figueroa, H. E. y Pérez, S. F. (2015). Determinantes del ingreso en los hogares en zonas rurales de Chiapas. *Rev. Noesis., 24*(47), 138-156.

Gujarati, D. N. y Porter, D. C. (2010). *Econometría*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.

Instituto Nacional Tecnológico [INATEC]. (2016). *Manual del protagonista, sanidad animal*. INATEC. Nicaragua.

Ministerio de agricultura y desarrollo rural [Minagricultura]. (2018). *Cadena agroindustrial de la panela*. https://sioc.minagricultura.gov.co/Panela/Documentos/2018-10-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf

Ministerio de agricultura y desarrollo rural [Minagricultura]. (2018). *Cadena de caucho natural indicadores e instrumentos*. https://sioc.minagricultura.gov.co/Caucho/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf

Ministerio de educación nacional de Colombia [Mineducación]. (2018). *Plan especial para la educación rural hacia el desarrollo rural y la construcción para la paz*. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-385568_recurso_1.pdf

Pardo, Y. Y., Prieto, C. A. y Velásquez, J. E. (2019). Eficiencia económica y carbono almacenado en plantaciones de caucho (Hevea Brasiliensis) en el piedemonte Amazónico [ponencia]. Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2019 y III Congreso Iberoamericano de Investigación sobre MIPYME (FAEDPYME), Santamarta, Colombia.

Pardo, Y. (2020). *Valoración de la Sostenibilidad en Sistemas Productivos Rurales del Piedemonte amazónico colombiano* [tesis doctoral, Universidad de la Amazonia].

Ramírez, B., Lavelle, P., Orjuela, J. A. y Villanueva, O. (2012). Caracterización de las fincas ganaderas y adopción de sistemas agroforestales como propuesta de manejo de suelos en el Caquetá. *Revista colombiana de ciencias pecuarias, 25*(3), 391-401. https://www.redalyc.org/pdf/2950/295024923006.pdf

Rojas, N. (2019). *Determinantes de la productividad agrícola (No. 500).* https://www.dnp.gov.co/estudios-y-publicaciones/estudios-economicos/Paginas/archivos-de-economia.aspx

Torrijos, R. y Eslava, F. (2018). Cifras de contexto ganadero 2017. https://issuu.com/rafaeltorrijos/docs/contexto_ganadero_2017

VisualPolitik, E.N. (2018, junio 27). *Why the Netherlands is the world's agriculture leader?* [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=vUmP8Tli-Mc&t=301s

4. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRACÍON Y EDUCACIÓN

4.1. JUEGOS GERENCIALES A PARTIR DE LÚDICAS EN LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Milton César Andrade Adaime[22], Yelly Yamparli Pardo Rozo[23]

RESUMEN

Este artículo presenta la experiencia de la lúdica como estrategia didáctica en el desarrollo de competencias en la toma de decisiones gerenciales para el curso de Juegos gerenciales del programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Estos juegos brindan al estudiante espacios didácticos en escenarios empresariales para desarrollar competencias del saber, del hacer y del ser, relacionadas con la toma de decisiones, a la vez, que les permite interactuar con sus compañeros. De manera vivencial y extramural se busca lograr un mayor aprendizaje para la toma de decisiones de cada una de las áreas funcionales de la empresa y sus repercusiones en la consecución de los objetivos empresariales. En escala de excelente, bueno, aceptable, regular, deficiente e ineficiente, la evaluación pedagógica semestral de este proceso de aprendizaje, desde la perspectiva del estudiante, fue valorado como Bueno por el 83 % de estudiantes de las cohortes entre 2014 y 2018.

Palabras Clave: Competencias en administración, Estrategias didácticas, Toma de decisiones.

INTRODUCCIÓN

[22]Magister en Ciencias de la Educación. Especialista en Evaluación Social de Proyectos. Administrador de Empresas. Profesor Asociado Universidad de la Amazonia, m.andrade@udla.edu.co

[23]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable. MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

Los juegos gerenciales conforman uno de los temas de los cursos de los programas de administración en Colombia. En estos espacios se busca desarrollar competencias para la toma de decisiones (Pardo et al., 2018). De modo general, la orientación de los juegos gerenciales en el país parte del uso de material didáctico fundamentado en Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC, y otras didácticas especiales para el aprendizaje y la enseñanza en escenarios bajo incertidumbre (Van Den Berg, 1997).

El uso de simuladores es eficiente e innovador, ya que son herramientas pedagógicas de gran aceptación. Sin embargo, también presentan restricciones a nivel de interacción humana, realimentación asistida frente a los resultados, donde algunos procesos mecánicos y repetitivos, puede acabar la motivación inicial (Suarez, 2009; Plata et al., 2009).

Con el surgimiento del Laboratorio de Lúdica del PAE, unidad adscrita a la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Uniamazonia, el programa Administración de Empresas (PAE) busca fortalecer estrategias pedagógicas en los cursos. Se evaluaron estas alternativas didácticas desde las diferentes escuelas del pensamiento. Desde el 2012 se inició la implementación de estas lúdicas para la enseñanza de los temas de toma de decisiones, las cuales se apoyan en la infraestructura tecnológica, espacios, laboratorios y talento humano que posee la Universidad de la Amazonia.

El objetivo de este artículo es documentar la experiencia pedagógica del desarrollo de competencias para la toma de decisiones a partir del uso de la lúdica como estrategia didáctica en los juegos empresariales, curso de noveno semestre de la Universidad de la Amazonia en el programa Administración de Empresas.

A continuación, se expone la fundamentación de la lúdica en los entornos educativos de las competencias de la administración y luego se presentan los resultados de la evaluación docente durante un periodo de cuatro años (2014 – 2018) en los componentes cognitivos, pedagógicos (didácticas y aspectos académicos y curriculares), las relaciones interpersonales, ambiente de aula y satisfacción frente al grado de aprendizaje por parte del estudiante del curso de

Simulación Empresarial de acuerdo con las competencias Tuning (Beneitone et al., 2007).

La lúdica como estrategia didáctica en la educación superior en Colombia

El hombre realiza dos actividades fundamentales: como hombre trabajador (*homo sapiens- faber*) y como hombre que se recrea (*homo ludens*). La lúdica hace que el individuo experimente disfrute en una actividad. La educación es susceptible de aplicar los juegos para generar motivación al momento de generar aprendizajes, para mejorar el escenario de enseñanza (Andrade, 2015).

Desde la lúdica se busca que la actividad pedagógica se convierta en una experiencia motivante para el aprendizaje; de hecho, la lúdica es el primer mecanismo de aprendizaje en la niñez, y marca patrones de conducta y de aprendizaje que quedan en la impronta hacia el largo plazo, que difícilmente olvida (Carvajal, 2014).

La Declaración Universal de los Derechos Humanos en su Artículo 24 reconoce que “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”. Por su parte, en el tratado de Ginebra se menciona el derecho fundamental del hombre en actividades de naturaleza recreativa, mientras que las Naciones Unidas proponen en el año de 1976, en Vancouver, la recreación como medio que favorece el desarrollo del hombre, todo ello, dentro de un contexto de cuidado por la vida y el medio ambiente.

Etimológicamente, la lúdica se relaciona con el juego donde la persona es consciente de todas las relaciones que se generan; la palabra lúdica hace referencia al sustantivo *ludus* que significa juego, diversión, en donde se ejercitan la fuerza corporal y el ingenio.

Como principales teorías o enfoques la lúdica o el juego tiene por objetivo buscar autonomía (Buytendijk); ayuda a transformar la conducta (teoría de la ficción, Claparede); satisface impulsos y necesidades, y fortalece la salud mental (Freud); contribuye al establecimiento y al desarrollo de nuevas estructuras mentales

(Piaget); es transmisor de patrones culturales, percepciones sociales, hábitos de conducta y representaciones del mundo (Vigotsky y Elkonin) (García y Llull, 2009; De Bono, 1995).

Dentro de las ventajas de utilizar el juego como estrategia didáctica se menciona el incentivar el aprendizaje de los estudiantes de los contenidos formales provistos por el sistema educativo, y enriquecer el proceso didáctico de las disciplinas, potenciando el aprendizaje significativo y personalizado (Bañeres et al., 2008). El juego estimula los procesos de enseñanza y aprendizaje, generando interés en los estudiantes por los temas que hacen parte de un programa de carácter complejo o de difícil abstracción, como es el caso de la toma de decisiones gerencial (Pardo y Andrade, 2012; Amaya, 2010).

Las estrategias de enseñanza lúdicas parten desde el preescolar hasta la educación superior; en Colombia la universidad Tecnológica de Pereira creó el grupo de estudios en investigación de operaciones GEIO, implantando la lúdica en la educación superior como medio para crear conocimiento, obteniendo un reconocimiento a nivel nacional e internacional; el propósito es permitir al estudiante vivir el conocimiento por medio de la simulación de ambientes reales, involucrando sus capacidades, raciocinio, percepción, la emoción, la memoria, la imaginación y la voluntad construyendo así su propio conocimiento. De allí surge la RED GLOBAL GEIO conformada por 10 universidades a nivel nacional y con presencia en otros países como Panamá, España (Valencia), Estados Unidos (New York, Atlanta) y Uruguay (Montevideo).

De esta experiencia en el contexto Caqueteño surge el laboratorio de lúdica en el programa de Administración de empresas de la Universidad de la Amazonia, el cual es un escenario de aprendizaje que involucra las diferentes áreas del campo de acción: estrategia, proyectos, simulación empresarial, economía, mercados, entre otros, desarrollado por el grupo de investigación de estudios de futuro en el mundo Amazónico GEMA, adscrito a la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia (FCCEA).

METODOLOGÍA

Tipología de la investigación. El documento se circunscribe a la línea de investigación: *Administración y Educación* de la FCCEA y de GEMA. El tipo de investigación de conformidad con la naturaleza de sus variables es cualitativo y cuantitativo, y desde el punto de vista del análisis será descriptivo. Las Lúdicas se diseñaron en el marco del curso de Simulación Empresarial en la unidad denominada "Juegos Gerenciales" en el noveno semestre de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. La población y muestra fueron el 100 % de los estudiantes del noveno semestre desde el 2014 hasta el 2018. El tipo de muestreo fue no probabilístico, muestreo por conveniencia (Jany, 1994; Hernández, 2016).

Fases del estudio

Fase I, Diagnóstico. En esta etapa se planteó como objetivo determinar el estado actual de la enseñanza y el aprendizaje de las competencias sobre la toma de decisiones. Lo anterior mediante cuatro elementos: 1) una revisión de la normatividad y el deber ser de la enseñanza conforme al Ministerio de Educación Nacional MEN y de la Universidad; 2) conocer la perspectiva de los estudiantes y docentes frente a la competencia y el desarrollo de los procesos para alcanzarla; y 3) Rendimiento académico de los estudiantes en los temas de toma de decisiones.

Fase II, Diseño de la propuesta Lúdica. En esta fase se construyó una propuesta a partir de estrategias lúdicas para el desarrollo de la competencia en toma de decisiones. Para ello, se realizaron las siguientes acciones:

1) Taller con estudiantes para capturar factores motivantes, y ejercicio de planeación y disfrute de la clase.

2) Diseño de lúdicas. Para la construcción de las lúdicas se contó con el apoyo y asesoría del Grupo GEMA. Estos diseños preliminares fueron evaluados conjuntamente con los docentes del Grupo de Investigación en mención.

3) Revisión de lúdica por expertos y grupos de interés.

Cada lúdica requiere: materiales y recursos; instrucciones de la lúdica o juego; valoración y realimentación.

Fase III, Implementación y evaluación de la Lúdica. Se propone la implementación a partir de las siguientes actividades:

1) Talleres de implementación de las lúdicas propuestas con las guías de aprendizaje diseñadas.

2) Realización de la evaluación inicial. Se llevó a cabo una prueba pedagógica de entrada a los estudiantes antes y luego de dos meses de la implementación de la lúdica.

Fase IV, Evaluación del desarrollo de competencias. Se realizaron talleres para evaluar el desarrollo de las competencias del saber, hacer y ser. Se hace una comparación con grupos donde observaron las temáticas sin usar lúdicas. Para ello, se empleó la siguiente escala: Excelente (5), Bueno (4), Aceptable (3), Regular (2), Deficiente (1) e Insuficiente (0). Luego se emplearon tablas de frecuencia para observar la evaluación global.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Descripción de los juegos. La lúdica educativa contiene:

i. Participantes. (Docentes como evaluadores, y junta directiva y los estudiantes son gerentes y analistas de la empresa).

ii. Materiales: instructivo, materiales, equipos, espacios, responsables o mediadores, recursos, formatos, etc.

iii. Objetivos de la lúdica.

iv. Marco conceptual y teórico referente a toma de decisiones en cada área: talento humano, producción, mercados y finanzas.

v. Cronograma de desarrollo.

vi. Realimentación y análisis de los resultados de cada juego.

vii. Evaluación del desempeño académico del estudiante frente a la unidad de competencia.

El Escenario es la empresa didáctica denominada **Verde Amazonia Ltda**. Es una organización dedicada a la producción y comercialización de cárnicos y embutidos provenientes de la planta Santo Domingo de la Universidad de la Amazonia. La empresa didáctica se encuentra totalmente detallada en un documento denominado **Plan de Empresa Verde Amazonia**, que cada estudiante ha leído previamente a cada uno de los juegos; en él se encuentran los estudios de mercado, técnico, financiero, organizacional, de talento humano y aspectos pedagógicos.

El juego inicia cuando la empresa Verde Amazonia abre convocatorias para vincular a la empresa didáctica (que llega al correo de cada estudiante del curso) para diez puestos de trabajo. Cada juego cuenta con un instructivo, materiales, espacio de laboratorio de lúdica Uniamazonia, y cronograma y evaluación de pruebas académicas relacionada con la toma de decisiones.

Primer Juego: selección del Talento humano

Las instrucciones son las siguientes:

a. La empresa Verde Amazonia publica convocatorias de puestos vacantes en los cargos de: gerente general GG, gerente de talento humano GTH, gerente financiero GF, gerente de producción GP, gerente de mercadeo y ventas GMV, al igual que los analistas A para cada área para un total de 10 puestos de trabajo.

b. El estudiante revisa los términos de referencia de la convocatoria, elige el cargo de su preferencia y se presenta como aspirante entregando por medio magnético: hoja de vida y un plan operativo según el cargo al que aspiró.

c. Los docentes del área de gestión humana realizan la revisión de hojas de vida (selección y reclutamiento). Una vez identificados los aspirantes, se publican los horarios de entrevista, presentación de prueba psicotécnica y de sustentación oral de plan operativo para los estudiantes que cumplen con los requisitos.

d. Llegada las fechas, cada estudiante presenta una entrevista durante 10 minutos con un docente especialista en talento humano; luego sustenta su plan operativo de trabajo en 5 minutos con un docente especializado en gerencia estratégica y, finalmente, presenta de forma virtual una prueba psicotécnica con una duración de 20 minutos, aproximadamente, la cual evalúa razonamiento matemático, aptitud verbal, ortografía, agudeza visual, rapidez mental y actividades de dibujo para realizar test de personalidad.

e. Los docentes en conjunto evalúan las hojas de vida, los planes operativos, la entrevista y la prueba psicotécnica.

f. Después, en una sesión de clase, se presentan los resultados de los aspirantes ganadores de los puestos de trabajo. A cada estudiante se le realiza su realimentación para observar sus desaciertos y aciertos.

g. Con los ganadores se conforma el organigrama de la empresa Verde Amazonia, la cual tiene diez puestos de trabajo. Los ganadores a la convocatoria tienen una evaluación final de 5.0 y quienes no consiguieron los puestos de trabajo son los "desempleados" y su evaluación es el promedio de las cuatro notas anteriores. Ellos conformarán empresas con 10 integrantes cada una, con lo cual quedan dos o tres empresas que competirán en los juegos 2 y 3.

Segundo Juego: diseño de producto y taller de producción

i. Los participantes fueron los estudiantes del noveno semestre del PAE, organizados en empresas (cada una tiene un gerente general, de talento humano, financiero, de mercadeo, y ventas y de producción; cada gerente cuenta con un analista y cada empresa tiene un representante de ventas. Generalmente, se conforman tres empresas con grupos de 30 personas.

ii. Recursos: aplicativo Excel; Capital semilla para las empresas de $150.000 por cada empresa (recolectado por los gerentes financieros) para realizar la compra de los insumos para el taller de producción.

ii. Instrucciones (resumen):

El juego tiene dos partes: la primera es el diseño y planeación de un producto cárnico (un embutido que está definido en el estudio técnico del plan de empresa a manera de ejemplo); y la segunda es la elaboración del lote de producción según la planeación.

PRIMERA PARTE: cada empresa diligenciará un aplicativo (hoja Excel diseñada) para la planeación de la producción. Consta de siete hojas estandarizadas, donde cada empresa deberá diligenciar conforme su planeación: 1) definición del producto, 2) hoja de nómina, 3) hoja de formulación del producto, 4) hoja de costos de producción, 5) estrategia de precio, 6) hoja de ingresos y egresos, 7) punto de equilibrio y proyección de ventas.

Cada empresa deberá definir su nombre y el nombre del producto, deberá tener claro sus puestos de trabajo y producto cárnico tipo embutido. Este juego requiere la coordinación de las áreas de la empresa; cada estudiante en su puesto de trabajo se hará responsable:

-GTH y Analista: 1) presentar la nómina de la empresa. La información resultante de esta hoja será la nómina de la empresa mensual. Sustentar el porqué del monto salarial para cada puesto de trabajo. 2) Presentar un plan de salud ocupacional a desarrollar en 1 hora de clase, la cual consta de una guía.

-GMV y analistas: deberá presentar un plan de marketing y lo sustentará. La información resultante de este será el precio por unidad embutido, precio, margen de utilidad. Deberá presentar el diseño de producto (prototipo) en coordinación con el GMV.

-GP y analistas: deberá diligenciar la hoja del aplicativo denominada costo de producción, fundamentado en los precios de mercado indicando la fuente de los precios. En el aplicativo deberá quedar como información resultante cuánto cuesta producir un kilo de masa para embutido. Para ello, deberá definir el peso de cada embutido por unidad. Deberá tener claro cuál es el costo variable de producción.

-GF y Analista: con la información de la hoja de precios, la hoja de costos, la hoja de nómina, construirá la función de ingresos tipo lineal y la función de costos tipo

lineal donde el costo fijo será el valor de la nómina. El costo variable unitario o marginal (costo de producir una unidad de chorizo) será igual al costo de las materias primas, mano de obra, empaque y etiqueta por unidad.

El GG: además de liderar y verificar el cumplimiento de las labores anteriores, deberá presentar el punto de equilibrio para la empresa con todos los datos anteriores, tanto en cantidad de chorizos como en el valor de los ingresos y costos en el punto de equilibrio.

SEGUNDA PARTE: JORNADA DE PRODUCCIÓN

Con el apoyo del programa Ingeniería de Alimentos de la Universidad de la Amazonia, un profesional autorizado y con experiencia apoya la jornada de producción, donde todos los integrantes de las empresas deberán participar y observar el proceso productivo, para lo cual cada estudiante deberá vestir la indumentaria adecuada para ingresar a la planta: gorro o cofia, tapabocas, bata blanca y botas. Cada empresa didáctica (conformada por los estudiantes) deberá realizar un informe técnico (de logística y operaciones) de acuerdo con la experiencia vivida en el laboratorio, para lo cual deberán presentar:

a. Un reconocimiento del inventario de tecnología, maquinaria, equipos e infraestructura para el procesamiento de productos cárnicos potencialmente disponible para el laboratorio empresarial, e identificar técnicamente el producto cárnico elaborado.

b. Documentar la ingeniería del producto: ficha técnica del producto, diagrama de flujo, formulación de productos, cursograma de acuerdo con la Símbolos estándares de la American Society of Mechanical Engineers.

c. Analizar en un diagrama la distribución de planta actual de acuerdo con la observación.

d. Consultar protocolos de alimentos, reglamentos de higiene, seguridad industrial y salud ocupacional, y realizar a una muestra el control de calidad.

e. Realizar registro fotográfico de los puntos anteriores.

f. La empresa hallará la capacidad de diseño, capacidad instalada y la capacidad de demanda de la planta.

g. Reporte del lote de producción: número de embutidos, empaques, peso, rendimiento, tiempo por cada actividad plasmada en el diagrama de flujo (tiempo en limpieza, tiempo en corte, en mezcla, el tiempo total de la producción).

Para efectos de la evaluación cada empresa deberá sustentar a la Junta Directiva, integrada por los docentes del área de mercados, producción y costos. Además de la sustentación, se evalúa por indicadores que comparan la planeación versus la ejecución.

Tercer juego: Plan de Mercadeo y Jornada de Ventas. Participan las empresas del segundo juego. El juego tiene dos partes; la primera es la sustentación del Plan de Mercadeo que fue realizado desde el juego anterior. La segunda parte consiste en realizar una jornada de comercialización del lote de producción realizado en el juego 2. Para ello, deberá tener en cuenta:

a. Establecer un punto de venta en la Universidad de la Amazonia durante la jornada; lo importante es que se desarrollen dentro del horario de venta y dirigido a clientes de la Universidad sede principal.

b. Duración de la jornada de ventas: 3 horas máximo. En el tiempo final se realizará el arqueo de caja para observar la empresa con mayores ventas, ingresos en efectivo. Sin embargo, cada grupo terminará hasta vender el 100 % de su producción. Si el grupo termina antes del horario deberá avisar inmediatamente al docente para medir el tiempo de ventas y sus resultados.

c. Cada empresa debe manejar la imagen corporativa y/o de producto durante toda la jornada de ventas.

d. Cada empresa contará con un veedor de la jornada de ventas que será un integrante del competidor que observará y será garante de la normalidad y cumplimiento de la competencia.

e. La empresa deberá contar con una lista de precios en el punto de venta.

f. Cada empresa presentará registro fotográfico completo: el punto de venta, los vendedores, los productos, el personal, momento de venta, veedor.

g. Reporte final de ventas (número de productos, cantidades, precio, cantidad de productos no vendido, ingresos y número de clientes).

h. El docente realizará un arqueo de caja cuando la empresa termine la jornada de ventas (o llegada las 3 horas o porque vendieron la totalidad del producto antes), cada gerente se reunirá con la docente y presentarán inmediatamente facturas de venta, listado de clientes, dinero en caja.

Si posterior a las ventas (dos semanas después) existe algún reclamo justificado por parte de un cliente, la nota final del juego puede ser afectada. Los criterios de evaluación del juego contemplan los siguientes aspectos:

-Sustentación del plan de mercadeo.

-Menor tiempo en la jornada de ventas.

-Mejor stand.

-Nombre del producto.

-Nombre del producto.

-Etiqueta.

-Sabor (percepción del cliente).

-Margen de utilidad.

-Manejo de imagen corporativa.

-Servicio postventa.

Evaluación de competencias en los estudiantes. Cada uno de los juegos realiza una realimentación grupal e individual en su rol gerencial para observar por qué se

alcanzaron o no los objetivos organizacionales. Algunas decisiones que son evaluadas se citan a continuación:

-Elección del segmento meta.

-Elección del precio de venta del producto.

-Diseño de producto y estrategia de precio.

-Determinación de los salarios y cargos de trabajo.

-Estrategias de marketing.

Debido a que el proceso de toma de decisiones consiste en: la identificación del problema; identificación del objetivo, identificación de criterios y alternativas de decisión; valoración de las alternativas; elección de la estrategia; aplicación de la estrategia y evaluación de la misma; entonces, el estudiante es evaluado a partir de la sustentación de estos pasos inmersos en los requerimientos de cada juego, teniendo en cuenta el saber, hacer y ser.

Para ilustrar el proceso se toma como ejemplo la decisión de establecer el precio de venta; para establecer el saber conocer se repasan las estrategias de precios (componente teórico) en el plan de la empresa Verde Amazonia, lectura que se encuentra en el estudio de mercado; el cual el estudiante deberá sustentar a la Junta Directiva del juego.

Hacia las competencias del hacer el estudiante demostrará que conoce tanto estrategias como criterios para establecer el precio y lo aplicó en el ejercicio: cumplir con el margen de utilidad propuesto, tener en cuenta los precios de la competencia, recuperar el costo de producción y considerar la disponibilidad a pagar del cliente, tener en cuenta el ciclo de vida del producto (etapa de penetración, crecimiento, sostenimiento y declive). Para observar las competencias del ser y convivir se observan las interacciones con los compañeros para resolver el problema de establecer el precio; por ejemplo, para elegir precio de venta debe discutirlo con el gerente de producción, gerente general y de

mercados, lo cual demanda procesos de discusión y análisis a partir de lo cognitivo.

Evaluación de la Experiencia. Los estudiantes de las cohortes del año 2014 hasta el año 2018 catalogaron el uso de las lúdicas para el desarrollo de competencias mediante la escala de valoración de 0 a 5 de los siguientes aspectos: 1) dominio cognitivo del docente; 2) valoración de las didácticas en el procesos de aprendizaje para el estudiante; 3) valoración de las didácticas desarrolladas por el docente en el proceso de enseñanza; 4) valoración del ambiente en el aula; y 5) valoración del grado de satisfacción del estudiante en su procesos de aprendizaje. Los resultados de cada estudiante se promediaron y se dividieron por los cinco criterios, y este valor se categorizaba en Excelente E, Bueno B, Aceptable A, Regular R, Insuficiente I y Deficiente D.

Tabla 4.2.1. Valoración de la lúdica por parte de los estudiantes cohortes 2014 – 2018 (Tabla de porcentajes relativos por categoría)

Año	Excelente	Bueno	Aceptable	Regular	Insuficiente	Total
2014	4,0	92,0	4,0	0,0	0,0	100
2015	47,0	45,0	8,0	0,0	0,0	100
2016	10,0	87,0	3,0	0,0	0,0	100
2017	35,0	59,0	4,0	2,0	0,0	100
2018	35,0	61,0	3,0	1,0	0,0	100
Media	26,2	68,8	4,4	0,6	0,0	100

Fuente: elaboración propia (2017).

La Tabla indica que ha aumentado el grado de satisfacción frente al uso de las lúdicas por parte de los estudiantes conforme pasan los años.

En el primer juego relacionado con Talento Humano, los estudiantes destacaron los aportes en el aprendizaje en:

-Elaboración y presentación del currículo vitae (87 %).

-Enfrentar una entrevista (91 %), lo cual fue nuevo para el 77 % de ellos.

-Recibir asesoría en su presentación, y en las etapas para prepararse y presentarse en una entrevista (45 %).

-Preparar un plan operativo y defender su propuesta (12 %)

-Conocer una prueba psicotécnica y su aplicación (34 %).

En el juego relacionado con el Taller de Producción, los estudiantes lograron los siguientes aprendizajes:

-Comparar la planeación de un producto versus su elaboración (24 %).

-Aprender y participar directamente en un proceso productivo (88 %).

-Aplicar conceptos como punto de equilibrio y definición de funciones de costo e ingresos para hallar las utilidades (9 %).

-Observar la capacidad instalada y operativa en una planta de procesamiento real (34 %).

-Tomar decisiones, resolver imprevistos en una jornada de producción y cuál es la vivencia de los trabajadores operativos (19 %).

-La importancia del trabajo en equipo (45 %).

-Evitar desperdicios que se traducen en tiempo, costos y contaminación (15 %).

En el juego relacionado con La Jornada de Ventas, los estudiantes lograron los siguientes aprendizajes:

-El esfuerzo de producir, hacer y ofrecer el producto a clientes reales y potenciales (19 %).

-Recuperar la inversión y el esfuerzo a través de la obtención de utilidades (8 %).

-La gestión para promover, publicitar productos (41 %).

-Diseño de imagen corporativa y de marca (28 %).

-Observar el cumplimiento de metas financieras, operativas (23 %).

Sin embargo, a manera de sugerencias los estudiantes manifiestan los siguientes aspectos:

-Generar lúdicas en otras áreas como finanzas, proyectos, matemáticas y segundo idioma (23 %).

-Las lúdicas pueden ser implementadas por más docentes (35 %).

-Mejorar los instructivos o dejar más tiempo para su comprensión durante las clases (12 %).

-Algunos consideran que las temáticas son muy complejas (5 %).

De acuerdo con Pardo et al., (2020), los juegos como estrategia didáctica les resulta relajante, divertido, dinámico y permite lograr un aprendizaje hacia el mediano plazo. Se pudo enseñar conceptos como punto de equilibrio, modelación de funciones de producción, costos, ingresos, utilidad, análisis de regresión y proyecciones, temáticas importantes para la toma de decisiones en administración de acuerdo con Hillier y Lieberman (2010).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los juegos gerenciales son unidades temáticas que forman parte de los de los planes de estudio de los programas profesionales de Administración en Colombia, donde se emplea convencionalmente un software como herramienta para la enseñanza y aprendizaje. La enseñanza y aprendizaje a través de lúdicas en la educación superior y la experiencia en el programa Administración de Empresas de la Uniamazonia evidencian la importancia de contar con alternativas diferentes a las prácticas convencionales como exposiciones y clases magistrales. Esta herramienta permite enseñanza, aprendizaje, evaluación mediante vivencias que resultan una experiencia positiva y recreativa para los estudiantes, la cual es capaz de dejar aprendizajes en el largo plazo. El laboratorio de lúdica de la Uniamazonia busca, a través de estas iniciativas, fomentar una docencia encaminada hacia logros significativos en el aprendizaje, para que la educación se convierta en otro escenario con factores motivantes. El 85 % de los estudiantes

cataloga las lúdicas en los juegos gerenciales como didácticas que imprimen el interés real de los docentes en su misión de guías, orientadores y constructores del conocimiento.

REFERENCIAS

Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones. Métodos cuantitativos aplicados a la administración*. Ecoediciones.

Andrade, M. (2015). *Construcción e implementación de estrategias lúdicas para el desarrollo de competencias en emprendimiento en estudiantes del nivel medio de educación*. Grupo de Estudios de Futuro en el mundo Amazónico GEMA.

Bañeres D. y Bishop, A., Claustre M., Comas O., Garaigordobil, M., Hernández, T. y Ruiz, A. (2008). *El juego como estrategia didáctica*. Grao.

Beneitone, P., Esquetini, C., Gonzalez, J., Siufi, G. y Wagenaar, R. (2007). Reflexiones y Perspectivas de la Educación Superior en América Latina. *Informe final Proyecto Tuning América Latina 2004 – 2007*. Universidad de Deusto.

Carvajal, J. (2014). *Seminario de Antropologia Lúdica. Analisis contextual*. Fundación Universitaria Juan de Castellanos.

De Bono, E. (1995). *El pensamiento creativo*. Paidós.

García, A. y Llull J. (2009). *El juego infantil y su metodología*. Editex.

Hernández, M. (2016). *Acopio de información o de fuentes de información*. Universidad de Caldas.

Hillier, F. y Lieberman, G. (2010). *Investigación de Operaciones*. (9.ª ed.). McGraw-Hill.

Jany, J. (1994). *Investigación integral de mercados, un enfoque operativo*. Mc Graw Hill.

Pardo Rozo, Y. Y. y Andrade Adaime, M. C. (2012). Evaluación ex ante del laboratorio empresarial en la Universidad de la Amazonia. *Revista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA*, *2*(1), 32-39. https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/75

Pardo, Y.Y., Correa, L y Marlés, C. (2018). *Lúdica para la toma de decisiones en administración. Una experiencia en la Universidad de la Amazonia*. https://www.uniamazonia.edu.co/documentos/docs/Programas%20Academicos/Administracion%20de%20Empresas/Libros/PARDO,%20CORREA%20%20&%20MARLES.pdf

Pardo, Y., Andrade, M., Marlés, C. y Vargas, A. (2020). *La lúdica como estrategia didáctica en los juegos gerenciales en la Universidad de la Amazonia.* Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2020. Bogotá, Colombia.

Plata, J., Morales, M. y Arias, M. (2009). *Impacto de los juegos gerenciales en los programas de administración de empresas como herramienta pedagógica.* Universidad nacional de Colombia; Universidad militar nueva granada.

Suarez, R. (2009). *Juego Gerencial*. Universidad de los Andes.

Van Den Berg Romero, E. (1997). *Modelo de simulación gerencial: (nuevo juego gerencial) – para interactuar con su computador personal.* Universidad Nacional.

4.2. FORMACIÓN PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PERFIL EMPRENDEDOR DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Claudia Andrea Ramírez Camacho[24], Diana Carolina Rozo[25].

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue identificar la contribución de la formación ofrecida por la Universidad de la Amazonia en el desarrollo del perfil emprendedor de sus estudiantes y egresados, para lo cual se realizó una revisión documental y conceptual en temas relacionados con la investigación como: el emprendimiento en la historia, características de los emprendedores, teoría de la Motivación y teorías del aprendizaje. La investigación fue de tipo cuantitativo con enfoque descriptivo, para especificar las propiedades, las características y los perfiles sujeto de estudio. La investigación se materializó por medio de técnicas de recopilación de datos como un cuestionario desarrollado a partir del instrumento para medir el perfil motivacional. Se aplicó un muestreo probabilístico a estudiantes y egresados, y un muestreo no probabilístico a los empresarios del municipio de Florencia, Caquetá. Como resultado de la investigación se determinó que los estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonia están orientados a la necesidad del logro, lo que indica que los estudiantes encuestados tienen características de comportamiento emprendedor.

Palabras clave: Emprendimiento, Empresarismo, Necesidad de logro.

[24]Magister en Administración. Auditora Contraloría General de la República, clau.ramirez@udla.edu.co

[25]Magister en Administración. Especialista regional en servicios del programa Gobernabilidad Responsable de USAID, d.rozo@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

La innovación y la creación de nuevas empresas son factores que entran a determinar el crecimiento de una economía en el mediano y largo plazo, cuyo sostenimiento en el tiempo depende de la medida en que se puedan generar nuevos empleos, cerrar brechas en términos de productividad e incrementar la competitividad nacional, asimismo, la economía del conocimiento, caracterizada por la ambigüedad y la incertidumbre, la globalización, la generación de nuevos saberes y la abundancia de información, requiere de individuos emprendedores (Julien, 2005).

En la actualidad nos enfrentamos a una de las preguntas predominantes en la investigación sobre emprendimiento que hace referencia al por qué algunas personas deciden ser emprendedoras mientras que otras no. Esta cuestión puede ser abordada en términos de los factores que influencian la decisión de emprender enfocándose en los rasgos o características de personalidad de los individuos.

Por otra parte, la solución parece estar en el apoyo al emprendimiento, sin embargo, también es importante superar barreras para la creación de las empresas, por lo que se hace importante estudiar el proceso emprendedor y la mentalidad o espíritu emprendedor en su génesis, esto en una muestra representativa de los estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonia.

La Universidad de la Amazonia cuenta con una unidad de emprendimiento desde la que se promueve la iniciativa empresarial. Es importante determinar las características del perfil emprendedor de los estudiantes y egresados de la institución, en el sentido de que se pueda concretar su deseo de crear empresa mediante la aplicación de una política institucional de identificación y formación de emprendedores en términos de retención de contenidos y conceptos, de lo que se deduce que no es claro quiénes exactamente quieren ser emprendedores o tienen iniciativas para creación de empresas dentro de la Universidad.

Al desplegar los objetivos de esta investigación se pretende identificar el perfil emprendedor de estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonia, identificar los elementos del plan de estudios que contribuyen al desarrollo del perfil emprendedor y determinar las características que contribuyen al desarrollo del perfil emprendedor de estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonia. Para lo cual se desarrolló una investigación de tipo cuantitativo con enfoque descriptivo; se aplicó técnicas de recopilación de datos como un cuestionario y fuentes documentales para la recolección de datos e información secundaria.

REVISIÓN LITERARIA

La palabra emprendimiento surge de la lengua francesa, del término *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo (Rodríguez-Ramírez, 2009), dentro de la evolución histórica. Con el surgimiento del pensamiento económico clásico, en el siglo XVIII, de la mano de los fisiócratas, entre ellos Richard Cantillón (1680-1734), se introdujo por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur* "como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en "contratados", que reciben salarios o rentas fijas, y los "emprendedores", que reciben ganancias variables e inciertas (Rodríguez-Ramírez, 2009). El término entrepreneur se acuña a Richard Cantillon y que entró en uso mucho más amplio después de que John Stuart Mill lo popularizara en el año 1848 en su obra *Principles of political economy.*

Entrado el siglo XX, Max Weber (1864-1920) identifica dos tipos de empresarios: uno tradicionalista, producto del mercantilismo y otro condicionado al esquema capitalista que desarrolla una mentalidad empresarial, y que exhibe una personalidad diferente tendiente a la multiplicación de su riqueza, con un verdadero proyecto de vida, soportado en la moral puritana (Rodríguez-Ramírez, 2009).

Por otra parte, en 1911 el economista Joseph Schumpeter planteó en su libro “La teoría de la dinámica económica¨ la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios como destrucción creativa (Drucker, 1985).

Según Schumpeter (1935) la función de los emprendedores es revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o reorganizar una industria, etc.

Posteriormente, el mismo autor utiliza en 1942 el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común que promueve nuevas combinaciones o innovaciones (Formichella, 2004).

La educación en entrepreneurship puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos, y puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la autoconfianza, la autoestima, la auto eficacia y la necesidad de logro (Formichella, 2004).

Otros conceptos incorporan el origen de la palabra emprendimiento y sugieren que el emprendedor no debe ser una persona estática, anquilosada, conformista, satisfecha con lo que hace o con lo que tiene, sino que debe ser un visionario que avizore el futuro. La palabra emprendimiento proviene del francés entrepeneur (pionero) y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta u objetivo. También para referirse a la persona que iniciaba una empresa o proyecto, un empresario, o el agregar valor a un producto ya existente. El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos (Carmona, 2008).

En este mismo orden de ideas, Espinosa (2010) plantea que el emprenderismo es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre,

aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres. De la misma manera, Tabares (2012) indica que es un conjunto de acciones que realiza una o varias personas con el objetivo de identificar oportunidades de ideas de negocios y ponerlas en práctica; una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza; pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, con visión global y mediante un liderazgo equilibrado, dejando como resultado la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Concepto de Emprendedor

Para esta palabra existen diversas definiciones, desde el punto de vista de algunos economistas emprendedor es el futuro empresario cuyas características lo distinguen y lo favorecen para combinar los factores de producción, responder a una demanda y distribuir, posteriormente, los ingresos conforme a la labor de cada actor que participó en el proceso, por tal razón, se le asigna un papel central en la economía (Santiago y Baltierra, 2015).

El autor Tarapuez (2015) la define como la persona que lleva a cabo algún tipo de actividad legal en las áreas productiva, comercial y/o de servicios, enfocada a desarrollar sus habilidades personales y hacia la generación de ingresos, ya sea que la realice de manera formal o informal, independiente del tiempo que se dedique a ello.

De tal modo, el entrepreneurship implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, la introducción de nuevos bienes y servicios, nuevas formas de organización, y nuevos procesos y materiales. Incorpora en su dominio de estudio la explicación del por qué, cuándo y cómo se explotan las oportunidades existentes, el análisis de cuáles son las fuentes de esas opciones de negocio y el estudio del proceso de descubrimiento y evaluación de oportunidades, desde la adquisición de recursos hasta la organización de esfuerzos para su explotación (Piña et al., 2008).

Los emprendedores se podrían definir como individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto (Nuez y Górriz, 2008).

En igual forma, el emprendedor ha sido definido de múltiples formas en la literatura económica especializada. Una de las definiciones distingue al emprendedor como aquel individuo que está más alerta que otros para encontrar y explotar oportunidades (Silveira, Cabeza y Fernández, 2016). La alerta permite descubrir al emprendedor nuevas oportunidades y caracteriza a este por una predisposición continua que quedaría definida por el estado de alerta permanente que experimenta (Fernández y Gervilla, 2013).

En este sentido, diferentes autores en la historia han realizado estudios sobre las características de los emprendedores. Lévesque et al., (2002) y Djankov et al., (2006) hacen una selección de los principales atributos emprendedores a través de un recorrido histórico desde Stuart Mill en 1848 hasta Winslow y Solomon en 1987. Cada uno de estos autores recopilados señala la característica que consideran fundamental y que define a un emprendedor como se evidencia en la Tabla 2 (Nuez y Górriz, 2008).

Para el desarrollo de esta herramienta se toman como referentes los estudios adelantados en la Universidad de Harvard bajo la dirección del profesor David McClelland, especialista en la motivación del ser humano, quien dedicó grandes esfuerzos al estudio de la iniciativa empresarial desde finales de 1950, demostrando que las personas tienen alguna motivación interna para mejorar en su cotidianidad. El Dr. David McClelland (1976) llamó arquetipo a este tipo de motivación, estableció 40 que agrupó en tres categorías principales: necesidad de logro, poder y afiliación (Hernández, 2014).

Esta metodología establece diez factores que promueven el desarrollo de comportamientos claves para el éxito empresarial así:

Características del comportamiento emprendedor en Niveles de logro

1. **Búsqueda de oportunidades e iniciativa**. Los emprendedores ven oportunidades que se pueden convertir en negocio o nuevas empresas.

2. **Persistencia**. Son perseverantes y nunca abandonan su empeño.

3. **Exigir eficiencia y calidad**. Permanentemente buscan cómo hacer las cosas mejor, más rápidas y más baratas

4. **Cumplimiento**. Mantienen sus compromisos, incluso a costa de sacrificios personales.

5. **Asumir riesgos calculados**. Están dispuestos a correr riesgos, asumen riesgos calculados y, además, cuentan con plan B por si algo sale mal.

Características del comportamiento emprendedor en Necesidades de filiación

6. **Fijar metas**. Saben lo que quieren, consideran metas y objetivos de largo plazo.

7. **Búsqueda de información**. No gustan de la incertidumbre ni las suposiciones, dedican bastante tiempo buscando información sobre clientes, proveedores, tecnologías y oportunidades.

8. **Planificación sistemática y seguimiento**. Controlan de manera ordenada y lógica lo que se hacen.

Características del comportamiento emprendedor en Necesidades de Poder

9. **Persuasión y redes de apoyo**. Son capaces de inducir a otras personas a seguirlos o hacer algo para ellos.

10. **Autoconfianza e independencia**. Son personas seguras de sí mismas y de sus posibilidades, lo que se refleja en los desafíos que deciden afrontar.

La educación superior es un óptimo espacio para que desde la academia se impartan conceptos fundamentales sobre emprenderismo, entendido, entonces, que la academia prepara al futuro profesional, al futuro empresario. Además de lo anterior, en la mayoría de las Universidades del país, existen unidades de

emprendimiento, que apoyan el desarrollo de ideas de negocios que surgen en el aula (Suarez Daza, 2014).

MATERIALES Y MÉTODOS

Toda investigación, de cualquier enfoque que se trate (cualitativo o cuantitativo), tiene dos centros fundamentales de actividad y consisten en recoger toda la información necesaria y suficiente para alcanzar los objetivos planteados o dar solución al problema, y estructurar la información en un todo coherente y lógico, es decir, ideando una estructura lógica, un modelo o una teoría que integre la esa información (Martínez, 2004).

El estudio se desarrolla en un enfoque cuantitativo el cual consiste, según los autores Hernández et al., (2014), en emplear la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Es secuencial y probatorio; cada etapa precede a la siguiente y no se pueden eludir pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, se puede redefinir alguna fase. Busca la descripción lo más precisa posible de lo que sucede en la realidad social, fundamentándose en datos cuantitativos y procedimientos estadísticos, producto de encuestas y datos secundarios. Lo primordial es construir un conocimiento objetivo sin injerencia ni distorsiones subjetivas, sobre todo por parte del investigador.

De la misma manera, los autores Hueso y Cascanti (2012) indican que el enfoque cuantitativo se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando. Se utiliza en diferentes ámbitos, desde estudios de opinión hasta diagnósticos para establecer políticas de desarrollo. Descansa en el principio de que las partes representan al todo; estudiando a cierto número de población (muestra) se puede hacer una idea de cómo es la población en su conjunto.

En el enfoque cuantitativo las muestras probabilísticas son esenciales en diseños de investigación por encuestas, en los que se pretende generalizar los resultados a una población. La característica de este tipo de muestras es que todos los elementos de la población al inicio tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Así, los elementos muéstrales tendrán valores muy aproximados a los valores de la población, ya que las mediciones y análisis del subconjunto serán estimaciones muy precisas del conjunto mayor (Hernández et al., 2014).

Esta investigación se desarrolló en cinco fases, iniciando con la indagación y recolección de información secundaria relacionada a la investigación a realizar, planteamiento del problema, objetivos, preguntas y justificación de la investigación. Segunda fase: desarrollo de la perspectiva teórica, el cual implica exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, las investigaciones previas y los antecedentes en general que se consideren válidos para encuadrar el estudio. Construcción del Estado de arte, Marco teórico y Marco conceptual. Tercera fase: recolección de información: estructuración del Cuestionario, validación del instrumento de recolección de la información y determinación del tamaño de la muestra. Cuarta fase: procesamiento y análisis de la información recolectada. Quinta fase: conclusiones y socialización de la investigación; y para finalizar las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

Una vez desarrolladas las fases de esta investigación para dar respuesta a los objetivos planteados se empleó un único instrumento de medición a las muestras determinadas en la investigación con el propósito de analizar y comparar la información recolectada y poder determinar si se contribuye o no en la formación ofrecida por la Universidad de la Amazonia en el desarrollo del perfil emprendedor de sus estudiantes y egresados.

La población fue de 909 estudiantes y para este grupo se determinó una muestra de 270 encuestas distribuidas a través de un muestreo estratificado para poblaciones finitas. El universo de la población de los egresados de los programas académicos de pregrado durante el periodo 2011 - 2015 fue de 3.537 graduandos; se determinó una muestra de 160 encuestas se aplicaron

cuatrocientas sesenta encuestas (460) a las muestras determinadas de la siguiente manera:

-Estudiantes: 270 (153 mujeres y 117 hombres).

-Graduados: 160 (79 mujeres y 81 hombres).

-Empresarios: 30 (15 mujeres y 15 hombres).

Para un total de 460 personas (247 mujeres y 211 hombres).

El procesamiento de datos empleó el programa *Statistical Product and Service Solutions* (IBM SPSS Statistics Versión 22.) ,y para dar respuesta al objetivo número uno se analizó la segunda sección de la encuesta, conformada por veinte preguntas que se sustrajeron del instrumento "Perfil Motivacional", el cual se deriva de la teoría de motivación del autor David McClelland (1976), en donde se indagó a los encuestados acerca de qué tan identificados se sentían con una serie de opiniones, situaciones, actividades, cualidades o características personales.

RESULTADOS

El perfil emprendedor de estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonia

Análisis de datos Estudiantes. Se observó que la tendencia de los datos de cada uno de los programas analizados de pregrado los estudiantes de la Universidad de la Amazonia están orientada en un 58 % a la necesidad del logro como se evidencia en la Gráfica 1, lo cual, teniendo como referencia el estudio del autor David McClelland (1976), indica que los estudiantes encuestados tienen características de comportamiento emprendedor. Asimismo, se evidencia que un 22 % de la muestra de los estudiantes está orientado a características de la necesidad de afiliación, es decir, son estudiantes que, de acuerdo con el autor, están orientados a la interacción social y lograr la aceptación de otras personas, y

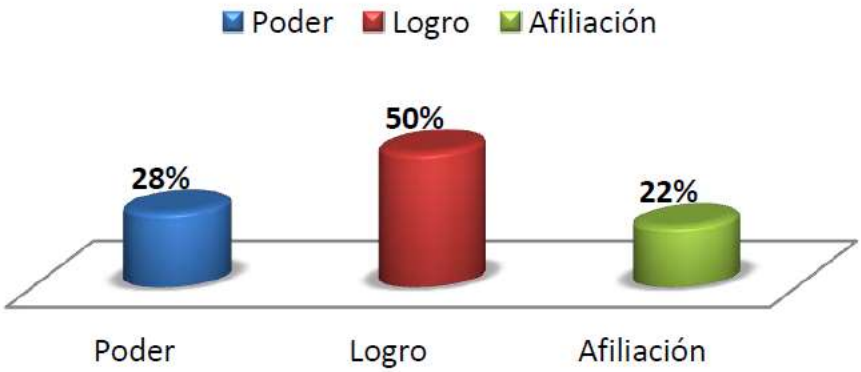
con un 20 % la necesidad de poder indicaría, según el autor, que son personas que marcan la diferencia, quieren sobresalir e influir y controlar a los demás.

Figura 4.1.1 Resultados del perfil del emprendedor de Estudiantes Universidad de la Amazonia

Fuente: elaboración propia (2017).

Análisis de datos Egresados. Con la información recolectada se evidencia que en un 50 % los graduandos de la Universidad de la Amazonia están orientados a la necesidad del logro como se refleja en la Gráfica 2, lo que indica que, de acuerdo con la teoría de las necesidades del autor David McClelland (1976), tienen características de comportamiento emprendedor. De igual manera, con un 28 % se evidencia que los egresados encuestados tienen orientación a la necesidad de poder, y con un 22 % a la necesidad de afiliación

Figura 4.1.2 Resultados del perfil del emprendedor de Estudiantes Universidad de la Amazonia



Fuente: elaboración propia (2017).

Análisis de datos Estudiantes Se evidencia que un 69.3 % de los encuestados manifestó nunca haber utilizado la unidad de emprendimiento, mientras que un 26.7 % la utiliza esporádicamente y un 4.1% lo hace frecuentemente. Igualmente, se realizó un análisis por programa académico que oferta la Universidad de la Amazonia frente a la utilización de la Unidad de Emprendimiento, donde el programa de Biología es el que más frecuenta la unidad de emprendimiento con 1.48 % equivalente a cuatro encuestados y con un 18.89 % equivalente a 51 encuestados del programa de Derecho que nunca frecuenta la Unidad de Emprendimiento.

Por último, se realizó una tabulación cruzada entre la frecuencia de utilización de la unidad de emprendimiento y la edad, como se refleja en la Tabla 4.1.1, y se evidenció que 225 encuestados, que equivalente al 83,3 %, están en el rango de edad de 18 a 27 años, de los cuales 150 encuestados, equivalentes al 55.5 %, que nunca han utilizado la unidad de emprendimiento, el 24.07 % la ha utilizado esporádicamente y tan solo el 3.70 % la ha utilizado frecuentemente. En un porcentaje menor se encuentra el rango de edad de 28 a 37 años con un 14,44 %, equivalente a 39 encuestados, con un 1,85 % el rango de edad de 38 a 47 años, por último, con un 0,37 % el rango de edad de 48 a 57 años.

Tabla 4.1.1 Uso de la Unidad de Emprendimiento vs la edad de estudiantes Uniamazonia

Frecuencia utilización unidad de emprendimiento	Edad				Total
	18-27	28-37	38-47	48-57	
Frecuentemente	10	1	0	0	11
Esporádicamente	65	7	0	0	72
Nunca	150	31	5	1	187
Total	225	39	5	1	270

Fuente: elaboración propia (2017).

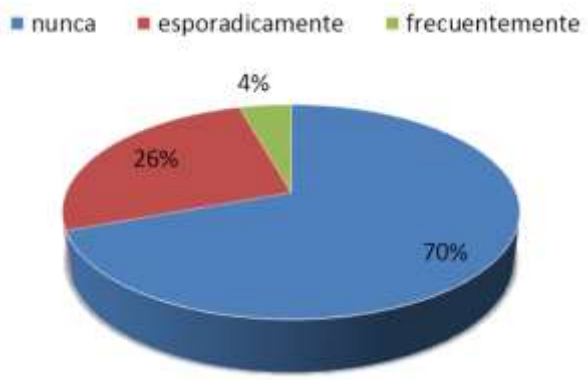
Análisis de datos Egresados

En la Gráfica 4.1.3 se evidencia que 111 encuestados (70 %) respondieron que no utilizaron la unidad de emprendimiento, 42 egresados (26 %) respondieron que la

emplearon esporádicamente y 7 personas (4 %) respondieron que la emplearon frecuentemente.

De igual maner, realizando un análisis por programa académico en la modalidad de pregrado de la Universidad de la Amazonia, respecto a la utilización de la unidad de emprendimiento de los egresados, se observó que el programa con mayor frecuencia es medicina veterinaria y zootecnia. Mientras que el programa de Contaduría Pública no ha utilizado la unidad de emprendimiento (14 %), seguido de Administración de empresas (10 %).

Figura 4.1.3 Uso de la Unidad de Emprendimiento en Graduados



Fuente: elaboración propia (2017).

Las características del perfil emprendedor de los estudiantes y egresados de la Universidad de la Amazonía, haciendo énfasis en las competencias y valores que se dilucidarán de sus respuestas al instrumento aplicado (encuesta), en la que se empleó parte del instrumento “Perfil Motivacional”, el cual se deriva de la teoría de motivación del autor David McClelland (1976), en donde se indagó a los 270 estudiantes, 160 egresados, seleccionados por un muestreo probabilístico estratificado y 30 empresarios de la ciudad de Florencia seleccionados por un muestreo no probabilístico, para un total de (460) encuestados, arrojó los siguientes resultados:

-Cuantitativamente, el mayor porcentaje correspondió a la Necesidad de Logro en un 72.67 %; según los autores Sudarsky y Cleves (1976) Recursivo. Son personas que entienden que no poseen todo el conocimiento, que saben escuchar y valorar lo que expresan los demás, porque se adquieren nuevos conceptos sobre lo que se pretende conocer, y se retroalimenta y actualiza la concepción que se tiene para hacer trabajos bien realizados, asumiendo responsabilidades para hacerlo.

El 47.63 % corresponde a la Necesidad de Poder. Autonomía. Personas autónomas, autosuficientes, asumen personalmente el éxito y el fracaso, el triunfo y la derrota. Confían en su capacidad para hacer las cosas y se atienen a las consecuencias; buscan cargos con alto nivel de autoridad y poder para la toma de decisiones y ejercer gran influencia sobre los demás. Son seguras de sus capacidades y les gusta la prevalencia de sus ideas y que los consideren importantes y tienden a influir y a controlar a los demás (Sudarsky y Cleves, 1976).

La Necesidad de Poder se encuentra en el 63.30 %, Autónomos. Lo que significa, según los autores Sudarsky y Cleves (1976), el pensamiento de personas autosuficientes que confían en sus propios recursos para sobresalir ante los demás. Confianza en sus propios medios es creer en sus habilidades, tener el control de su vida y ser capaz de hacer lo que se planee o se espera; ser autónomo significa ser capaz de hacer lo que se cree que se debe hacer, de analizar y considerar si debemos o no hacerlo.

Otra Necesidad de Poder (83,07 %) Liderazgo, significa, de acuerdo con los autores Sudarsky y Cleves (1976), que son personas que les gusta que los demás los reconozcan como líderes, para ejercer influencia y direccionar a otros individuos; además de lo anterior, tienen ambiciones políticas, de allí que también desempeñan la función de dirigentes políticos, públicos o administradores de estamentos corporativos y privados; individuos que se han desarrollado en entornos gerenciales y de liderazgo, asimilando estas cualidades para colocarlas en práctica en los proyectos empresariales.

Resultados encuesta Egresados

La Necesidad de Logro con 71.25 %, y de acuerdo con los autores Sudarsky y Cleves (1976), manifiestan que es la búsqueda de oportunidades e iniciativa. Investigador. Son personas que entienden que no poseen todo el conocimiento, que saben escuchar y valorar lo que expresan los demás, porque se adquieren nuevos conceptos sobre lo que se pretende conocer, y se retroalimenta y actualiza la concepción que se tiene para hacer trabajos bien realizados, asumiendo responsabilidades para hacerlo.

"Yo tengo más facilidad para": la Necesidad de Logro obtuvo una mayor participación porcentual con 40.63 %, y se asocia con la Autonomía. Personas autónomas, autosuficientes, asumen personalmente el éxito y el fracaso, el triunfo y la derrota. Confían en su capacidad para hacer las cosas y se atienen a las consecuencias. Buscan cargos con alto nivel de autoridad y poder para la toma de decisiones y ejercer gran influencia sobre los demás, son seguras de sus capacidades, y les gusta la prevalencia de sus ideas y que los consideren importantes y tienden a influir y a controlar a los demás (Sudarsky y Cleves, 1976).

Resultados encuesta Empresarios municipio de Florencia Caquetá Género: se procuró un equilibrio de género en la aplicación de las encuestas para observar un concepto objetivo en las respuestas respecto a mujeres y hombres empresarios(as); las respuestas permitirán comparar, en un momento determinado, tendencias empresariales, ocupaciones, dedicación en sectores laborales, desempeño laboral, resultados, perfil empresarial, productividad, percepción empresarial, entre otros.

CONCLUSIONES

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad realiza un trabajo de acompañamiento a todas las facultades mediante el asesoramiento a estudiantes de los diferentes programas en el desarrollo de planes de negocios; sin embargo, teniendo en cuenta el instrumento aplicado a estudiantes de pregrado se pudo

establecer que la Unidad de Emprendimiento no está siendo utilizada frecuentemente, de 270 encuestados 111 personas (70 %) respondieron que no utilizaron la unidad de emprendimiento, 42 encuestados (26 %) respondieron que la emplearon esporádicamente y siete personas (4 %) respondieron que la emplearon frecuentemente.

Si profundizamos en el análisis de los resultados por programa académico en la modalidad de pregrado de los egresados de la Universidad de la Amazonia como se refleja en la Gráfica 8, los programas con mayor número de egresados que no han utilizado los servicios de la Unidad de emprendimiento son: Contaduría Pública con un 14.4 %, seguido de Administración de Empresas con un 10 %, y el que la ha frecuentado más es el programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia, y Biología.

En este orden de ideas, para los estudiantes encuestados se observó que la tendencia de los datos está orientada en un 58 % a la necesidad del logro, lo cual teniendo como referencia el estudio del autor David McClelland (1976) indica que la población encuestada tiene características de comportamiento emprendedor. Asimismo, se evidenció que un 22 % de esta misma muestra están orientado a características de la necesidad de afiliación, es decir, son estudiantes que están orientados a la interacción social y a lograr la aceptación de otras personas, y con un 20 % la necesidad de poder, indica el mismo autor, que son personas que marcan la diferencia, quieren sobresalir e influir y controlar a los demás.

La investigación permitió clarificar en la muestra de estudiantes encuestados sobre los programas académicos que frecuentan la unidad de emprendimiento de la Universidad de la Amazonia, donde se evidencia que el programa de Biología es el que más frecuenta la Unidad de Emprendimiento con 1.48 % equivalente a 4 encuestados, seguidamente los programas de Administración de empresas, Ingeniería Agroecológica y Medicina Veterinaria y Zootecnia con un 0.74 % equivalente a dos estudiantes, respectivamente, y en la muestra de egresados encuestados se destacan los siguientes programas académicos: Medicina Veterinaria y Zootecnia (1.87 %) equivalente a tres personas, Administración de

Empresas Contaduría Pública, Biología y Derecho con un (0.62 %) equivalente a una persona, respectivamente.

REFERENCIAS

Carmona, J. C. (2008). *Secuencia de valor para el emprenderismo y el empresarismo.* Rionegro Antioquia: SENA.

Casson, M. C. (1982). *The entrepreneur. An economic theory.* Martin Robertson.

Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., y Zhuravskaya, E. (2006). Who are China's entrepreneurs. *American Economic*, 348-352.

Espinosa, A. A. (12 de 06 de 2010). *www.gerencie.com.* http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html

Fernández, R. V. y Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población Universitaria según la variable de género. *Cuadernos de Gestión*, 127-149.

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. *http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf.*

Hernández, A. E. (2014). Avances de EMPRETEC® en Colombia, como Programa para el Fortalecimiento de las Características del Comportamiento Emprendedor. *Inventum*, 33-39.

Hernández, R. S., Collado, C. F. y Baptista, P. L. (2014). *Metodología de la Investigación.* (6.ª ed.). Mc Graw-Hill.

Hueso, A. G. y Cascanti, M. J. (2012). *Metodololgía y técnicas cuantitativas de investigación*. Editorial Univsersitat.

Julien, P. A. (2005). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento. Una metáfora de las novelas policiacas*. Sello Editorial Javeriano.

Lévesque, M., Shepherd, D. y Douglas, E. (2002). Employment or self-employment: a dynamic utility maximizing. *Journal of Business Venturing 17*, 189-210.

Martínez, M. M. (2004). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa.* Ed. Trillas.

Mcclelland, D. (1976). *La Teoría de la motivación de Mcclelland*. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables UNPRG.

Nuez, M. d. y Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, (26), 5-44.

Piña, M. I., Martinez, L. G., Martínez, A. M. y Inchaust, E. V. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 11-24.

Rodríguez-Ramírez, A. (2009). Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial. *Pensamiento y Gestión,* (26), 94-119.

Santiago, L. A. y Baltierra, S. O. (2015). *Actividad emprendedora en México y sus retos.* http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2015/emprendedor.html

Schumpeter, J. A. (1935). *Análisis del cambio económico.* Fondo de Cultura Económica.

Silveira, Y. P., Cabeza, D. P. y Fernández, V. P. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on management and business economics.*, 70 - 77.

Sudarsky, J. y Cleves, J. (1976). *Diseño de un instrumento para medir el perfil motivacional*. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

Tabares, M. d. (2012). *La mejor alternativa: Emprendimiento & empresarismo.* SENA Comunicaciones institucionales.

Tarapuez, E. C. (2015). *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes Universitarios de la Universidad del Quindío*. Universidad del Quindío.

4.3. HACIA UN SELLO DISTINTIVO: ACTITUDES FRENTE AL MEDIO AMBIENTE EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Yelly Yamparli Pardo Rozo[26], Jhon Janer García Ordoñez[27], Kenny Vianey Vargas Segura[28],

RESUMEN

En la búsqueda de un sello distintivo para el programa Administración de Empresas, este estudio busca medir el grado de conocimiento, interés y participación de los estudiantes en la temática de empresa y ambiente. Se emplea análisis de regresión y correlación para indicar qué factores inciden en el nivel de conocimiento, interés participación. Se indagó a estudiantes y docentes para observar en cuales cursos del plan de estudios, los temas ambientales son transversales a nivel de los microcurrículos. Los estudiantes demostraron que de los medios de información por los cuales ellos consideran que tienen conocimiento sobre los temas ambientales los más importantes son: la familia, la prensa y la televisión, programas y/o programas especializados en temas ambientales; la Universidad y los compañeros. En promedio, el nivel de conocimiento, participación y de interés es bajo para el 60 % de los estudiantes; medio para el 30 % y alto para el 10 %. Los medios de información más influyentes en las actitudes culturales fueron: la familia, la prensa y la televisión, programas y/o programas especializados en temas ambientales; la Universidad y los compañeros.

[26]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable, MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

[27]Graduado Programa Administración de Empresas, Universidad de la Amazonia. jh.garcia@udla.edu.co

[28]Graduado Programa Administración de Empresas, Universidad de la Amazonia. ke.vargas@udla.edu.co

Palabras clave: Análisis de regresión, Coeficiente de correlación, Ambiente y educación

INTRODUCCIÓN

El ambiente es el hogar y sustento de todos los seres vivos que habitan el ecosistema global, por esta razón este es uno de los temas que ha tomado importancia durante las últimas décadas debido a que el rápido aumento de la población, las ambiciosas formas de consumo y los avances tecnológicos, han deteriorado ligeramente el medio ambiente. Los acontecimientos ambientales son objeto de estudio y ocupan un lugar importante en discursos políticos, de educación tanto de organizaciones civiles, como organismos nacionales y gubernamentales.

La Universidad de la Amazonia es una de las entidades comprometidas con la generación de alternativas de solución a estos problemas por medio del conocimiento que brinda la formación académica en las disciplinas que propician la protección ambiental y de este modo crear en los estudiantes un sello diferencial en respuesta a su objetivo misional. En el marco de la línea de investigación denominada Administración y Educación, el objetivo de este estudio de tipo cuantitativo y cualitativo es medir el grado de conocimiento, interés y participación de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia frente a la problemática y temas ambientales; se utilizará la técnica de encuesta y se realizará un análisis descriptivo e inferencial para saber cuáles son los factores de naturaleza socioeconómica (tales como ingresos, edad, género, nivel educativo, situación laboral, entre otros) y factores de tipo académico (promedio, motivaciones, acciones de protección y conservación, etc.) que determinan en los estudiantes su capacidad cognitiva, interés y participación en dichos temas. Se utilizarán estadísticas descriptivas, índices de correlación y modelos de regresión para determinar de qué depende el nivel cognitivo y su accionar en los estudiantes del Programa Administración de Empresas (PAE).

Con este proyecto se pretende fortalecer y actualizar los contenidos de temas ambientales, relativos a la amazoneidad, biodiversidad, el desarrollo sostenible, la responsabilidad social empresarial como competencia genérica y específica, y como elemento diferencial del Programa Administración de Empresas, de forma que se exalte la ventaja diferencial del Administrador Uniamazónico comprometido con el dominio y fomento de proyectos en el desarrollo departamental, dado que los ejercicios en las practicas organizacionales hoy en día deben estar enfocados principalmente en la nueva forma de realizar negocios, estableciendo actividades que generen impactos positivos al desarrollo económico de la región y de la sociedad.

Adicionalmente, se busca materializar el tema ambiental como eje transversal para fortalecer el sello distintivo del programa y fomentar la filosofía de la política ambiental de la Uniamazonia consignada en el Acuerdo 043 de 2008 emitida por el Consejo Superior. De igual forma, permitirá a los docentes del programa Administración de Empresas adaptar temas ambientales en los diferentes planes de curso que integran la malla curricular del programa y potenciarlos como elementos claves para el desarrollo de estrategias didácticas para la enseñanza y el aprendizaje. Lo anterior se convierte en un insumo para diagnosticar y proponer las acciones relativas a los procesos de acreditación de calidad que adelanta el programa.

La Universidad de la Amazonia en su Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas ofrece el Programa Administración de Empresas desde 1994 como una oferta académica cuya visión es contribuir con la formación de perfiles profesionales con una fuerte sensibilización al tema ambiental y un amplio panorama de su problemática. Al interior de sus Facultades y Programas, la Universidad de la Amazonia tiene la responsabilidad de desarrollar capital intelectual con claras ventajas competitivas y comparativas en el dominio de los temas de desarrollo sostenible, gestión ambiental, y el conocimiento técnico y tecnológico de las bondades de la región en el aprovechamiento sostenible de recursos tales como agua, suelos, aire y biodiversidad.

La responsabilidad socioambiental de los profesionales administradores de empresas, docentes, egresados y estudiantes de la Universidad como actores dentro del contexto de Amazoneidad, es ineludible en el sentido de que forma parte del arraigo cultural, y es relevante porque constituye una oportunidad de formar identidad cultural universitaria y la base para consolidar el perfil diferencial del estudiante Uniamazónico frente a todos los perfiles de programas de Administración en el país (Andrade y Correa, 2011).

Para la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas las principales razones de su oferta educativa radican en la contribución en la formación de líderes y profesionales competitivos en la generación de propuestas y alternativas de solución hacia la búsqueda de un desarrollo organizacional y empresarial coherente con los principios de desarrollo sostenible.

El programa Administración de Empresas aborda en su malla curricular dentro del área humanística y ambiental los cursos Universidad Región y Medio Ambiente, Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible, en respuesta al objetivo misional de la Institución y al distintivo del programa. Estas tienen como objetivo primordial en su orden, dar a conocer la riqueza cultural, ambiental y la forma en que pueden aprovecharse sosteniblemente mediante la creación o fortalecimiento de empresas, sensibilizar al estudiante frente a la problemática de la contaminación como producto del sistema productivo, y su responsabilidad socio ambiental como gerente, gestor o Administrador de una Organización.

Dentro de este contexto se pretende que el estudiante de Administración de Empresas: a) se involucre como actor principal de estos procesos; b) este en plena capacidad de identificar y abordar los desafíos ambientales que hoy se están viviendo, y que el futuro Administrador adquiera conciencia universal sobre el desarrollo sostenible, y que rompa con los esquemas y paradigmas de un aprendizaje momentáneo; y c) lo anterior, le permitirá tomar la iniciativa para formular proyectos, actividades y plantear soluciones en beneficio de la sostenibilidad ambiental.

Dado esto, se hace relevante diagnosticar el grado de conciencia ambiental existente en los futuros líderes y gestores del departamento como lo serán los egresados del programa, para establecer una línea base que permita construir a partir de ello mejoras en temas de gestión ambiental y desarrollo sostenible.

Todo ello, permitirá consolidar e insertar temas relativos al desarrollo de competencias profesionales mencionadas en Tuning América Latina (Peña et al., 2012) para los administradores de empresas, entre las cuales se destacan las competencias genéricas tales como: capacidad para identificar, plantear, analizar y resolver problemas; capacidad para tomar decisiones; compromiso con el medio ambiente; compromiso con socio cultural; valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad; capacidad para formular y gestionar proyectos y el compromiso ético; y, de otro lado, competencias específicas tales como el identificar aspectos éticos, culturales y de impacto entre la organización y el entorno.

Conviene que el estudiante del Programa Administración de Empresas trascienda en la toma de decisiones para salvaguardar el entorno que lo rodea, fomente la responsabilidad social empresarial a través de la adopción de estrategias y prácticas viables desde el punto de vista social y ambiental al interior de las organizaciones donde se desenvuelve generando impactos positivos para el bienestar de la comunidad hacia el largo plazo, de forma que se materialice el perfil diferencial.

El programa Administración de Empresas desea crear un sello distintivo a través del dominio de los temas ambientales obedeciendo a la misión institucional y en correspondencia con la filosofía del programa la cual fue formulada desde el seno de la comunidad académica (estudiantil, profesores y administrativos). Pese a la responsabilidad que enfrenta la Universidad de la Amazonia desde sus aulas, es necesario profundizar y concretar la manera en que los estudiantes, docentes y comunidad perciben y materializan dicha diferenciación.

El estudiante considera los temas ambientales como acciones adicionales o fuera de su competencia profesional y opina que debe concentrarse en aquellos cursos de formación profesional relativos a la administración, mercados y gestión

humana; el estudiante no logra dimensionar con claridad como el ambiente integra y trasciende lo económico, lo social y lo cultural; cuando se ve expuesto a una temática que involucra la sinergia de estos elementos se desconcierta ante la complejidad dado que imagina una cátedra en ambiente netamente ilustrativa y cualitativa donde los análisis no pasan de lo intuitivo, desconociendo la historicidad y el trasfondo teórico de los temas ambientales, y su relación con las formas de organización. Es probable que la dinámica académica no sea eficiente en la medida en que las didácticas docentes y los métodos de estudio de los estudiantes han descendido fuertemente en el actual sistema educativo a nivel de Colombia.

Para fortalecer los procesos académicos en el área ambiental como sello diferencial se debe partir de la identificación de las variables que determinan el desarrollo de las actitudes ambientales en los estudiantes y su eventual seguimiento como producto de las clases magistrales, laboratorios, investigación y aprendizajes adquiridos en la Universidad (Aguilar, 2008).

Pese a que el cuidado y fomento del entorno amazónico es uno de los objetivos misionales de la Universidad de la Amazonia y existe una identificación en los profesionales con el objetivo, sigue siendo una apreciación superflua, donde las principales consecuencias o efectos son: el bajo nivel de participación por parte de los estudiantes en temas ambientales; no existe una percepción del estudiante hacia el desarrollo de competencias ambientales y de responsabilidad social; y a los impactos o consecuencias en el largo plazo cuando el estudiante egrese se les restará importancia a los procesos de gestión ambiental en las empresas donde se desempeñen desapareciendo su ventaja diferencial frente a otros profesionales del país.

En la búsqueda y creación de un sello distintivo para el estudiante del Programa Administración de Empresas (PAE) frente a las demás Universidades y programas académicos similares, el programa ha identificado que no contempla en la actualidad dentro de su plan curricular un componente o eje transversal que

inserte los temas ambientales estratégicamente agudizado aún más la problemática de formación debido a factores externos al aula universitaria.

Contribuyendo con el objetivo misional de la Universidad de la Amazonia, los resultados obtenidos de este estudio serán una guía para mejorar aspectos dentro del plan de estudios como el fortalecimiento de los microcurrículos, las estrategias pedagógicas, y la pertinencia de las asignaturas en un determinado semestre, y la búsqueda del fortalecimiento de una identidad para el Administrador Amazónico, por lo cual se busca la propuesta de una metodología en el programa para la formación profesional desde el ámbito educativo en esta área; la gestión ambiental que representa hoy en día un cambio en la visión Organizacional en el que adquiere un compromiso honesto con el entorno.

La investigación propone elevar el grado de conocimiento en el estudiante de administración de empresas en temas ambientales, biodiversidad, amazoneidad y desarrollo sostenible, a través de diversos medios tales como: 1) que el medio ambiente sea tomado en cuenta como prioridad en el profesional, 2) dentro del plan de estudios sea un tema transversal o interdisciplinar, 3) fomentando una cultura empresarial y organizacional en los futuros profesionales egresados del programa administración de empresas de la Universidad de la Amazonia.

Luego, los niveles de conocimiento y participación arrojaran como resultados 1) aumento de conciencia ambiental, 2) que los estudiantes se identifiquen con el sello distintivo del programa y desarrollen competencias ambientales para lograr solucionar problemas que afectan actualmente la región, 3) la disminución de impactos negativos al ambiente por parte de los futuros empresarios líderes de todo tipo de organización y como muestra fomenten la Responsabilidad Social Empresarial. La pregunta de investigación es ¿cuál es el grado de conocimiento, interés y participación de los estudiantes del programa de administración de empresas en temas relacionados con el medio ambiente? Por ello, el objetivo fue Identificar los factores determinantes del conocimiento, participación y el interés de los estudiantes del programa Administración de Empresas frente a temas y problemas ambientales.

Se hace necesario realizar un diagnóstico para conocer cuáles son los factores que determinan en la comunidad académica estudiantil el grado de conocimiento, interés y participación actual en temas ambientales como insumo para establecer acciones y pautas para la enseñanza y un aprendizaje eficiente.

ENFOQUE METODOLÓGICO

El proyecto se encuentra en la línea de investigación de Administración y educación, esta se basa en la competitividad y la productividad. En esta línea se busca mejorar, a través de las ventajas competitivas, la productividad de la región y, asimismo, poder contribuir con el desarrollo departamental mediante el mejoramiento de las propuestas educativas por medio de asignaturas que están enmarcadas en el plan de estudios en temas ambientales, uno de los objetivos de esta línea es el desarrollo de estrategias lúdicas que potencialicen competencias específicas en administración, organización y mercadeo en los administradores.

El tipo de investigación. El tipo de investigación desde el punto de vista del análisis de resultados será descriptivo tipo diagnóstico. Se constituye descriptiva ya que explica el problema desde variables cualitativas y cuantitativas que presentan la situación actual del problema, es decir, se busca observar el fenómeno objeto de estudio tal cual es, desde un enfoque positivista y no normativo. También se puede clasificar dentro de los estudios de tipo estratégico ya que pretende “inventariar” las dimensiones del mundo social directamente traducibles a posibilidades y obstáculos; se encuentra en medio de la investigación diagnóstica y la investigación fundamental. La investigación es estratégica en su diseño, delimitación y su inspiración en la conceptualización del problema a investigar, parte de la interrogación y de la realidad actual; problematiza procesos contemporáneos, y busca relevancia y perspectivas nuevas para percibir fenómenos del entorno social (Bernal, 2010). De otro lado, la investigación es de tipo cuantitativa, dado la naturaleza de las variables y emplea el análisis de regresión y la determinación del coeficiente de correlación (Gujarati y Porter, 2010).

Fuentes de información. Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán diversas fuentes de información:

- Levantamiento de la información directamente de la fuente. Se indaga a los estudiantes mediante la técnica de encuesta. El análisis de estas encuestas arrojará información de la percepción de los estudiantes ante temas ambientales que permitirán llevar a cabo las estrategias necesarias a seguir para fortalecer la relación y aprendizaje al interior de las aulas de clases.

- Fuente secundaria: estudios previos, bases de datos y documentos de pertinencia para la realización de la investigación consolidada en el referente literario.

Diseño de instrumento. Para conocer la percepción de los estudiantes de Administración de Empresas se utilizará la técnica de encuestas, una de las más utilizadas y de gran valor que facilita la interpretación sobre la percepción que los estudiantes tienen sobre el medio ambiente.

El objetivo de la encuesta es evaluar el grado de conocimiento, interés y participación de los estudiantes del Programa Administración de Empresas (PAE) en temas ambientales a nivel global e institucional, para el cumplimiento de esta se escogerá una población de estudiantes de Administración de Empresas, dividiéndose en dos grupos: 1) Jornada Diurna; 2) Jornada Nocturna, aplicándole las mismas preguntas con el mismo grado de dificultad. El cuestionario se aplicará con el objetivo de explorar el estado de las variables de conocimiento ambiental, sensibilización y comportamiento ambientales. Este instrumento combina preguntas abiertas y cerradas. Se calificó mediante el análisis de porcentaje y de la frecuencia de aparición de respuestas.

La encuesta fundamentada en Edwards (1998), y Álvarez y Vega, (2009), será dividida en diferentes aspectos con el propósito de indagar en los encuestados sus percepciones y conocimientos: en el primer bloque de preguntas se indagará sobre las características socioeconómicas de los encuestados; el segundo bloque se orientará a indagar sobre los aspectos relacionados con el conocimiento de los

estudiantes sobre problemas ambientales contemporáneos de alto impacto tales como calentamiento global, destrucción de la capa de ozono, contaminación y tensión hídrica, contaminación atmosférica y de los suelos, como principales problemas ambientales globales; el tercer bloque indagará los aspectos relacionados con el interés por los problemas ambientales por parte de los estudiantes; y el cuarto bloque de preguntas estudiará los aspectos relacionados con la participación y prácticas ambientales de los estudiantes.

Se emplearán diversos tipos de preguntas para indagar en los encuestados los conocimientos y percepciones frente a la problemática del medio ambiente. Entre los diferentes tipos de preguntas se tiene: 1) dicotómicas: se presentan dos únicas opciones de respuestas de las cuales deben escoger solo una; 2) preguntas cerradas con varias alternativas y opción de repuestas, esto se hace para delimitar las respuestas de los encuestados, 3) preguntas tipo abiertas: que no delimitan las alternativas de respuesta y se puede conocer cierta información de los estudiantes encuestados en temas ambientales. Su tabulación es de tipo matricial con frases y palabras claves que toman en cuenta el sustantivo, verbo y complemento.

Para medir el grado de conocimiento, interés y participación se establecen Escalas de Likert con el objetivo de evaluar actitudes ambientales en los sujetos. En ella, los mismos deben emitir sus juicios verbales acerca de una serie de proposiciones con respecto al medio y a la problemática ambiental que se le presentan, en términos de muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo. Se presentó a los sujetos ítems positivos y negativos, y se calificó otorgándole una puntuación del 1 al 5. La calificación total del sujeto en la escala se obtuvo mediante la suma de las puntuaciones obtenidas en cada uno de los ítems.

La encuesta será integrada por 73 preguntas con varias formas de respuesta, lo que da la facilidad y libertad de que el encuestado tenga mayor opción de elección para con su respuesta y su opinión. El tiempo promedio que los estudiantes emplearán será de 20 minutos para responder. Para la calificación de la encuesta se observarán cuatro aspectos:

-Determinar las características socioeconómicas de los encuestados que influyen en el conocimiento de temas ambientales tales como: a) la edad, b) el género, c) nivel educativo, d) referencia de trabajo, c) gastos mensuales, d) ingresos mensuales, e) semestre, f) jornada, g) nivelación, h) estado civil, i) número de hijos o de personas a cargo, j) el promedio de notas. En este punto se quieren saber los datos actuales de la persona encuestada para indagar si estas características pueden relacionarse con él en temas ambientales.

-Determinar el grado de conocimiento que tiene la persona frente a los problemas ambientales sus causas y efectos en temas específicos como: a) calentamiento global, b) escasez de agua, c) petróleo, d) aumento poblacional, e) emisiones industriales, flujo vehicular e hidrocarburos, f) basuras, g) rellenos sanitarios, h) capa de ozono y efecto invernadero, i) desarrollo sostenible, j) Normatividad. Con este objeto, se realizaron 16 preguntas con opción de respuesta de falso y verdadero.

Seguidamente, el nivel de conocimiento se medirá asignando puntos por cada respuesta correcta, incorrectas y sin contestar. El puntaje obtenido se clasificará al estudiante en una de las tres categorías (bajo, medio y alto).

Además, se emplearán cinco preguntas dicótomas cuyas respuestas serán SI o NO, dándole una puntuación correspondiente para clasificarla en una categoría ya sea baja, media o alta.

De igual forma, se aplicarán cinco preguntas de cultura general, las cuales deberán marcar con una X las respuestas que los encuestados, de acuerdo con sus conocimientos, crean correctas.

1. Para determinar los aspectos relacionados con el conocimiento de los problemas ambientales se emplearán 15 preguntas tipo dummy con opción de respuesta SI, NO o No responde, dándole una puntuación que lo cataloga en un grado de interés alto, medio o bajo.

2. Para determinar los aspectos o factores que han determinado el conocimiento e interés se emplea una pregunta con 10 opciones en la cual deberá identificar los tres principales factores que le han ayudado a conocer, participar e interesarse por temas ambientales. Estos factores son: familia, medios audiovisuales, amigos, colegio, universidad, grupos religiosos, grupos políticos, grupos ecologistas, colegio, universidad.

3. Para determinar los aspectos relacionados con la participación de las personas en temas ambientales se realizarán 22 preguntas de respuesta SI o NO que luego permitirán identificar la participación en escala de alta, media o baja.

En este mismo segmento de preguntas se indagó sobre el sello distintivo del perfil del estudiante, dándole la opción de que el mismo estudiante sea quien identifique.

Obtención de datos. Para el desarrollo de la encuesta y el procesamiento de los datos y con el propósito de obtener un nivel de confiabilidad alto se usarán las Escalas de Likert. Las respuestas de las encuestas se dividirán en tres categorías de valoración cualitativa: Bajo, Medio, Alto y dentro de cada categoría se hará una subdivisión para discriminar los puntajes de los diferentes niveles de respuestas:

-La categoría Bajo se subdividirá: en bajo – bajo, bajo – medio y bajo – alto.

-La categoría Medio: Medio – bajo, medio – medio, medio – alto;

Y, por último, la categoría Alto se clasificará en: Alto– bajo, alto – medio, alto – alto.

El tipo de muestreo que se utilizará es intencional o de conveniencia, este se caracteriza por obtener muestras representativas de manera directa o intencionadamente de los individuos a los que se puedan obtener fácil acceso; de esta manera, se tomará una proporción de cada semestre para obtener resultados efectivos de la población de estudio con el objetivo de establecer y reconocer las variables de estudio del estudiante de Administración de Empresas. La población

será la comunidad estudiantil del Programa Administración de Empresas de la universidad de la Amazonia en 2013, la unidad de muestreo será el número de estudiantes en cada semestre, desde el I al X.

Tabla 4.3.1. Población y Muestra

SEMESTRE	POBLACION	MUESTRA DIURNO	MUESTRA NOCTURNO	TOTAL MUESTRA	% RELATIVO AL SEMESTRE	% RELATIVO AL TOTAL
I	**105**	**27**	**24**	**51**	**49 %**	**16.4 %**
II	**100**	**16**	**0**	**16**	**16 %**	**5.1 %**
III	**95**	**34**	**36**	**70**	**74 %**	**22.5 %**
IV	**91**	**7**	**16**	**23**	**25 %**	**7.4 %**
V	**85**	**19**	**26**	**45**	**53 %**	**14.5 %**
VI	**81**	**10**	**19**	**29**	**36 %**	**9.3 %**
VII	**74**	**8**	**2**	**10**	**14 %**	**3.2 %**
VIII	**65**	**18**	**10**	**28**	**43 %**	**9. %**
IX	**53**	**17**	**16**	**33**	**62 %**	**11 %**
X	**45**	**6**	**0**	**6**	**13 %**	**2 %**
TOTAL	**794**	**162**	**149**	**311**		**100%**

Fuente: elaboración propia (2013) con datos de Registro y Control Académico Universidad de la Amazonia.

Correlación entre variables. De acuerdo con Gujarati y Porter (2010), el análisis de correlación tiene como objetivo principal medir el grado de asociación lineal entre dos variables; sin entrar en distinción de una variable dependiente e independiente, simplemente las variables son aleatorias; para este caso se pretende obtener el coeficiente de correlación entre el nivel cognitivo sobre el ambiente y su rendimiento académico.

El coeficiente de correlación r tiene algunas propiedades: a. puede tener signo positivo o negativo; b. sus límites están entre -1 y 1; c. es simétrico por naturaleza, es decir, r entre X y Y es igual al r entre Y y X; d. si X y Y son estadísticamente independientes r es igual a cero; e. no implica relación de causa y efecto. Su notación es:

$$r = n\sum XiYi - (\sum Xi \sum Yi) \Big/ \sqrt{(n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n\sum Yi - (\sum Yi)^2)}$$

Ecuación No. 2 Fórmula para Coeficiente de correlación

Donde Xi y Yi son las variables a relacionar n es el tamaño de la muestra o número de observaciones. Cuando el coeficiente de correlación es igual a cero implica que no existe ninguna correlación; si el signo es positivo indica que cuando X crece Y crece y cuando es negativo indica que si X decrece Y crece. Para conocer el grado de correlación entre el nivel académico y el conocimiento, interés y participación en temas ambientales se realiza la siguiente prueba de hipótesis de acuerdo con Wackerly, Mendenhall y Scheaffer (2010):

a. Planteamiento de la hipótesis:

Hipótesis nula: Ho: r = 0 (las variables X y Y son independientes).

Hipótesis alterna: Ha: r $\neq$ 0 (las variables X y Y no son independientes).

b. Determinación del nivel de significancia α (error tipo I)

c. Elección de un estadístico de prueba

$$z = \frac{0{,}5Ln(1 + r/1 - r) - 0{,}5LnLn(1 + ro/1 - ro)}{(1/\sqrt{n-3})}$$

d. Criterio de decisión: si |Zc| > |Zt| se rechaza Ho. (Las variables X y Y son dependientes).

e. Conclusión. X y Y son eventos dependientes o independientes.

Modelo empírico propuesto

El modelo propuesto para identificar de qué depende el nivel de conocimiento, interés y participación, es el siguiente:

$$GC = \beta_0 + \beta_1 (EDAD) + \beta_2 (GEN) + \beta_3 (SEM) + \beta_4 (TRA) + \beta_5 (PROM) + \beta_7 (EC) + \mu$$

Donde:

GC: Variable dependiente que representa el grado de conocimiento del estudiante, toma valores desde 1 hasta 9; a mayor puntaje mayor nivel.

EDAD: variable independiente discreta que representa los años del estudiante encuestado.

GEN: variable independiente dummy que representa el género del encuestado, toma el valor de 1 si es hombre y 0 si es mujer.

SEM: variable independiente discreta que representa el semestre al que pertenece el estudiante encuestado.

TRA: variable independiente dummy que representa la condición laboral del estudiante encuestado, toma el valor de 1 si labora y 0 si no trabaja.

PROM: variable independiente continua que representa el promedio acumulado del estudiante.

EC: variable independiente dummy que toma el valor de 1 si el encuestado es casado o en unión libre; y toma el valor de 0 si el encuestado es soltero o no tiene compromiso.

Empleando análisis de regresión modelo de mínimos cuadrados ordinarios, según Gujarati y Porter (2010).

RESULTADOS Y SU ANÁLISIS

Para la identificación de los factores determinantes del conocimiento, participación y el interés de los estudiantes del programa Administración de Empresas frente a temas ambientales en general, se realizó una encuesta donde se recolectó la información que permitió organizar datos para la detección de cuatro aspectos: el grado de conocimiento del estudiante, su grado de participación, el grado de interés, el establecimiento de la correlación entre el conocimiento, interés y participación versus el desempeño académico del estudiante y la identificación de los ambientes que han generado el nivel de conocimiento, interés y participación en los estudiantes del Programa Administración de Empresas PAE frente a los

temas y problemas ambientales. Cada uno de estos resultados se expone a continuación:

Conocimiento de los estudiantes en temas ambientales. Los estudiantes eligieron los tres medios de información más importantes que consideraron han influido en la INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO que tienen acerca del tema del medio ambiente. Las opciones fueron: la familia, amigos y compañeros de estudio o trabajo; prensa y televisión, publicaciones y programas especializados, partidos políticos, grupos ecologistas, scouts o similares, escuela y colegio, la universidad y los grupos religiosos o la religión. Lo anterior se puede resumir así (Tabla 4.3.1).

Tabla 4.3.1 Factores seleccionados como relevantes en la fuente de información y conocimiento en temas ambientales para el estudiante

Factores / Orden / Puesto general	Primero	Segundo	Tercero	Puesto
Familia	2	6	5	5
Amigos y compañeros de trabajo	4	5	3	4
Prensa y TV	1	4	4	1
Temas ambientales	9	7	6	8
Publicaciones y/o programas especializados	5	1	7	6
Scouts o similares	10	11	12	11
Partidos Políticos	12	12	11	12
Grupos ecologistas	11	8	8	9
Colegio	6	2	2	2
Universidad	7	3	1	3
Grupo religioso	13	13	13	13
NR	3	9	9	7
Nulas	8	10	10	10

Fuente: elaboración propia (2014).

De acuerdo con los resultados los cinco principales factores que inciden en el conocimiento de los temas ambientales son en su orden: la prensa y televisión; Colegios; Universidad; amigos y compañeros de trabajo y, por último, la familia.

En cuanto a medios de información y comunicación, se les pidió mencionar cuál es el principal y estos fueron los resultados: 26,22 % audiovisual; 34,76 % internet, 5,49 % radial, el 4,88 % por medio escrito impreso, noticias 1,22 %, el 0,61 % de los encuestados respondió entre audiovisual y radial; 0,61 % entre televisión, revistas e internet; 0,61 % entre audiovisual e internet y el porcentaje restante no respondieron la pregunta.

Aspectos Relacionados con el Interés por los Problemas Ambientales. Los estudiantes eligieron los tres factores más importantes que consideraron han influido en su INTERÉS sobre los temas medio ambiente. Las opciones fueron: la familia, amigos y compañeros de estudio o trabajo, prensa y televisión, publicaciones y programas especializados, temas ambientales, partidos políticos, grupos ecologistas, scouts o similares, escuela y colegio, la universidad y los grupos religiosos o la religión. Los resultados fueron los siguientes:

Tabla 4.3.2 Factores seleccionados como relevantes en la determinación del interés en temas ambientales para el estudiante

	Primero	Segundo	Tercero	Puesto
Familia	1	8	5	4
Amigos y compañeros de trabajo	8	7	3	7
Prensa y TV	2	1	4	1
Publicaciones y/o programas especializados	3	2	7	3
Temas ambientales	4	6	6	6
Scouts o similares	11	12	12	12
Partidos Políticos	12	11	11	11
Grupos ecologistas	10	5	8	8
Colegio	9	4	2	5
Universidad	5	3	1	2
Grupo religioso	13	13	13	13
NR	6	9	9	9
Nulas	7	10	10	10

Fuente: elaboración propia (2014).

De acuerdo con los resultados los cinco principales factores que inciden en el interés en los temas ambientales son en su orden: prensa y televisión; universidad; publicaciones y/o programas especializados; familia; y los colegios.

Aspectos y resultados relacionados con la participación de los estudiantes en temas ambientales. Derivado de las tablas 4.3.1 y 4.3.2, los factores que inciden son: la familia, amigos y compañeros de estudio o trabajo; prensa y televisión, publicaciones y programas especializados, y la universidad.

I. **Determinación del nivel de conocimiento, interés y participación de los estudiantes del PAE en problemas ambientales.** Se evalúo a través de las 18 preguntas del bloque número 2 de la encuesta. Cada pregunta con respuesta correcta se puntuó con 1, cada pregunta con respuesta incorrecta con -1, y cada pregunta con respuesta no sabe, no responde y no contestó con puntuación 0. Posteriormente, se sumaron los puntajes de las dieciocho respuestas y se valora mediante la siguiente escala así:

Tabla 4.3.3 Puntuación del grado de conocimiento

Nivel	Puntuación
Bajo – bajo	Hasta 2
Bajo – medio	4
Bajo – alto	6
Medio – bajo	8
Medio – medio	10
Medio – alto	12
Alto – bajo	14
Alto – medio	16
Alto - alto	18

Fuente: elaboración propia (2014).

Con el estudio se obtuvieron los siguientes resultados condensados en la Tabla 4.3.4:

Tabla 4.3.4 Nivel de conocimiento de estudiantes PAE en temas ambientales

GRADO	NIVEL	FRECUENCIA	% RELATIVO	% ACUMULADO
Bajo	Bajo – bajo	163	52,08%	52,08%
	Bajo – medio	52	16,61%	68,69%
	Bajo – alto	43	13,74%	82,43%
Medio	Medio – Bajo	27	8,63%	91,05%
	Medio – medio	18	5,75%	96,81%
	Medio – alto	7	2,24%	99,04%
Alto	Alto – bajo	3	0,96%	100%
	Alto – medio	0	0%	100%
	Alto – alto	0	0%	100%
Total		**313**	**100%**	**200%**

Fuente: elaboración propia (2014).

Se observa que el 82,43 % de la muestra se encuentra en grado bajo; el 16,61 % se encuentran en grado medio y solo un 0,96 % en grado alto.

II. Determinación del grado de interés. Por medio de afirmaciones con dos opciones de respuestas De acuerdo o En desacuerdo se pretende conocer el grado de interés por problemas ambientales internos y externos, de acuerdo con el estudio se demostró lo siguiente:

-Cuando se les pregunta a los estudiantes de la jornada diurna que si la preocupación por el medio ambiente responde principalmente a un fenómeno de moda el 79,27 % está en desacuerdo con la afirmación, el 18,30 % cree que la preocupación por el medio ambiente responde a una tendencia de moda, mientras el 2,44 % no responde.

-Cuando existe un artículo sobre temas ambientales ecológicos en una revista, diario o e-mail, el 73,33 % de los estudiantes de la jornada diurna se interesa por leerlos, el 25,45 % no lee ningún tipo de artículos de este tipo, y no responden el 1,21 %.

-En cuanto a la opinión acerca de la preocupación que tiene el gobierno por los problemas ambientales, el 56,10 % opina que el gobierno no se preocupa por la solución de problemas ambientales, el 42,68 % afirma que sí existe un interés de parte del gobierno por brindar soluciones a problemas ambientales, mientras el 1,22 % no da ninguna respuesta.

-En el momento de realizar un proyecto se indaga en los estudiantes la necesidad de evaluar los estudios ambientales, para el 64,02 % de los estudiantes no se justifica realizar estudios ambientales ya que lo importante son los resultados económicos y sociales, el 35,37 % de las encuestas opinan lo contrario.

-Cuando se pregunta si la Universidad de la Amazonia debería tener responsabilidad ambiental y si existe la necesidad de que los estudiantes participen en los programas ambientales que se realicen, el 94,51 % está de acuerdo con la afirmación, mostrando la necesidad de implementar programas de este tipo, mientras que el 4,88 % de los encuestados no muestra interés y está en desacuerdo con la afirmación, el 0,61 % no responde.

-En cuanto a su posición y su propia autoevaluación como estudiantes de administración de empresas de la Universidad de la Amazonia se indaga si se encuentran interesados por los temas ambientales, el 62,80 % de los encuestados afirma no estar interesados por la problemática ambiental, mientras que el 34,15 % manifiesta mostrar preocupación e interés, el 3,0 5% no da ninguna respuesta.

-Para conocer el interés de los estudiantes del programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia jornada diurna en que se divulgue y promueva la responsabilidad social empresarial se encuentra que un 89,19 % está de acuerdo, mientras que el 10,98% no muestra interés en que estos temas sean implementados en el programa, el 1,83 % no responde.

Tabla 2 Nivel de interés de estudiantes PAE en temas ambientales

GRADO	NIVEL	FRECUENCIA	% RELATIVO	% ACUMULADO
Bajo	Bajo – bajo	86	27,48%	27,48%
	Bajo – medio	63	20,13%	47,60%
	Bajo – alto	55	17,57%	65,18%
Medio	Medio – Bajo	55	17,57%	82,75%
	Medio – medio	41	13,10%	95,85%
	Medio – alto	12	3,83%	99,68%
Alto	Alto – bajo	1	0,32%	100%
	Alto – medio	0	0%	100%
	Alto – alto	0	0%	100%
Total		**313**	100%	**200%**

Fuente: elaboración propia (2014).

Se observa que el 65 % de la muestra se encuentra en grado bajo; el 35 % en grado medio y solo un 0 % en grado alto.

III. Determinación del grado de participación

Por medio de preguntas dicotómicas simples con dos opciones de respuesta sí o no, se busca conocer el grado de participación de los estudiantes en temas ambientales:

-Cuando se pregunta a los encuestados de la jornada diurna que si algunas veces han participado en campañas de plantaciones de árboles u otras similares el 50 % afirmó haberlo hecho, el 49,39 % manifestó nunca haber participado, mientras que el 0,61 % no dio ninguna repuesta. En cuanto a la clasificación de los residuos que contaminan el medio ambiente, el 28,66 % de los encuestados realiza la respectiva clasificación de los productos que generan contaminación al medio ambiente, mientras que el 69,51 % manifiesta no clasificar generando contaminación, el 1,83 % no responde.

-Se pregunta a los estudiantes de la jornada diurna que si en el momento de comprar sprays, detergentes y productos en general, existe alguna preocupación por ver el tipo de sustancias que contienen los productos y que puedan generar un daño al medio ambiente, el 31,71 % hace una revisión para no comprar este tipo de productos, el 67,68 % los compra sin mostrar ningún tipo de importancia hacia la contaminación que estos podrían generar, mientras que el 0,61 % no da ninguna respuesta.

-En cuanto al ahorro de energía en el hogar, el 82,32 % de los encuestados de la jornada diurna manifiesta ahorrar energía, mientras que el 17,07 % no fomentan esta cultura de ahorro, asimismo, se indaga en los encuestados por si ahorran energía en el lugar de trabajo, a lo cual el 69,37 % manifiesta ahorrar energía, el 35,98 % indica no participar de la cultura del ahorro, mientras que el 3,66 % no responde. También se pregunta a los encuestados que si se realizan prácticas ambientales en el puesto de trabajo o en el rol de estudiantes, el 43,90 % se preocupa por ayudar a las conservación del medio ambiente a través de diversas prácticas ambientales, mientras que el 54,27 % no realiza ningún tipo de práctica ambiental que ayude a minimizar los efectos negativos al medio ambiente.

-La Universidad de la Amazonia implementa una política ambiental según el acuerdo 028 de 2008 con el objetivo de ayudar por medio de la academia a brindar soluciones a los actuales problemas ambientales, para esto se preguntó a los estudiantes que si se han detenido a leer dicha política, el 15,85 % manifiesta haber leído la política ambiental de la Universidad de la Amazonia, el 77,44 % que no y tampoco tienen conocimiento de dicha política, y porcentaje restante no respondió a la pregunta. Cuando se les pregunta a los encuestados de la jornada diurna que si les gustaría participar al interior de cursos de plan de manejo ambiental el 60,26 % expresó que sí, mientras que el 32,32 % no mostró interés alguno, el 7,32 % no respondió.

-El 51,68 % de los encuestados nunca ha participado en campañas de plantaciones de árboles u otras similares, mientras que el 48,32 % manifiesta que lo han hecho. Respecto a la clasificación de los residuos que se generan el 59,06

% hace una respectiva clasificación, mientras que el 40,94 % no se preocupa por la clasificación de los residuos. El 77,85 % de los estudiantes de la jornada nocturna cuando compran sprays, detergentes y productos en general no se preocupa por ver qué tipo de sustancias contienen estos productos que puedan dañar el medio ambiente, mientras que el 22,15 % hace una revisión para no comprar estos tipos de productos.

-En cuanto a la participación en el ahorro de energía en sus hogares el 79,87 % sí ahorra, el 20,13 % no lo hace. El 73,15 % de los estudiantes de la jornada nocturna apaga los ventiladores o bombillas de la Universidad cuando estas no están siendo usadas por nadie, mientras que el 26,85 % no practica el fomento del ahorro en la Universidad. Se indagó en los estudiantes la participación en propuestas ambientales a las directivas de la entidad donde laboran encontrándose que tan solo el 37,58 % realiza propuestas ambientales y un 62,42 % no.

-El 35,57 % de los estudiantes tira al suelo papeles y desperdicios, ya que piensan que este tipo de basura no genera mayor impacto, mientras que el 64,43 % muestra lo contrario. La universidad de la Amazonia cuenta con una Política Ambiental definida según acuerdo 028 de 2008, el 69,80 % de los encuestados nunca ha leído esta política, tan solo el 30,20 % se ha detenido a leer y a conocer de qué se trata este acuerdo.

-Al 71,14 % de los estudiantes de Administración de empresas jornada nocturna le gustaría participar al interior de cursos en el plan de manejo ambiental del programa, al 28,86 % no le llama la atención ser partícipes de estos cursos.

Tabla 4.3.5 Nivel de participación de estudiantes PAE en temas ambientales

GRADO	NIVEL	FRECUENCIA	% RELATIVO	% ACUMULADO
Bajo	Bajo – bajo	146	46,65%	46,65%
	Bajo – medio	38	12,14%	58,79%
	Bajo – alto	24	7,67%	66,45%
Medio	Medio – Bajo	26	8,31%	74,76%

	Medio – medio	28	8,95%	83,71%
	Medio – alto	24	7,67%	91,37%
Alto	Alto – bajo	15	4,79%	96%
	Alto – medio	7	2,24%	98%
	Alto – alto	5	1,60%	100%
Total		**313**	100%	**200%**

Fuente: elaboración propia (2014).

El 66,46 % de la muestra se encuentra en grado bajo; el 24,93 % en grado medio y solo un 8,63 % en grado alto.

Determinación de los factores socioeconómicos que inciden en la generación del conocimiento, participación e interés del estudiante frente a la problemática y temas ambientales

Aplicando análisis de regresión mediante el modelo de probabilidad lineal se tiene que solo las variables género y promedio son estadísticamente significativas, es decir, explican el comportamiento del puntaje o grado de conocimiento, tal como se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 4.3.6 Resultados del análisis de regresión

Parámetro	Coeficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad
Intercepción	-1,398818	0,87406476	-1,60035968	0,11050557
Genero	0,49381559	0,18458003	2,67534674	0,00784913
Promedio	1,28809797	0,24394669	5,28024376	2,3871E-07

Fuente: elaboración propia (2014).

Con ello se tiene que:

$GC = \beta_0 + \beta_1 GEN + \beta_2 PROM + \mu$

$GC = -1,3988 + 0,4938 GEN + 1,2881 PROM + \mu$

El modelo se interpreta de la siguiente manera: el nivel de conocimiento es mayor en los hombres que en las mujeres encuestadas y por cada 0,1 que aumenta el promedio del estudiante, el grado de conocimiento en temas ambientales aumenta en 1,28 puntos en la escala de 1 hasta 9. Más que el coeficiente interesa la relación positiva entre el promedio académico y el grado de conocimiento en temas ambientales.

Cálculo del coeficiente de correlación entre el desempeño académico y el grado de conocimiento, interés y participación

La siguiente matriz de correlación para el siguiente conjunto de variables:

Tabla 3 Matriz de correlación para las variables del modelo.

Z calculado	Relación	Z estándar al 10%	Decisión frente a Ho	Conclusión
Z_{x1x2} = 0,3662935	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x3} = 0,3662935	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x4} = 1,5329694	>	|1,28|	Se rechaza	Son dependientes
Z_{x1x5} = 0,0151752	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x6} = 0,2172057	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x7} = -0,176345	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x8} = 0,145821	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes
Z_{x1x9} = -0,396447	<	|1,28|	No se rechaza	Son independientes

Fuente: elaboración propia (2014).

Los eventos PUNTAJE X_1 y GENERO X_4 son dependientes y existe suficiente evidencia estadística para demostrarlo. Lo anterior se interpreta de la siguiente manera:

- Existe una relación positiva entre las variables PUNTAJE y GÉNERO, lo cual indica que si la persona es hombre su puntaje es más alto en comparación al puntaje promedio de la mujer para la muestra encuestada.

Transversalidad de temas ambientales en los cursos del plan de estudios del programa Administración de Empresas desde la perspectiva docente

Desde la perspectiva docente la inclusión de temas ambientales como eje trasversal en los diferentes cursos del plan de estudios del programa Administración de Empresas es significativo para alcanzar una identidad del programa, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla *4.3.8* Valoración Ambiental Docente PAE

ASIGNATURA	AREA	TEMA AMBIENTAL PROPUESTO	NIVEL DE PROFUNDIZACION
Investigación de operaciones.	Operaciones.	Modelos matemáticos relacionados con temas ambientales.	Construcción de modelos.
Investigación de mercados.	Mercados	Oportunidades de negocio con enfoque ambiental.	Estudios descriptivos
		Fenómenos sociales de impacto social.	Estudios analíticos y descriptivos
		Investigación aplicada a sectores reales con enfoque ambiental.	Enfoque ambiental, estudios argumentativos.
Metodología de la investigación I	Socio Humanística	Construcción de estado del arte en temas ambientales.	Básico
	Investigación Institucional.	Políticas de investigación universitaria	Identificación de ideas (investigación Biodiversidad, Sostenibilidad, Sustentabilidad). Propuesta de ideas entrelazadas con temas ambientales.
Metodología de la investigación II	Socio Humanística	Sub-grupo - Aplicación propuesta de manera aplicada.	Básico
	Investigación Institucional.	Involucración en las propuestas en las líneas de investigación de los grupos GIGA y GEMA que tenga relación con el entorno ambiental.	Consolidación de propuesta y Proyecto de investigación.
Gerencia del talento humano	Talento Humano	Determinación del perfil y competencias del gerente ambienta.	
Espíritu Empresarial	Emprendimiento	Responsabilidad Social Empresarial	Normalización - naturaleza
Gerencia de marketing	Mercados	Productos limpios - mercados verdes	Políticas, normalización, uso, implementación con estrategias de mercados.

Política de empresas	Administración y Organización	Políticas ambientales empresariales	Diseño de políticas ambientales para la empresa.
Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible	Administración y Organización	conocimiento normativo	ejercicio aplicado
Gestión Agropecuaria	Administración y Organización	Plan de manejo de aguas.	ejercicio aplicado
Ingeniería Económica	Finanzas	Finanzas ambientales.	
Plan de negocios	Emprendimiento	Emprendimiento ambiental	Mercados verdes.
Formulación de proyectos	Economía y finanzas	Estudio ambiental; Evaluación - taxonomía de métodos	Estudio ambiental
Economía colombiana	Economía	Impacto del desarrollo económico en el medio ambiente en Colombia.	
Alternativa empresarial	Emprendimiento	Potencialidades ambientales	Descripción y conceptos.
Teorías contemporáneas	Ambientes organizacionales.	Macro entornos ambientales	Conceptualización.
Gerencia Estratégica	Diagnósticos.	Variables ambientales	Conceptualización.
Gestión del talento humano	Talento Humano	tema de cargos: Análisis, diseño y perfil de cargos del gerente ambiental de la empresa	
	Talento Humano	Tema de Higiene laboral: Estudio ambiental, riesgos/estudios empresariales.	
Gestión de la producción.	Fundamentos ambientales para la producción de bienes	producción limpia	Básico (sustancial)

Fuente: elaboración propia (2014).

CONCLUSIONES

En los aspectos relacionados con el conocimiento, en las personas encuestadas en la jornada diurna se observó una calificación de muy baja con un 82,43 %, nivel medio de un 16,62 % y alto pertenece al porcentaje restante, lo cual es un resultado preocupante ya que el estudiante no tiene la concepción clara de los

temas y problemática presentados sobre el medio ambiente, además no tiene el manejo adecuado ni utilizan el intercambio de ideas con otros estudiantes para el fomento de estos temas, es por ello que se deben diseñar e implementar estrategias tales como: el fortalecimiento de las asignaturas que tienen relación con temas ambientales, nuevas comunicaciones para dar a conocer a los estudiantes los temas más relevante de medio ambiente, fomentando el aumento del grado de interés, así como también el nivel de conocimiento para que pueda resaltarse entre su propio ámbito estudiantil, personal, laboral en la sociedad.

Del mismo modo, la estimación del grado de interés fue catalogada como baja en un 82,75 %, en el nivel medio se ubicó un 16,93 % y el 0,32 % en nivel alto de interés.

En la estimación del grado de participación se encontró que en nivel catalogado como bajo reporta cerca del 66,45 % de la población encuestada; en nivel medio se ubicó un 24,92 % y el 9,63 % en un nivel alto de participación.

Los estudiantes demostraron que de los medios de información por los cuales ellos consideran que tienen conocimiento sobre los temas ambientales los más importantes son: la familia; la prensa y la televisión; programas y/o programas especializados en temas ambientales; la Universidad y los compañeros. Por ello, la universidad tiene la responsabilidad en educar a los futuros profesionales en el desarrollo de una conciencia ambiental; los mecanismos, conceptos y herramientas a su alcance para disminuir los impactos desde el ejercicio de su profesión y aún en su paso por la academia.

En el análisis de correlación se evidenció que el rendimiento académico no es un factor determinante para el interés, el conocimiento y la participación en temas ambientales; solo la variable género parece decisiva y en la población se evidencia mayor conocimiento en la población masculina.

De acuerdo con la experiencia docente en el aula, en cursos como gestión ambiental y desarrollo sostenible en el Programa Administración de Empresa,

desde 2005 hasta la actualidad se percibe un interés generalizado, pero superfluo sobre la importancia y las acciones de la gestión ambiental.

Desde la perspectiva docente, y con el propósito de aumentar el interés por temas ambientales en los estudiantes, es importante la introducción de temas transversales e interdisciplinares en los planes de cursos del Pensum académico del programa Administración de Empresas desde las diferentes áreas de estudios (operaciones, mercados, socio humanístico, administración y educación, finanzas, emprendimiento, economía, talento humano, etc.), se propone fortalecer estas áreas con temas ambientales como: 1) oportunidades de negocio con tema ambiental, 2) finanzas ambientales, 3) emprendimiento ambiental, 4) impacto del desarrollo económico del medio ambiente en Colombia, 5) producción limpia, 6) responsabilidad social empresarial, 7) investigación en biodiversidad, sostenibilidad y sustentabilidad.

REFERENCIAS

Aguilar-Joyas J.C. (2008). *Las competencias de los Administradores de Colombia y del Sur Occidente Colombiano a la luz del proyecto Tuning América Latina. 2008-2010*. Universidad Autónoma de Occidente.

Álvarez, P. y Vega, P. (2009). Actitudes ambientales y conductas sostenibles, para la educación ambiental. *Revista de Psicodidáctica, 14*(2), 245-260.

Andrade, M.C. y Correa, L. (2011). *Proyecto Educativo Programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia PAE*. Universidad de la Amazonia.

Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación.* https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf

Congreso de la República de Colombia. (1991, 20 de julio). Constitución Política de Colombia 1991. Art 79, Art. 95, Art.58, Art. 63. D.O. No. 51788-5. http://www.secretariasenado.gov.co/index.php/constitucion-politica

Gujarati, D. y Porter, D. (2010). *Econometría Básica*. McGraw Hill.

Consejo Superior Universidad de la Amazonia. (2008). Plan de Gestión Ambiental de la Universidad de la Amazonia. https://www.uniamazonia.edu.co/inicio/index.php/servicios-de-informacion/noticias-y-eventos/117-academia/5972-plan-institucional-de-gestion-ambiental-piga-2019-2028.html

Peña Torres P, Marlés Betancourt C., y Hermosa Guzmán D. (2012). *GRIICA Colombia, Capítulo Centro*. Universidad de la Amazonia.

Wackerly, D., Mendenhall, W. y Scheaffer, R. (2010). *Estadística matemática con aplicaciones*. CENGAJE Learnings Editores S.A.

4.4. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LOS GRADUADOS EN ADMINISTRACÍON DE LA UNIAMAZONIA (1999 – 2012) EN FLORENCIA, CAQUETÁ

Milton César Andrade Adaime[29], Yelly Yamparli Pardo Rozo[30]

RESUMEN

El estudio buscó estimar el impacto económico del programa de Administración de Empresas en sus graduados (1999 – 2009) a través de indicadores relacionados con la calidad de vida, la estimación de la variación compensada como medida de bienestar y mediante el conocimiento de la percepción de los empleadores sobre la calidad de la formación y el impacto del programa mediante las contribuciones y evaluación del desempeño del talento humano empleado en el sector productivo. Se encontró que el impacto del programa es positivo y se evidencia en el aumento sustancial del ingreso y el mejoramiento en las condiciones laborales y de transporte. Se evidenció la generación de beneficios económicos representados en -$2'873.067 por graduado mediante la variación compensada.

Palabras clave: Disponibilidad a pagar, Evaluación ex post, Variación compensada.

[29]Magister en Ciencias de la Educación. Especialista en Evaluación Social de Proyectos. Administrador de Empresas. Profesor Asociado Universidad de la Amazonia, m.andrade@udla.edu.co

[30]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable. MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

INTRODUCCIÓN

El siguiente estudio busca medir el impacto económico del programa de Administración de Empresas (PAE) de la Universidad de la Amazonia en sus graduados desde 1999 hasta 2009 mediante indicadores relacionados con la calidad de vida, tales como el nivel de ingresos, condiciones de empleo, transporte, vivienda y educación, además, el grado de satisfacción de los graduados del programa por la formación impartida en la Uniamazonia. De igual forma, busca conocer la percepción del sector productivo sobre la calidad, pertenencia y coherencia de la formación de los profesionales, y en el desempeño del talento humano graduado en el Programa Administración de Empresas.

Este estudio forma parte de las políticas de autoevaluación con fines de acreditación de calidad y el proceso de seguimiento a graduados y egresados, y servirá de documento insumo de acuerdo con los requerimientos establecidos en el documento del Consejo Nacional de Acreditación del Ministerio de Educación Nacional “Lineamientos para acreditación de calidad de programas de Educación Superior”, de manera que el programa estará atento a dar respuesta a las inquietudes de sus graduados para generar un impacto social mayor.

Para llevar a cabo el siguiente estudio se desarrolló una valoración económica de los beneficios del PAE en los egresados, utilizando valoración de impacto ex post, específicamente métodos de valoración de bienes no mercadeables como la valoración contingente, el cual intenta medir monetariamente los cambios en el nivel de bienestar de las personas graduadas debido a su participación como estudiante y luego graduado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia.

Lo anterior mediante una caracterización de los graduados; la estimación de indicadores requeridos por el Consejo Nacional de Acreditación y verificación mediante un análisis económico el impacto que ha tenido la formación profesional en el mejoramiento de la calidad de vida para los graduados del programa Administración empleando el modelo de utilidad aleatoria.

Asimismo, se midió el impacto del programa en el sector productivo mediante la percepción de los empleadores y empresarios sobre las contribuciones y desarrollos de los graduados PAE en las diversas organizaciones en las que actualmente participan. Se presentan los resultados de una evaluación del desempeño de estos en aspectos relacionados con competencias profesionales. Para ello, se empleó análisis cualitativo y se determinó el grado de correlación entre la ubicación de los gradados con su perfil profesional.

La información anterior brindará los elementos para un diagnóstico en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia, de forma que permita construir un documento insumo al documento maestro que se presentará al Consejo Nacional de Acreditación (CNA) con el propósito de realizar la autoevaluación para acreditar al programa por calidad.

Se manejaron supuestos fuertes sobre el planteamiento de modelos teóricos simples basados en la teoría económica de la evaluación de proyectos; de otro lado, el carácter de los resultados será estático dado los datos de corte transversal, pero conveniente para realizar algunas predicciones.

El documento se compone de las siguientes partes en su orden: antecedentes sobre estudio de graduados PAE y su participación en el sector productivo público y privado; problema de investigación; objetivos; revisión literaria; metodología; análisis de resultados y conclusiones. Como ya se indicó, los resultados y conclusiones alimentarán el proceso de autoevaluación para la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y, propiamente,

el programa Administración de Empresas en la construcción de planes de acción y mejoramiento en la formación.

La situación actual en materia educativa y las condiciones demográficas, políticas y económicas de Colombia, demandan la participación y la articulación de esfuerzos de todos los actores sociales que intervienen en los procesos educativos, hoy por hoy el reto es valorar a la educación como un bien público y es por eso que la sociedad debe estar comprometida con su funcionamiento y progreso, sus actores y organizaciones, sus normas y resultados deben de ser parte de una política institucional de rendimiento de cuentas de la calidad con que se desarrollan dichos procesos educativos.

Colombia vive un proceso globalizador que diluye fronteras, incrementa el intercambio y la internacionalización, intensifica las comunicaciones y, aunque tiende a instaurar el monolingüismo, fomenta la diversidad cultural enmarcada en la competencia por el mercado laboral y en la justa competencia por el dominio del conocimiento. El Sistema de Educación Superior Colombiano se encuentra en una encrucijada en la que convergen grandes problemas como son la demanda creciente de servicios por parte de la sociedad, en particular en el sector de la educación superior, y al mismo tiempo la crítica, sobre la falta de congruencia entre los procesos educativos, las necesidades sociales y las exigencias del mercado laboral.

Paralelamente, se vislumbran oportunidades de avance en las nuevas tecnologías de información que para ser aprovechadas plenamente en la creación y consolidación de nuevas formas de educar requieren de diagnósticos sobre las fortalezas y debilidades de las instituciones dedicados a ello; para evitar, en la medida de lo posible, el diseño y operación de grandes proyectos carentes de una cimentación adecuada. Asimismo, la velocidad de la innovación y la difusión de las nuevas tecnologías que modifican las estructuras productivas, sociales y políticas de los países, aunada a las

inciertas tendencias en la dirección de la demanda de educación superior, exige a las instituciones educativas la generación de estrategias para conocer el impacto de su acción y, al mismo tiempo, identificar nuevas exigencias de formación en cada una de las prácticas profesionales. Todo ello con la finalidad de responder a las necesidades sociales, intención explícita o implícita en la misión de las instituciones de educación superior.

A estos propósitos sirven los estudios sobre el desempeño de los egresados. Ellos constituyen una alternativa para el autoconocimiento y la planeación de procesos de mejora y consolidación de las instituciones educativas. Sus resultados son una herramienta importante para analizar los caminos que siguen los nuevos profesionales, que ofrece la oportunidad de establecer si se incorporan a las nuevas empresas productivas y de servicios o bien, si gracias a su formación pueden tener acceso progresivo y rápidamente a mejores situaciones laborales.

A la vez proporcionan elementos de diagnóstico de la realidad con el potencial de inducir en las instituciones la reflexión profunda sobre sus procesos, fines y dichos estudios se establecen como una de las estrategias más adecuadas para retroalimentar los programas de formación de profesionales e investigadores en las instituciones de educación. El desempeño de los egresados en el mercado de trabajo, así como su desenvolvimiento en el ámbito de los estudios de postgrado, constituye uno de los indicadores más confiables de la pertinencia, suficiencia y actualidad de los programas educativos que sustentaron su formación. De igual forma, son elementos que contribuyen indirectamente a evidenciar la calidad de la planta académica de las instituciones educativas, la pertinencia y actualidad de sus planes y programas de estudio, y la idoneidad de sus estrategias pedagógicas (España y Villareal, 2007).

La cultura de evaluación de la calidad se construye proyectando un mejoramiento de los programas ofrecidos por las instituciones de educación superior. En el proceso de autoevaluación se requiere del conocimiento de los impactos actuales de cada uno de los programas, de forma que el propósito fundamental de mejorar la calidad del programa sometido al proceso de acreditación por calidad es asegurar a la sociedad y al Estado que el programa cumple con los estándares de calidad, y realiza sus propósitos y objetivos. Es por eso y con el fin de cumplir con los estándares de calidad exigidos, este estudio se realiza para encaminar acciones de mejora del programa de pregrado que le permita obtener el reconocimiento ante el Ministerio de Educación Nacional (en su decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003, se requiere de este tipo de estudios para el proceso de Registro Calificado, el cual está dirigido a mejorar la calidad de programas).

El problema central de esta investigación se dirige a despejar las siguientes preguntas: ¿cuáles son los beneficios económicos que perciben los graduados de la Uniamazonia, debido a su formación en el programa Administración de Empresas?, y ¿cuáles son los beneficios económicos y sociales que perciben el sector productivo, sector público, academia y gobierno, sobre los graduados del Programa Administración de Empresas y cómo se evidencian? Por tanto, el objetivo fue medir y valorar el impacto del programa de Administración de Empresas sede Florencia en sus graduados mediante la construcción de indicadores relacionados con variables económicas y de calidad de vida.

Evaluación ex post de proyectos educativos. De acuerdo con Castro (2008), la evaluación de los proyectos de inversión pública en educación es una tarea integral, desde la identificación hasta la evaluación de resultados, tan importante es la preinversión, como la evaluación de los impactos. La metodología de evaluación de impacto propuesta por el autor hace énfasis en los estimadores comúnmente utilizados en diseños no experimentales: estimador antes y después, con el propósito de abordar los dos problemas

fundamentales en este tipo de evaluaciones: primero, elegir el grupo de control adecuado para llevar a cabo la comparación de la situación sin y con proyecto de los beneficiarios y, segundo, garantizar que los beneficios recibidos por la población objetivo (beneficiarios) pueden ser atribuibles en su totalidad al proyecto. Por lo anterior, la evaluación de proyectos educativos se fundamenta en la teoría microeconómica, la economía del bienestar y algunos métodos de valoración económica ambiental; por lo que se apoya en importantes instrumentos econométricos para la medición de impactos socioeconómicos como el caso de la educación.

El mismo autor establece que una de las principales dificultades que se experimenta en los sectores de salud y educación es la estimación de los beneficios de un proyecto y que una de las posibles dificultades se debe a la no existencia de un mercado identificado, hecho que implica construir uno hipotético o derivar estos beneficios de una manera indirecta, con ello surgen dos preguntas fundamentales: ¿cuál es la disponibilidad a pagar por el servicio adicional (DAP)? O ¿cuánto se está dispuesto a aceptar por conllevar un costo adicional (DAR)? Un método utilizado para estimar beneficios en esta dirección es el de Valoración Contingente como complemento a otras metodologías como el análisis costo beneficio.

El método de Valoración contingente consiste en simular por medio de encuestas y escenarios hipotéticos un mercado para un bien o servicio que no posee un mercado convencional; esta metodología permite estimar la DAP como una aproximación de la variación compensadora, partiendo de la percepción que el propio individuo tiene sobre los beneficios que un proyecto le puede generar, para este caso, los beneficios que recibe por el servicio de educación o formación profesional.

Para que la estimación sea eficiente es necesario definir el problema, que permita encontrar la expresión asociada al cambio en el bienestar y para ello se requiere tener completa información sobre el mercado hipotético que se le

plantea y las características que identifican al bien o servicio para este caso. Una pregunta fundamental que se plantea a los beneficiarios es ¿cuánto estarían dispuestos a pagar por los productos o servicios del proyecto (beneficios) si estos estuviesen en un mercado? Por ejemplo, cuánto valoran los individuos una mejora en la calidad de vida como consecuencia de un programa educativo o de la formación profesional que recibieron en la Uniamazonia. La agregación de estas disponibilidades a pagar para todos los individuos constituye el beneficio social.

Ante la necesidad de realizar un seguimiento a las alternativas de inversión y la ejecución operación respectiva, se utilizan metodologías de evaluación de impacto ex post, cuyo propósito es evaluar los impactos en el ciclo del proyecto, buscando recopilar experiencias, logros y falencias que se puedan tener en cuenta para la formulación y evaluación de nuevos proyectos. La evaluación ex post debe cuestionar si el proyecto cumplió o no con los objetivos propuestos, y plantear las razones que llevaron a su cumplimiento; para este caso, se busca evaluar si la formación en Administración de Empresas, visto como un proyecto educativo, cumplió con su objetivo de mejorar la calidad de vida (en algunas variables específicas consideradas relevantes) de los graduados en el corto, mediano y largo plazo.

La evaluación ex post entonces busca responder a la pregunta ¿cuál hubiese sido el valor de la variable objetivo para un individuo beneficiario si este no hubiera participado en el programa? Para lograr responder esta pregunta el estimador antes y después asume que el valor de la variable objetivo antes del programa es una buena aproximación de la situación sin proyecto. Las evaluaciones de impacto ex post comparan los resultados obtenidos entre un grupo de tratamiento conformado por beneficiarios de un programa y otro grupo denominado grupo de control, compuesto por agentes no beneficiados, de forma que permite medir los impactos atribuibles al proyecto de inversión. Para el caso a tratar, el grupo de control y tratamiento es el mismo, pero en el

panorama situación antes y después de la participación en el programa académico. Este planteamiento presenta dos problemas a tener en cuenta, el primero es seleccionar el grupo de control adecuado para realizar la comparación entre la situación con y sin proyecto, y el segundo garantizar que los beneficios recibidos por la población objetivo (beneficiarios) pueden ser atribuibles en su totalidad al programa.

Existen métodos de valoración económica ambiental de tipo directo, los cuales son denominados así debido a que los bienes y servicios que se estudian allí, al no tener un mercado convencional, requieren la construcción de un mercado hipotético, el cual se establece a partir de fuentes directas de información como entrevistas y encuestas con los beneficiarios o demandantes del bien. Ejemplo de estos bienes son: la calidad del aire, calidad de paisaje, evitar la contaminación, etc. De otro lado, los métodos de valoración ambiental de tipo indirecto son aquellos que se basan en mercados existentes y que se asocian al bien o servicio que no es mercadeable a otros bienes y servicios que sí poseen un mercado convencional; por ejemplo, para los servicios de recreación que proporcionan un balneario natural, la construcción de su demanda puede construirse a partir de mercados asociados como el transporte, hotelería, restaurantes y turismo en general.

Para el caso de proyectos educativos, en salud, y otros sectores de tipo social, en los cuales se hace difícil la identificación, construcción y análisis de este tipo de mercados “novedosos”, la valoración económica ambiental se ha convertido en uno de los campos que proporciona bases teóricas y herramientas de amplia aplicación que puede extenderse hacia otros campos del conocimiento y sectores de la economía para medir impactos sociales. La valoración económica ambiental está fundamentada en los argumentos económicos y herramientas econométricas. Los modelos empíricos dependerán de la naturaleza de las variables y del problema a tratar.

Esta investigación se fundamenta metodológicamente en la valoración contingente, debido a que la estimación de los beneficios derivados del servicio educativo es de difícil medición y no tiene un mercado propiamente dicho; por ello, se busca relacionar variables medibles como el ingreso, el transporte, vivienda, entre otros, con el cambio en la calidad de vida de los graduados debido a la formación.

Según Mendieta (2001), el método de valoración contingente consiste en simular escenarios hipotéticos un mercado para un bien o conjunto de bienes para los que no existe mercado. Este método es una herramienta cada vez más popular para estimar cambios en el bienestar de los hogares, especialmente cuando estos cambios involucran bienes y/o servicios públicos que no tienen precios explícitos. El autor sugiere pasos a seguir en un estudio de valoración contingente:

-Definición del problema y determinación de una expresión analítica para el cambio en bienestar que puede ser trasladado a una pregunta o serie de preguntas.
-Formulación de la pregunta que revele la disponibilidad a pagar por el bien.
-Enfoque de grupo para mostrar el cuestionario.
-Determinación del enfoque de muestreo, si es por medio de entrevista personal, por teléfono, correo, etc.; tamaño de la muestra y otros procedimientos de muestreos, entrevistas Piloto, muestreo completo.
-Realización del análisis Econométrico sobre las muestras recolectadas.

El método de valoración contingente, por medio del modelo de referéndum, se basa en el enfoque de dar al entrevistado una elección y el análisis de las elecciones hechas. Los entrevistados eligen la mejor alternativa, donde esta es la mejor medida de utilidad o la mayor disponibilidad a pagar. Esto es una elección discreta. En lo referente a la estimación del modelo, el método de máxima verosimilitud es una alternativa a la estimación de mínimos cuadrados

ordinarios dado que, con este, por medio de un proceso de iteraciones se alcanzan unos estimadores insesgados asintóticamente.

Esta metodología persigue dos objetivos: evaluar los beneficios de proyectos relacionado con bienes y/o servicios que no tienen un mercado definido; y estimar la disposición a pagar (DAP) o aceptar (DAA) como una aproximación a la variación compensada (C) o la variación equivalente (E), respectivamente, con base en la percepción del beneficio o daño por parte del individuo.

Los supuestos de esta metodología son fundamentalmente: 1. el individuo maximiza su utilidad dada una restricción de presupuesto representada por el ingreso disponible; 2. el comportamiento del individuo en el mercado hipotético es equivalente a un mercado real; 3. el individuo debe tener completa información sobre los beneficios del bien, incluida esta en la pregunta de disponibilidad a pagar.

Para este método los modelos de utilidad aleatoria son muy convenientes a la hora de estimar medidas de bienestar ex–antes relacionadas con la valoración de atributos o de cambios en atributos de un sitio dada la existencia de un conjunto de estos. Para que el modelo Multinomial Logit logre dar resultados consistentes a partir de coeficientes estimados se necesita de información de buena calidad sobre las elecciones que hacen los individuos entre un conjunto de alternativas disponibles. Para la obtención de información de buena calidad es importante incluir atributos que puedan ser medibles y obviamente que estas sean confiables. La obtención de la información acerca del individuo debe ser levantada a partir de encuestas las cuales pueden ser realizadas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio es considerado como una investigación de tipo aplicada debido a que se está analizando un fenómeno particular; para este caso la identificación

de variables que determinan el impacto económico generado por el programa de Administración de Empresas a través de sus egresados, empleando para ello, métodos existentes basados en la teoría económica de proyectos y la valoración económica de bienes no mercadeables.

Fuentes de información. Se indagó de forma directa mediante encuesta a dos actores principales para este estudio: graduados del programa y empresas del sector productivo que operan como empleadores de los graduados. La información de tipo primario consistió en un trabajo de campo dirigido a graduados y egresados para actualizar sus datos, conocer sus expectativas e identificar fortalezas y debilidades según la percepción de estos actores de la comunidad académica sobre algunos aspectos y variables relacionadas con la calidad de vida y, de igual forma, se realizó un trabajo de campo dirigido a indagar a actores del sector productivo (empresarios, directivos) para conocer su percepción sobre el desempeño, competencias y la formación que reciben los profesionales graduados del programa.

Para ello se contó con la base de datos del departamento de registro y control académico de la Universidad de la Amazonia (DARCA). La encuesta que se realizó consta de tres partes: la primera tiene que ver con la actualización de datos del graduado; la segunda se concentra en conocer las variables socioeconómicas de los graduados antes y después de cursar el PAE; la tercera parte del cuestionario indaga sobre factores generales del proceso de autoevaluación del programa de conformidad con los lineamientos (criterios, características e indicadores) del CNA. (Ver anexo 2, formato de encuesta dirigida a graduados).

Como información secundaria en materia conceptual, técnica y normativa se tomó en cuenta el estudio realizado por España (2007), documentos y estudios de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración de Empresas (ASCOLFA), normatividad del Ministerio de Educación en Colombia,

lineamientos del Consejo Nacional de Acreditación y la revisión de las políticas institucionales de la Uniamazonia. Referente al método de estudio de impacto económico, este estudio se basa en el análisis de proyectos ex post con los métodos propuestos por autores como Castro, basados en la valoración de bienes mercadeables y no mercadeables tratados por Freeman, citados por Mendieta (2001) y Castro (2008).

Para indagar al sector empleador se utilizó el formato de encuesta que consta de tres partes: la primera busca la percepción de los empleadores sobre actores relacionados con la calidad del programa de acuerdo con el Consejo Nacional de Acreditación (CNA); la segunda parte busca valorar desde el punto de vista de los empleadores la calificación de los graduados PAE, conforme con sus competencias profesionales específicas; y la tercera parte busca conocer los aportes y principales contribuciones del programa en las organizaciones (ver Anexo 3, formato de encuesta).

Población y muestra. La población está conformada por graduados del PAE y las empresas del sector productivo que los emplean. Según el DARCA (año), se reporta 508 graduados del PAE hasta el primer semestre académico de 2009; y de conformidad con la dirección del programa las principales prácticas empresariales y laborales se desarrollan en 49 empresas que tienen convenio con la Uniamazonia. Para graduados se extrae la muestra empleando muestreo aleatorio simple para muestras finitas sin conocimiento de estudios o fenómenos previos. Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la siguiente formula de acuerdo con Jany (1994).

El muestreo aleatorio simple, el cual consiste en calcular una muestra (no) a partir de criterios estadísticos como el porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total. Este aplica para población finita. El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización y el nivel de variabilidad que se calcula

para comprobar la hipótesis. Los parámetros estadísticos para calcular la muestra son: e: Nivel de error; Z: El nivel de confianza en el tamaño de la muestra; S: La variabilidad; N: Población. Para el estudio realizado se tomó un nivel de confianza del 95 %, por consiguiente, corresponde a un error e de 5 % y utilizando las tablas para distribución normal se calcula el valor Z que corresponde a 1.96 (con aproximación a dos decimales); la población N consta de 508 personas. Se consideró la variabilidad S igual a 0.5, dado que no hay antecedentes sobre la investigación.

Donde:

N = Tamaño de la población (508)

Z = Ponderador de la distribución normal

(1,96) S = Variabilidad (0,5)

e: La precisión o error 5 %

Con lo anterior se tiene que la muestra de graduados a encuestar fue de 218, de las cuales solo se pudieron realizar a 173 graduados debido a su ubicación en el departamento. Cabe aclarar que el tamaño de la muestra es el mismo sí se calcula mediante el muestreo proporcional para poblaciones finitas.

Para el caso de las empresas se optó por el muestreo no probabilístico llamado también muestreo por conveniencia, debido a la complejidad en materia de recolección de la información en cuanto a lograr las entrevistas con directivos de las organizaciones dado las limitantes de tiempo expresadas por estos; se lograron entrevistar 20 de las 49, es decir, se tomó información con el 41 % de la población total de empresas.

Para el trabajo de campo se contó con un talento humano conformado por 50 encuestadores (entre ellos, tres docentes del PAE y siete estudiantes del posgrado en EFEP, 50 estudiantes PAE VI semestre y del VIII semestre matriculados en el segundo periodo académico de 2009, ver listado de encuestadores Anexo 4).

Modelo empírico. Para la estimación del impacto se propuso el modelo que se describe a continuación:

$$\text{PROBABILIDAD } (Y=SI) = B_1 + B_2\ INGRESO + B_3\ VIVIENDA + B_4\ TRANSPORTE + B_5\ EDUCACIÓN + B_6\ LABORALES + B_7\ SATISFACCIÓN + B_8\ GÉNERO + B_9\ EDAD + B_{10}\ EDUCACIÓN + \mu_2$$

Donde la definición de la variable dependiente del modelo es la siguiente: Y=1, indica que el individuo prefiere la situación sin proyecto, es decir, antes del grado, y se da cuando el encuestado responde que no mejoró o se mantuvo igual la calidad de vida del profesional después del grado. De otro lado, Y=0, e indica que el encuestado prefiere la situación con proyecto (luego del grado), lo cual ocurre cuando se responde que si mejoró la calidad de vida de acuerdo con la percepción del graduado luego del grado. La calidad de vida del graduado como variable dependiente se hace observable mediante las siguientes variables:

-Calidad de vida: variable dependiente ordenativa que toma el valor de 0 si el graduado consideró que el PAE aumentó su calidad de vida; toma el valor de 1 si considera que no tuvo ningún impacto; y también toma el valor de 1 si considera que disminuyó su calidad de vida.

-Aumento en la calidad de vida: cambios, aumentos o mejoras que experimentó el graduado en promedio en aspectos tales como: vivienda, transporte, educación, condiciones laborales e ingreso. Medido en porcentaje.

-Aumento en la calidad de vida, atribuibles a la formación profesional medio en porcentaje.

Variables independientes

Para medir los cambios en la calidad de vida se tendrá en cuenta el cambio en las condiciones de las siguientes variables: ingreso, vivienda, transporte, educación, grado de satisfacción, empleo, conocimiento. La definición de las variables independientes del modelo es la siguiente:

Ingreso

-Cambio en el ingreso: variable independiente continua que representa el aumento o disminución en el ingreso del graduado debido a la formación profesional en PAE medida en pesos de 2009 (Ingreso con grado en pesos de 2009– Ingreso sin grado en pesos de 2009).

-Aumento en el nivel de ingreso: porcentaje (proporción) del cambio en el ingreso de los graduados, antes y después del título, según la percepción del graduado. Medido de 0 a 100.

-Aumento en el nivel de ingreso debido a la formación profesional: porcentaje (proporción) del cambio en el ingreso de los graduados, antes y después del título, según la percepción del graduado debido a su formación profesional en la Uniamazonia. Medido de 0 a 100.

Condiciones de vivienda:

-Cambio en las condiciones de la vivienda observable en:

a. Tenencia: variable discreta ordenada independiente que toma el valor de 1 si la tenencia pasó a propia después del grado; toma el valor de 0 si permaneció igual; y toma el valor de -1 si empeoró la tenencia, es decir, si se pasó de propia a otra condición (arrendamiento, familiar).

b. Mejoras en vivienda: variable discreta que toma el valor de 1 si luego del grado el hogar tuvo mejoras o remodelaciones; toma el valor de 0 si después del grado la vivienda se mantuvo igual; toma el valor de -1 si empeoró sus condiciones de vivienda, como deterioros o cambios a una construcción inferior a la antigua.

c. Mejoras en las condiciones de vivienda atribuibles al pregrado. Porcentaje (proporción) de las mejoras en la vivienda que el graduado considera atribuibles a su formación profesional según su percepción. Medido de 0 a 100.

Condiciones de transporte:

-Cambio en las condiciones del transporte observable en:

a. Cambio de vehículo: variable discreta ordenada independiente que toma el valor de 1 si se realizó un cambio favorable en el vehículo después del grado (por ejemplo: de moto a auto; sin transporte a moto; sin transporte a auto o de usado a nuevo); toma el valor de 0 si continuó igual; y toma el valor de -1 si el cambio es desfavorable (por ejemplo: de auto a moto; de moto o auto a sin transporte; de nuevo a usado).

b. Percepción sobre la condición de transporte del graduado: mejoras en las condiciones de transporte atribuibles a la formación en el PAE. Porcentaje (proporción) de las mejoras medido de 0 a 100 atribuibles a la su formación conforme con la percepción del graduado.

Educación

-Nivel educativo: variable independiente ordenativa que representa el escalonamiento educativo. Toma el valor de 1 si la persona adelanta un posgrado o si ya lo culminó; y toma el valor de 0 si no adelanta estudio de posgrado o pregrado.

Condiciones de empleo:

-Cambio en las condiciones del empleo observable en:

a. Empleo: variable discreta ordenada independiente que toma el valor de 1 si la persona no tenía empleo antes y lo obtuvo luego del grado; toma el valor de 0 si tenía empleo antes y después del grado; y toma el valor de -1 si empeoró la situación, es decir, antes del grado estaba empleado y después del grado se encuentra desempleado.

b. Perfil: variable discreta que toma el valor de 1 si luego del grado el profesional obtuvo aumentos salariales por su formación o ascensos (si era operativo pasar a ejecutivo o gerencial); toma el valor de 0 si continuó con el mismo pago o continúa en el mismo nivel de puesto; toma el valor de -1 si empeoró sus condiciones salariales o si de gerencial pasó a operativo y/o ejecutivo o sin empleo).

c. Estabilidad laboral: variable ordenativa que toma el valor de 1 si después de egresar del programa la persona tiene estabilidad laboral; toma el valor de 0 cuando su situación antes y después de graduarse no cambia; y toma el valor de -1 cuando ha perdido estabilidad laboral.

d. Mejoras en las condiciones de empleo atribuibles a la formación profesional: porcentaje (proporción) de las mejoras en las condiciones de empleo medido de 0 a 100 atribuibles a la su formación conforme con la percepción del graduado.

e. Ocupación: variable categórica que representa la ocupación del graduado. Las categorías son: empresario, directivo, empleado, ejecutivo y ninguno.

f. Coherencia: coherencia entre el empleo y la formación profesional, toma el valor de 1 si la persona ejerce la profesión en cualquiera de sus campos; toma el valor de 0 si su empleo no requiere de la formación profesional.

Variables socioeconómicas:

Para reconocer si existe incidencia por parte de factores como: género, edad, directivo o empresario, grado de satisfacción por la formación.

Género: variable dummy que toma el valor de 1 si el graduado es hombre y 0 si es mujer.

Edad: variable discreta que representa los años del graduado al momento de la encuesta.

Grado de satisfacción: variable contínua medida de 0 a 1 que representa el grado de satisfacción por la formación recibida manifestado por los graduados.

Con lo anterior se estima una función logit como modelo matemático y econométrico, bajo el método de estimación de máxima verosimilitud, con la ayuda de un paquete econométrico LIMDEP 7.0. Con ello, se estima la medida de bienestar denomina variación compensada (VC) como estimador de impacto económico. Esto se logra aplicando la siguiente ecuación:

$$VC = [\ B_1 + B_2\ \textit{INGRESO} + B_3\ \textit{VIVIENDA} + B_4\ \textit{TRANSPORTE} + B_5\ \textit{EDUCACIÓN} + B_6\ \textit{LABORALES} + B_7\ \textit{SATISFACCIÓN} + B_8\ \textit{GÉNERO} + B_9\ \textit{EDAD} + B_{10}\ \textit{EDUCACIÓN} + \mu_2\ ]\ /\ B_2$$

La definición de las variables independientes del modelo es la siguiente:

Variables socioeconómicas (SE): entre ellas se tienen: Edad: edad del graduado expresada en número de años. Género: toma el valor de 1 si es hombre y 0 si es mujer.

Nivel educativo actual: variable independiente ordenativa que representa el escalonamiento educativo; toma el valor de 1 si la persona adelanta un posgrado o si ya lo culminó; y toma el valor de 0 si no adelanta estudio de posgrado o pregrado.

Número de años que lleva como graduado: se halla mediante la diferencia entre el 2009 y el año en que egresó del PAE.

Ocupación: variable dummy que toma el valor de 0 si la persona está desempleada, 1 si está empleada.

Perfil: variable dummy que toma el valor de 0 si la persona no tiene empleo o si en la actualidad no ejerce la profesión o trabaja en un campo diferente al de su formación; toma el valor de 1 si ejerce la profesión o trabaja en algún campo asociado a esta.

Trabajo: variable categórica que representa el tipo de trabajo el cual se discrimina en cuatro clases donde la primera es desempleado, la segunda directivo, la tercera es empresario y la cuarta es empleado, donde la categoría base será desempleado.

Variables asociadas a la calidad de vida: entre ellas se tiene la mejora en transporte, condiciones de empleo, vivienda y satisfacción en la formación recibida en el PAE.

Mejoras en las condiciones de empleo atribuibles a la formación profesional. Porcentaje (proporción) de las mejoras en las condiciones de empleo medido de 0 a 100 atribuibles a la su formación conforme con la percepción del graduado.

Grado de satisfacción: variable continua medida de 0 a 1 que representa el grado de satisfacción por la formación recibida manifestado por los graduados.

Con el modelo anterior se estima una función lineal, una doblemente logarítmica como modelo matemático, bajo el método de estimación de máxima verosimilitud o mínimos cuadrados ordinarios, con la ayuda de un paquete econométrico empleado con fines exclusivamente académicos. Con ello, se analizará la validez teórica y estadística del modelo que pueda indicar si el cambio en el ingreso está asociado a la formación profesional del PAE.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Apreciaciones de los graduados sobre la relación entre su formación académica y la calidad de vida. Se indagó sobre los cambios porcentuales en la calidad de vida y algunas variables relacionadas con ella, en la situación antes y después del grado, tales como condiciones del empleo, del ingreso, del transporte, de la vivienda y el actual nivel educativo alcanzado, donde se encontraron los siguientes resultados:

El 42 % de los encuestados son graduados en el corto plazo (2009 – 2007); 28 % son de mediano plazo (2006 – 2004) y el 30 % restante se graduaron en el

periodo comprendido entre 2003 – 1999, largo plazo. El 94 % de los encuestados consideró que la formación que recibió en el programa de Administración de Empresas en la Universidad de la Amazonia contribuyó en mejorar su calidad de vida. Según estos, el programa logró aumentar su calidad de vida en un 65,1 %. El 5 % considera que el programa no tuvo ningún impacto en su calidad de vida y el 1 % consideró que afectó de manera negativa su calidad de vida.

El 54 % tenía empleo antes de graduarse y en la actualidad luego de graduarse aumentó a un 85%. Lo anterior indica que el programa tuvo un impacto positivo en el empleo, pues la empleabilidad aumentó en un 31 %. Además, luego del grado y debido a la formación, el 45% de los encuestados confirmaron que su salario aumentó, y un 35 % recibió ascensos en su trabajo. Sin embargo, se evidencia un 15 % de población graduada desempleada, situación que es acorde a la tasa de desempleo actual en Colombia que para el año 2009 se ubicó en el 14 %.

Para observar si, además del aumento en la cantidad de empleados, la condición de empleo mejoró, se indagó si el trabajo antes y después del grado era de tipo gerencial, operativo, técnico, ejecutivo o administrativo. Se encontraron los siguientes resultados: antes del grado el 33 % de los encuestados tenía un empleo de tipo operativo, el 11,5 % de tipo técnico, el 4,6 % de tipo gerencial y el 12 % de tipo administrativo y/o ejecutivo. Después del grado el 21,2 % de los encuestados tuvieron un trabajo de tipo operativo, el 13 % de tipo técnico, el 7,5 % de tipo gerencial y el 39 % de tipo administrativo o ejecutivo. Claramente, se evidencia una disminución en el trabajo operativo con el grado, pues se pasó de un 33 % a 21 %; en cargos gerenciales aumentó de 4,6 % a 7,5 %; y se incrementó el número de trabajadores en cargos de asesoría y administrativos, se pasó del 12 % al 39 %. Además, el 55,5 % de los encuestados consideró que su estabilidad laboral aumentó luego del grado, (el 3 % considera que disminuyó y el 37,5 % que se mantuvo igual o no cambió).

Todo lo anterior evidencia el impacto positivo en el empleo debido a la formación en el PAE.

Para ver si el programa ha generado alguna dinámica en la creación, fortalecimiento o direccionamiento de empresas, de conformidad con el direccionamiento del PAE, se indagó sobre la ocupación antes y después del grado para saber de los encuestados cuántos estaban en categoría de desempleados, trabajadores independientes, directivos, empleados o empresarios. Se obtuvieron los siguientes hallazgos: antes del grado menos del 1 % se desempeñaba como directivos, 2 % como empresarios, el 42,2 % como empleados, el 14,5 % como trabajadores independientes y el 40 % estaba desempleados. Después del grado se encontró que un 4 % obtuvo cargos directivos (aumentó); 4 % se convirtió en empresarios (aumentó), el 69 % en empleados dependientes (aumentó); el 10,4 % como profesionales independientes (disminuyó) y el 12 % como desempleados. Con ello, se tiene que los Administradores entraron a dirigir y crear empresas, pero en una mayor proporción lograron conseguir trabajos o empleos con vinculación laboral.

Para verificar si el trabajo antes del grado se relaciona con la formación, se tiene que antes del grado el 31,2 % contaba con empleos en los cuales ejercían la profesión o se relacionaba con esta y un 58 % tenía empleos donde no ejercían o no se relacionaban con la carrera de Administración. Hoy en día, luego del grado, el 65 % ejerce la profesión o trabajan en cargos relacionados con esta y el 35 % trabaja en cargos distintos a la profesión. Con todo lo anterior se evidencia el impacto positivo en el empleo debido a la formación en el PAE.

En los resultados relacionados con la variable ingreso, se tiene que el ingreso mensual promedio antes del grado era de $511.600 (a precios de 2009), (donde se registró un ingreso mínimo de $200.000 y un ingreso máximo de $2’600.000); luego, el ingreso promedio después del grado fue de $1’376.000, (con un mínimo de $400.000 y un máximo de $5’000.000). Se observa, de esta

manera, un aumento medio del ingreso superior al 100 %. Luego del grado, un 55,5 % de los encuestados consideró que su ingreso aumentó en promedio un 62 % gracias a la formación en el PAE. El 34,5 % restante consideró que el título no incidió en el ingreso actual.

Condiciones de vivienda. Para saber si el programa influyó en la mejora de las condiciones de vivienda se indagó en las situaciones antes y después sobre variables como la tenencia, las mejoras realizadas y en el porcentaje de mejora en la condición de la vivienda como resultado de la mejora en el ingreso atribuible a la formación recibida. Se encontró lo siguiente:

a. Tenencia. Antes del grado el 11 % tiene casa propia; 47,4 % vivía en casa familiar; 7 % en alquiler y el 0,5 % en posada. Luego del grado la condición de vivienda fue la siguiente: 20 % tiene casa propia (aumentó); 30 % vive en casa familiar (disminuyó); 14,5 % en alquiler (aumentó) y el 0,5 % de posada (se mantuvo igual). Con ello, se observa que al graduarse aumentó el número de personas con casa propia y vivienda en alquiler; por el contrario, disminuyó la vida en casa familiar.
b. Mejoras realizadas. Un 22 % manifestó haber realizado mejoras en la vivienda y un 44,5 % no ha hecho adecuaciones.
c. Mejora en las condiciones de vivienda atribuibles a la formación. El 22 % de los que realizaron mejoras luego del grado atribuyen un aumento del 29 % en la mejora de las condiciones gracias a la formación en el PAE.

Medios de movilización. Otra variable que se evaluó fue el medio de transporte. Se indagó sobre los cambios o mejoras en esta variable atribuibles a la formación en el programa. Antes del grado el transporte de los encuestados era: 25,4 % transporte público; 30 % motocicleta; y un 7 %

automóvil; después del grado el 10 % usa transporte público (se redujo), el 35 % tiene motocicleta (aumentó); el 18 % tiene auto (aumentó) y el 2 % tiene moto y auto. Luego de egresar del programa el 34 % tuvo la oportunidad de comprar vehículo; de ellos el 41 % compró un automóvil y el 51 % moto. De los vehículos que compraron el 24 % son vehículos nuevos y el 36 % usados. Los encuestados en promedio atribuyeron un aumento del 45 % de mejora en las condiciones de transporte por la formación en el programa.

Educación. Respecto al nivel educativo alcanzado luego de egresar, se tiene que el 32 % no adelanta ningún estudio; el 3 % adelanta otro pregrado, el 2 % está estudiando una especialización; el 14 % ya tiene una especialización; el 14 % está cursando una maestría y el 4 % ya tiene una maestría. No se conocen graduados formados en doctorado. En promedio, el porcentaje que representa el grado de satisfacción por la formación recibida en el PAE fue del 65 %; donde el 84 % de la población manifiesta un rango de satisfacción superior al 40 %. Con la información anterior se construyeron los siguientes indicadores de calidad de vida:

Tabla 4.4.1. Impacto de la formación en variables relacionadas con la calidad de vida

	GENERAL			
CONDICIONES	ANTES	DESPUES	DIFERENCIA	SENTIDO
Ingreso ($)	511.600	1.376.000	864.400	Aumentó
% de mejora en ingreso luego del grado	N/A	52%	52%	Aumentó
Empleo (%)	30%	70%	39,36%	Aumentó
Aumento de estabilidad laboral	N/A	11,50%	11,50%	Aumentó
% de mejora en empleo luego del grado	N/A	61,10%	61,10%	Aumentó
Transporte mejora en las condiciones	N/A	42%	42%	Aumentó
Mejora en la Tenencia	N/A	14%	14%	Aumentó
% de aumento en las mejoras de vivienda	N/A	29%	29%	Aumentó
Grado de satisfacción	N/A	71%	71%	Aumentó
CALIDAD DE VIDA	N/A	62%	62%	Aumentó

Fuente: elaboración de los autores (2021).

Impacto del programa en la vida de los graduados. Para determinar el impacto del programa se empleó el análisis de regresión. Se buscó observar si aquellas mejoras en la calidad de vida de los graduados dependen de los cambios positivos en variables como mejoras en el ingreso, trabajo, vivienda y transporte; y, posteriormente, en el segundo modelo se buscó evidenciar si estos aumentos dependen de la formación en Administración. La tabla que presenta los resultados del modelo y la interpretación es la siguiente:

Tabla 4.4.2. Estimación de parámetros para el modelo 1 (modelo logit)

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[|Z|>z]	Mean X
Constant	1.553465636	.64043543	2.426	.0153	
AUMENTOI	-2.264189110	.97161839	-2.330	.0198	.51531792
MEJOVIVI	-1.039184197	.69869374	-1.487	.1369	.25433526
MEJOTRAN	.2801050227	.50402490	.556	.5784	.41040462
MEJOLABO	-.2265388905E-01	.55263994	-.041	.9673	.67630058
SATISFAC	-3.623683193	1.0036695	-3.610	.0003	.70578035

Fuente: elaboración propia (2021).

Las variables que evidencian el aumento en la calidad de vida manifestado por los graduados son: el aumento en el ingreso y el grado de satisfacción del graduado por la formación recibida en el programa; y se tiene que al aumentar el nivel de ingreso de las personas luego del grado, la probabilidad de que prefieran el escenario sin proyecto (sin grado) disminuye. Lo anterior es equivalente a decir que los aumentos del ingreso que se experimentan por la obtención del título aumentan la probabilidad de que el graduado perciba mejoras en su calidad de vida por la formación en el programa. De otro lado, la variable grado de satisfacción indica que a mayor grado de satisfacción por la formación recibida en el PAE, aumenta la probabilidad de que el graduado perciba aumentos en su calidad de vida luego de egresar.

Las variables que no tuvieron peso en el modelo fueron las mejoras en vivienda, transporte y condiciones laborales, sin embargo, el signo negativo de las variables: ***aumento en el ingreso, mejoras en vivienda, y mejoras en***

condiciones laborales**,** indican que ante un aumento o mejora en estas variables se aumenta la probabilidad de que el graduado perciba aumentos en la calidad de vida atribuibles a la formación en el PAE, pero no se tiene suficiente evidencia estadística para hacer dicha afirmación en estas variables. Con lo anterior, se evidencia que los graduados del PAE relacionan los aumentos de su calidad de vida en variables tales como el ingreso y su grado de satisfacción por la formación.

Para medir el impacto del programa en sus graduados se construyó el siguiente modelo econométrico, de forma que permita la estimación de la variación compensada como medida de bienestar.

Tabla 4.4.3. Salida del modelo para estimar la variación compensada

Constant	-5.877184455	4.4414944	-1.323	.1858	
CAMBIOIN	-.5097858800E-06	.58154449E-06	-.877	.3807	790035.65
MEJORAVE	2.578495108	2.0187913	1.277	.2015	.42196532
X17	35.18903885	20.446055	1.721	.0852	.29335260
MEJORALA	.4696582895E-02	2.3027719	.002	.9984	.61098266
NIVELEDU	-2.577748348	1.2609824	-2.044	.0409	.32369942
GNERO	-.7993371590	1.0383427	-.770	.4414	.36416185
EDAD	.2280971961	.16009403	1.425	.1542	29.173410
SATISFAC	2.745872648	2.0525793	1.338	.1810	.65867052

Fuente: elaboración de los autores (2021).

CAMBIOIN: la medida de la tendencia central para esta variable es de $790.035. El valor del parámetro es negativo. Lo que indica que a menor Ingreso disminuye la calidad de vida de los egresados del PAE.

MEJORAVE: el parámetro para esta variable arroja una pendiente positiva. Lo que indica que una mejora en el medio de transporte optimiza la calidad de vida. Hay que resaltar que esta variable no es relevante dentro del modelo.

MEJORAVI (Vivienda): esta variable arroja un signo positivo. Lo que indica que al tener mejoras en la vivienda el nivel de vida de los egresados del PAE aumenta. Es una variable significativa o relevante dentro del modelo.

MEJORALA (Empleo): esta variable arroja una pendiente positiva. Lo que indica que a mejor empleo se aumenta el bienestar de los egresados del PAE. La variable no es relevante dentro del modelo.

NIVELEDU: el parámetro proyecta una pendiente negativa. Lo que indica que a mayor nivel educativo de los egresados del PAE, de igual forma se incrementa la calidad de vida.

GÉNERO: el resultado de esta variable indica que existe una mayor probabilidad en la mejora de la calidad de vida para el género femenino que para el masculino. Sin embargo, este resultado carece de validez estadística.

EDAD: esta variable arroja una pendiente positiva. Lo que indica que a mayor edad mayor será la experiencia del egresado mejorando su calidad de vida.

GRADO DE SATISFACCION: Esta variable arroja una pendiente positiva. Lo que indica que a mayor grado de satisfacción se incrementa la calidad de vida del egresado.

$$VC = DAP = \$\ 2'873.067$$

La VC de -$2,873 indica que se experimentan beneficios económicos por egresar del programa; a cada persona le representa un beneficio promedio anual de $2’874.000 que están dispuestos a pagar por la mejora generada en la calidad de vida luego de la formación recibida, confirmando la generación de beneficios para los profesionales en Administración de la Uniamazonia. Los beneficios para la muestra se verifican mediante la VC agregada, esto es, $2’874.000 multiplicado por los 173 graduados al primer semestre de 2009, lo cual es igual a $497’000.000. Para los 508 graduados que conforman la población la VC sería de $1’459’992.000.

Impactos de los graduados PAE desde la perspectiva del sector productivo. En el sector productivo se buscó conocer la percepción que tienen los empleadores sobre los graduados del programa de Administración de Empresas (GPAE). Se indagó a los empleadores sobre aspectos relacionados

con las competencias del saber conocer, saber hacer y saber ser (conocimientos, desempeño, actitudes y valores); y los aportes de los graduados en las empresas y organizaciones, relacionados con la formación académica, evaluando su coherencia y pertinencia. A continuación, se presentan los resultados donde, en primera instancia, se describe el talento humano GPAE que se desenvuelve en el ámbito laboral y, en segunda, instancia la evaluación de aspectos relacionados con las competencias mencionadas.

Valoración de aspectos laborales relacionados con las competencias del saber, hacer y ser. Valoración de las competencias del saber conocer o aspectos cognitivos de los graduados del Programa de Administración de Empresa (GPAE). Se evaluó el conocimiento y desempeño de los graduados del Programa de Administración de Empresas (GPAE) de la Universidad de la Amazonia según las empresas del sector productivo en las áreas competentes a la administración de empresas como lo son mercadeo, finanzas, contabilidad, administración, organización y ambiente. Se utilizó una escala cualitativa de Liker para categorizar la evaluación en: alta, media y baja con valores intermedios. Los resultados de la evaluación realizada por los empleadores fue la siguiente:

Mercadeo: el 58 % de los GPAE tiene un conocimiento medio alto en el área de mercadeo, un 19 % con conocimiento muy alto, un 15 % con conocimiento medio y solo un 8 % con conocimiento bajo.

Finanzas: los empleadores del sector productivo consideran que los GPAE en un 74 % tienen un conocimiento medio alto en el área de finanzas y el 26 % tiene un conocimiento medio.

Contabilidad: el 3 % tiene conocimiento muy alto, el 50 % medio alto, el 44 % conocimiento medio y solo un 3 % opina que tiene un conocimiento muy bajo.

Administración: el 57 % tienen un conocimiento medio alto en el área de la administración, un 29 % de los empleadores valoran que su conocimiento es muy alto, y un 14 % considera que su conocimiento en esta área es medio.

Organización: el 27 % los empleadores del sector productivo consideran que los GPAE tienen un conocimiento muy alto, el 52 % considera que tienen un conocimiento medio alto, y un 21 % de los empleadores los consideran con un conocimiento medio.

Ambiente: el 28 % de los empleadores considera que los GPAE manejan un conocimiento muy alto del ambiente, el 52 % que tienen un conocimiento medio alto y el 20 % consideran que tienen un conocimiento medio.

Operaciones, Producción y Técnicas: respecto al conocimiento en operaciones, producción y parte técnica, el 8 % de los empleadores califica que los GPAE tienen un conocimiento muy alto, el 69 % los califican con un conocimiento medio alto, y el 23 % considera que tienen un conocimiento medio.

Talento humano: en cuanto a la administración del talento humano, la mitad de los empleadores los califican con un conocimiento medio alto, cerca del 22 % los califican con un conocimiento muy alto y el 15 % con un conocimiento medio.

Competitividad: la competitividad es un aspecto muy importante para los GPAE. El 15 % de los empleadores consideran que la competitividad de los GPAE es muy alta, el 59 % con una competitividad medio alta, y el 26 % los consideran con un nivel de competencia medio.

Planeación: hacer planeación es un proceso importante dentro la labor administrativa. El 22 % de los empleadores valora el conocimiento de los GPAE

muy alto es esta área, el 52 % de los empleadores lo valoran con un conocimiento medio alto y el 26 % con un conocimiento medio.

Estrategia: respecto al manejo de la estrategia, el 11 % de los empleadores considera que el conocimiento estratégico de los GPAE es muy alto, el 48 % los considera que el conocimiento es medio alto y el 41 % considera que tienen un conocimiento medio.

Aspectos Legales: en lo concerniente al conocimiento de los aspectos legales de los GPAE necesarios para el direccionamiento de las empresas y su entorno, el 16 % de los empleadores del sector productivo valoran que su conocimiento es muy alto, un 44 % lo valoran con un conocimiento medio alto, y un 40 % lo considera con un conocimiento medio.

Contexto y Región: el 64 % de los empleadores del sector productivo considera que los GPAE tienen un conocimiento medio alto del contexto y de la región amazónica, el 18 % los considera que tienen un conocimiento medio de la región, el 14 % conoce muy bien la región y el 4 % tiene un conocimiento bajo.

Económico y Político: el 10 % de los empleadores del sector productivo considera que los GPAE tiene un conocimiento muy alto en el ámbito económico y político, el 51 % percibe que tiene un conocimiento medio alto y un 39 % tiene un conocimiento medio.

Social y Tecnológico: en cuanto al conocimiento del aspecto social y tecnológico, el 18 % de los empleadores considera que el conocimiento de los GPAE es muy alto, el 55 % valora que su conocimiento es medio alto, el 23 % tiene un conocimiento medio, y solo un 4 % es calificado como conocimiento bajo.

Valoración de aspectos laborales pragmáticos o de desempeño: para los empleadores del sector productivo, las habilidades y prácticas del saber hacer relacionadas con el cargo que desempeñan los GPAE, en el promedio son valorados como medios altos. Aquí se indagó sobre habilidades tales como la comunicación oral y escrita.

Comunicación oral: la comunicación oral es un aspecto importante para el desempeño de todo administrador de empresas. El 31 % de los empleadores del sector productivo considera que los GPAE tiene un desempeño muy alto, el 52 % tiene un desempeño medio alto, el 14 % un desempeño medio y el 3 % tiene un bajo desempeño.

Comunicación escrita: el 18 % de los empleadores tienen la percepción de que los GPAE tiene una muy alta habilidad en la comunicación escrita, el 57 % tiene una habilidad medio alta, el 21 % tiene una habilidad media y el 4 % carece de esta habilidad.

Relaciones interpersonales: los empleadores del sector productivo consideran que los GPAE en un 48 % tienen un alto nivel desempeño con respecto a las relaciones interpersonales, un 35 % en un nivel medio alto, un 10 % en un nivel medio, y un 7 % es considerado que se encuentra en un nivel de bajo desempeño.

Valoración de aspectos laborales pragmáticos o de desempeño

Solución de conflictos: los empleadores tienen una buena percepción de los GPAE en la solución de conflictos y consideran que el 25 % tiene un desempeño muy alto, un 43 % con habilidad medio alta, un 25 % con una habilidad media, y solo un 7 % con un bajo nivel.

Capacidad de negociación: el 33 % de los empleadores del sector productivo considera que los GPAE tienen un desempeño muy alto respecto a la

capacidad de negociación, el 46 % considera que tienen un nivel de desempeño medio alto y el 21 % un nivel de desempeño medio.

Capacidad de gestión: en cuanto a la capacidad de gestión de los GPAE, los empleadores de sector productivo valoraron que el desempeño en este aspecto es 26 % en un nivel muy alto, el 56 % lo valora como un nivel de desempeño medio alto y el 18 % como un nivel de desempeño medio.

Planeación: el 22 % de los empleadores consideran que los GPAE se desempeñan en el aspecto de la planeación en un nivel de desempeño muy alto, el 56 % los considera en un nivel de desempeño medio alto y el otro 22 % los considera con un nivel de desempeño medio.

Toma de decisiones: en cuanto a la toma de decisiones, el 18 % de los empleadores del sector productivo considera que los GPAE tienen un muy alto desempeño para la toma de decisiones, el 5 7% los considera que tienen un desempeño medio alto y el 25 % un nivel de desempeño medio.

Liderazgo: el 21 % de los empleadores considera que el nivel de desempeño de los GPAE en cuanto al liderazgo es muy alto, el 36 % considera que es medio alto, el 39 % lo considera como nivel medio y el 4 % lo valora de un bajo nivel de desempeño.

Eficiencia y productividad: para los empleadores la eficiencia y la productividad son aspectos importantes para sus empresas, es por eso que para el 23 % de ellos los GPAE tienen un nivel de desempeño muy alto, el 54 % considera que tiene un nivel de desempeño medio alto y el otro 23 % un nivel de desempeño medio.

Creatividad e innovación: al igual que la eficiencia y la productividad la creatividad y la innovación es importante. El 21 % de los empleadores

considera que los GPAE se encuentran en un nivel de desempeño muy alto, el 48 % considera que están en un nivel de desempeño medio alto, el 24 % en un nivel de desempeño medio y el 7 % en un nivel de desempeño bajo.

Valoración de aspectos laborales actitudinales o del saber ser y convivir: para los empleadores del sector productivo, las competencias actitudinales o del saber ser y convivir relacionadas con el desempeño del cargo de los GPAE son valorados en su mayoría como medio alto.

Honestidad: es un factor ético clave de todo profesional. El 46 % de los empleadores del sector productivo consideran que los GPAE se encuentran en un nivel muy alto de honestidad y el otro 54 % consideran que se encuentran en un nivel de honestidad medio alto.

Responsabilidad: el 64 % de los empleadores del sector productivo considera que en sus empresas los GPAE son muy responsables con un nivel muy alto y el 36 % percibe que son responsables en un nivel medio alto.

Amabilidad y cordialidad: el 48 % de los empleadores del sector productivo consideran que en sus empresas los GPAE son amables y cordiales en un nivel muy alto, y el 52 % son amables y cordiales en un nivel medio alto.

Respeto: según la información obtenida de los empleadores acerca de la valoración de aspectos laborales actitudinales o del saber ser y convivir relacionadas con el cargo actual que desempeña el GPAE en la organización; el 39 % consideró que el respeto se encuentra en un nivel muy alto, el 53 % en un nivel medio alto, un 4 % en un nivel medio y el otro 4 % en un nivel bajo.

Integración: el 29 % de los empleadores consideró que la integración se encuentra en un nivel muy alto, el 46 % en un nivel medio alto, el 18 % en un nivel medio y el 7 % en un nivel bajo.

Solidaridad: el 21 % de los directivos del sector empresarial consideraron que la solidaridad se encuentra en un nivel muy alto, el 61 % en un nivel medio alto, el 14 % en un nivel medio y el 4 % en un nivel bajo.

Colaboración: el 33 % de los empleadores del sector productivo consideraron que los GPAE en el aspecto de colaboración se encuentra en un nivel muy alto, el 56 % en un nivel medio alto, el 7 % en un nivel medio y el 4 % en un nivel bajo.

Pertenencia: el 53 % de los directivos consideró que la pertenencia se encuentra en un nivel medio alto, el 36 % en un nivel muy alto, el 7 % en un nivel medio y el 4 % en un nivel bajo.

Lealtad: según la información obtenida de los empleadores a cerca de la valoración de aspectos laborales actitudinales o del saber ser y convivir relacionadas con el cargo actual que desempeña el graduado de GPAE en la organización: el 64 % consideró que la lealtad se encuentra en un nivel medio alto, el 28,6 % en un nivel muy alto y el 7 % en un nivel medio.

Eficacia en el desempeño de las labores de los GPAE: de acuerdo con la información obtenida de los empleadores a cerca de la valoración de aspectos laborales actitudinales o del saber ser y convivir relacionadas con el cargo actual que desempeña el graduado de GPAE en la organización: el 50 % consideró que la eficacia se encuentra en un nivel medio alto, el 39 % en un nivel muy alto y el 11 % en un nivel medio.

Puntualidad: el 47% de los empleadores considera un nivel alto en el cumplimiento de horarios por parte de los empleados egresados del PAE, el 46 % en un nivel muy alto y el 7 % en un nivel medio.

Prudencia: el 53 % de los empleadores considera un nivel medio alto de prudencia en el desarrollo de sus labores diarias, el 29 % en un nivel muy alto, el 14% en un nivel medio y el 4 % en un nivel bajo.

Percepción del empleador sobre las contribuciones de graduados del PAE en la organización: según la percepción de los empleadores acerca de las contribuciones de los graduados del PAE a las organizaciones en las que laboran se encontró que:

El 20,29 % ha aportado un aumento de la productividad en el área donde labora, al igual que el mejoramiento de los procesos administrativos; El 17,39 % ha aumentado la eficiencia en el área donde labora; El 8,7 % en el mejoramiento de los procesos de evaluación y control; el 7,25 % en los procesos de planeación; el 5,8 % en la generación de ingresos para la empresa.

En un 4,35 % encontramos aportes en elaboración de estudios, investigaciones para mejorar procesos en la empresa, en el diseño y/o producción de un nuevo producto o servicio, mejoramiento de procesos productivos y en los sistemas de evaluación; y el 2,9 % en la creación de nuevos negocios.

Para caracterizar el grado o nivel de importancia de estas contribuciones se clasificaron en muy importantes hasta poco importantes e indiferentes. De esta manera, se obtuvo que el 45 % considera que las contribuciones son importantes, el 40 % que son muy importantes, el 10 % que son de mediana importancia y el 5 % que son indiferentes para la empresa. Reconocimiento formal a los GPAE por parte de las empresas. El 50 % de las empresas encuestadas ha realizado algún tipo de reconocimiento formal a los GPAE.

Reconocimiento recibido por parte de las empresas a los graduados del programa de Administración de Empresas. Según la información obtenida acerca del tipo de reconocimiento formal que han realizado las empresas a los GPAE, encontramos que el 60 % ha hecho reconocimiento a la labor de sus empleados mediante el aumento de salario y el 40 % mediante un ascenso.

Calidad en la formación que recibe el graduado del programa de administración de empresa. El 90 % de los empresarios encuestados considera que la formación que reciben los GPAE es de calidad. El 10 % está en desacuerdo con dicha afirmación.

Formación académica acorde a las necesidades del contexto. El 65 % de los empresarios encuestados considera que la formación académica de los graduados del PAE se ajusta a las necesidades del contexto regional y el 35 % no está de acuerdo con dicha afirmación.

Reconocimientos hechos en los últimos cinco años por entidades gubernamentales y no gubernamentales al impacto que el programa ha ejercido en el medio local, regional, nacional o internacional. El 50 % de las empresas encuestadas ha realizado algún tipo de reconocimiento formal a los GPAE y el otro 50 % no ha realizado reconocimiento a los GPAE.

Según la información obtenida acerca del tipo de reconocimiento formal que han realizado las empresas a los GPAE encontramos que el 60 % ha hecho reconocimiento a la labor de sus empleados mediante el aumento de salario (ingreso) y el 40 % mediante un ascenso. De otro lado, la población encuestada de graduados revela que el 16,7 % afirmó que luego del grado tuvieron ascensos en su trabajo; además, el 11,6 % recibió aumentos en el ingreso luego de los ascensos. El 65 % de los graduados afirma haber recibido distinciones y reconocimientos por su desempeño profesional y laboral.

Apreciación de los empleadores sobre el impacto de PAE. A continuación, se resumen las diferentes percepciones acerca del impacto del programa académico. La Tabla 4.4.4 presenta el nivel de aprobación de las características relacionadas con el impacto percibido por el PAE.

Tabla 4.4.4. Percepción del sector productivo sobre graduados PAE

Afirmación	Descripción	% De acuerdo	% En desacuerdo	% NS / NR
El impacto del programa en la región se refleja en:	La formación de profesionales idóneos acorde con las necesidades sociales de la Región	75	25	0
	El desarrollo de propuestas de investigación y proyección social que contribuyen a la solución de problemas del medio	40	30	30
	La oferta de propuestas de extensión y capacitación de acuerdo con las necesidades del entorno	55	30	15
	El liderazgo asumido por los egresados en la organización y consolidación de información útil en los entes públicos y privados de la región	80	5	15
Los administradores de empresas egresados de la Universidad de la Amazonia se caracterizan por:	Asumir liderazgo en los procesos	60	40	0
	Desarrollar propuestas innovadoras	50	40	10
	Facilidad para adaptarse al cambio	90	10	0
	Trabajar en equipo	85	15	0
	Facilidad para manejar los conflictos	65	20	15
Considera que en la región se mantiene el alto reconocimiento de la gestión de los egresados del programa.		15	55	30

El desempeño laboral de los administradores de empresas egresados de la Universidad de la Amazonia lo catalogo como (marque la opción que considere más apropiada):	Excelente	0
	Sobresaliente	70%
	Aceptable	30%
	Insuficiente	0
	Deficiente	0

Fuente: elaboración de los autores (2021).

Según la percepción de los empleadores acerca de las contribuciones de los graduados del PAE a las organizaciones en las que laboran encontramos que: el 20,29 % ha aportado un aumento de la productividad en el área donde labora, al igual que el mejoramiento de los procesos administrativos; el 17,39 %

ha aumentado la eficiencia en el área donde labora; el 8,7 % en el mejoramiento de los procesos de evaluación y control, el 7,25 % en la los procesos de planeación; el 5,8 % en la generación de ingresos para la empresa, y en un 4,35 % encontramos aportes en elaboración de estudios e investigaciones para mejorar procesos en la empresa, en el diseño y/o producción de un nuevo producto o servicio, mejoramiento de procesos productivos y en los sistemas de evaluación y el 2,9 % en la creación de nuevos negocios.

Para categorizar estas contribuciones se utilizó una escala cualitativa de contribución así: muy importantes, importantes, mediana importancia, baja importancia, sin trascendencia y sin contribuciones. Según la percepción de los empleadores acerca de las contribuciones que realizan los GPAE a las organizaciones en las que laboran, encontramos que: el 45 % cree que las contribuciones son importantes, el 40 % que son muy importantes, el 10 % que son de mediana importancia y el 5 % que son indiferentes para la empresa.

Apreciación de los graduados. Los graduados respondieron a las siguientes afirmaciones:

Tabla 4.4.5. Nivel de aprobación de las características relacionadas con el impacto percibido por el PAE

Afirmación	Descripción	% De acuerdo	% En desacuerdo	% NS / NR
El impacto del programa en la región se refleja en:	La formación de profesionales idóneos acorde con las necesidades sociales de la Región	60	27	13
	El desarrollo de propuestas de investigación y proyección social que contribuyen a la solución de problemas del medio	44	31	25
	La oferta de propuestas de extensión y capacitación de acuerdo con las necesidades del entorno	39	32	29
	El liderazgo asumido por los egresados en la organización y consolidación de			

	información útil en los entes públicos y privados de la región	57	21	21
La formación recibida en el programa se caracteriza por:	Formación integral con competencias para el desarrollo empresarial	62	25	12
	Formación en competencias para el empleo	56	25	19

Fuente: elaboración de los autores (2021).

Grado de correlación existente entre la ocupación y ubicación profesional de los egresados y el perfil de formación del programa. Aplicando la Ecuación 2 descrita en 4.5 se tiene la siguiente matriz de correlación para el siguiente conjunto de variables:

-Tipo de ocupación del individuo (X): De acuerdo con los graduados encuestados, estos pueden ser empleados (X_1), ser empresarios (X_2), directivos (X_3), o desempleados (X_4).

-Ubicación profesional (Y): El profesional en la actualidad ejercerse o no la profesión.

-Grado de satisfacción (Z): Porcentaje que representa la satisfacción del graduado por la formación recibida en el PAE.

Tabla 4.4.6. Matriz de correlación para las variables ocupación, ubicación y perfil de graduados del PAE

	EMPLEADO	EMPRESAR	DIRECTIV	DESEMPLE	EJERCEPR	SATISFAC
EMPLEADO	1.00000	-.28914	-.31325	-.56699	.14004	.12876
EMPRESAR	-.28914	1.00000	-.03892	-.07045	.13636	.12480
DIRECTIV	-.31325	-.03892	1.00000	-.07633	.14773	-.00742
SATISFAC	.12876	.12480	-.00742	-.22733	.28006	1.00000

	X1	x2	x3	x4	Y	Z
X1	1.00000					

X2	-.28914	1.00000				
X3	-.31325	-.03892	1.00000			
X4	-.56699	-.07045	-.07633	1.00000		
Y	.14004	.13636	.14773	-.47933	1.00000	
Z	.12876	.12480	-.00742	-.22733	.28006	1.00000

Se tienen los siguientes resultados del índice de correlación r_{xy} que son del interés de este trabajo:

	X1	X2	X3	X4	Y
Y	0,14004	0,13636	0,14773	-0,47933	1,00000
Z	0,12876	0,12480	-0,0074	-0,22733	0,28006

Si se analizan los índices de correlación para las variables se tiene lo siguiente:

-La relación entre el grado de satisfacción por la formación en el PAE y ser empleado o ser empresario es positiva (r_{zx1} = 0,128 y r_{zx2} = 0,125, respectivamente).

-La relación entre ejercer la profesión y estar empleado, ser empresario y el grado de satisfacción es positiva (r_{yx1} = 0,140; r_{yx2} = 0,136; y r_{yx3} = 0,147).

-La relación entre ejercer la profesión y el grado de satisfacción es positiva (r_{yz} = 0,280, respectivamente). Realizando la prueba de hipótesis se comprueba que existe una relación negativa entre las variables desempleo (X_4) y la ubicación profesional (Y), lo que indica que si la persona ejerce la profesión el desempleo disminuye con un r_{x4y} = -0,47933.

-Existe una relación negativa entre la variable desempleo (X4) y el grado de satisfacción del graduado (Z), lo que indica que, si la persona está desempleada, disminuye el grado de satisfacción por la formación, lo cual es lógico. Existe una relación positiva entre ejercer la profesión y el grado de satisfacción del graduado por la formación. De forma complementaria, el 75 % de los directivos está de acuerdo con el hecho de que la Universidad forma profesionales idóneos en concordancia con las necesidades de la región.

CONCLUSIONES

Se estimó el impacto económico del programa de Administración de Empresas sede Florencia en sus graduados, mediante la construcción de indicadores relacionados con la calidad de vida y la estimación de la variación compensada como medida de bienestar económica. Se obtuvieron los siguientes resultados:

-El ingreso promedio de los graduados encuestados aumentó más del 100 % luego de obtener el título.

-Las condiciones del empleo y transporte mejoraron en un 61 % y 42 %, respectivamente.

-Con la variación compensada negativa se evidencian impactos positivos o beneficios económicos valorados en $2’873.000 en promedio por graduado y $1.459’000.000 en el total de la población.

-El grado de satisfacción por la formación en los Administradores es catalogado, en promedio, como alto, al igual que la percepción positiva que tienen los directivos y empresarios del sector productivo.

-Se demostró que el ingreso de quienes ejercen la profesión es mayor que de aquellos graduados que no lo ejercen.

- El desempeño en competencias actitudinales por parte de los profesionales presenta posibilidades de mejora relacionadas con su formación en el programa.

El programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia contribuye con el mejoramiento de la calidad de vida de sus graduados, sin embargo, en sus planes de acción deben propender por establecer estrategias que permitan generar impactos positivos de mayor cobertura (a la totalidad de la población) y en el corto plazo.

REFERENCIAS

Castro, R. (2008). *Evaluación ex -ante y ex -post de proyectos de inversión pública en educación y salud. Metodologías y estudios de caso.* Documento Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico CEDE Universidad de los Andes.

España, P. y Villareal, R. (2007). *Valoración socioeconómica de los beneficios del programa EFEP de la Universidad de la Amazonia causados en los graduados* [proyecto de especialización, Universidad de la Amazonia].

Jany, J. (1994). *Investigación integral de mercados, un enfoque operativo*. Mc Graw Hill.

Instituto Colombiano de Educación Superior. (ICFES). (2004). *Marco de Fundamentación Conceptual, Exámenes de Calidad de la Educación Superior en Administración ECAES*. Ministerio de Educación Nacional; Unión Temporal Profesionales con Calidad en Administración PROCAD e Instituto Colombiano de Fomento de la Educación Superior ICFES.

Mendenhall, W. (1994). *Estadística Matemática con Aplicaciones*. Grupo Editorial Iberoamericana.

Mendieta, J. (2001). *Manual de valoración económica de bienes no mercadeables. Aplicaciones de las técnicas de valoración no mercadeables y análisis costo beneficio y medio ambiente*. Documento Centro de Estudios sobre desarrollo Económico CEDE; Universidad de los Andes.

4.5. IMPACTO DE LOS GRADUADOS DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA (2014-2019-1)

Yubeli Gómez González[31], Yelly Yamparli Pardo Rozo[32], Milton César Andrade Adaime[33]

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue valorar el impacto del programa Administración de Empresas (PAE) de la Universidad de la Amazonia sede Florencia en los graduados de las cohortes 2014 a 2019-1. Con una muestra de setenta y siete graduados se realizó un diagnóstico sobre la situación actual con variables económicas, calidad de vida y su desempeño. La metodología utilizada en esta investigación fue la estadística descriptiva con generación de indicadores. Como principales resultados se encontró que la situación de los graduados es favorable, puesto que el 86 % se encontraba laborando. Consideran que después de graduado para el 53,24 % aumentó los ingresos cubriendo sus necesidades, mejoró las condiciones de vivienda y transporte, la tercera parte ha recibido distinciones o ascensos, sus principales metas es generar ingresos. Además, están satisfechos con la formación recibida en el PAE y en la Uniamazonia, y la calidad de los docentes. Sin embargo, sus ingresos oscilan entre 1 a 2 SMMLV, el 56 % no ha encontrado estabilidad laboral después de graduarse.

[31]Graduada Programa Administración de Empresas, Universidad de la Amazonia. y.gomez@udla.edu.co

[32]PhD en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable. MSc. Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Administradora de Empresas. Profesora Titular Universidad de la Amazonia, y.pardo@udla.edu.co

[33]Magister en Ciencias de la Educación. Especialista en Evaluación Social de Proyectos. Administrador de Empresas. Profesor Asociado Universidad de la Amazonia, m.andrade@udla.edu.co

Palabras claves: Competencias laborales, Empleabilidad, Indicadores

INTRODUCCIÓN

El estudio de impacto es una evaluación de la trayectoria profesional y personal del egresado universitario cuyo propósito es conocer la situación actual de los graduados del programa Administración de Empresas (PAE) de la Universidad de la Amazonia en aspectos específicos como la situación laboral, nivel salarial, tiempo de contratación, experiencia, desempeño profesional y académico. Además, el estudio pretende construir indicadores de evaluación de la calidad que permitan medir parcialmente las diferentes variables de tipo social, económico, académico y motivacional, que ayude a determinar el impacto del programa desde la óptica del graduado como del sector empleador. El estudio busca cuantificar en sentido económico el bienestar que experimentan los graduados con la obtención del título y el ejercicio profesional.

De igual forma, el estudio busca conocer la percepción del sector productivo sobre la calidad, pertenencia y coherencia de la formación de los profesionales y en el desempeño del talento humano graduado en el Programa Administración de Empresas, dando continuidad al seguimiento a graduados como política institucional. Además, estos esfuerzos investigativos corresponden a la línea de Administración y Educación, debido a que generan información valiosa para mejorar la calidad de los programas educativos que se ofrecen en la facultad de ciencias contables económicas y administrativas para dar cumplimiento a la misión y visión institucional y atender a los requerimientos expuestos por el Consejo Nacional de Acreditación del Ministerio de Educación Nacional, de manera que el programa estará atento a dar respuesta a las inquietudes de sus graduados para generar un impacto social mayor.

La metodología propuesta se fundamenta en la evaluación de impacto de proyectos, la cual emplea estadística descriptiva y análisis inferencial. Se analizarán variables cualitativas y cuantitativas relacionadas con la calidad de vida

y se construirán porcentajes e indicadores. Los alcances del estudio dependen de la disponibilidad y suministro de información tanto del sector productivo como de los graduados mismos. Para dar continuidad a los estudios previos de impacto del programa, el presente estudio tomará como referente la población graduada desde 2010 a 2014.

El programa nace en 1991, el Ministerio de Educación Nacional aprueba a la Universidad de la Amazonia la creación del Programa de Administración de Empresas (PAE) adscrito a la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas (FCCEA) con el objetivo de ofrecer formación profesional en el área económica y de gestión que proporcione la fundamentación científica, tecnológica y humanística, así como las habilidades y actitudes deseables al profesional en Administración para que sea capaz de inducir y consolidar procesos de creación, reestructuración, integración y recuperación de organizaciones, especialmente del sector agropecuario, agroindustrial, micro empresarial y cooperativo. Asimismo, se busca generar perfiles profesionales que estarán en capacidad de diseñar, dirigir y evaluar planes, programas y proyectos para orientar el desarrollo armónico e integral regional y, en especial, de la Amazonia. Mediante Acuerdo No. 020 de 1994, del Consejo Académico fue aprobado el plan de estudios.

Los estudios sobre el desempeño de los graduados constituyen una alternativa para el autoconocimiento y la planeación de procesos de mejora y consolidación de las instituciones educativas. Sus resultados son una herramienta importante para analizar los caminos que siguen los nuevos profesionales (Pardo et al., 2012). Estas investigaciones permiten evaluar el desempeño de los graduados en el mercado de trabajo, y evidencian la calidad de la planta académica de las instituciones educativas, la pertinencia y actualidad de sus planes y programas de estudio, y la idoneidad de sus estrategias pedagógicas (Pardo et al., 2012).

Con el fin de cumplir con los estándares de calidad exigidos para solicitar la acreditación, este estudio se realiza para evaluar y encaminar acciones de mejora del programa de pregrado que le permita obtener el reconocimiento ante el

Ministerio de Educación Nacional y el Consejo Nacional de Acreditación. Por lo tanto, se desarrolla la política de seguimiento a graduados a nivel nacional a través del observatorio laboral, cuyo propósito es conocer el estado laboral de los profesionales colombianos, su situación económica, su ingreso, estabilidad y proyección, como resultado de la formación profesional, reconociendo las bondades y limitaciones de su campo de acción para recomendar o encausar los esfuerzos de las Universidades y evaluar su eficacia en la generación de capital humano generador de empresas, organizaciones o dinamizadores en sus roles de dirección y liderazgo.

Por tal motivo, la Universidad de la Amazonia tiene como misión brindar a sus estudiantes una formación académica de acuerdo con los retos de una sociedad dinámica, procurando que logren una evolución personal coherente a los cambios tecnológicos. Ofreciendo servicios educativos de calidad, cuyo producto son los profesionales formados de alta calidad que aporten sus conocimientos al desarrollo sostenible e integrarse al campo laboral, haciendo real el aporte al avance del país. La realización de esta labor se expresa en los grados académicos, títulos profesionales que la Institución otorga para avalar las distintas carreras que ofrece a la sociedad. Igualmente, el papel clave para lograr este proceso está en manos de las instituciones educativas que tienen bajo su responsabilidad la preparación de profesionales capaces de enfrentarse y competir con un mercado laboral demasiado competitivo, logrando utilizar las herramientas dadas para aportar al desarrollo económico y social de un país.

Se requieren de forma permanente datos exactos y actualizados del impacto que ha generado el programa de Administración de Empresas de la sede Florencia en sus graduados, en el cual se miden y se valoran los cambios en la calidad de vida en los graduados dada su formación profesional, condición salarial, condiciones de empleo y transporte, el grado de satisfacción de su educación recibida. Debido a lo anterior, el problema central de esta investigación se dirige a despejar las siguientes preguntas: ¿cuáles son los beneficios económicos que perciben los graduados de la Uniamazonia, debido a su formación en el programa

Administración de Empresas de las cohortes del 2010 hasta la fecha?, y ¿cuáles son los beneficios económicos y sociales que perciben el sector productivo, sector público, academia y gobierno, sobre los graduados del Programa Administración de Empresas y cómo se evidencian?

REVISIÓN LITERARIA

Competencias de los graduados. La educación es mucho más accesible a diferencia de los años anteriores donde hubo más restricciones para poder ingresar por las condiciones económicas, las escuelas retiradas en zonas rurales, la violencia dentro del país que impedía el desplazamiento de los jóvenes a las instituciones, etc.

Por lo tanto, en Colombia a lo largo de la primera mitad del siglo XX fue muy lenta la educación comparada con otros países latinoamericanos. Por lo que las transformaciones educativas en Colombia empezaron a ocurrir en la década de los cincuenta, cuando se mostró un rápido y sostenido crecimiento económico, y un cambio significativo en la estructura económica y demográfica del país (Ramírez y Téllez, 2006).

Esto permitió que hubiera más estudiantes en la educación superior, asegurándole en esa época el futuro para muchos profesionales. Por lo que el gobierno desarrolló estrategias para que los estudiantes ingresaran a las Instituciones de Educación Superior (IES), como el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior “ICETEX” que para el 2017, según informe de gestión, ya son 636 mil colombianos beneficiados, también con el programa jóvenes en acción (DPS) que en el año 2016 fueron beneficiados 355 mil participantes según prosperidad social y el programa “ser pilo paga” en la presidencia de Juan Manuel Santos los se adjudicaron 31.971 cupos a los estudiantes. Todo esto con el fin de que los colombianos puedan tener acceso a la educación superior.

Sin embargo, en la actualidad se registra que estar en la universidad no garantiza el futuro ni el éxito en el mundo laboral, ya que contar con un título profesional no

basta para acceder a los cargos, es un pilar importante mas no suficiente, ya que esta depende aún más de las competencias que tengan. Para esto se definirán las competencias, las competencias profesionales y laborales. Es así, como según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (s.f) define la competencia como:

> Conjunto de conocimientos, actitudes, disposiciones y habilidades (cognitivas, socio-afectivas y comunicativas), relacionadas entre sí para facilitar el desempeño flexible y con sentido de una actividad en contextos relativamente nuevos y retadores. Por lo tanto, la competencia implica conocer, ser y saber hacer.

De la misma manera, según Gómez (2015,) las competencias profesionales son atribuciones ligadas a las capacidades y habilidades que es necesario desarrollar a través de su formación, siendo el resultado del proceso de cualificación que permite «ser capaz de», «estar capacitado para».

Todo esto, con el fin de lograr ser competente a la hora de desempeñar sus funciones de la mejor manera. Para lo cual debe poseer los conocimientos, habilidades, destrezas, capacidades y valores necesarios para desempeñarse eficazmente en las diferentes situaciones, así también, poseer la capacidad real para resolver problemas de manera autónoma. Por lo tanto, se debe distinguir entre la competencia formal, como atribución conferida, y la competencia real, la cual se adquiere (Arias, 2011).

Es importante resaltar que, gracias a las investigaciones de Max Weber, hoy podemos hablar de las competencias que se deben poseer en el área administrativa, pues este lo define como aquel que ejerce la función de dominación o autoridad (behorde) y todos sus funcionarios (burocracia) tienen competencias establecidas (kompetenz) adecuadas para el trabajo que realizan y estas se ven respaldadas por pruebas que garantizan su evaluación (Cabeza et al., 2017).

Dentro de las habilidades están las competencias de base, técnicas y transversales. Cada una de estas competencias permite que la persona se desempeñe de la mejor manera. Es importante clasificar cada una de ellas para,

asimismo, identificarlas con los graduados de administración de empresas de la Universidad de la Amazonia.

Por consiguiente, según el Ministerio de Educaión Nacional los estudiantes y graduados de educación superior (tecnologías y carreras profesionales) deben conseguir competencias personales, intelectuales, empresariales, interpersonales, organizacionales y tecnológicas. Por otra parte, las facultades y programas, como el de Administración de Empresas, deben buscar estrategias para fortalecer las competencias y hacer un análisis al plan de estudio para saber si cumple con el perfil propuesto para los estudiantes, para que al final se refleje en los egresados y den respuesta a las exigencias del mercado.

Para ello, es necesario que el programa cuente con mecanismos de participación que sean doble vía, conociendo las percepciones de sus estudiantes y graduados. De acuerdo con Odriozola et al., (2011), la opinión de los graduados respecto de las competencias que utilizan en su desempeño profesional, comparada con la opinión suministrada en su tránsito por la facultad, muestra una diferencia poco representativa (2,8 para las utilizadas y 2,6 para las suministradas). No obstante, el análisis individual permite identificar las carencias en cuanto a la formación recibida respecto de la que demandan en la profesión.

Estas competencias son necesarias debido a que el entorno se encuentra más turbulento e inestable gracias a la globalización y a los constantes cambios que se están presentando. Por consiguiente, en un estudio realizado a los empresarios de Medellín, Colombia, se encontró que el medio empresarial está exigiendo en sus colaboradores de cargos administrativos que adquieran unas competencias específicas para el desarrollo eficiente de sus funciones (Pemberthy y Perez, 2013). Sin embargo, la opinión está dividida, pues en otro estudio se encuentra que las competencias genéricas como compromiso y motivación para aprender son más importantes que las específicas como conocimientos de gerencia (Cabeza et al., 2017).

Estas competencias contribuyen a la creación de nuevas empresas, aportando a la generación de empleo y al impacto económico del país, además, del desarrollo personal y profesional.

Política de seguimiento a graduados en la Universidad de la Amazonia. De conformidad con el Acuerdo 08 de 2009 del Consejo Superior de la Universidad de la Amazonia, por medio del cual se modifica parcialmente el Acuerdo 05 de 2002 que adopta la estructura interna de la Universidad de la Amazonia y se crea la Oficina de Graduados, cuya MISIÓN es establecer vínculos de participación y apoyo entre Graduados, Universidad de la Amazonia y Empleadores, determinando su impacto social, y fomentando la integración y pertinencia; sus objetivos son: a) crear un directorio de graduados; b) crear y fortalecer el observatorio laboral; c) promocionar el portafolio de servicios académicos; d) promover estudios de impacto de los graduados; e) facilitar la creación de asociaciones de graduados. f) apoyar los procesos de extensión y/o proyección social; g) establecer vínculos entre la comunidad de graduados, universidad y empresa.

MATERIALES Y MÉTODOS

Localización del estudio. La Universidad de la Amazonia está ubicada en la ciudad de Florencia, capital del departamento del Caquetá; inicia sus actividades en 1971 como el Instituto Tecnológico Universidad Surcolombiano (ITUSCO), y en 1982, a través de la ley 60 del 30 de diciembre, es transformada en la Universidad de la Amazonia (Acuerdo 62 del 29 de noviembre 2002). Cuenta con seis facultades, entre las que se encuentra la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas (FACCEA), que ofrece programas de pregrado y posgrado. En pregrado están las modalidades presencial y a distancia; en la modalidad presencial se ubica el programa de Administración de Empresas y Contaduría Pública, y en la modalidad a distancia está el programa de Administración Financiera.

El programa de Administración de Empresas funciona desde 1993, según Acuerdo 018 de 1993, en la modalidad presencial, desde entonces el programa cuenta con graduados del PAE. Según Darca (citado por Andrade et al., 2010), para el primer semestre académico 2009 se reportaron 508 graduados y para 2019, periodo 1, 698, según la oficina de graduados, para un total de 1206 graduados del PAE.

De acuerdo con lo anterior, se desarrolla el seguimiento a los graduados del PAE de los años 2014-2019-1 de la Universidad de la Amazonia en el municipio de Florencia- Caquetá.

Tipo de investigación. Esta investigación se fundamentó en un estudio de tipo descriptivo y análisis referencial, ya que este proporciona al investigador herramientas para fundamentar juicios de valor frente a las diversas situaciones sobresalientes en el objeto de estudio; se refiere a la descripción de las unidades o de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, y las técnicas de análisis (Cortés y León, 2004). Para la presente investigación se pretende identificar algunas características de los graduados y la calidad de vida de los mismos.

Fuentes de información. Contacto directo con los graduados: proceso de sensibilización y motivación al estudiante graduado de forma personal en sus áreas de trabajo o habituales, donde se les explicó las razones por las cuales se realiza el estudio y fomentando el sentido de pertenencia hacia el programa. Primaria: aplicación de trabajo de campo mediante la técnica de encuesta a egresados 2014– 2019. Secundaria: bases de datos, estudios previos y revisión literaria.

Población y muestra. La población objetivo son los graduados desde 2014 hasta el 2019-1 (Tabla 8).

Unidad de trabajo: los egresados del programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Las áreas objeto de análisis: características socioeconómicas; situación ocupacional, nivel salarial, nivel de satisfacción, beneficios económicos y sociales por la formación.

Tabla 8. Graduados PAE (2014 – 2019-1)

Año de grado	Población	Muestra	Porcentaje relativo
2014	65	13	16,9
2015	59	11	14,3
2016	95	18	23,4
2017	85	17	22,1
2018	56	11	14,3
2019-1	37	7	9,1
Total	397	77	100

Fuente: oficina de graduados Uniamazonia (2019).

El muestreo aleatorio simple, según Jany (1994), aplica para población finita. El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización y el nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis. Los parámetros estadísticos para calcular la muestra son: e: Nivel de error; Z: El nivel de confianza en el tamaño de la muestra; S: La variabilidad; N: Población. Para el estudio realizado se tomó un nivel de confianza del 90 %, por consiguiente, corresponde a un error del 10 %, y utilizando las tablas para distribución normal se calcula el valor Z que corresponde a 1.96 (con aproximación a dos decimales); la población N consta de 397 personas. Se consideró la variabilidad S igual a 0.5 dado que no hay antecedentes sobre la investigación. La fórmula usada para determinar la muestra es la siguiente.

$$n = Z^2 S^2 / e^2 \quad \text{y} \quad n = n_o / (1 + n_o / N)$$

Ecuación 2 formula para muestreo aleatorio simple

Donde: N = Tamaño de la población (397); Z = Ponderador de la distribución normal (1,96); S = Variabilidad (0,5), e: La precisión o error 10 %. El tamaño de la muestran serán 77 graduados. Para el caso de las empresas se optó por el muestreo no probabilístico llamado también muestreo por conveniencia, debido a la complejidad en materia de recolección de la información, en cuanto a lograr las entrevistas con directivos de las organizaciones dado las limitantes de tiempo

expresadas por estos; se lograron entrevistar 20 de las 49, es decir, se tomó información con el 41 % de la población total de empresas.

Diseño de encuesta. Una de las herramientas metodológicas para la realización de los seguimientos a graduados consiste en la elaboración y aplicación de cuestionarios sobre la población objeto del estudio. La encuesta evaluará características: socioeconómicas relativas al cambio en las variables de la calidad de vida, académicas, laborales, autorrealización. Los cuestionarios pueden incluir preguntas cerradas en las que el encuestado tiene diferentes opciones de selección y donde pueden escoger una o múltiples respuestas y, por otra parte, pueden contener preguntas abiertas en las que se permite expresar libremente su opinión, aunque su tratamiento al momento de analizar los resultados es de mayor complejidad, esto debido a las diversas respuestas y puntos de vista de los encuestados, estos cuestionarios al procesar y analizar favorecerán la toma de decisiones relacionadas con la implementación de nuevas estrategias educativas.

La importancia en la formulación de los cuestionarios radica en la claridad de las preguntas, que sean fáciles de entender y no presenten ambigüedades; esto debido a que, una vez enviados los cuestionarios, estos serán resueltos y devueltos.

Este proyecto se realizará en varias fases a saber: Diseño del estudio, Realización del trabajo de campo y recolección de la información, y Análisis de la información.

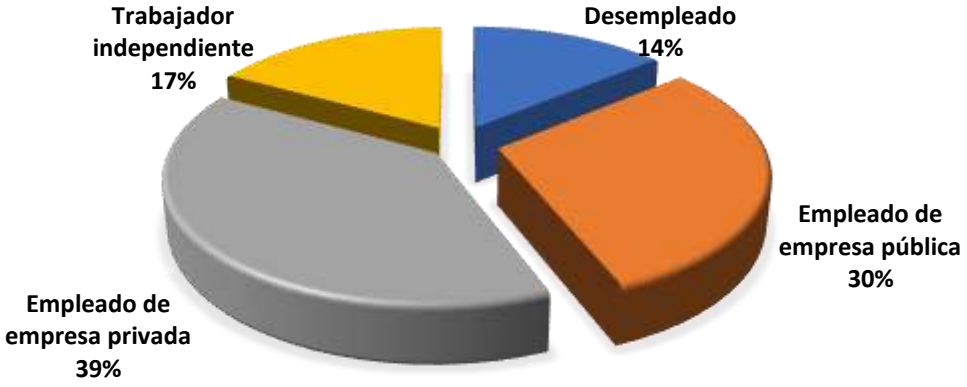
RESULTADOS

El 36,6 % de los graduados ha continuado con la formación posgradual. Se hace difícil para aquellos que no cuenten con el presupuesto para el pago de las matrículas y gastos que se generen. Un 14 % de los graduados PAE ha continuado realizando investigación, ya sea en su trabajo o en sus estudios.

Conocer la situación laboral de los graduados del PAE permite identificar cómo se encuentran en el medio laboral, es decir, si están empleados o desempleados, ya que el aumento del desempleo en los últimos años ha aumentado (Figura 4.5.1).

En el departamento del Caquetá, según lente regional, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2019) en su informe reportó que en el mes de junio del 2019 Florencia fue la cuarta ciudad del país con más desempleo alcanzando el 15.7 % después de Quibdó, Cúcuta y Valledupar. La Gráfica 18 representa la situación laboral de los graduados del año 2009-2019-1 y en qué sector se encuentran laborando actualmente.

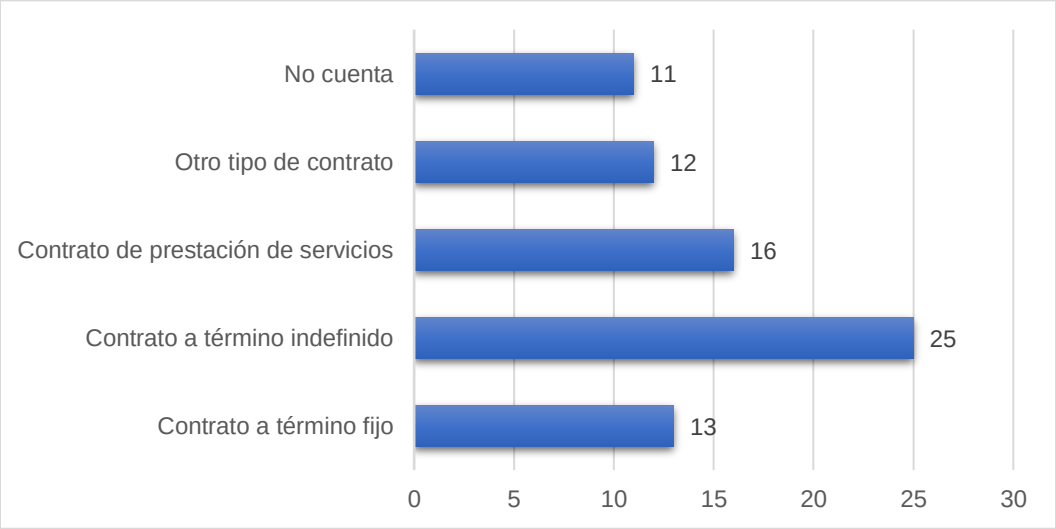
Figura 4.5.1. Situación laboral actual de los graduados 2009- 2019-1



Fuente: elaboración propia (2021).

El sector privado es el que mayor genera empleo en la región ocupando el 39 %, así lo demuestran los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los graduados del PAE, seguido por las entidades públicas con el 30 %, el 17 % es empleado independiente y solo el 14 % que está desempleado. Los profesionales que trabajan en el sector público o privado cuentan con contratos laborales, ya sea a término fijo, independiente, por obra o labor, por prestación de servicios o por contrato ocasional de trabajo. En la Gráfica 4.5.2 se pueden observar los contratos laborales que cuentan los graduados del PAE que para la fecha estaban laborando.

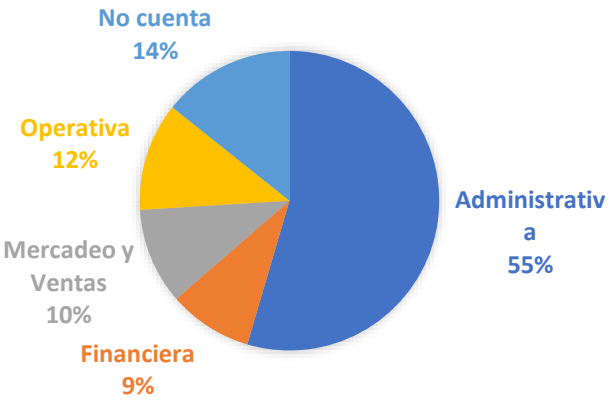
Figura 4.5.2 Tipo de contratación con el que cuentan los graduados del PAE 2009-2019-1



Fuente: elaboración propia (2021).

Gracias al aprendizaje impartido desde la universidad, los profesionales de Administración de Empresas cuentan con los conocimientos previos para desempeñar labores en diferentes áreas de trabajo, lo cual se fortalece con la experiencia obtenida a lo largo de los empleos. La gráfica 4.5.3 representa porcentualmente las áreas en las que se desempeñan los graduados del PAE en el campo laboral, como son el área administrativa, financiera, operativa, mercadeo y ventas.

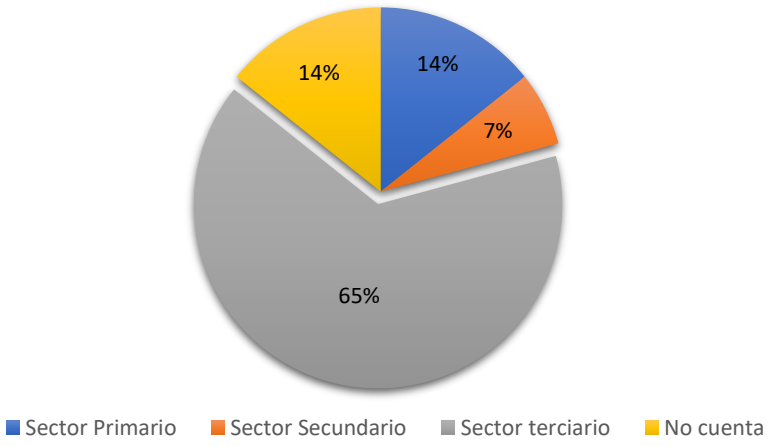
Figura 4.5.3. Campo de acción laboral en el que se desempeña el graduado relacionado con las áreas de estudio de la administración



Fuente: elaboración propia (2021).

El 55 % de los graduados está en las áreas administrativas, el 12 % en la parte operativa, el 10 % maneja mercadeo y ventas, y solo el 9 % en el área financiera en la empresa que labora. El 14 % representa los graduados que aún no cuentan con empleo, por esta razón, no cuenta con el área en el que se desempeña. Los sectores económicos en los que se laboran se presentan en la Figura 4.5.4.

Figura 4.5.4. Sector económico en el que labora los graduados del PAE 2009-2019-1

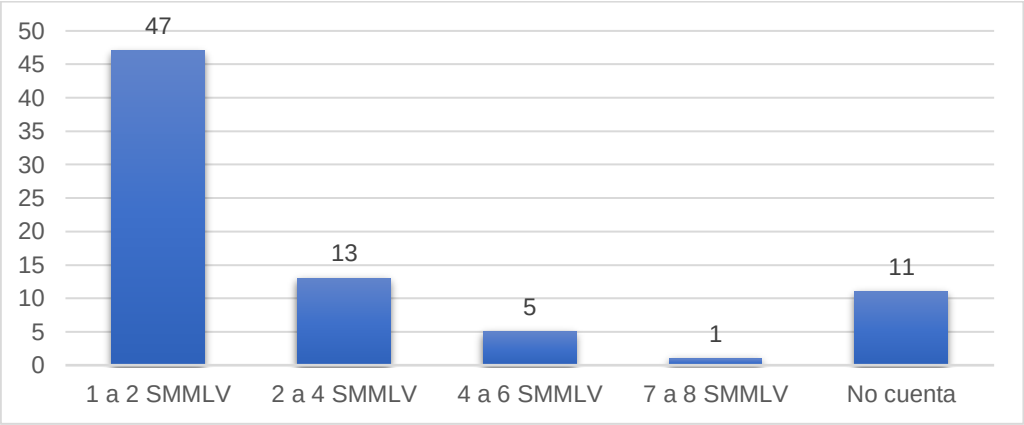


Fuente: elaboración propia (2021).

El 65 % de los graduados del PAE del año 2009-2019-1 se encuentra laborando en el sector terciario, seguido por el sector primario con un 14 %, el sector secundario es el que cuenta con la mínima participación (7 %) de los graduados, el 14 % que no cuenta con un sector es debido a que no está empleado. Según el DANE (2020), el sector de la economía que más aporta al PIB del país es el sector terciario en las actividades de comercio, transporte y servicios de comida, creció en un 4,9 % (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual), esto permite un incremento de la actividad económica, crecimiento económico, genera más empleo.

En materia de ingresos, la Figura 4.5.5 evidencia los rangos salariales mensuales de los graduados del PAE, asimismo, cuántos son los profesionales que en este momento se encuentran desempleados.

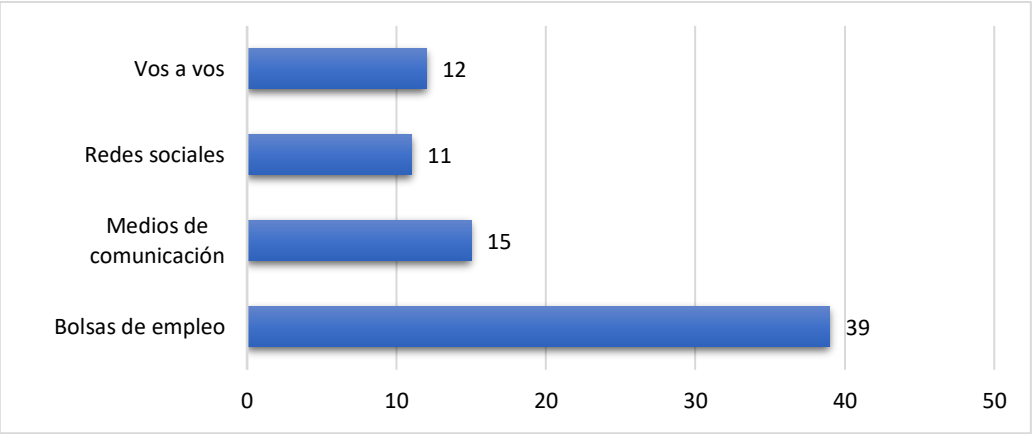
Figura 4.5.5. Rangos Salariales de los Profesionales Del PAE 2009-2019-1



Fuente: elaboración propia (2021).

Cuarenta y siete graduados se encuentran laborando con un rango salarial que oscila entre 1 a 2 SMMLV; trece están entre el rango de 2 a 4 SMMLV, cinco se encuentran en el rango de 4 a 6 salarios mínimos, y solo un graduado cuenta con ingresos laborales de 7 a 8 salarios mínimos. Once graduados del PAE no se encuentran laborando actualmente, esto puede darse por muchas razones como, por ejemplo, la falta de experiencia, ingresos por debajo de lo que gana un profesional, escasa oferta laboral en la región, entre otras; no obstante, se pueden utilizar los diferentes medios y herramientas que facilitan encontrar las vacantes disponibles. Por lo que en la Figura 4.5.6. se observan los diferentes medios que utilizan tradicionalmente los graduados del PAE para conseguir empleo.

Figura 4.5.6. Medios que utilizan los graduados del PAE para conseguir empleo

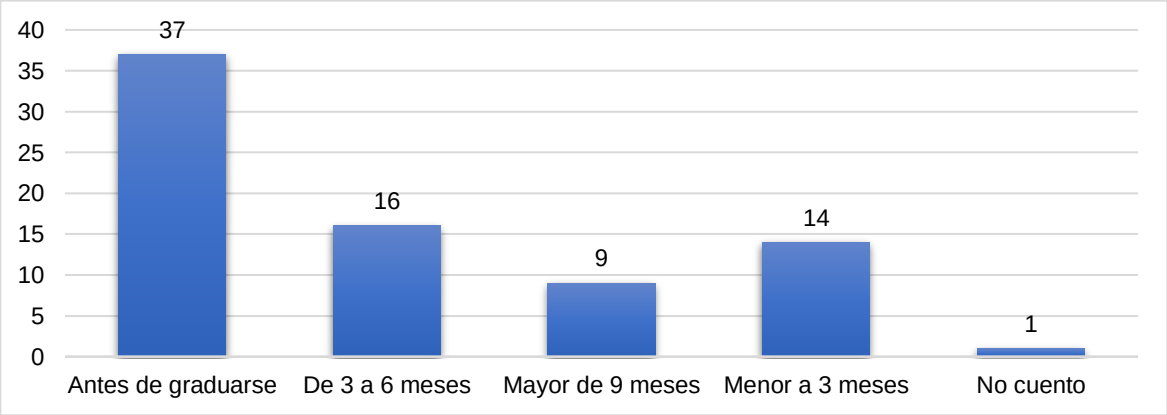


Fuente: elaboración propia (2021).

Este proceso no es tan sencillo, pues al ver vacantes disponibles habrá muchos interesados, por eso, se debe aplicar a aquellas con las que cumpla nuestro perfil y pasar por un proceso hasta ser seleccionado por la organización. No obstante, esto puede tardar algunos días e incluso meses.

En la Figura 4.5.7. se evidencia el tiempo que transcurrió desde el momento en que se graduó el profesional de administración de empresas hasta conseguir su primer empleo.

Figura 4.5.7. Tiempo para conseguir su primer empleo después de graduado



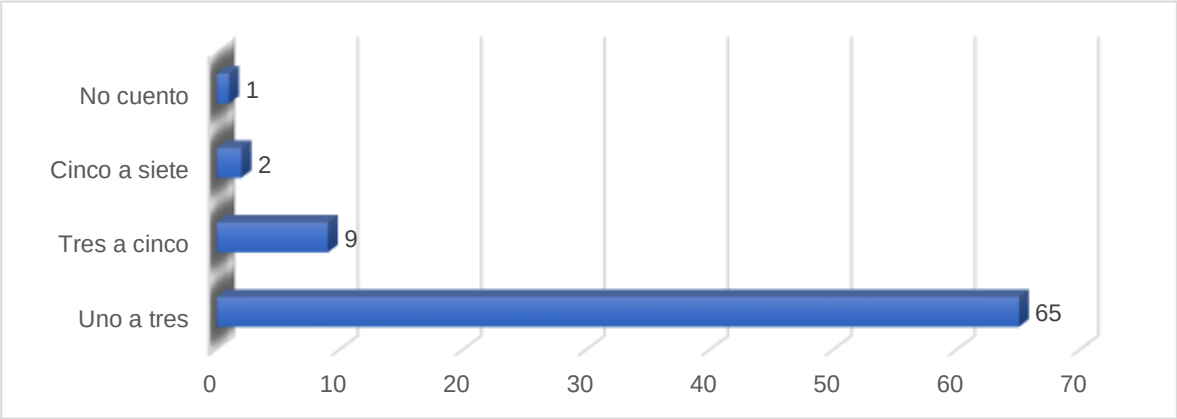
Fuente: elaboración propia (2021).

Según los graduados del PAE, 37 egresados, antes de graduarse ya contaban con su primer empleo, 14 mencionan que en menos de tres meses ya estaban

laborando, entre 3 a 6 meses esperaron 16 profesionales, 9 graduados consideran que mayor a 9 meses y solo 1 no ha logrado conseguir su primer empleo debido a que esta recién graduado. Después del primer empleo se adquiere experiencia, esto va a facilitar la búsqueda de las siguientes vacantes, pero no es suficiente, por tal razón, la mayoría de los profesionales siguen laborando en la misma organización, aunque no en lo mismo, además, muchos factores dependen de si se quedan o se van de la empresa. Por eso, en la Figura 4.5.8 se visualiza el número de empleos que han tenido los profesionales del PAE después de graduarse.

Después de recibir el título como administrador de empresas, sesenta y cinco graduados han contado con uno a tres empleos, representando el 84 % de la población; solo nueve están en el rango de tres a cinco empleos, obteniendo el 12 % de la participación total, y dos profesionales del PAE han tenido entre cinco a siete empleos después de graduarse, representando el 4 %. Solo 1 no cuenta con ningún empleo hasta el momento

4.5.8. Número de empleos que han tenido los graduados del PAE después de graduarse



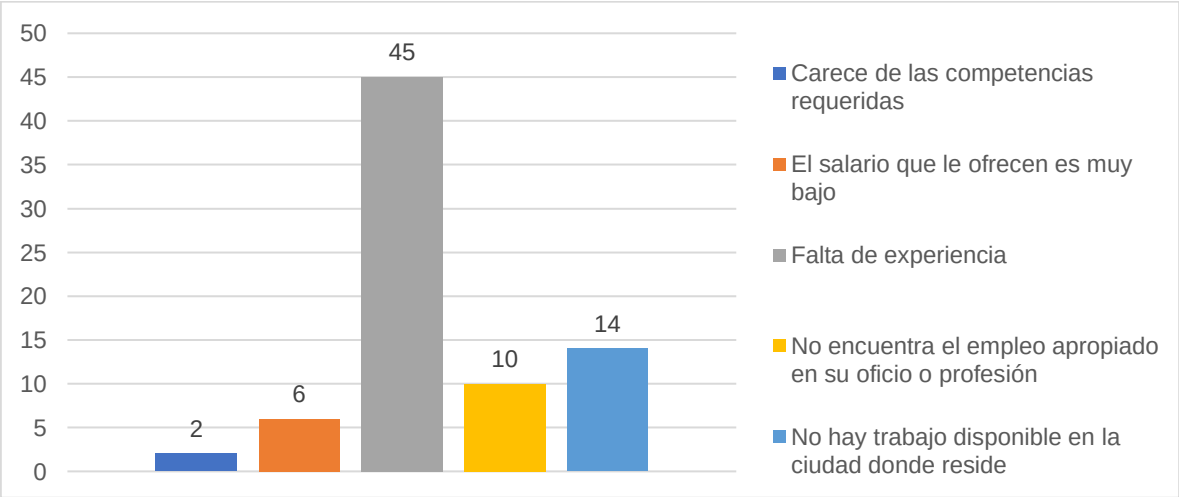
Fuente: elaboración propia (2021).

El entorno laboral es uno de los factores más relevantes en el desarrollo de una empresa, pues se debe generar un entorno de trabajo saludable, ya que la salud

de la empresa y del empleado está estrechamente vinculada. La salud del empleado tanto física, mental y social es importante debido a que este desarrolla destrezas, habilidades y actitudes que le permite desempeñarse de forma efectiva, es así como muchas organizaciones dan reconocimientos, premios y ascensos a sus empleados produciendo una satisfacción personal que hace que el trabajador sea más feliz desarrollando su trabajo. El porcentaje de los graduados que han logrado recibir un ascenso o distinción en la organización después de graduado es del 22 %.

Acceder al mundo laboral se torna bastante complicado para cualquier persona que desee trabajar en Colombia, pues, según el DANE, en agosto de 2019 el desempleo nacional alcanzó el 10,8 %, 1,6 puntos porcentuales más alto que en el año anterior. Esto se debe a muchos factores como los que se van a presentar en la Figura 4.5.9, de acuerdo con lo que consideran los graduados del PAE 2009-2019-1.

Figura 4.5.9. Dificultades para conseguir empleo según los graduados del PAE 2009-2019-1



Fuente: elaboración propia (2021).

La falta de experiencia es la mayor dificultad al momento de conseguir empleo, pues 45 profesionales del PAE coinciden con este ítem, 14 consideran que no hay trabajo disponible en la ciudad donde reside, 10 graduados creen que no encuentran empleo apropiado en su oficio o profesión, 6 aceptan que el salario que se ofrece es muy bajo, y dos argumentan que la dificultad es carecer de las competencias requeridas.

El desempleo en Colombia engloba dificultades económicas, psicológicas y de integración social, produciendo efectos negativos en las personas, pues esto también provoca cambios en las condiciones de vida. Es así como se hace necesario generar alternativas para la generación de ingresos en los hogares colombianos, y una de esas puede ser la creación de iniciativas y de empresas que promueva la generación de empleo. Aunque, de acuerdo con Clopatofsky, citado por Suaza (2010), es bajo la generación de empleo por parte de los Administradores de Empresas.

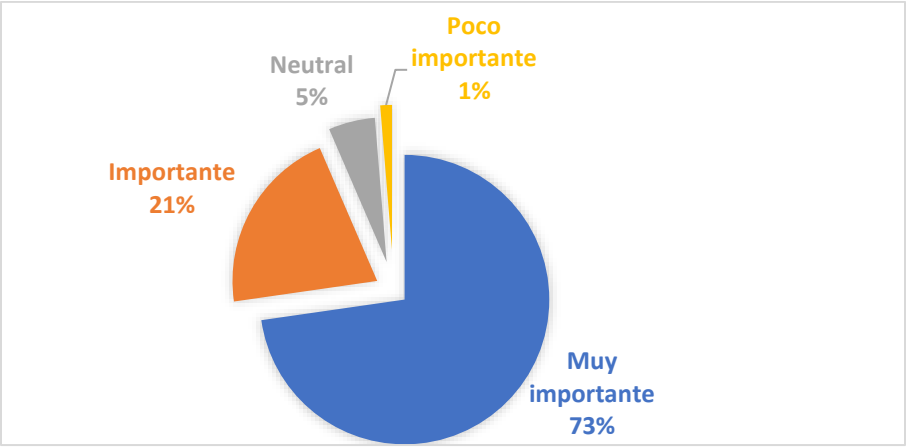
Percepción del graduado sobre su formación profesional y desempeño laboral

Las Instituciones de Educación Superior precisan formar personas con nuevas y mejores competencias para responder a las exigencias del mercado laboral, por lo tanto, deben realizar un seguimiento permanente entre los graduados y las organizaciones donde laboran debido a que suministrarán información puntual de los requerimientos del sector productivo y del desempeño que han obtenido los graduados en las diferentes empresas.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos luego de que los graduados del PAE respondieron a la encuesta de satisfacción. Las respuestas obtenidas son variadas debido a que algunos manifiestan que su satisfacción es alta (excelente-buena-satisfecho), para algunos es regular (medio) y otros consideran que están insatisfechos (bajo). Es necesario identificar cuáles son las metas de los graduados del PAE al momento de graduarse como, por ejemplo, mejorar el nivel socioeconómico, adquirir una vivienda propia, un vehículo a corto plazo, la experiencia, conseguir una oferta laboral bien remunerada, convertirse en empresario, realizar posgrados, satisfacción personal, entre otras.

Según Abraham Maslow, la autorrealización es el crecimiento intrínseco de lo que ya está dentro del organismo (Randstad, 2016). La autorrealización implica un trabajo de autodescubrimiento, hallar un equilibrio entre lo que quiero y lo que soy, varía de acuerdo con cada persona por lo que siente y quiere, por eso es tan importante conocernos a nosotros mismos para encontrar la felicidad, saber qué nos motiva en los diferentes aspectos ya sea a nivel familiar, laboral, estatus social, aspiraciones afectivas, cumplimiento de metas, nivel de ingresos. La Figura 4.5.10. muestra la valoración de la importancia sobre la autorrealización para los graduados PAE.

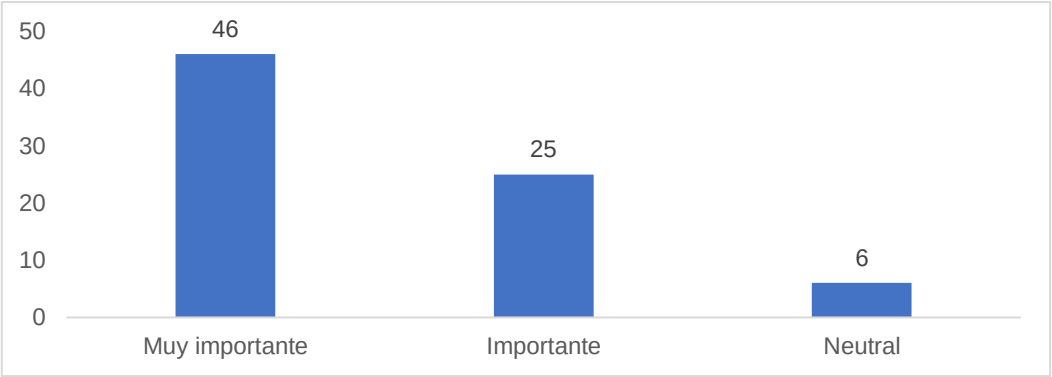
Figura 4.5.10. Importancia de la autorrealización para los profesionales del PAE



Fuente: elaboración propia (2021).

Los posgrados solo se llevan a cabo una vez terminado el pregrado. Por lo que, si una persona quiere ser un magister, por ejemplo, primero tiene que ser profesional; además, una persona que cuente con estudios avanzados no solo tiene éxito a nivel académico, sino también a nivel personal. En la Figura 4.5.11. se observa qué tan importante es la profesional para acceder a programas de formación avanzada.

Figura 4.5.11. Importancia de la profesión para acceder a programas de formación avanzada



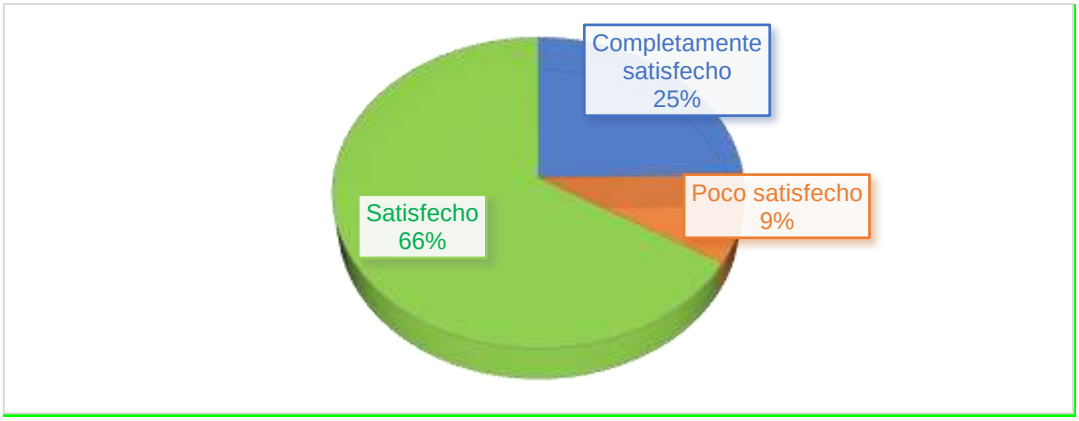
Fuente: elaboración propia (2021).

Es importante destacar que las Instituciones de Educación Superior deben diseñar currículos únicos por competencias genéricas y especificas en todas las universidades, y así formar profesionales para dar respuesta a las exigencias sociales, económicas y del mercado laboral; la formación profesional debe ser integral desde los dos ejes fundamentales: la formación de la persona humana y la formación de competencias para el desempeño ocupacional (Castrillón y Cabezas, 2017).

Es necesario que en este proceso de transformación se incluyan la formación, actualización y la reconversión por parte del docente, además, innovar en el proceso de enseñanza para que la teoría y la práctica sean equilibradas y, sobre todo, tengan una estrecha relación con la dinámica de transformación que opera en el mundo laboral.

Por lo tanto, deben buscar estrategias para fortalecer las competencias y hacer un análisis en el plan de estudio para que al final se refleja en los graduados y den respuestas a las exigencias del mercado. En la Figura 4.5.12. se observa el porcentaje de satisfacción que tienen los graduados del PAE con respecto a la formación.

Figura 4.5.12. Porcentaje de satisfacción de los graduados respecto a la formación académica

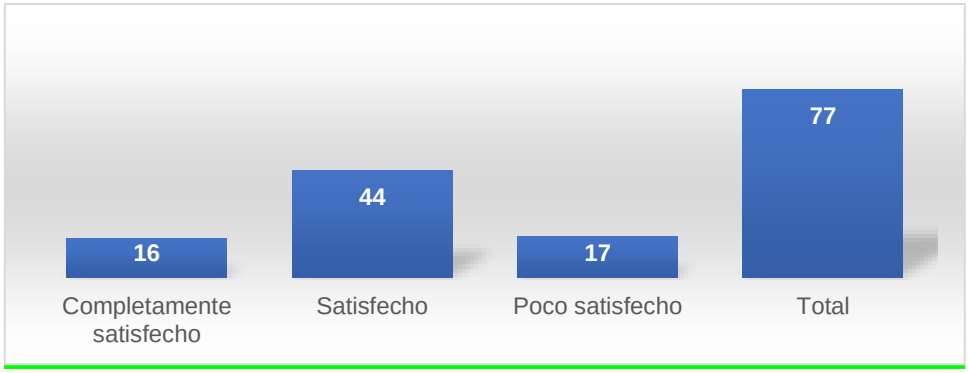


Fuente: elaboración propia (2021).

El 66 % de los encuestados considera que está satisfecho y un 25 % está completamente satisfecho con la formación recibida en el programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia, sin embargo, el 9 % está poco satisfecho. Estos datos son importantes debido a que se pueden generar estrategias que contribuyan a cambiar las perspectivas de los profesionales.

La formación académica es fundamental, pues esto conlleva a que los profesionales se desempeñen de la mejor manera en el ámbito laboral y personal. Hay que resaltar que el profesorado es una pieza fundamental en todo el proceso de enseñanza, pues la calidad de los docentes y su capacitación profesional permanente son fundamentales para una educación de calidad. El siguiente gráfico se muestra la satisfacción de los profesionales frente a la calidad de los docentes del PAE.

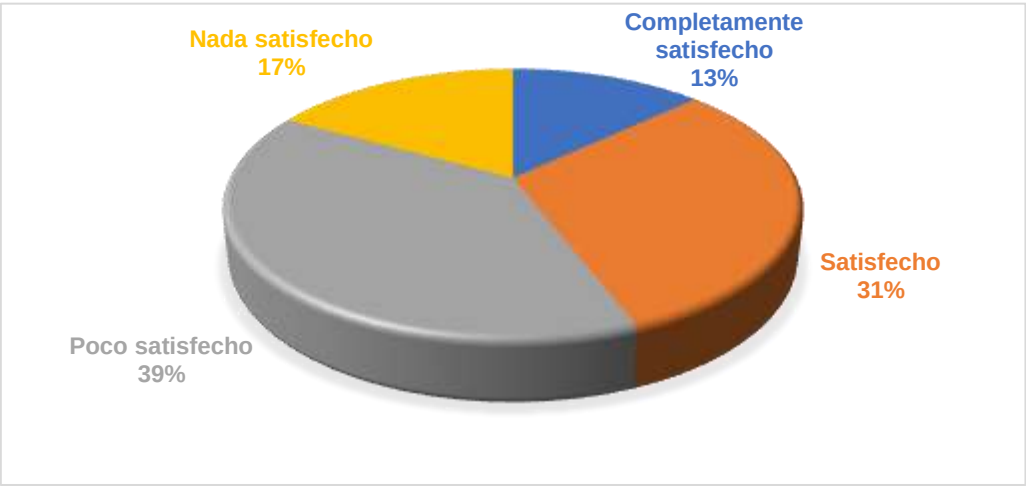
Figura 4.5.13. Valoración del graduado del PAE respecto a la satisfacción de la calidad de los docentes



Fuente: elaboración propia (2021).

Según Álvarez (2012), en el ámbito educativo la teoría y la práctica forman dos realidades, siendo esto uno de los principales problemas para el proceso de enseñanza-aprendizaje. No obstante, se debe reconocer el aporte que cada una realiza en la acción didáctica, por eso, debe darse un equilibrio entre amabas, además de que en algunas asignaturas la práctica es importante, ya que aporta de manera significativa al aprendizaje del profesional y, sin embargo, no se da. La satisfacción por parte de los graduados respecto al equilibrio y práctica se ve reflejado en la siguiente Figura 4.5.14.

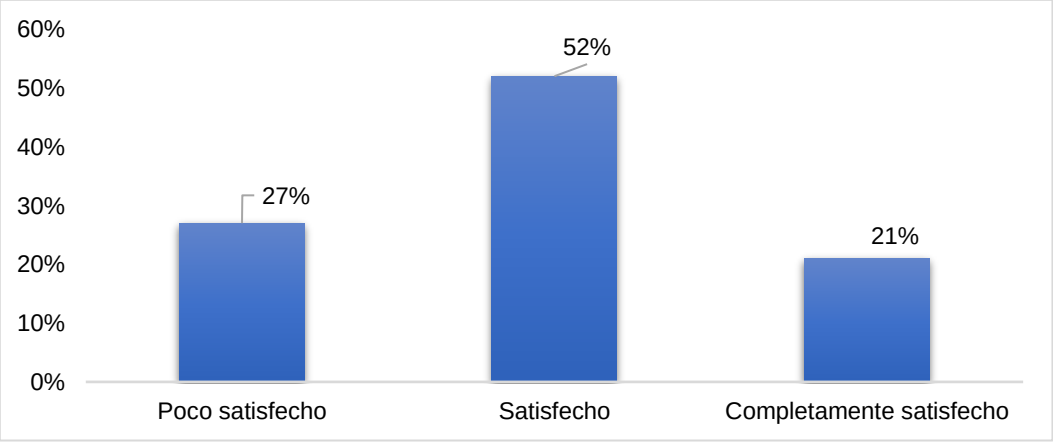
Figura 4.5.14. Satisfacción respectos a el equilibrio entre teoría y práctica por parte de los graduados



Fuente: elaboración inversa (2021).

Realizar estudios posgraduales como la especialización, la maestría y el doctorado, permiten mejorar y profundizar los conocimientos en las diferentes áreas, conllevando a que los profesionales sean competitivos y productivos, y así hacer frente a las demandas del mercado. La siguiente Figura 4.5.15. representa la satisfacción por parte de los graduados respecto a la accesibilidad en los programas de formación avanzada. Los programas deben hacer un análisis al plan de estudio que al final se vea reflejado en los graduados del PAE, además, buscar las estrategias necesarias para que los futuros profesionales tengan una educación integral que permitan generar un impacto positivo a través del seguimiento a los graduados logrando monitorear y evaluar el impacto social de los graduados y la pertinencia de la oferta del programa.

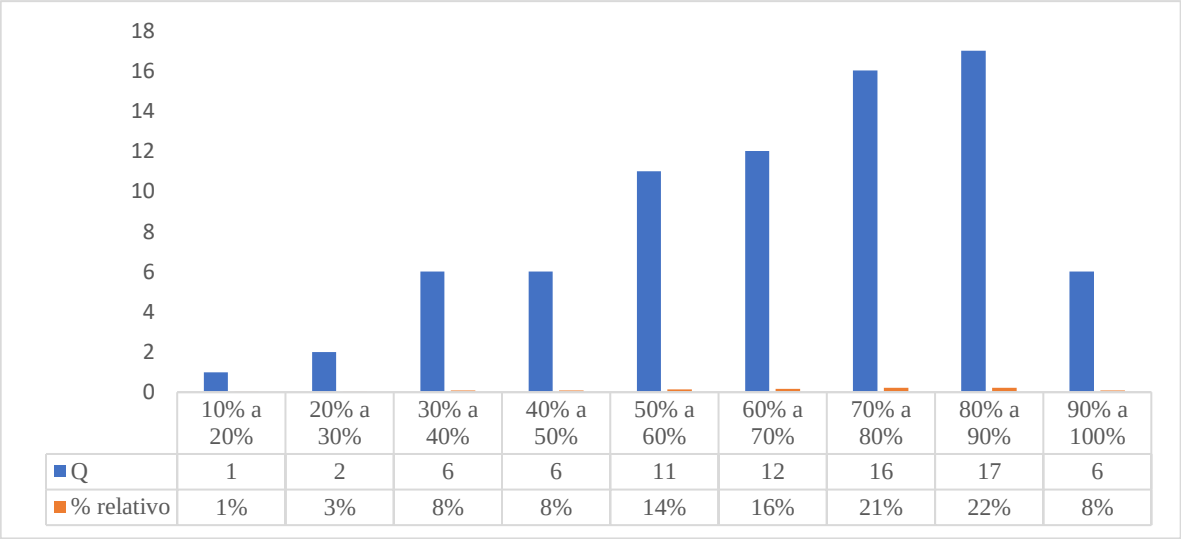
Figura 4.5.15. Satisfacción respecto a la accesibilidad a programas de formación avanzada por parte de los graduados



Fuente: elaboración propia (2021).

A continuación, se presenta en el gráfico el grado de satisfacción por la formación recibida en el PAE el cual va del 10 % hasta el 100 %. Esto es importante conocerlo debido a que se pueden buscar estrategias para mejorar el programa.

Figura 4.5.16. Grado de satisfacción por la formación recibida en el PAE



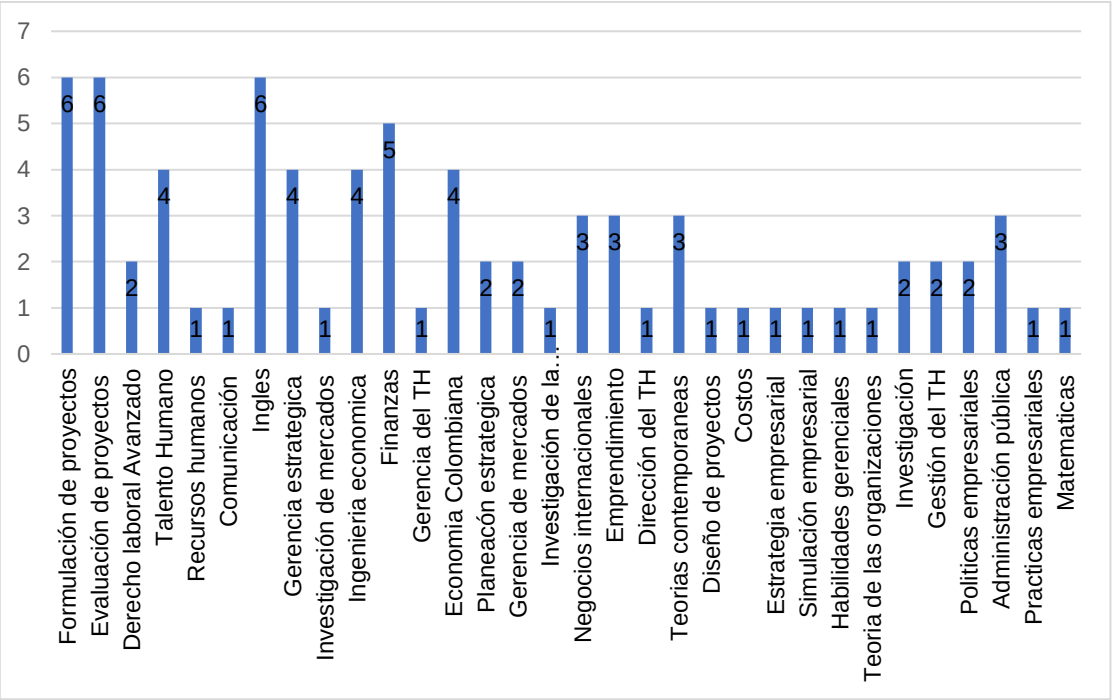
	10% a 20%	20% a 30%	30% a 40%	40% a 50%	50% a 60%	60% a 70%	70% a 80%	80% a 90%	90% a 100%
Q	1	2	6	6	11	12	16	17	6
% relativo	1%	3%	8%	8%	14%	16%	21%	22%	8%

Fuente: elaboración propia (2021).

Este gráfico muestra la variedad de las respuestas al grado de satisfacción que tienen los graduados del PAE con la formación recibida, es así como el 22 %, siendo la puntuación más alta, considera que está entre un 80 % y un 90 % satisfechos, solo el 8 % menciona que está completamente satisfecho entre el 90 % y el 100 %, sin embargo, el 1 % está en el rango de 10 % a 20 %.

El aprendizaje adquirido en las diferentes asignaturas se debe a las didácticas implementadas por los docentes, el autoaprendizaje, el conocimiento que ya se tiene sobre algunos temas específicos; se da por llevar a cabo la teoría a la práctica y también tienen que ver los gustos, las áreas de mayor interés para el desarrollo de su perfil profesional. Es por eso que en la siguiente Figura 4.5.17. se observan las asignaturas que le han parecido más interesantes, conforme con sus contenidos y no con la forma de impartirlas el profesor para el desarrollo del perfil profesional.

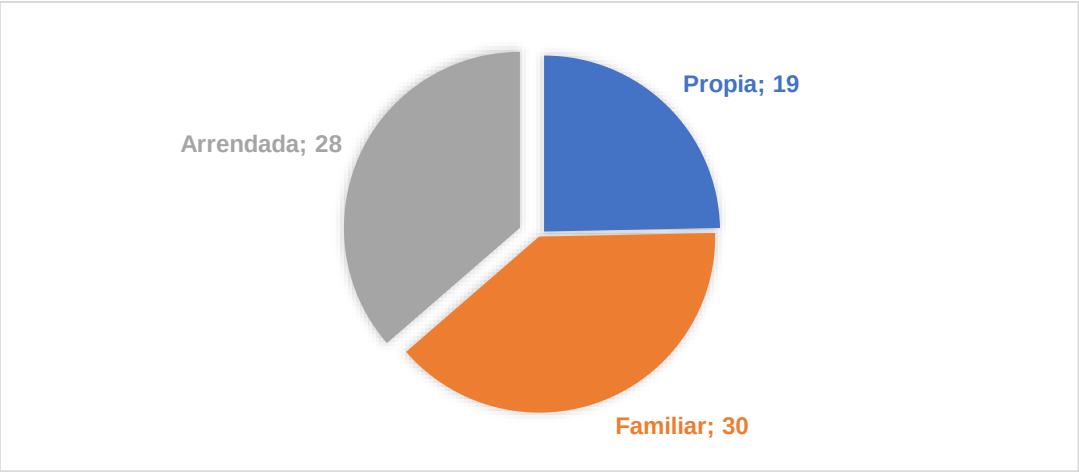
Figura 4.5.17. Asignaturas que le han parecido importantes para el desarrollo del perfil profesional conforme a sus contenidos y no con la forma de impartirlas el profesor



Fuente: elaboración propia (2021).

Una vez que se culmina con el proceso de formación se espera mejorar la calidad de vida, ya sea obteniendo altos ingresos o al menos aumentar con lo que actualmente gana, contar con una casa propia, un vehículo propio, viajar, entre otras cosas; esto depende de cada persona y de lo planeado para su vida. El 40 % de los graduados coincide en que los ingresos que actualmente deviene no es suficiente para cubrir con todas sus necesidades, sin embargo, cuarenta y seis consideran lo contrario. De otro lado, adquirir una vivienda propia es el deseo de muchos, por lo que una vez devengan ingresos se adquiere. La siguiente Figura 4.5.18. muestra cuál es la condición de vivienda con la que cuentan los graduados del PAE.

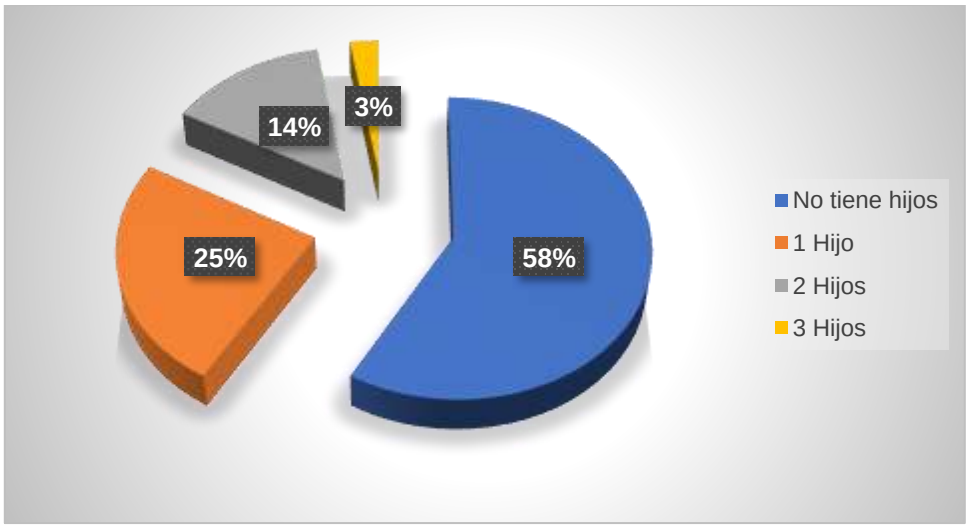
Figura 4.5.18. Condiciones de vivienda con la que cuentan los graduados



Fuente: elaboración propia (2021).

Las etapas emocionales e intelectuales que atraviesan los seres humanos como miembro de una familia desde la infancia hasta los años de jubilación se llaman ciclo de vida familiar. Según Healthwise (2019), las etapas del ciclo familiar son la independencia, la vida de pareja, la crianza de los hijos, la separación de los hijos adultos, y la jubilación o la tercera edad llamada también. Hay que resaltar que en muchos casos este ciclo se altera. En la Figura 44. se muestra la cantidad de hijos con los que cuentan los graduados del PAE año 2009-2019-1 de la Universidad de la Amazonia. Según el DANE (2019) el promedio de hijos en los hogares colombianos es de dos.

Figura 4.5.19. Número de hijos de los graduados del PAE 2014-2019-1



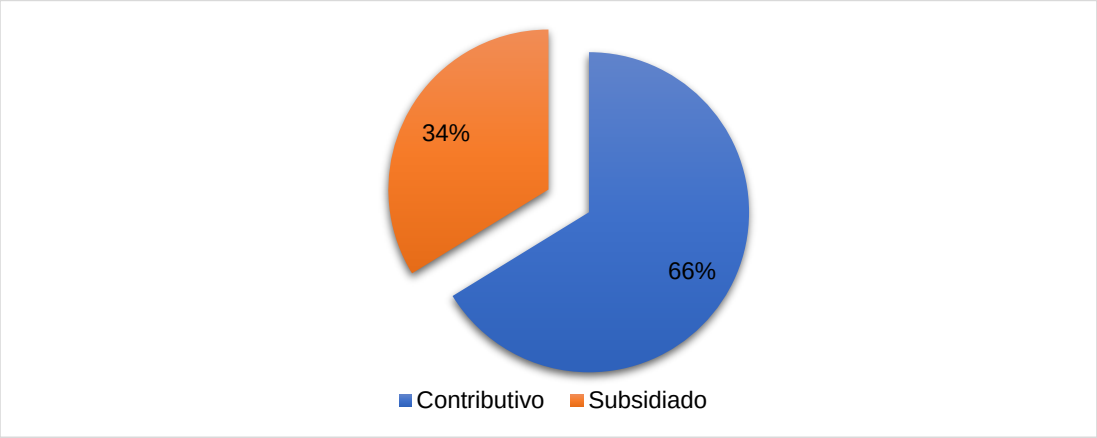
Fuente: elaboración propia (2021).

Cuando se forma una familia con su conyugue y sus hijos, se requiere de varios factores para obtener bienestar en el hogar como, por ejemplo, los alimentos necesarios, una vivienda digna, educación, recreación, salud, entre otros.

Al régimen contributivo puede afiliarse cualquier persona que tiene un empleo o está en capacidad de pagar la EPS. En cambio, en el régimen subsidiado se encuentran las personas más vulnerables del país, sin capacidad de pago, los cuales tienen acceso al servicio como un subsidio que ofrece el Estado Colombiano.

La siguiente Gráfica 4.5.20. muestra el porcentaje de graduados que pertenecen a los regímenes de salud. La mayor parte de los graduados del PAE hacen parte del régimen contributivo, representando el 66 % y solo el 34 % hace parte del régimen subsidiado.

Figura 4.5.20. Régimen de salud a la que pertenecen los graduados del PAE



Fuente: elaboración propia (2021).

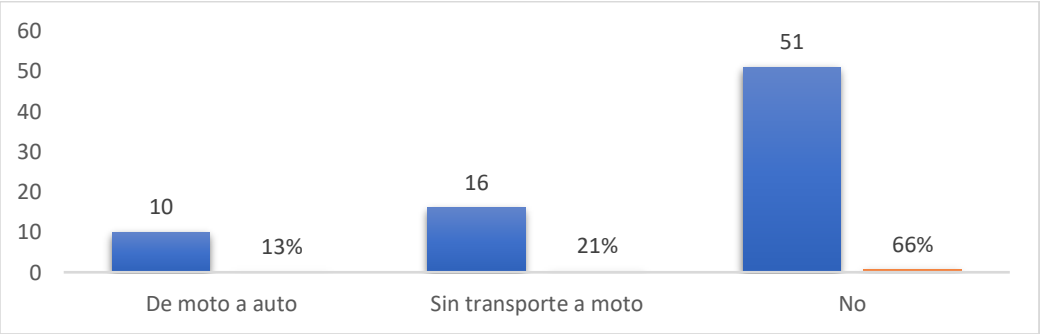
Dentro de los objetivos del trabajo de investigación se planteó construir indicadores de impacto de la calidad de vida de los graduados del PAE, relativos a las condiciones de la calidad de vida a través de distintas variables como: empleabilidad, relación del empleo con la formación, nivel de ingresos, cumplimiento de expectativas, condiciones actuales de vivienda, condiciones

actuales de transporte, atribuibles a la formación en el PAE. De esta manera, en el siguiente apartado se conocerá información acerca de los cambios que hubo en las condiciones de transporte, vivienda, ingresos salariales, estabilidad laboral después de obtener el título profesional como Administrador de Empresas.

Respecto a los medios de movilización y transporte con el que cuentan los graduados PAE, en la siguiente Figura se puede observar el cambio en las condiciones de movilización luego de optar al título.

El medio de transporte más usado por los graduados del PAE es la motocicleta, puesto que cincuenta profesionales cuentan con una propia y solo once tienen un auto o carro. Sin embargo, dieciséis aun no poseen un medio de transporte.

Figura 4.5.21. Cambios que realizaron los profesionales del PAE en las condiciones de transporte después de graduarse



Fuente: elaboración propia (2021).

Las condiciones de transporte no han cambiado para el 66 %, ya sea porque cuentan con la misma motocicleta o carro que tenían antes de graduarse o por otras razones. Aunque el 13 % pasó de tener una moto a contar con un auto, asimismo, el 21 % pasó de no contar con transporte a poseer una motocicleta después de graduado.

Es natural que después de contar con una formación académica y vincularse a una organización laboralmente o cuente con una empresa, empiece a aumentar los niveles de ingresos. Estos aumentos pueden darse conforme con el trabajo que desarrolle dentro de la organización, las funciones asignadas, el nivel que se encuentre según la jerarquía de la empresa, las horas, días o meses laborados, el cumplimiento de las metas, entre otros.

Aunque estos ingresos pueden disminuir o seguir igual, de acuerdo con la empresa que haga parte, la región en la que se encuentre, el rol que desempeñe y también la oferta de muchos profesionales y de pocas empresas, ya que hay profesionales que ganan igual o menos que otros o no aumentan sus ingresos a pesar de que cuenten con un título universitario. Según los graduados del PAE, ser profesional permite generar y aumentar ingresos, pues así el 65 % indica que sus ingresos mejoraron frente a un 35 % que aún no.

En concordancia con lo anterior, al obtener un título profesional aumentan los ingresos de los profesionales, permitiendo que se mejore la calidad de vida de los mismos, y uno de esos factores es obtener una vivienda digna, debido a que cuando se encuentra en la etapa de la juventud por lo general convive con la familia, pero una vez que quieren ser independientes o formar su propio hogar busca convivir en una vivienda aparte, aunque para todos no es el caso (Healthwise, 2019). La Figura 4.5.22. muestra si hubo cambios o no en las condiciones de vivienda después de graduado.

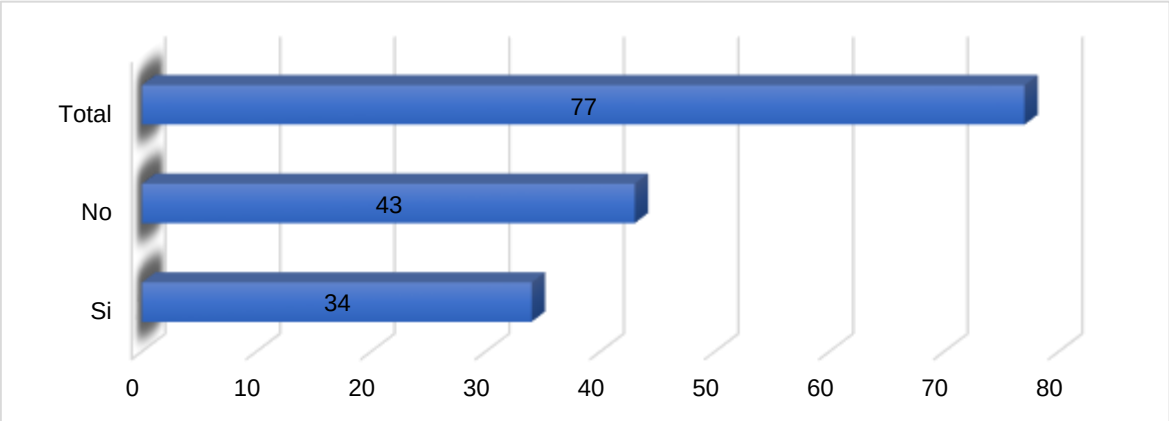
Figura 4.5.22. Cambio las condiciones de vivienda después de graduado del PAE

Fuente: elaboración propia (2021).

El 65 % de los graduados considera que no han cambiado las condiciones de vivienda, es decir, que siguen viviendo ya sea en la casa familiar, arrendada o propia. Sin embargo, el 35 % considera que sí cambiaron sus condiciones. Debido a que el 35 %, que se traduce a 27 graduados del PAE, ha cambiado las condiciones de vivienda ya sea de familiar a propia, de arrendada a familiar. Con esto, el 92 % de los encuestados dijo que no pasó de tener una vivienda arrendada a una vivienda propia, empero, el 8 % graduados respondió que sí.

Después de recibir el título profesional lo que se busca es empezar a poner en práctica lo adquirido durante la formación, sin embargo, al ingresar al mercado laboral los recién profesionales se encuentran con otra realidad, así lo demuestran los estudios mostrados inicialmente (Figura 5), puesto que pueden ingresar a laborar por reemplazos o por poco tiempo, además, se presentan limitaciones para ingresar y/o permanecer en el empleo, y se destaca en los grupos de individuos con mayores desventajas económicas (Formichella y London, 2013). Es por eso que en la gráfica siguiente se muestra si los graduados del PAE consideran que obtuvieron estabilidad laboral después de graduarse.

Figura 4.5.23. Obtuvieron estabilidad laboral después de graduarse los graduados del PAE



Fuente: elaboración propia (2021).

Esta información es importante debido a que se puede estimar el impacto de los graduados del Programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia (2014-2019-1), además de conocer cuáles son los beneficios económicos que reciben los graduados de la Uniamazonia debido a su formación antes y después de graduado. Igualmente, obtener datos actualizados de los mismos y buscar estrategias para mejorar la percepción del programa.

DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los estudios que se tuvieron en cuenta para realizar la discusión y comparación entre investigaciones sobre los graduados de administración de empresas en las diferentes Universidades del país. El primer estudio es la medición del impacto socioeconómico del Programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia- Uniamazonia en graduados y en el sector productivo (cohortes desde 1999-2009) en Florencia, Caquetá, llevado a cabo por Andrade et al., (2010). El segundo es el seguimiento a egresados graduados del Programa Administración de Empresas, centro regional Girardot del periodo 2015-1-2017-1 de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, elaborado por Aldana et al., (2017). El tercero es el seguimiento a graduados Escuela de Administración de Empresas- UPTC- Facultad seccional Chiquinquirá periodo 2001-2017, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, realizado por Díaz et al., (2018). El cuarto es el estudio impacto de los egresados del Programa de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera UFPSO en el sector productivo, periodo 2014-2017, de la Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña, desarrollado por Criado y Muñoz (2019). El quinto es el estudio de seguimiento a egresados 2012-2014 de programas académicos de pregrado de la sede central del programa en la sede central de la Pontificia Universidad Javeriana, realizado por la misma Pontificia Universidad Javeriana (2016). También se tomó en cuenta el Observatorio Laboral para la Educación.

Se hizo un análisis comparativo entre los graduados de las diferentes universidades en variables como empleo, ingresos y satisfacción del Programa

Administración de Empresas. Según el DANE (2020), la tasa de desempleo en los últimos años ha contado con diferentes fluctuaciones, y esto afecta a los colombianos en su calidad de vida y la economía del país.

El año 2020 cuenta con la mayor tasa de desempleo con un 19,8 %, seguido por el año 2011 representando el 10,9 %. Además, en el año 2013 y 2014 presentaron el mismo comportamiento con el 9,2 %, en el 2019 conto con el 9,4 %. Este comportamiento tiene repercusiones para los profesionales y todos los colombianos, además, se disminuye la tasa de oportunidad. Por esto, el 14 % de los graduados (2014-2019-1) del Programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia está desempleado, siendo mayor al porcentaje de desempleo para el año 2019 con el 9,4 %.

El desempleo en Colombia para el año 2014 fue del 9,2 % y del 2019 es del 9,4 %, es decir, que aumentaron los desempleados en el país. Así, pues, el 14 % de los graduados del PAE está desempleado y el 86 % está empleado para los años 2014-2019-1. No obstante, el 88 % está empleado y solo el 12 % está desempleado. Los graduados del PAE para los años 1999-2009 de la Uniamazonia de acuerdo con Andrade y Pardo (2012). Sin embargo, se debe tener en cuenta que el panorama de empleo difiere de los graduados hace cinco años, de los graduados hace 10 a 15 años, pues los graduados en este estudio apenas se están insertando en el mercado laboral y, en este sentido, se puede considerar que un 86 % es un nivel de empleabilidad alto.

En cambio, de los graduados del centro regional de Girardot solo el 77 % está trabajando y el otro 23 % está buscando empleo, estudiando, está incapacitado permanentemente o se dedicaron a los oficios del hogar (Aldana et al., 2017). Aunque de los graduados de la Universidad Javeriana solo el 71,8 % se encuentra laborando y el 28,2 % se encuentra estudiando, buscando trabajo (7,8 %), realizando oficios del hogar (2,1 %), otra actividad (6,4 %) y no responden (1,1 %) (Universidad Javeriana, 2016). Por lo tanto, los graduados del PAE de la Uniamazonia en los años 1999-2009 son los que cuentan con mayor tasa de

empleabilidad, comparado con los graduados de la misma universidad y programa en los años 2014-2019-1.

La brecha salarial que a la que se enfrentan los graduados de Administración de Empresas puede darse de acuerdo con lugar donde se encuentra trabajando, al sexo, también, por si la IES de donde es graduado es acreditada o no, por la experiencia, entre otros. El salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) para el año 2014 es de $616.000 pesos y para el año 2019 es de $828.116 pesos. Por lo que, el 61,03 % de los graduados del PAE en los años 2014-2019-1 se encuentra laborando con un rango salarial que oscila entre 1 a 2 SMMLV. Asimismo, para los graduados de los años 1999-2009 del PAE de la Uniamazonia el ingreso promedio después del grado es de $1.376.000 pesos, que también está en la escala de 1-2 SMMLV. Igualmente, los profesionales de la UPTC cuentan con un ingreso promedio mensual de 1-2 SMMLV (Díaz et al., 2018).

Sin embargo, el 18,6 % de los graduados de la Universidad Javeriana cuenta con ingresos mensuales entre $1.500.000 y $2.500.000, siendo este el porcentaje más alto, además el 8,8 % cuenta con ingresos superiores a $4.000.000 pesos. Así como los graduados del centro regional Girardot tienen salarios de más de dos a tres SMMLV. De acuerdo con el Observatorio Laboral (2016), los graduados como profesionales de pregrado están recibiendo salarios para el año 2014 de $1.736.849 más que el año 2016.

Según el DANE (2018), la diferencia entre los salarios de enganche de las Instituciones de Educación Superior acreditadas y no acreditas es del 14,1 %, así pues, se ve reflejada la diferencia de los ingresos salariales entre los graduados de la Universidad de la Amazonia y los de la Javeriana, los cuales son menores, además de que la brecha salarial por sexo aún sigue persistiendo, ya que ha aumentado en los últimos dos años 1,2 puntos porcentuales. Igualmente, existe una diferencia entre los salarios de los hombres y mujeres, donde se indica que los hombres en todos los niveles de formación (técnica, universitaria y posgradual) reciben mejores ingresos que las mujeres, concordando con las investigaciones presentadas anteriormente.

Es importante destacar que, de acuerdo con la escala mínimos de remuneración para el año 2017, la tabla salarial muestra que un profesional sin experiencia en el área de formación debería devengar $1.935.000 y con experiencia $2.380.000 Por lo tanto, los graduados del PAE no están recibiendo lo que es, a pesar de que estén devengando sueldos similares a los graduados de la UPTC.

Sin embargo, una de las opciones para aumentar los ingresos de los profesionales es la formación académica, es decir, desarrollar estudios posgraduales, para que puedan reinventarse como lo califica el decano de la Facultad de Economía de la Universidad de los Andes: “Los profesionales deben saber que hoy en día tienen que diversificarse y hacer que su capital humano sea flexible. Eso significa que tienen que estar dispuestos a reinventarse a sí mismos rápidamente” (Universidad del Rosario, 2017).

Es por eso que la formación académica debe entenderse como un proceso de crecimiento intelectual que le permite a la persona desarrollar habilidades y destrezas para llevar a cabo sus actividades, y consolidar las competencias que posee y aumentar sus ingresos. Además, de que una persona que cuenta con estudios no solo tiene éxito a nivel académico, sino también a nivel personal. Invertir en la educación es un proceso que será compensado en el futuro.

Para los graduados de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia (2014-2019-1) las condiciones de vivienda mejoraron para el 35 % de los graduados gracias a la formación del PAE, el 12,98 % pasó de vivir en una casa arrendada a una propia. Antes del grado, el 24,67 % cuenta con una casa propia, está en arriendo el 36,36 % y el 38,96 % habita en una vivienda familiar. Aunque para los graduados de las cohortes de 1999-2009 del PAE de la Uniamazonia, solo cambiaron en un 29 % después de recibir el título profesional gracias a la formación del PAE, antes del grado el 11 % cuenta con casa propia; el 47,4 % vivía en una casa familiar, el 7 % en arrendo y el 0,5 % de posada.

En cambio, en el seguimiento a los egresados del Programa de Tecnología Comercial y Financiera (2019), solo el 19 % cuenta con una casa propia, en arriendo está el 29 % de los graduados, el 17 % habita una vivienda de patrimonio

familiar, el 23 % vive en la casa de sus padres y el 12 % está pagando la casa. Es decir, que las condiciones de vivienda de los graduados del PAE de las cohortes 2014-2019-1 aumentaron en comparación con los otros, asimismo, son los que cuentan en mayor proporción con una casa propia.

Además de mejorar las condiciones de vivienda los graduados del PAE de la Uniamazonia de los años 2014-2019-1, lograron cambiar y mejorar el medio de transporte atribuibles a la formación del programa, por lo tanto, se realiza una comparación con el estudio realizado por Pardo et al., (2012) con los graduados antiguos del PAE de los años 1999-2009.

El 25,4 % de los graduados de las cohortes de 1999-2009 antes del grado solo usaba transporte público, en cambio, solo el 20,77 % no cuenta con transporte de los graduados del 2014-2019-1 (se redujo), es decir, que tenían que utilizar un medio de transporte público o privado, caminar o que lo recogiera un familiar; el 30 % contaba con una motocicleta, ahora el 64,93 % cuenta con una moto (aumentó); y un 7 % de los graduados antiguos usa automóvil ahora el 14,28 tiene un carro (aumentó). En general, las condiciones de transporte de los graduados del PAE de los años 2009-2019-1 aumentaron.

CONCLUSIÓN

El seguimiento a los graduados del PAE es importante y necesario debido a que se crea una comunicación de doble vía, primero porque son los graduados los que están en el campo laboral y son ellos los que se dan cuenta de las necesidades y problemas existentes, y las IES puedan hacer cambios, ajustes o mejoras dentro de sus currículos de acuerdo con lo que demanda el mercado. Así, pues, el seguimiento a los graduados es importante para determinar el impacto de los graduados en la sociedad. Es por eso que a través de este estudio se construyeron indicadores relacionados con variables económicas y de la calidad de vida; y el desempeño de los graduados del programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia de las cohortes 2014-2019-1.

Además, el impacto que ha generado el PAE es positivo, ya que 86 % de los graduados cuenta con empleo, el grado de satisfacción por la formación recibida en el programa es del 22 % y se encuentra en el rango de 80 % a 90 %, siendo esta la puntuación más alta.

Por lo tanto, se puede concluir que la situación actual de los graduados es favorable, ya que el 86 % se encuentra laborando, y se encuentran discriminados de la siguiente manera: trabajador independiente 17 %, empleado de empresa pública 30 %, empleado de empresa privada 39 %; además, solo el 14 % se encuentra desempleado. Sus ingresos oscilan en mayor proporción de 1 a 2 SMMLV con 47 profesionales y solo el 14 % está desempleado, además, el 48,05 % contaba con empleo antes de graduarse y el 18,18 % encontró empleo en menos de tres meses. De igual manera, consideran que los ingresos que perciben sí cubren las necesidades y que estos aumentaron con su formación profesional (53,24 %). Aunque para 43 graduados no se obtiene estabilidad laboral cuando se obtiene un título profesional. No obstante, solo el 22 % ha recibido distinciones o ascensos en la empresa donde labora y el 78 % no cuenta. Además, el 56 % considera que no ha encontrado estabilidad laboral luego de graduarse y el 44 % menciona que sí.

Las metas de los graduados del PAE que consideran muy importantes a la hora de graduarse son: generar ingresos con el 72,72 %, seguido por acumular experiencia con el 70,12 % y, finalmente, lograr ser empresario con el 56 %. También consideran que es muy importante la profesión debido a que les permiten desarrollar la autorrealización, representando el 73 %, les permite la accesibilidad a los programas de formación avanzada con el 59,74 % y la accesibilidad a grupos sociales con el 27,27 %.

Se encuentra satisfecho el 66 % de los graduados del PAE con la formación académica recibida en la Universidad de la Amazonia, el grado de satisfacción por la formación recibida en el Programa Administración de Empresas (PAE) es alta con el 22 % y consideran que la calidad de los docentes es buena (57,14 %), aunque respecto al equilibrio entre la teoría y práctica impartida están poco

satisfechos, representando el 39 % y el 17 % nada satisfechos cifra que se debe mejorar. Están satisfechos (52 %) respecto a la accesibilidad a programas de formación avanzada.

Además, las condiciones de vivienda han mejorado para el 12,98 % ya que pasaron de vivir en una casa arrendada a una casa propia, para el 64 % mejoraron en otras condiciones, también se puede destacar que los graduados del PAE son los que cuentan con más casas propias comparadas con otros estudios. No obstante, las condiciones de transporte no han cambiado para el 66 %, ya sea porque cuentan con la misma motocicleta o carro que tenían antes de graduarse o por otras razones. Pese a que el 13 % pasó de tener una moto a contar con un auto, el 21 % pasó de no contar con transporte a poseer una motocicleta después de graduado. Además, las condiciones de transporte aumentaron en comparación con los graduados del PAE de los años 1999-2009, estudio realizado por Andrade et al., (2012).

REFERENCIAS

Aldana, D., Camacho, D. F., y Miranda., L. D. (2017). *Seguimiento aegresados graduados del programa de Administración de Empresas, centro regional Girardot del periodo 2015-1–2017-1* [trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro Regional Girardot]. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/6570/T.A%20ALDANA%20PINTO%20DANIELA.pdf?sequence=1

Álvarez, C. Á. (2012). La relación teoría-práctica en los procesos de enseñanza-aprendizaje. *Educatio Siglo XXI, 30*(2), 383-402. https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/38854/1/160871-593421-1-PB.pdf

Andrade, M. C. y Pardo, Y. Y. (2012). 2ª Autoevaluación del Programa de Administración de Empresas para renovar registro calificado, *Informe al Programa Administración de Empresas*. Universidad de la Amazonia.

Arias, A. (2011). *Lineamientos para el diseño de un perfil del administrador de empresas de la Universidad Nacional Sede Manizales: basado en un enfoque por competencias laborales* [trabajo de grado, Universidad Nacional de Colombia sede Manizales]. http://www.bdigital.unal.edu.co/4562/1/7706540.2011.pdf

Cabeza, L., Castrillón, J. y Lombana., J. (2017). *Importancia y coincidencia de competencias para egresados de administración y empleadores: un enfoque por regiones de Colombia*. *Investigación y Reflexión, XXV*(2), 105-122. doi: https://doi.org/10.18359/rfce.1983

Cortés, M. E. y León., M. I. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

Criado, C. A. y Muñoz, I. D. (2019). *Impacto de los egresados del programa de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera de la UFPS en el sector productivo, periodo 2014-2017.* [trabajo de grado] Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña]. https://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/2693/1/32895.pdf

DANE. (2019). *El Dane reveló que en 2019 el PIB de Colombia creció al 3,3%, el más alto desde el 2014*. https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Dane-revelo-que-en-2019-el-PIB-de-Colombia-crecio-al-3-3-el-mas-alto-desde-el-2014-200214.aspx#:~:text=Las%20actividades%20econ%C3%B3micas%20que%20m%C3%A1s,alojamiento%20y%20servicios%20de%20comida.

DANE. (2020). Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) mercado laboral. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo

Díaz, A. C., Rodríguez, A. S. y Sánchez., M. (2018). *Seguimiento a graduados Escuela de Administración de Empresas - UPTC - facultad seccional Chiquiquirá, periodo 2001 - 2017* [monografía de Investigación, Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia]. https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2475/1/TGT-1063.pdf

Formichella, M. L. y London, S. (2013). Empleabilidad, educación y equidad social. *Revista de Estudios Sociales, 47*, 77-91. http://dx.doi.org/10.7440/res47.2013.06

Gómez, J. (2015). Las competencias profesionales. *Anestesiología, 38*(1), 49-55. https://www.medigraphic.com/pdfs/rma/cma-2015/cma151g.pdf

Healthwise. (2019). *Ciclo de vida familiar*. https://www.cigna.com/individuals-families/health-wellness/hw-en-espanol/temas-de-salud/ciclo-de-vida-familiar-ty6171

Jany, J. N. (1994). *Investigación integral de mercados un enfoque operativo*. Mc Graw Hill.

Observatorio Laboral para la Educación. (2011). *Perfil académico y condiciones de empleabilidad de los graduados de educación superior 2001-2010.* https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380185_recurso_1.pdf

Odriozola, J. G., Bondar, C. E., Yanda, M. G. y Martínez., M. d. (2011). Competencias profesionales del licenciado en Administración. Su medición en los graduados de la Universidad Nacional del Nordeste, Argentina. *Iberoamericana de Educación, 56*(2), 1-13. https://rieoei.org/historico/deloslectores/4254Odriozola.pdf

Pardo, Y. Y., Andrade, M. y Hermosa., D. (2012). *Evaluación Económica de políticas y proyectos: métodos alternativos y estudios de caso*. FERIVA.

Pemberthy, J. G. y Perez., F. (2013). *Competencias de los egresados de carreras administrativas de la ciudad de Medellín* [trabajo de grado,Universidad de San Buenaventura]

https://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/1581/1/Competencias_Egresados_Medell%C3%ADn_Pemberthy_2013.pdf

Pontificia Universidad Javeriana. (2016). *Estudio de seguimiento a egresados 2012-2014 de programas académicos de la sede central*. https://www.javeriana.edu.co/documents/15838/5529520/ESTUDIO+DE+SEGUIMIENTO+A+EGRESADOS+INSTITUCIONAL+2012-2014+FINAL+2.PDF/82f2a98c-3ace-4dcf-a09f-d6ecfe8987fa

Ramírez, M. T. y Téllez, J. P. (2006). *La educación primaria y secundaria en Colombia en el siglo XX.* doi:https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/5397/be_379.pdf.

Randstad. (2016). *La Pirámide de Maslow en el ámbito laboral*. https://www.randstad.es/tendencias360/la-piramide-de-maslow-en-el-ambito-laboral/

Suaza, E. (2010). *Direccionamiento estratégico del programa Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia*. Universidad de la Amazonia.

5. EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN: LÍNEA DE INVESTIGACIÓN TALENTO HUMANO

5.1. EFECTOS DE PROCRASTINAR EN EL DESARROLLO LABORAL: UNA REVISIÓN FRENTE A LA PRODUCTIVIDAD

Martha Susana Hernández Diaz[34]

RESUMEN

La procrastinación se entiende como la tendencia de posponer ciertas actividades que requieren de un mayor esfuerzo y que están limitadas por el tiempo. En este sentido, nuestro estudio tuvo como objetivo principal realizar un análisis de la incidencia de la procrastinación visto desde ámbito laboral, indagando las posibles causas y efectos. Para ello, se hizo un barrido bibliográfico en donde se analizaron artículos, tesis de grado, revistas indexadas, bases de datos y revistas científicas. Los resultados mostraron que un gran porcentaje de los colaboradores que procrastinan se debe a problemas de depresión, miedo y autorregulación cuyos efectos se ven reflejados directamente en la falta de compromiso, desmotivación, inconformismo en el lugar de trabajo, lo que incide, a su vez, en la productividad y, por ende, en la optimización de los recursos.

Palabras clave: Productividad laboral, talento humano, desempeño laboral

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones desde su inicio están creadas para cumplir los objetivos estratégicos establecidos con el propósito de alcanzar los resultados en un tiempo

[34]Magister en Administración. Administradora de Empresas. Profesora Asociada Universidad de la Amazonia. Coordinadora Maestría en Administración Universidad de la Amazonia (2012 – 2021-1), mar.hernandez@udla.edu.co

determinado con el apoyo del talento humano, el cual debe ser autónomo y responsable de ejecutar cada una de las actividades asignadas. Goleman (1999), citado por Navarro (2017), determina que las condiciones intelectuales no son la única garantía de éxito en el ámbito profesional del trabajo, sino tan solo un factor, que unido a las necesidades emocionales cubiertas del personal como equipo, desarrollará el desempeño y los resultados de todo líder y trabajador, motivándolo emocionalmente a ser productivo, lo que conlleva al éxito de la organización.

Hay un refrán popular español que dice: “No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy”, sin embargo, a pesar de las ventajas de tal refrán, hay gente que hace todo lo contrario, posponiendo el realizar cualquier tarea. Este fenómeno se denomina procrastinación. Proviene del latín y se compone de las palabras “pro”, que significa adelante o a favor de, y “crastinus”, que significa del mañana (Guzmán Pérez, 2013, citado por Cid, 2015).

En la actualidad, estudios han identificado la incidencia de procrastinar en el ámbito laboral no solo en el equipo de trabajo que integra la organización, este fenómeno de postergar habitualmente los asuntos a realizar se conoce como el “Arte” de aplazar. De acuerdo con Steel (2007), citado por Solf (2017), esta conducta se denomina procrastinación, la cual no debe ser percibida como un simple error, sino que se puede dimensionar el desenfoque y desorientación que representa en la productividad de la organización a consecuencia de diversos factores tanto emocionales como laborales que hacen que el colaborador procrastine en las actividades que cronológicamente se encuentran establecidas para desarrollar en el campo laboral.

Como factores emocionales que afectan la ejecución de las tareas asignadas al colaborador encontramos como incidencia, el estado de ánimo, la anegación y perturbación, las cuales son ocasionadas por temas personales que de una u otra forma afectan al colaborador en el campo laboral, al grado de no lograr concentrarse en su lugar de trabajo.

En cuanto a la postergación de actividades en el aspecto laboral, la incidencia de este radica en una mala organización del tiempo y de las actividades a realizar

según su nivel de importancia, realizando de manera oportuna las de menor complejidad lo cual hace que se deje para después las actividades con mayor valor e importancia, generando una reducción en el lapso de tiempo estipulado para cumplir con la ejecución de la actividad, provocando en el colaborador frustración y miedo al no lograr efectuar la actividad laboral asignada; según Lieberman (2019) la procrastinación es la tendencia de la mente para dar prioridad a necesidades del corto plazo en lugar de las necesidades del largo plazo.

Procrastinar en el desarrollo laboral consciente o inconscientemente debe ser un tema de suma importancia para las organizaciones y colaboradores, mediante el cual se incite al colaborador a realizar una autoevaluación acerca del cumplimiento de las actividades laborales asignadas, preguntándose si realmente el tiempo en que ejecuta la actividad es el estipulado, si lo hace de manera eficaz y eficiente generando un valor agregado a la organización o si por lo contrario es una persona que pospone, retrasa, deja para mañana o para después el desarrollo de las actividades por no contar con una organización cronológica de las tareas a desempeñar o simplemente las posterga por no distribuir de manera oportuna el tiempo y dedicarlo a otras actividades diferentes a las estipuladas. Para combatir la procrastinación en el desarrollo laboral se requiere de compromiso, vocación, conciencia y cultura por parte del colaborador el cual sea productivo y eficiente en el desarrollo de su jornada laboral.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las organizaciones para ser rentables y productivas económicamente deben contar con un buen equipo de trabajo, el cual ejecute las actividades asignadas de manera eficaz y eficiente para contribuir con el objeto social y alcanzar los resultados esperados de acuerdo con la planeación estratégica de la organización. Es así como cada día las organizaciones velan por la selección del mejor talento humano, buscando colaboradores comprometidos, responsables y eficientes para el buen desempeño de las actividades laborales.

En la actualidad, los colaboradores se enfrentan al fenómeno de la procrastinación la cual se define, según García (2011), como un complejo trastorno del comportamiento que a todo el mundo afecta en mayor o menor medida. Consiste en postergar de forma sistemática aquellas tareas que debemos hacer, que son cruciales para nuestro desarrollo y que son reemplazadas por otras más irrelevantes, pero más placenteras de llevar a cabo. Es asumida popularmente como simple "pereza", aunque en realidad no es exactamente pereza: es el realizar trabajos menos pesados para evitar los que deberíamos estar haciendo, y así justificar que estamos muy ocupados para ocuparnos de él en ese momento.

En este sentido, queremos analizar los efectos de la procrastinación en el desarrollo laboral, estableciendo las causas y consecuencias, las cuales afectan de manera directa el rendimiento y la productividad del colaborador en la ejecución de sus actividades diarias dentro de la organización.

El presente artículo de revisión bibliográfica tiene como propósito dar a conocer los efectos de la procrastinación en el desarrollo de las actividades laborales de los colaboradores, a partir de las consultas realizadas a diferentes fuentes de información como publicaciones, artículos, libros y trabajos investigativos, etc., a través de los cuales se identificarán las causas y consecuencias de procrastinar en la jornada laboral dentro de la organización. Lo anterior, teniendo en cuenta la importancia de lo que representa para la organización el desempeño de sus colaboradores y que de una u otra manera se ve afectado cuando ocurre la procrastinación dentro de ella.

MARCO TEORICO O REFERENCIAL

Actualmente existen investigaciones, artículos y estudios que buscan medir el desempeño laboral de los colaboradores dentro de las organizaciones, los cuales han demostrado que desde hace mucho tiempo los colaboradores consiente e inconscientemente procrastinan en sus jornadas laborales. Históricamente, la procrastinación ha evolucionado junto con el progreso de la humanidad, sin embargo, es en la época de la revolución industrial que el empleo eficiente del tiempo empezó a cobrar valor en la administración de las tareas. Así, la gestión

del tiempo empezó considerarse como un recurso económico y a la postergación de tareas como un hábito perjudicial, visión que se mantiene hasta nuestros días (Lozano y Bonora, 2015, citado por Inga, 2018).

Constantemente, los colaboradores retrasan el cumplimiento de sus labores utilizando el tiempo en otras actividades, sin priorizar las que se deberían realizar en la jornada de trabajo de acuerdo con lo direccionado por los superiores, es así que podríamos definir la procrastinación como posponer un deber o quitar tiempo a una obligación para destinarlo a otra. En definitiva, el arte de dejar para mañana lo que se debería haber resuelto hoy. A pesar de no ser siempre conscientes, procrastinar afecta negativamente a nuestra productividad. Y a largo plazo incide negativamente a nuestra autoestima (Arostegi, 2017).

Según Robbins y Judge (2009), citado por Hernández et al., (2018), la productividad laboral es una medida de desempeño tanto de la eficiencia como de la eficacia. Entre los factores que definen la productividad están la gestión gerencial, la calidad de la comunicación y el clima de trabajo, entre otros no menos relevantes. En este sentido, se puede definir como el aumento o disminución de los rendimientos originados en la variación de cualquiera de los factores que intervienen en la producción: capital, trabajo, técnicas entre otras.

Por su parte Blanco (2007), citado por Hernández et al., (2018), indica que la productividad consiste en mostrar un rendimiento y nivel de ejecución laboral que permita alcanzar los objetivos establecidos intentando superarlos siempre que sea posible; igualmente, implica sentir interés y motivación por la productividad de la organización, de manera que este factor permite elevar el rendimiento en todos los procesos productivos.

En concordancia con lo anterior, el procrastinar en el ámbito laboral puede implicar un retraso en el logro de los objetivos establecidos, como una afectación en la vida personal, la cual trae consigo consecuencias emocionales al darse cuenta de que no se realizó la actividad contando con el tiempo suficiente el cual se dedicó a otras actividades. La procrastinación, así pues, es entendida como una demora en el inicio y/o finalización de una tarea o actividad que se tenía la intención de

realizar, y que suele acompañarse de malestar, ansiedad y/o preocupación (Lay, 1986, citado por Díaz, 2018).

Finalmente, La procrastinación en el entorno laboral puede ser un grave problema para la salud psicológica de las personas, por lo que saber identificar los motivos por los que se está posponiendo el trabajo puede ayudar no solo a mejorar la productividad en la empresa, sino también a la salud personal (Sánchez, 2020). El posponer o dejar de hacer las actividades trazadas es causa de una mala organización del tiempo que impide que haya un equilibrio entre el aspecto personal y laboral causado por una serie de aspectos como la indecisión, la falta de compromiso, el conformismo, la pereza, el miedo, la desmotivación, el estado emocional, holgazanería y la falta de energía del colaborador.

DISCUSIÓN ENTRE AUTORES

En este documento se presenta el trabajo realizado para analizar e identificar mediante una revisión bibliográfica los efectos de procrastinar en el desarrollo laboral, obteniendo como resultado que la procrastinación es una situación habitual de los colaboradores que desde hace muchos años se viene presentando de manera cronológica en las organizaciones, cuya su principal causa está relacionada a estados emocionales al nivel de agrado de la actividad asignada, que como consecuencia ha generado pérdida de tiempo, dinero y productividad a las empresas, para la cual se relacionan resultados de investigaciones realizadas sobre procrastinación en el ámbito laboral.

En el 2013 Caicedo realizó un trabajo de investigación acerca de la incidencia de procrastinar en la productividad de una empresa, conformada su población por todos los colaboradores de la organización, un total de 26 personas que como resultado arrojo que el colaborador procrastina porque no se encuentra capacitado y desconoce las consecuencias de no aprovechar el tiempo y los recursos, afectando esto el desempeño laboral y su capacidad productiva no es aprovechada al 100 %.

Arias (2021), en su artículo científico, analiza la procrastinación laboral en colaboradores del sector público, tomando como referencia factores sociodemográficos como la edad y el género, que como resultado arrojó que los hombres con un porcentaje del 45 % procrastinan más que las mujeres, las cuales obtuvieron un porcentaje del 30 %. En cuanto a la edad los resultados arrojaron que en un rango de 41 a 56 años el 72 % de los colaboradores procrastina habitualmente.

Becerra (2019) en su trabajo de investigación realizó un estudio acerca de la procrastinación laboral y el cumplimiento de las obligaciones del contador público. el tamaño de la muestra 135 contadores públicos, en la cual para la pregunta realizada acerca del Nivel de Procrastinación del contador público respecto a la dimensión “Conductual”. Como resultados se encontró que el 62 % de los contadores, equivalente a 84 personas, tiene un nivel alto de procrastinación laboral, y un 37.8 % un nivel medio, correspondiente a 51 contadores.

Rojas (2020) hizo su trabajo de investigación sobre el compromiso organizacional y procrastinación laboral en empleados de una empresa, su población de estudio conformada por 250 colaboradores, estudio la procrastinación dentro de las variables cyberpereza y sentido de servicio. Para lo cual obtuvo los siguientes resultados para cada una de ellas, procrastinación laboral, del total de la muestra el promedio de procrastinación se encuentra en 64.8 %, procrastinación laboral componente cyberpereza el promedio de procrastinación por este concepto es del 70.4 %, y para procrastinación laboral componente sentido de servicio su promedio es del 66.8 %, para lo cual podemos concluir de acuerdo con porcentaje promedio que el mayor número de colaboradores procrastinan por ciberpereza a realizar sus actividades.

Salgado (2018) realizó un estudio de investigación en donde buscaba caracterizar los niveles de procrastinación, en general, y de procrastinación laboral que presentan los ejecutivos de centros de llamados en la Región Metropolitana, Santiago de Chile, en particular. Para lo cual hizo un análisis descriptivo con base en la metodología cuantitativa, en donde se aplicaron varios instrumentos. Como

resultado se puedo establecer que los ejecutivos mayormente procrastinan dado que las actividades que generalmente practican se vuelven monótonas y tienden a volverse aburridas.

Finalmente, podemos concluir de acuerdo con los aportes expuestos anteriormente que las personas generalmente procrastinan por simple decisión, por aspectos personales como la frustración, el miedo al fracaso, depresión, situaciones económicas, familiares y desmotivación, así como aspectos laborales como desagrado por la actividad, falta de compromiso, mala aptitud, distribución del tiempo y priorización de actividades de menor escala lo que, como consecuencia, ocasiona que no se optimice el tiempo en las actividades establecidas provocando un detrimento económico para la organización. En este sentido, el procrastinador se convierte en una persona no grata para el equipo de trabajo ya que se genera problemas de no productividad, que si no se controla con especialistas tiende a volverse una práctica habitual dentro de la empresa.

CONCLUSIONES

Una vez clasificadas todas las fuentes de información consultadas sobre el tema de procrastinación laboral, se procedió a analizar cada una de ellas para identificar las causas y consecuencias que provocan este fenómeno en los colaboradores, logrando concluir que la procrastinación en el desarrollo laboral es una más de las tantas características negativas presente en los colaboradores a través de la cual las organizaciones pierden tiempo y dinero por la falta de productividad y buen desempeño del empleado. Procrastinar consciente o inconscientemente es consecuencia de una mala distribución de las actividades a ejecutar, en la que el colaborador tiende a realizar las de menor complejidad, dejando para después las más importantes, ocasionando esto en la persona casos de estrés, frustración y desmotivación por no cumplir con el trabajo asignado. Dejar una tarea para después, posponerla, aplazarla o simplemente no realizarla es una situación más común y habitual de lo que parece.

En definitiva, este artículo deja claro que la incidencia de la procrastinación deja pérdidas económicas año tras año, lo que no permite que haya una optimización de recursos. La reflexión e invitación a los gerentes o coordinadores del talento humano es detectar a tiempo esta mala conducta en los colaboradores, trabajar en ello buscando y adoptando medidas precisas que permitan corregirse de manera oportuna.

RECOMENDACIONES

Las organizaciones deben de implementar programas de capacitación enfocada a la optimización del tiempo en la ejecución de las actividades laborales dentro de la organización. Los gerentes de talento humanos deben buscar alternativas o técnicas que puedan ser Implementadas en los colaboradores en pro de detectar a tiempo una persona que refleje la tendencia de mal gastar el tiempo en la jornada laboral. Los jefes de talento humano deben buscar estrategias que permitan minimizar ciertas distracciones que impidan que el colaborador se enfoque en la tarea asignada y de esta manera pueda ser más proactivo en su puesto de trabajo.

REFERENCIAS

Arias, J. (2021). Adaptabilidad a las tecnologías de la información, comunicación y procrastinación laboral en colaboradores del sector público en Arequipa. *Revista Científica Uisrael*, *8*(1), 1-14. https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.348

Arostegi, I. (2017). *Procrastinación: dejar para mañana lo que puedo hacer hoy. Causas y consecuencias*. https://www.psicologobilbaoisabelarostegi.com/procrastinacion-causasconsecuencias/#:~:text=Falta%20de%20disciplina%3A%20dificultades%20en,al%20no %20iniciar%20la%20tarea

Becerra, Y. (2019). *Procrastinación laboral y cumplimiento de obligaciones tributarias del contador público Trujillo 2019* [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46137/Becerra_HYRSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Caicedo, F. (2013). *La Procrastinación y su incidencia en la Productividad en la empresa Alvaro Jean`s de la ciudad de Pelileo* [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5744/1/89%20o.e..pdf

Díaz, J. (2018). *Procrastinación: Una Revisión de su Medida y sus Correlatos*.

https://www.aidep.org/sites/default/files/2019-04/RIDEP51-Art4.pdf

Sánchez Risco, F. (2020). Qué es la procrastinación, qué tipos hay como solucionarlo. https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-la-procrastinaci%C3%B3n-tipos-hay-y-c%C3%B3mo-fernando-sanchez-risco

García, M. (2011), Problemática multifactorial del absentismo laboral, el presentismo y la procrastinación en las estructuras en que se desenvuelve el trabajador. *Med.segur.rab*, 57(223), 111-120. https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v57n223/especial2.pdf

Hernández, I., García, R. y Teovaldo, R. (2018). *Impacto de la procrastinacion en la productividad del gerente*. https://www.google.com/searchq=La+Procrastinacion+En+La+Productividad+Del+Gerente&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwi1wGYpMfuAhXDqlkKHUU4DzEQBSgAegQIChA0&biw=1366&bih=65

Inga, D. (2018). *Procrastinación y satisfacción laboral en personal operativo de una empresa manufacturera peruana* [tesis de licenciatura , Universidad San Ignacio de Loyola]. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8482/1/2018_Inga-Vera.pdf

Lieberman, C. (2019). Procrastinar no es un asunto de holgazanería, sino de manejo de las emociones. *The New York Times.* https://www.nytimes.com/es/2019/03/26/espanol/como-evitar-la-procrastinacion.html.

Navarro, D. (2017). *Inteligencia emocional y procrastinación académica en estudiantes de cuarto grado de secundaria de una institución educativa, Barranca* [tesis de licenciatura, Chimbote]. http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/4568/Tesis_56447.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas, W. (2020). *Compromiso organizacional y procrastinación laboral en empleados de una empresa de pastelería del distrito de surco* [tesis de licenciatura, Universidad Autónomo del Perú]. http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/1055.

Rodallega, Z. (2020). *El impacto de la procrastinación en el desempeño laboral: Caso Granja Hortofrutíco la Ganadera El Agrado (Vereda La Zapata-Palmira).* https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/36549/zrodallegab.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Salgado, E. (2018). *Procrastinación general y laboral en ejecutivos de centros de llamados de la Región Metropolitana*.

https://www.umcervantes.cl/wpcontent/uploads/2019/05/PROCRASTINACI%C3%93N-GENERAL-Y-LABORAL-EN-EJECUTIVOS-DE-CENTROS-DELLAMADOS-DE-LA-REGI%C3%93N-METROPOLITANA-.pdf.

Cid, S. (2015). *Perfeccionismo, autorregulación, autoeficacia y bienestar psicológico en la procrastinación* [tesis para Máster, Comillas Universidad Pontificia]. https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/1043

Solf, A. (2017). *Tiempo productivo de las organizaciones modernas: Aportes de la psicología.* https://www.researchgate.net/publication/319113799_TIEMPO_PRODUCTI

VO_EN_LAS_ORGANIZACIONES_MODERNAS_APORTES_DE_LA_PSICOLOGIA_A_productive_time_in_modern_organizations_Contributions_of_Psychology

5.2. LA FILOSOFÍA JAPONESA 9'S COMO OPCIÓN DE MEJORA CONTINUA EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN LAS INSTITUCIONES DE NIVEL SUPERIOR EN AGUASCALIENTES, MÉXICO

Octavio Hernández Castorena[35], Irvin Edgardo Loza Covarrubias[36]

RESUMEN

En el presente estudio con la finalidad de analizar cómo es el aprovechamiento y aplicación en algunos trabajadores seleccionados de manera aleatoria estratificada, respecto a la filosofía japonesa de 9's en cuatro instituciones de educación pública también seleccionadas de la misma forma aleatoria, se aplicó un instrumento de medición integrado por 10 dimensiones en el que sus indicadores fueron operacionalizados por la escala Likert 1-5 con el apoyo de su jefe inmediato en cada una de estas instituciones. El instrumento se aplicó entre febrero y abril del 2020 de manera presencial. Los resultados obtenidos fueron tratados estadísticamente con el software SPSS versión 25 con las técnicas estadísticas de fiabilidad de Cronbach y análisis descriptivos, obteniendo que en este tipo de organizaciones sus trabajadores son dedicados, sinérgicos y comprometidos con su organización. Esto significa que al no estar en una empresa industrial donde esta Filosofía de 9's es aplicada al 100% de manera necesaria, su aceptación y aprovechamiento es altamente productivo ya que sus áreas a percepción de sus jefes inmediatos, esta ordenada, limpia y se evita al máximo la demora en la búsqueda de las cosas siendo con ello, eficientes y productivos.

Palabras clave: Mejora continua, Filosofía Japonesa 9's, Educación Superior

[35]Doctor en Ciencias Administrativas. Profesor Universidad Autónoma de Aguascalientes, Profesor Invitado Maestría en Administración Universidad de la Amazonia, ohernandez@correo.uaa.mx

[36]Doctor en Ciencias de la Alta Dirección, Magister en Administración, Ingeniero Industrial Estadístico, Universidad Autónoma de Aguascalientes,irvin.loza@edu.uaa.mx

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, para todo tipo de organización es importante cuidar los aspectos de desempeño, productividad y calidad en todos los sentidos de manera que les permita ser altamente competitivos (Cantú, 2006). Esto significa que, al margen de la actividad y giro que tengan las organizaciones, los responsables de la operación de estas deben tener de manera interna sistemas demás de procedimientos debidamente organizados de tal manera que sean eficientes y claros para todos los miembros de la organización (Marcos et al., 2018). En este sentido, es importante resaltar que no solo la industria está interesada en trabajar fuerte en la mejora continua así como en mantener en buenas condiciones sus sistemas internos de calidad, sino que también el sector educativo requiere de este tipo de estrategias para mejorar de manera significativa sus sistemas internos mediante un adecuado diagnostico e implementación de métodos apropiados para fomentar la mejora continua entre la comunidad educativa (Baltazar, 2005).

Para las instituciones educativas donde evidentemente no se producen partes, pero sí se tienen agendas de trabajo que cumplir, es importante que se tengan estrategias y métodos de control que permitan a la institución tener sus grados de efectividad que sean de entera satisfacción a los clientes y esto implica que los trabajadores tengan hábitos que les permita ser confiables y comprometidos con la institución (Covey, 1998). Es por ello por lo que los responsables de coordinar las actividades en las instituciones educativas deben cuestionarse si implementar una filosofía de origen japonés como las 9’s tendrá impacto positivo en sus trabajadores de tal manera que mejoren aspectos de proactividad, compromiso por trabajar en equipo y si podrán ser elementos con un alto desempeño al momento de dar cumplimiento a las funciones que les sean encomendadas. En el presente trabajo se tiene la finalidad, a través de un diagnóstico, de analizar qué elementos se pueden identificar para proponer estrategias de mejora en el desempeño del personal de instituciones educativas en Aguascalientes.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La mejora continua que tiene como objetivo principal el optimizar la operación de las organizaciones las obliga a definir acciones que, a través de la cultura de calidad organizacional, les permita reforzar una cultura de calidad personal entre los colaboradores. De ahí surge la importancia de implementar metodologías que permitan fortalecer el compromiso de los colaboradores en la organización hacia la mejora y optimización de los procesos productivos, ya sea de bienes o en su caso de los servicios que se ofrecen a los usuarios, como es el caso de las Instituciones de Educación Superior. Con base en dicho contexto, la filosofía de las 9's contribuye a fortalecer el compromiso de los colaboradores en la organización, aunado a que permite sentar las bases para la mejora continua (Kaizen) en las organizaciones, (Hirano, 2000; Imai, 2000).

Filosofía de las 9's. La filosofía de las 9's tiene su fundamento en la filosofía original que solo consideraba a cinco de ellas, las cuales, según Humberto Cantú (2011), son una metodología japonesa que "tiene por objetivo desarrollar un ambiente de trabajo agradable y eficaz, el cual permita el correcto desempeño de las operaciones diarias, con lo cual se logran los estándares de calidad del producto o servicio" (p. 61), las cuatro restantes fueron adicionadas a la filosofía con la finalidad de fortalecer el compromiso de las personas, manteniendo el mismo objetivo que se había planteado únicamente para las cinco que integraron la metodología original (Bencomo y Lezama, 2010; González et al., 1996; Mogro et al., 2014).

Las 9's, llamadas así por el nombre de cada una de ellas en japonés, integran, entonces, "un sistema cuyo máximo beneficio se obtiene cuanto trabajan como tal y no de manera aislada" (De Anda y Rosales, 2009, p. 36), adicional a esto, De Anda y Rosales (2009) mencionan que no todas las "S" de la filosofía se implementan como tal en un espacio físico, es decir, "cuatro de ellas son las que

se implementan; las primeras tres se aplican al área física de trabajo y la cuarta directamente en la persona. Las otras cinco vendrían siendo resultado o consecuencia de mantener permanentemente las primeras cuatro" (p. 36), coincidiendo con la clasificación que hace Humberto Cantú (2011) en referencia a que una parte de ellas está orientada a mejorar las condiciones de trabajo del área física y el resto está enfocada en los colaboradores de la organización donde se lleva a cabo la aplicación o mejora del área física. Marisela Bencomo y Rafael Lezama (2005) listan a las 9'S con su nombre en japonés y su traducción al español de la siguiente manera (p. 3):

-Seiri (ordenar o clasificar).
-Seiton (organizar o limpiar).
-Seiso (limpieza o pulcritud).
-Seiketsu (bienestar personal o equilibrio).
-Shitsuke (disciplina).
-Shikari (constancia).
-Shitsukoku (compromiso).
-Seisho (coordinación).
-Seido (estandarización).

De las cuales, según De Anda y Rosales (2009), referenciando a Cantú (1998), se clasificarían de las siguiente manera: Seiri (ordenar o clasificar), Seiton (organizar o limpiar) y Seiso (limpieza o pulcritud), están enfocadas al área física y las cosas, Seiketsu (bienestar personal o equilibrio), Shitsuke (disciplina), Shikari (constancia) y Shitsukoku (compromiso), están enfocadas a las personas y, por último, Seisho (coordinación) y Seido (estandarización), con enfoque a la organización en general. Para comprender cada una de las 9'S se muestra la siguiente descripción que ofrece la Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial (2007) del Instituto Politécnico Nacional (México) en su documento "Las 9"s": Organización, Orden y Limpieza en tu Empresa", misma

que coincide en la descripción que ofrece de cinco de ellas el Manual para la Implementación Sostenible de las 5S desarrollado por Johnny Cruz (2010):

- ***Seiri: Seleccionar o Clasificar***

  "Organizar consiste en separar lo necesario de lo innecesario, guardando lo necesario y eliminando lo innecesario" (p. 7).
- ***Seiton: Organizar***

  "El orden se establece de acuerdo a los criterios racionales, de tal forma que cualquier elemento esté localizable en todo momento. ¿El orden se lleva a cabo mediante la identificación de un elemento, herramienta u objeto a través de un código, número ó algo característico; de tal forma que sea fácil de localizar" (p. 9).
- ***Seiso: Limpiar***

  "Mantener permanentemente condiciones adecuadas de aseo e higiene, lo cual no sólo es responsabilidad de la empresa, sino que depende de la actitud de los empleados" (p. 10).
- ***Seiketsu: Bienestar personal o equilibrio***

  "Es una forma empírica de distinguir una situación normal de una anormal, con normas visuales para todos y establece mecanismos de actuación para reconducir el problema" (p. 11).
- ***Shitsuke: Disciplina***

  "Cada empleado debe mantener como hábito la puesta en práctica de los procedimientos correctos. Sea cual sea la situación se debe tener en cuenta que para cada caso debe existir un procedimiento" (p. 11).
- ***Shikari: Constancia***

  "Voluntad para hacer las cosas y permanecer en ellas sin cambios de actitud, lo que constituye una combinación excelente para lograr el cumplimiento de las metas propuestas" (p. 12).
- ***Shitsukoku: Compromiso***

  "Es la adhesión firme a los propósitos que se han hecho; es una adhesión que nace del convencimiento que se traduce en el entusiasmo día a día por

el trabajo a realizar. Un compromiso que debe permear a todos los niveles de la empresa y que debe utilizar el ejemplo como la mejor formación" (p. 13).

- ***Seisho: Coordinación***

  "Una forma de trabajar en común, al mismo ritmo que los demás y caminando hacia unos mismos objetivos. Esta manera de trabajar sólo se logra con tiempo y dedicación" (p. 13).

- ***Seido: Estandarización***

  "Permite regular y normalizar aquellos cambios que se consideren benéficos para la empresa y se realiza a través de normas, reglamentos o procedimientos. Éstos señalan cómo se deben hacer las actividades que contribuyan a mantener un ambiente adecuado de trabajo" (p. 14).

Con base en lo anterior, Jenny Jacho (2014) resalta como beneficios de la implementación de las 9'S los siguientes:

- Disminución de errores y desperdicios.
- Se promueve la seguridad y se aporta mejor ambiente laboral.
- Disminución de averías con relación al mantenimiento de equipos.
- Disminución de quejas, lo que genera una mayor confianza.
- Crecimiento corporativo.
- Sentar las bases para la mejora continua.

Por lo tanto, la implementación de la filosofía en las organizaciones apoya a mejorar su desempeño organizacional y, asimismo, a tener un impacto positivo en su productividad y competitividad, sin embargo, es importante destacar que su aplicación y sostenimiento "requiere de un compromiso de la dirección para promover sus actividades, ejemplo por parte de los supervisores y apoyo permanente de los jefes de los sitios de trabajo. El apoyo de la dirección con su mirada atenta permanente de la actuación de sus colaboradores, el estímulo y reconocimiento es fundamental para perpetuar el proceso de mejora" (Hirano, 1997, p. 76).

Kaizen: Mejora Continua. En la actualidad las organizaciones requieren buscar la optimización y la flexibilidad de sus operaciones, de tal manera que sean capaces de responder a los cambios del entorno y de las necesidades de los diferentes usuarios a los que están dirigidos sus productos o servicios. Esto las ubica en el contexto de estar en constante evolución o mejor dicho en una mejora continua la cual se sustenta como base en las 9'S y se mantiene con la sostenibilidad de sus resultados.

El término japonés que hace alusión a la mejora continua es Kaizen (Kai: Cambiar, Zen: Bien), concepto introducido por Toshiro Yamada y cuyo significado puede asociarse a "mejoramiento progresivo que involucra a todos, incluyendo tanto a generes como trabajadores" (Imai, 2001, p. 39). Además, Imai (2009) considera que la filosofía Kaizen "supone que nuestra forma de vida -sea nuestra vida de trabajo, vida social o vida familiar- merece ser mejorada de manera constante" (p. 39). Por su parte, Huberto Cantú (2011) considera a esta filosofía como "un conjunto de conceptos, procedimientos y técnicas mediante los cuales la empresa busca el mejoramiento continuo en todos sus procesos productivos y de soporte a la operación" (p. 164).

El Kaizen opera sobre la base de cuatro principios base descritos como sigue por Yeison Atehortua y Jorge Restrepo (2010):

> El *Principio de Restricciones Positivas*: Implica crear condicionantes que impidan la generación o procesamiento de productos con defectos o fallas.
>
> El *Principio de Restricción Negativa*: Se basa en la existencia de "cuellos de botella" que tienden a frenar, interrumpir o hacer más lento el normal desarrollo de las actividades y procesamiento de los productos o servicios.
>
> El *principio de Enfoque*: Toda organización tiene un número limitado de recursos, y la mejor forma de aprovechar de ellos es enfocándolos a las actividades en las cuales la organización posee mayor competitividad. Nunca tal analogía ha sido tan importante y fundamental de comprender y aplicar.

Principio de facilitador: Principio de facilitación de las tareas, actividades y proceso, los procesos de simplificación, la automatización (comprendida la robotización), el pokayoke y la reingeniería de procesos, entre otros (p. 60).

Por su parte, Suárez et al., (2011) consideran que la filosofía Kaizen se basa en cinco principios rectores, a saber:

- "Principio Rector 1: Elementos Básicos. Referido a la simple idea de que es lo primero que se tiene
- que implantar para cimentar al Kaizen
- Principio Rector 2: Mantenimiento y Mejora de los Estándares. La mejora continua tiene como requisito fundamental el establecimiento de estándares
- Principio Rector 3: Enfoque de Procesos. El Kaizen centra todos sus esfuerzos de mejora en los procesos de la organización
- Principio Rector 4: Enfoque a las Personas. El Kaizen centra todos sus esfuerzos de mejora con una alta participación de los empleados
- Principio Rector 5: La Mejora Continua del Trabajo Diario. El Kaizen se enfoca en una mejora constante cotidiana a través de la resolución de problemas en el lugar de trabajo (Genba) y la eliminación del MUDA (palabra japonesa para desperdicio o despilfarro; cualquier actividad que consuma recursos y no cumpla con los requerimientos del cliente)" (p. 62).

En casos, dichos principios aportan a la mejora continua elementos básicos para poder implementar acciones sostenibles en cualquier área de la organización, cuya suma permitirá a la misma ser más competitiva dentro del entorno en el cual se desenvuelve. Según Suárez y Miguel (2011), el Kaizen puede ser clasificado en tres diferentes variantes, las cuales se describen como:

El Kaizen como "filosofía de vida y empresarial"

Características:

- Disciplina del trabajo.
- Alto compromiso de la dirección.
- Mantenimiento y mejora de estándares.
- Alta participación de los empleados de manera voluntaria.
- Gestión en el Genba (área de trabajo).

- Enfoque en la mejora de los procesos de manera permanente.
- Educación y entrenamiento intensivo.
- Uso continuo del ciclo de mejora de planear, hacer, verificar y actuar

El Kaizen como principio teórico de metodologías y técnicas de mejoras rápidas

Características:

- Implementación del Kaizen como: Kaizen Blitz (bombardeo de mejoras), Office Kaizen (mejoras rápidas en organizaciones de servicio) y Kaizen (como un sistema de propuestas de mejora).
- Eliminar el Muda (desperdicios).
- Alcance limitado y temporal (3 o 5 días aplicando mejoras).
- Uso del personal “experto” para dirigir las mejoras rápidas.
- Entrenamiento puntual.
- Pequeños “triunfos” usando el concepto de “tareas para terminar”.

El Kaizen visto como un elemento de la gestión por calidad total

Características:

- Parte de la gestión por calidad total.
- Centrado en la mejora con enfoque al cliente.
- trabajo en equipo (círculos de calidad).
- Control estadístico de la calidad.
- aplicación de técnicas de resolución de problemas (Quality Control Story [historia de la calidad]).
- Formación.
- Compromiso de la dirección,

Por último, Anthony Manos (2007) considera como beneficios del Kaizen a una serie de factores cuantitativos, algunos de los cuales tendrían el siguiente enfoque: ahorro monetario, ahorro en tiempo, disminución de distancias recorridas, menor cantidad de personas requeridas, reducción de tiempos de entrega y operación, identificación de acciones que agregan valor y que no agregan valor en los procesos, y disminución de etapas de procesos basados en

acciones que agregan valor. Dichos beneficios tienen un impacto positivo en la operación de la organización, en la mejora de sus procesos productivos ya sea de bienes o servicios y por lo tanto en la mejora en la satisfacción de los clientes y/o usuarios (De anda y Rosales, 2009).

METODOLOGÍA

Actualmente, en el Estado de Aguascalientes, ubicado geográficamente al centro del país (México), se tiene un registro de 38 instituciones de Nivel Superior siendo 10 públicas y 28 privadas. El presente estudio se realizó con trabajadores de un nivel organizacional similar para poder evaluar su desempeño en igualdad de circunstancias. Se consideró una muestra aleatoria estratificada de cuatro instituciones ya que requirió de 25 trabajadores por universidad en razón de poder evaluar tanto el instrumento de evaluación como de poder medir los resultados en su fase experimental. Se aplicó el instrumento de evaluación en el periodo febrero – abril 2020 de manera presencial. El estudio en su diseño metodológico por su enfoque es considerado cuantitativo, su método fue longitudinal puesto que los resultados fueron resultado de la observación del desempeño de los trabajadores por parte de su mando superior en cada institución.

El instrumento se integra por 10 bloques operacionalizados con la escala Likert 1-5 siento 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Los análisis estadísticos se realizaron con apoyo del software SPSS versión 25, en el cual se trabajó con la fiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach y se realizaron análisis descriptivos en cada bloque. A continuación, en la Tabla 5.1.1 se muestran las variables que integran cada bloque del instrumento de evaluación:

Tabla 5.1.1 Instrumento de medición aprovechamiento de las 9's

Bloque	Dimensión	Cantidad de variables
Nivel de Calidad del trabajador en su área		7

de trabajo		
Uso y Aprovechamiento de la Filosofía Japonesa 9's	Orden	3
	Clasificación	4
	Limpieza	3
	Educación	4
	Disciplina	4
	Constancia	4
	Compromiso	4
	Coordinación	4
	Estandarización	4

Fuente: elaboración propia (2019).

El estudio donde se analiza la percepción que se tiene por parte de los responsables de la actividad operativa – administrativa de los trabajadores de instituciones educativas de nivel superior sobre el uso y aprovechamiento de la filosofía japonesa 9's y su desempeño en sus áreas de trabajo es considerado descriptivo, deductivo y explicativo.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Una vez efectuado el trabajo de campo y obtenido la recolección de los datos, se muestran los resultados de la fiabilidad del instrumento. Como referencia teórica, es importante mencionar que para la fiabilidad del instrumento se utilizó el valor de alfa de Cronbach. El valor de alfa de Cronbach requiere cumplir con algunas condiciones de aceptación por lo que acorde a lo propuesto por Frías (2014), si el resultado es a partir del valor 0.7 entonces el constructo o instrumento es considerado aceptable y, por lo tanto, confiable para su validación.

Sin embargo, para investigaciones en fase experimental o primeras fases del análisis por efectos de diseño de nuevos instrumentos así como proyectos de investigación, es permitido continuar con el estudio al margen de las referencias

que hacen George y Mallery (2003) y Nunnally (1967) respecto a tener valores de 0.6 (análisis cuestionable) y 0.5 (valores pobres), esto significa que se puede continuar con el proceso de investigación a partir de valores de 0.5 considerando que para una siguiente fase se deben revisar las intenciones y efectos de cada variable que integre un factor o bloque. En la Tabla 5.1.2 se muestran los resultados obtenidos del instrumento por bloque.

Como se puede observar en los resultados de la tabla, solamente en las dimensiones de limpieza, disciplina, compromiso y coordinación se pueden ver valores muy cercanos por debajo del límite de 0.7 o que hace suponer que los datos son confiables, aunque en la teoría si bien los datos son cuestionables, por ser un trabajo experimental es aceptable el estudio no descartando hacer una revisión de los indicadores.

Tabla 5.1.2 Análisis de fiabilidad del instrumento con alfa de Cronbach

Bloque	Dimensión	Valor Alfa de Cronbach
Nivel de Calidad del trabajador en su área de trabajo (NC1-NC7)		0.848
Uso y Aprovechamiento de la Filosofía Japonesa 9's	Orden (ISO1-ISO3)	0.820
	Clasificación (SC1-SC4)	0.834
	Limpieza (SL1-SL3)	0.653
	Educación (SE1-SE4)	0.717
	Disciplina (SD1-SD4)	0.689
	Constancia (SN1-SN4)	0.915
	Compromiso (SM1-SM4)	0.657
	Coordinación (SO1-SO4)	0.643
	Estandarización (SZ1-SZ4)	0.956

Fuente: elaboración propia (2019).

Respecto a los análisis descriptivos de cada dimensión, en la Tabla 5.1.3 se analiza el nivel de calidad que muestra cada trabajador en su área de trabajo.

Tabla 5.1.3. Análisis descriptivos en la dimensión de Niveles de calidad del trabajador en su área de trabajo

Código	Indicador	Valor medio
NC1	El trabajador considera que no se requiere remuneración económica para tener un nivel de calidad aceptable	2.65
NC2	El trabajador es optimista y acepta las tareas que se le encomienden	4.09
NC3	El trabajador muestra interés por el desarrollo y se motiva con su trabajo	3.93
NC4	El trabajador muestra interés por su progreso en la organización	4.16
NC5	El trabajador participa activamente en la actividad que se le solicite	4.18
NC6	El trabajador se preocupa por tener aceptación en sus resultados	3.93
NC7	El trabajador esta siempre motivado	3.35

Fuente: elaboración propia (2019).

Los resultados muestran que los trabajadores suelen participar activamente en la actividad que se les requiera, además de mostrar interés especial por su desarrollo en la organización haciendo sus actividades con optimismo y entusiasmo.

Tabla 5.1.4: Análisis descriptivos en la dimensión de Orden

Código	Indicador	Valor medio

ISO1	Tiene las cosas y el área ordenada	4.03
ISO2	Tiene un lugar definido para cada cosa	3.92
ISO3	Tiene la documentación ordenada	3.82

Fuente: elaboración propia (2019).

Los resultados muestran que los trabajadores tienen claro que las cosas deben tener un lugar para su fácil ubicación y que es importante tener sus áreas ordenadas tal y como se percibe en ellos

Tabla 5.1.5: Análisis descriptivos en la dimensión de Clasificación

Código	Indicador	Valor medio
2SC1	Identifica las cosas sin perder tiempo	3.58
2SC2	Tiene sus cosas y su área identificadas	4.13
2SC3	Identifica lo Necesario de lo Innecesario	3.90
2SC4	Los recursos que se utilizan en el momento son los necesarios	3.81

Fuente: elaboración propia (2019).

Es importante, como se aprecia en la Tabla 5, que los trabajadores le den importancia a tener las áreas y las cosas identificadas para evitar demoras en el desarrollo de su actividad laboral.

Tabla 5.1.6: Análisis descriptivos en la dimensión de Limpieza

Código	Indicador	Valor medio
3SL1	Su área generalmente está limpia	4.30
3SL2	La información que maneja generalmente está actualizada	4.01
3SL3	Tiene su material de trabajo en orden	4.03

Fuente: elaboración propia (2019).

Como se aprecia en la Tabla 6, para los trabajadores de estas instituciones es un factor clave tener sus áreas limpias por aspectos de imagen y de buen ambiente de trabajo.

Tabla 5.1.7: Análisis descriptivos en la dimensión de Educación

Código	Indicador	Valor medio
4SE1	El trabajador frecuentemente se capacita en el uso de las 9's	2.78
4SE2	El trabajador dimensiona el uso y efectividad de 9's	3.01
4SE3	El trabajador considera de gran importancia el beneficio de usar 9's	3.39
4SE4	El trabajador es auto disciplinado	4.19

Fuente: elaboración propia (2019).

La Tabla 5.1.7 refiere que, para los trabajadores observados, quienes coordinan sus actividades laborales consideran que son auto disciplinados lo cual favorece el cumplimiento del trabajo a realizar en las áreas de trabajo.

Tabla 5.1.8: Análisis descriptivos en la dimensión de Disciplina

Código	Indicador	Valor medio
5SD1	El trabajador constantemente mantiene la aplicación de 9's	2.99
5SD2	El trabajador con frecuencia enseña a sus compañeros a utilizar bien 9's	2.76
5SD3	El trabajador generalmente respeta las normas relacionadas con la aplicación de 9's	3.30
5SD4	El trabajador constantemente mantiene su área confortable	4.23

Fuente: elaboración propia (2019).

Tal como se expone en la Tabla 5.1.8, los trabajadores observados dan muestra de tener sus áreas de trabajo confort y armonía con el ambiente de trabajo generando con ello un ambiente e imagen de limpieza y orden.

Tabla 5.1.9: Análisis descriptivos en la dimensión de Constancia

Código	Indicador	Valor medio
6SN1	El trabajador es eficiente en mantener 9's	3.02
6SN2	El trabajador cumple con los objetivos planteados de 9's	3.21
6SN3	El trabajador es eficaz en el uso 9's	3.22
6SN4	El trabajador está convencido de aplicar 9's	3.45

Fuente: elaboración propia (2019).

En la Tabla 5.1.9 se muestra que ante la percepción de quienes son evaluadores de los trabajadores de estas instituciones de nivel superior muestran interés de aplicar la técnica de 9's considerando con ello su utilidad y aprovechamiento al integrar cada una de sus dimensiones.

Tabla 5.1.10: Análisis descriptivos en la dimensión de Compromiso

Código	Indicador	Valor medio
7SM1	El trabajador es responsable de dar seguimiento a uso de 9's	3.39
7SM2	El trabajador cumple con las tareas de aplicar 9's	3.29
7SM3	El trabajador respeta de manera general con horarios e instrucciones	4.37
7SM4	El trabajador respeta los principios de la empresa	4.47

Fuente: elaboración propia (2019).

Como se puede apreciar en la tabla 10, los evaluadores consideran que los trabajadores de estas instituciones de nivel superior tienen un respeto especial por

los principios de la organización y desde luego con las instrucciones de trabajo que se generen en el ámbito laboral.

Tabla 5.1.11: Análisis descriptivos en la dimensión de Coordinación

Código	Indicador	Valor medio
8SO1	El trabajador tiene capacidad de coordinar la implementación 9´s con otras áreas	3.37
8SO2	El trabajador tiene capacidad de coordinación con el grupo directo de trabajo para aplicar 9's	3.79
8SO3	El trabajador mantiene buena comunicación con otras áreas sobre el aprovechamiento de 9's	3.17
8SO4	El trabajador comparte con otras áreas los logros en la implementación de 9's	2.68

Fuente: elaboración propia (2019).

La Tabla 5.1.11. refiere que los trabajadores dan clara evidencia de que son capaces de coordinar un grupo de trabajo en donde se tenga como objetivo la implementación de una filosofía como lo es 9's en otras áreas de la organización.

Tabla 5.1.12: Análisis descriptivos en la dimensión de Estandarización

Código	Indicador	Valor medio
9SZ1	El trabajador estandariza y participa activamente las 9's en todas las áreas	2.64
9SZ2	El trabajador participa y promueve una guía de estandarización en la aplicación de 9's	2.55
9SZ3	El trabajador aporta mejoras utilizando 9's en la empresa para que otras áreas no tengan problemas	2.62
9SZ4	El trabajador apoya en el desarrollo de normas de uso y aplicación de 9's	2.66

Fuente: elaboración propia (2019).

Finalmente, la Tabla 12 muestra que los trabajadores de las instituciones de educación superior sujetas al presente estudio apoyan fuertemente a la implementación e integración de las 9s al considerar que es una filosofía que aporta beneficios importantes a la organización.

DISCUSIÓN

Para las organizaciones, en general, es muy importante trabajar sobre los aspectos disciplinares y actitudinales de los trabajadores en particular quienes están en el trabajo de campo (Genba Kanri) y, en este sentido, Marcos et al., (2018) describen en su trabajo de investigación que es necesario centrarse en mantener el orden de las cosas, tener una constante supervisión en cuanto a la limpieza de las áreas y, sobre todo, tener la habilidad de clasificar lo necesario de lo innecesario. Esto implica que, constantemente, el líder de las áreas de trabajo motive a su equipo de trabajo en ser disciplinados, desarrollar nuevos hábitos, supervisar las áreas con la finalidad de evitar las pérdidas o desperdician (Mudas) y, sobre todo, fomentar en cada colaborador el desarrollar el KAIZEN o Mejora Continua.

Por otro lado, Imai (2001) no solo ofrece al mundo laboral esta interesante herramienta de trabajo: Las 9’s (inicialmente 5’s), sino que, interesado por el desarrollo e implementación adecuada de esta manera de trabajar, se esmera por aportar nuevas dimensiones (constancia, coordinación, compromiso y estandarización), después de las 5’s primeras con la idea de fortalecer las estrategias de implementación por parte de los líderes y que, a su vez, son hasta el momento complicadas e adoptar por parte de los trabajadores de manera general. Para Imai (2001), ciertamente, existen trabajadores disciplinados y comprometidos, pero el grueso del personal suele poner resistencia a la integración en el aprovechamiento de este tipo de herramientas o técnicas, y es por ello que en esta propuesta de las 9’s se busca trabajar con las cosas, las

personas y las organizaciones que en este caso los sistemas educativos no están exentos de verse beneficiado con su implementación.

CONCLUSIÓN

Los resultados mostrados en el presente estudio permiten considerar que este tipo de herramientas de trabajo, como lo es la Filosofía Japonesa 9's, no es propia de la industria, sino que aplica a todo tipo de organizaciones como lo es el sector educativo. Esto significa que es posible tener personal capacitado y disciplinado para atender la dinámica de trabajo de un sector como lo es el educativo donde la imagen y la atención a los clientes es más sensible de coordinar. Es precisamente en las Instituciones de Educación Superior donde, por la naturaleza de sus actividades, se requiere tener los procesos y sistemas internos en buen orden, procedimientos claros y limpios respecto a la información que se maneje y, desde luego, tener habilidad para discernir entre lo útil y lo inútil de la información a distribuir de manera interna o hacia el usuario, por lo que, para poder tener una institución organizada, requiere desde luego personal sinérgico y disciplinado.

Asimismo, se puede evidenciar en el presente trabajo de investigación que tanto las instituciones seleccionadas como el personal sujeto al estudio aprovechen de manera significativa el uso de la herramienta de cada una de las dimensiones de las 9's, lo que permite garantizar que de tener primero un equipo sinérgico, así como un líder comprometido con la mejora continua, será relativamente fácil (no descartar la parte del desarrollo de hábitos y cambio de mentalidad ante los cambios) mantener el orden tanto de las cosas como de los procesos, ser pulcros en la organización de los procesos e información, tener en el momento lo necesario, además de la disciplina tener interés por la formación, ser constantes en lo que se proponen, ser sinérgicos en los grupos de trabajo y buscar siempre la mejora continua a través de la estandarización.

Finalmente, es importante resaltar que, ante los resultados mostrados en el presente estudio, se puede aseverar que para que este tipo de herramientas de

trabajo tenga su resultado positivo, se requiere primero sinergizar al equipo de trabajo en donde se priorice el compromiso y el cambio de mentalidad para aceptar los retos que se proponga la empresa. Es transcendental resaltar que la integración de las 9's no es fácil de implementar, se requiere tiempo y disciplina por parte de todos los integrantes de un proyecto, área o de la organización, lo cual implica que necesariamente se requiera considerar el KAIZEN o mejora continua como elemento de apoyo para que la implementación de 9's sea garantía de su funcionamiento.

REFERENCIAS

Atehortua, Y. y Restrepo, J. (2010). KAIZEN: Un caso de estudio. *Scientia et Technica*, *XVI*(45). 59-64.

De Anda, J. y Rosales, O. (2009). Kaizen basado en 9S's Aplicado en el Instituto Tecnológico de Aguascalientes. *Conciencia Tecnológica*, (38), 35-38.

Baltazar, G. G. (2005). *Calidad: Pulcritud en 9 pasos*. Revista Manufactura.

Bencomo, M. y Lezama, R. (2005). La filosofía de las 9 s como herramienta para la calidad del servicio al cliente. *Prisma*, *1*(1). 1-9.

Bencomo, M. y Lezama, R. (2010). *La Filosofía 9`s como herramienta para la calidad del servicio al cliente.* https://docplayer.es/16931074-La-filosofia-de-las-9-s-como-herramienta-para-la-calidad-del-servicio-al-cliente.html

Cantú, H. (2006). *Desarrollo de una cultura de calidad.* (3.ª ed.). Mc Graw Hill.

Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. McGraw-Hill; Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Covey, S. R. (1998). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Paidós.

Cruz, J. (2010). *Manual para la Implementación Sostenible de las 5S*. Editora de Revistas.

Frías, N. D. (2014). *Apuntes de SPSS: Análisis de fiabilidad de las puntuaciones de un instrumento de medida. Alfa de Cronbach: Un coeficiente de fiabilidad.* Universidad de Valencia.

George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. (4.ª ed.). Allyn & Bacon.

González, P., Peiró, J. M. y Bravo, M. J. (1996). Calidad de vida laboral. *Tratado de psicología del trabajo*, *2*, 161-186.

Hirano, H. (1997). *Cinco pilares de la fábrica visual*. Productivity Press.

Hirano, H. (2000). *5 pilares de la fábrica visual*. TGP Hoshin.

Imai, M. (2000). *Como implementar el Kaizen en el sitio de trabajo (Genba).* McGraw-Hill.

Imai, M. (2001). *KAIZEN: La clave de la ventaja competitiva japonesa*. Compañía editorial continental.

Jacho, J. (2014). *Propuesta de aplicación de la metodología de las 9"S" en la microempresa Providersa* [tesis de pregrado, Escuela Politécnica Nacional]. https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/8882/1/CD-5957.pdfManos, A. (2007). The Benefits of Kaizen and Kaizen Events. *Quality Progress*, *40*(2), 47-48.

Marcos, Ch.R,; Femat, E.O. y Jiménez, F.J.A. (2018). Impacto de la Implementación de la Filosofia Japonesa 9's en la planta Powertrain de Nissan Aguascalientes A1. *Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, 8*(1), 12-22.

Mogro Z. A. E., Jácome, A. y Paúl, A. (2014). *Implementación de la Metodología de las 9'S de Calidad en el Laboratorio de Rectificación de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE* [Bachelor's thesis, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga].: http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/9128

Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric theory*. McGraw Hill.

Suárez, M., Castillo, I. y Miguel, J. (2011). La aplicación del Kaizen en las organizaciones mexicanas. Un estudio empírico. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, *5*(1), 60-74.

Suárez, M. y Miguel, J. (2011). Implementación del Kaizen en México: un estudio exploratorio de una aproximación gerencial japonesa en el contexto latinoamericano. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, *21*(41),19-37.

Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial (2007). *Las 9"S": Organización, orden y limpieza en tu empresa*. Instituto Politécnico Nacional.

5.3. CAPITAL HUMANO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: HACIA LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE FAMILIA DEL SECTOR HOTELERO EN FLORENCIA, CAQUETÁ

María Angélica Pimentel Abaunza[37], Paulo Efren Mancipe Zamora[38], Duván Emilio Ramírez Ospina[39]

RESUMEN

El desarrollo de la presente tesis tuvo por objetivo identificar y analizar las relaciones entre capital humano, responsabilidad social y competitividad en las empresas de familia del sector hotelero en el municipio de Florencia, así como comprender las prácticas de estas en el sector. La investigación se desarrolló como estudio de caso en el municipio de Florencia Caquetá, teniendo en cuenta que el objetivo de la misma es describir y comprender la estructura, las dimensiones y experiencias de las empresas de familia del sector hotelero en torno a responsabilidad social, capital humano y competitividad desde la perspectiva de inferencias cualitativas y cuantitativas.

Palabras claves: Capital Humano, Responsabilidad Social, Competitividad.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo hace parte de la investigación “Calidad de vida laboral, capital humano, responsabilidad social en la competitividad de las empresas de familia del sector hotelero: análisis de contrastes México – Colombia”, desarrollada por el grupo de investigadores de la Universidad de

[37]Magister en Administración. Gerente Comercial Empresa Privada, ma.pimentel@udla.edu.co

[38]Magister en Administración. Administrador del Laboratorio Clínico SERES, en Florencia, p.mancipe@udla.edu.co

[39]Doctor en Administración. Rector Universidad de Manizales, merca2@um.umanizales.edu.co

Manizales (Colombia) y la Universidad de Occidente (México). Este trabajo constituye uno de los casos que se desarrolla en Colombia para establecer el comparativo entre los dos países; algunos apartes del planteamiento del problema han sido tomados del mismo con la autorización de los autores y adaptados al caso de Florencia Caquetá. Esta investigación permite fortalecer a la academia, a los investigadores porque encontrarán en ella los resultados concretos para una zona específica del país y podrán hacer o soportar otros estudios en esta línea de investigación.

Este estudio ha permitido contribuir a las empresas familiares del sector hotelero de la ciudad de Florencia, en cuanto al proceso de toma de decisiones relacionado en los temas que tenga que ver con el capital humano, responsabilidad social o competitividad, y conexión con organizaciones del sector público como la Secretaría de Cultura y Turismo, la Secretaría de Planeación la Cámara de Comercio, el Instituto Departamental de Cultura, Deporte y Turismo. Esta última relación permitirá formular estrategias de política pública que contribuyan al fortalecimiento de la ciudad. Por otra parte, se considera que este estudio será de gran utilidad para la región, primero la ciudad de Florencia fue nombrada como la ciudad ecoturística [según la Alcaldía de Florencia, Caquetá] por su fauna y flora, lo que genera expectativa al sector turístico y hotelero, segundo, no se han establecido estudios en lo que respecta a las empresas de familia del sector hotelero de Florencia Caquetá y la relación entre Capital Humano y Responsabilidad Social sobre la Competitividad. De acuerdo con este escenario de estudio, la empresa familiar se ha constituido en el mundo como una alternativa en el mercado que comprende las necesidades del entorno para su realización.

Dentro de los objetivos de la empresa familiar, la rentabilidad, así como el desarrollo social, el interés por la sociedad y el cuidado ambiental, prevalece en su estructura. En otras palabras, la empresa de familia es una variación y configuración organizacional con un interés económico, de prácticas responsables y desarrollo sostenible. Su eje medular de funcionamiento son los criterios de responsabilidad en la gestión como dispositivo para la competitividad dentro de un

sector económico en particular. Dentro de este contexto se lleva a cabo un diseño investigativo no experimental con enfoque cuantitativo que busca comprender la dinámica de las empresas familiares en el municipio de Florencia, Caquetá, y resolver el problema que plantea la operación de las empresas de familia en el sector hotelero desde las dimensiones de análisis de la responsabilidad social y el capital humano en el plano de la competitividad.

En virtud del problema se propone como objetivo general analizar las relaciones que establecen las empresas de familia del sector hotelero de Florencia, Caquetá, entre capital humano, responsabilidad social con su competitividad y, de esta forma, responder a dos preguntas elementales: ¿cuál es la relación entre capital humano, responsabilidad social y competitividad en las empresas de familia del sector hotelero?, y ¿cuáles son las prácticas de Capital Humano y Responsabilidad Social que influyen en la competitividad en la empresa familiar del sector hotelero?

El presente trabajo realiza una descripción del problema de la empresa familiar, identifica las categorías teórico conceptual de análisis (Empresa Familiar, Responsabilidad Social, Capital Humano y Competitividad), fundamenta un marco teórico conceptual, desarrolla una metodología de investigación no probabilística, analiza los resultados de los instrumentos aplicados y por último plantea unas conclusiones a raíz de los resultados.

REVISIÓN LITERARIA

Teoría de la Competitividad. La competitividad ha sido entendida por diferentes autores como un escenario a alcanzar por parte de la organización desde su desempeño, es decir, la competitividad es una búsqueda constante desde los procesos de gestión interna y de integración con el entorno externo. La competitividad es el imperativo de los proyectos de las empresas hacia la producción, es el entorno de disputa, de concurso por el dominio de un mercado propicio hacia la rentabilidad, que se origina por las reglas impuestas dentro de las fronteras de la dimensión económica global en un contexto internacional de posicionamiento (crecimiento de la economía). A partir de esto, la competitividad

ha sido entendida desde condiciones de escenarios (internacional, nacional, subnacional, organizacional), sectoriales (público, privado) y organizacionales.

Entre las principales definiciones de “Competitividad” se resaltan Enright et al., (1994) quienes mencionan que la competitividad de una empresa es la capacidad para suministrar bienes y servicios de forma más eficiente que sus competidores. Benavides (2012) lo define como un conjunto de habilidades y condiciones requeridas para el ejercicio de la rivalidad entre empresas en la lucha económica de un país. De esta forma, se conceptualiza la competitividad como esfuerzos conjuntos por diferentes actores que llevan a que las empresas alcancen un desempeño superior. Messner y Meyer-Stamer (1994) destacan que una empresa no podría ser competitiva sin el respaldo de un conjunto de proveedores y servicios orientados a la producción, así como sin la presión competitiva local.

Barney (1991) establece que para que una organización alcance un estado competitivo debe poseer recursos valiosos, escasos, difíciles de imitar y sin sustitutos, lo cual para Calderón (2003) solo puede darse desde el reconocimiento de las capacidades de los integrantes de la organización, es decir, desde el reconocimiento de las potencialidades de las personas que hacen parte de la empresa. Del mismo modo, Porter (2003), reconoce la necesidad de posicionar las ventajas competitivas que surgen de la generación de productos y procesos únicos (operaciones, salidas, mercadeo, ventas-cobros, tecnología, recursos humanos e infraestructura) sobre una competencia de ventajas comparativas (bajo costo de obra o de recursos naturales).

Por otro lado, Calderón (2003) plantea que una organización alcanzará una ventaja competitiva cuando posea atributos valiosos y escasos, o sea, cuando la empresa tenga presente que su recurso más valioso y más escaso son los talentos, habilidades y capacidades de su capital humano, y alcanzará una ventaja competitiva sostenible cuando logre fortalecer mecanismos de coordinación y control que configuren la idiosincrasia de la empresa - capacidad organizacional.

Frente a esto, el mismo autor identifica escenarios de implicaciones competitivas de acuerdo al avance en las capacidades organizativas de la empresa, por ejemplo, cuando los recursos que posee la empresa no son valiosos ésta se encuentra en desventaja competitiva; cuando los recursos sí son valiosos, pero no son escasos esta se encuentra en paridad competitiva; cuando los recursos son valiosos escasos pero fáciles de imitar la empresa tiene una ventaja competitiva temporal; cuando los recursos son valiosos, escasos, difíciles de imitar pero con sustitutivos presenta una paridad competitiva; y cuando la empresa posee recursos valiosos, escasos, difíciles de imitar y sin sustitutivos estará en un escenario de ventaja competitiva sostenible.

Además, es importante reconocer que las capacidades organizacionales deben ser conducentes con las metas y objetivos que establece la organización, frente a esto, Grant (2005) las define como las habilidades con las que cuenta una organización para alcanzar las metas y objetivos. Mientras que Arango et al., (2012) la reconocen como la interacción de personas, procesos, prácticas y condiciones tecnológicas que permiten alcanzar un fin concreto.

Tanto para Barney (1991) como para Grant (1999) las capacidades organizativas son claves en el proceso de generar cooperación y motivación entre personas, al igual que en generar concientización e idiosincrasia en las empresas. Por tal motivo, las capacidades organizacionales son prácticas que permiten potenciar el capital humano y generan un rendimiento superior que permite a la empresa estar en un escenario competitivo.

Para concluir, la competitividad como capacidad de las organizaciones debe estar fundamentado en la gestión estratégica como misión crucial para la supervivencia de las empresas en el escenario del mercado, de allí, que la formulación de estrategias proporcione actividades bajo un enfoque de capacidad organizacional y fortalezca las acciones de la organización.

Teoría del Capital Humano. El Capital Humano se ha estructurado en el siglo XX como una teoría establecida en los procesos de formación del capital y de la formación de la fuerza de trabajo. Es una forma de capital porque es una fuente de futuras ganancias en relación con la acumulación de capital y productividad o de futuras satisfacciones o de ambas cosas. Igualmente, es humano, porque es parte integrante del hombre (Schultz, 1972). Paralelamente, el Capital Humano se constituye como una ventaja estratégica para la maximización de beneficios en favor de la producción de las iniciativas industriales y empresariales, y de la satisfacción de las necesidades elementales de los individuos, mediante el trabajo.

Lo incuestionable en la historia de la teoría del capital humano es la urgente necesidad por la generación de habilidades mediante la educación como factor categórico para el desarrollo y la maximización del capital. La teoría económica ha operado como promotor del capital humano, entendido en el contexto de la economía clásica como personas y su vínculo con el trabajo, esto, en relación con el mejoramiento de los niveles de producción. Adam Smith, evidenciando que el fin último era el producto generado, mediante el trabajo de las personas, señala:

> …la facilidad y poco costo, o la dificultad y gastos para aprenderlos; [compara a un hombre educado, con una costosa máquina, y afirma:] “Un hombre educado a expensas de mucho trabajo y tiempo, en cualquiera de aquellos oficios que requieren una destreza y pericia extraordinaria, debe compararse a una de estas costosas máquinas... (Ramírez, 2015, p. 316).

Se concibe, entonces, desde los estudios de Smith la educación y la formación para el trabajo igual a la categoría de capital, respaldados por una renta que se incrementa proporcionalmente en la medida que la producción es mayor (Ramírez, 2015). Horkheimer (2002), por su parte, plantea que la relevancia del funcionamiento del aparato de producción se centra en *el trabajo productivo* [letra cursiva agregada], es decir, las capacidades humanas son en medida honorables y apreciables cuando la producción se torna creciente y permanente, traducido en el incremento de los ingresos.

En este orden de ideas, se concluye que las divisiones del trabajo para la producción corresponden a un proceso de acumulación de capital que se origina en la relación de la fuerza de trabajo y sus facultades para la transformación de materias primas en mercancía con valor de uso en relación con el poseedor del dinero y su capacidad adquisitiva de la mercancía con valor de cambio. Bajo estas premisas, de las que derivan las variables de capital, trabajo sustentado en la especialización (instrumentalización de las capacidades - Educación) y mercancía, se conceptualiza la Teoría del Capital Humano por Schultz (Ramírez, 2015).

La educación en el capital humano se reafirma en primera medida como consumo y como inversión. Como consumo cuando se satisfacen necesidades humanas a partir de la adquisición de bienes y servicios; y como inversión, implica el empleo del capital para obtener un beneficio en el futuro, (Fermoso, 1997).

Según Cardona et al. (2007), en 1963, Schultz realizó una comparación entre las tasas de retorno de un dólar invertido en educación y de uno invertido en capital físico. La conclusión fue que la rentabilidad del dinero invertido en recursos humanos es tan o más grande que la rentabilidad del capital físico. Por lo tanto, Schultz propuso que la educación no debería considerarse como una actividad de consumo sino como una inversión que obtiene tasas muy altas de retorno, comparables con las del capital físico (Cardona et al., 2007).

Lo concluyente ante el desarrollo teórico conceptual del capital humano es la necesaria centralidad en las habilidades y capacidades humanas, donde el capital intelectual, producto de la educación, se consolida como cimiento en la vida laboral, tornándose indispensable como insumo para la generación de valor; generando, así, la implicancia de las organizaciones al verse condicionadas por la competencia, a una mayor producción provista por la inversión y la garantía proporcionada por el desempeño de la capacidad mejorada de los empleados.

Teoría Responsabilidad Social Empresarial. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) toma importancia en el campo de las organizaciones a partir de las década de los noventa ante los procesos de apertura económica internacional, su trascendencia como dispositivo de desarrollo organizacional se halla en el

ámbito de lo público y lo privado, lo que implica el compromiso y la responsabilidad de todos los actores de la sociedad [Estado y sus instituciones públicas, organizaciones privadas, de razón social, etc.], cuyo propósito que se asume es el bienestar generalizado de la sociedad en su conjunto. La Responsabilidad Social Empresarial se puede concebir como:

> Sensibilidad que debe tener y aplicar cualquier organización respecto a las necesidades de su entorno y de la sociedad en general (Benavides Delgado et al., 2012, p. 90).

La Responsabilidad Social Empresarial como eje integrador de las organizaciones empresariales no funge exclusivamente como un modelo económico empresarial dedicado a la producción de bienes y prestación de servicios, sino como un proceso estratégico de las organizaciones con un enfoque conjunto y proporcional: un modelo económico-social que avale el bienestar social y ambiental como compensación a las externalidades negativas generadas en los procesos de manufactura, focalizado en el principio de la responsabilidad de la gestión.

Los ejes económicos, legales, éticos, funcionales y filantrópicos en el entorno de la RSE están mediados por la responsabilidad social [respuesta a las expectativas generadas por la sociedad], por la responsabilidad moral [atribución de acciones y rendición de cuentas] y la responsabilidad legal [cumplimiento de la ley] (Argandoña, 2007). La transversalidad de la “responsabilidad” en las prácticas de las organizaciones empresariales se concibe, entonces, como una externalidad positiva, un cooperante de la transparencia de la gestión.

Otra forma de contribuir con la legitimidad de las organizaciones frente a la sociedad, como se ha propuesto en la teoría, es la creación del "valor compartido". A tal punto que se ha propuesto que el valor compartido revolucione conceptualmente la Responsabilidad Social Empresarial o, en definitiva, la supere por ser la RSE un instrumento limitado con el objetivo social propuesto.

Empresa Familiar. En el mundo académico no existe una definición de empresa familiar que sea generalmente aceptada. Entre los diferentes autores, Ginebra (1977) cree que ser o no empresa familiar depende de la distribución de la

propiedad de la organización; por su parte, Casillas et al., (2005) y Gallo (1995) afirman que depende de quién ejerce el control, además, desde otras perspectivas se establece que influye la intención de continuidad en la propiedad y el sistema de dirección que se tenga (Modest y Llauradó, 2000; Harris y Holmstron, 1982; Ward y Sorenson,1988).

Las Empresas Familiares van mucho más allá de ser un grupo económico, son una familia en sentido pleno. Independientemente de un origen poderoso, basan el éxito en la sinergia, la valoración, la ética, la confianza, aunque sin dejar de lado la supervisión, la auditoría y los controles. Estas organizaciones observan a sus integrantes como miembros de la familia, ya sean propios o externos, donde todos tienen las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo.

La empresa familiar constituye la conjunción de dos entidades: la empresa – unidad productiva- y la familia – institución integrante de la sociedad-. La empresa es un ámbito donde se realizan actividades en un marco de división social del trabajo, y un medio para la coordinación de esfuerzos basados en la cooperación.

La European Group Of Owner Managed and Family Enterprises (GEEF) plantea que las empresas se consideran familiares si la persona o familia que fundó o adquiere una compañía poseen como base el 25 % del derecho a voto del capital social. Por su parte, otros estudios revelan que las características que define que una empresa sea familiar corresponde a que el 50 % de la propiedad se encuentra en manos de una o dos familias (Gallo,1995).

Sin duda, la participación familiar genera una serie de beneficios que implementados mediante la regulación concreta y manifiesta en la gestión de prospección en la unidad productiva, evidenciará un crecimiento rentable que involucrará el bienestar del capital social, humano y propiamente del núcleo familiar.

MATERIALES Y MÉTODOS

Considerando el interés investigativo y la necesidad de comprender la dinámica de las empresas de familia en el municipio de Florencia, Caquetá, se eligieron en el estudio las siguientes dimensiones: Responsabilidad Social, Capital Humano y Competitividad. El objeto de estudio se abordó desde la perspectiva del dato cualitativo en cuanto se analizan datos no cuantificables y esenciales del estudio, y cuantitativo por cuanto hubo inferencia y mediciones de variables claves sobre la problemática. A partir de los resultados y con un enfoque comprensivo e interpretativo, se avanzó en la interpretación de los significados que los gerentes de empresas familiares del sector hotelero le otorgan a la responsabilidad social y el capital humano y la competitividad. De la misma forma, se describió los componentes principales de las categorías objeto de estudio y se administró las relaciones que éstas conforman en el desarrollo de la competitividad organizacional.

Asimismo, la investigación se puede clasificar como no experimental, toda vez que no hay manipulación ni tentativa deliberada y controlada de producir efectos diferentes a través de la manipulación de variables; las relaciones entre los fenómenos se estudian sin intervención experimental.

Se aplicó una encuesta dirigida [cuantitativa] como técnica para la recolección de datos considerando un aproximado al número de empresas de familia que existen en Florencia, Caquetá, las cuales adoptan diferentes formas jurídicas, pertenecen a diversos sectores económicos, con diferentes tamaños y no se registran en ningún ente como empresa familiar. La encuesta incluyó datos objetivos [hechos y cogniciones en la empresa hotelera] y subjetivos [antecedentes, percepciones de dirección empresarial]. Igualmente, el desarrollo del cuestionario incluyó preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas, cualitativas y cuantitativas. Es de resaltar que el contexto de estudio a desarrollarse y el número de hoteles a seleccionar fue bajo la condición de empresas familiares en el municipio de Florencia del departamento

del Caquetá. Las empresas familiares hoteleras se seleccionaron de acuerdo con los siguientes criterios de inclusión:

1. Ser una empresa de familia.
2. Su objeto social debía estar enfocado en aspectos de hospedaje.
3. Se eligieron empresas con un número mayor de 10 empleados.

Al respecto, los establecimientos hoteleros que reúnen los criterios de estudios de empresa familiar y competitividad se reducen a una cifra de seis (6) hoteles: HOTEL GRAND GOLD, HOTEL FLORENCIA INN, HOTEL ROYAL PLAZA, HOTEL LUNA AZUL, HOTEL CAQUETA REAL, y HOTEL LAS GARZAS.

La investigación partió de lo particular a lo general haciendo uso de entrevistas a los gerentes de empresas de familia, a los responsables de la gestión del capital humano, a propietarios de este tipo de empresas que no desempeñan actividades gerenciales y a propietarios de las empresas de familia que no tienen ningún tipo de vinculación laboral con la misma. En el proceso de aplicación de las entrevistas se hizo un análisis de los datos recolectados antes de la siguiente entrevista, es decir, se hizo un procedimiento de caso por caso y dato por dato; para las entrevistas no se hace un análisis estadístico; la recolección de los datos estuvo orientada a obtener las perspectivas y los puntos de vista de los participantes para procesar la información obtenida en las entrevistas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados Capital Humano. El nivel de formación sobre la selección de los seis (6) hoteles en el municipio de Florencia permite establecer que el personal durante los tres períodos tiene una formación en educación secundaria, en segunda medida el mayor grado de formación es técnico y, posteriormente, universitario. Con grado doctorado solo se tuvo un porcentaje del 1 % en el año 2013, y con formación de maestría solo el 4 % en el año 2015.

Los ingresos salariales de la población empleada en los hoteles seleccionados evidencian que solo el 50 % recibe un salario mínimo mensual por la carga laboral, mientras que el 44 % de los empleados devengan entre uno y dos salarios, y solo el 6 % de los empleados obtiene entre dos y cuatro salarios mínimos legales mensuales. De acuerdo con los resultados, se debe aclarar que ninguno de los hoteles supera un mínimo de calidad de tres estrellas en el servicio de hospedaje y el municipio de Florencia, Caquetá, se encuentra en proyecto aperturista hacia el turismo ambiental.

En el marco del Capital Humano, las empresas familiares que establecen como requisito obligatorio la experiencia laboral para la ejecución de algún cargo dentro de la empresa sin distinción de vínculo familiar son el 70 % de los hoteles, mientras que el 27 % de las empresas no precisan de condiciones de experiencia laboral a sus familiares para la realización de las funciones en el establecimiento. Este resultado permite concluir que el grado de objetividad y meritocracia supera las obligaciones laborales con relación a los vínculos mediante parentesco.

Prácticas Responsables. El 76 % de las empresas familiares indagadas promueven la Responsabilidad Social Empresarial, solo uno de ellos no cumple este requisito por motivos de desconocimiento de la estrategia empresarial.

La puesta en escena de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles - empresas familiares en el municipio de Florencia- son las siguientes: el 74 % de los hoteles ejercen un marketing responsable; el 66 % de las iniciativas empresariales desarrollan políticas de mejoramiento de la seguridad de las comunidades vecinas como medida garantista del servicio hotelero hacia sus clientes; el 68 % de los hoteles aportan en la construcción de ciudadanía para disminuir la corrupción; mientras que el 32 % de los hoteles no impulsa ninguna práctica o aporte para la disminución de la corrupción; el 82 % de las empresas promueve los derechos de los trabajadores y el desarrollo sostenible como

criterios eficientes y sustentables para el crecimiento empresarial; el 86 % de las empresas realiza actividades y ejecutan acciones pedagógicas para el cuidado del medio ambiente; a su vez, el 83 % lleva a cabo un control y manejo adecuado de los residuos y desechos producidos (programas de reciclaje); solo el 50 % de los hoteles presta asistencia mediante programas a la población vulnerable y el 53 % impulsa a proyectos productivos a través del esquema de la Responsabilidad Social Empresarial.

Competitividad. El posicionamiento de la empresa en relación con los esfuerzos para alcanzar una mejor reputación, los esfuerzos por lograr una marca identificable, los precios cómodos y aceptables en relación con la oferta de los servicios, y la calidad del servicio de los hoteles en Florencia recibieron una calificación de nueve puntos sobre diez (9/10), calificación excelente. Los resultados de la calificación en los servicios existentes y ofertados, el mantenimiento de inventarios en materias primas, las iniciativas concretas para lograr un equipo humano adiestrado y experimentado, las capacidades del servicio hacia el cliente, así como los esfuerzos por mejorar la calidad de las materias primas, influir en los canales de promoción de los servicios de hostelería, ampliar la gama de servicios hacia la calidad dentro el plano de la visión empresarial, la rigurosidad en el establecimiento de procedimientos de control de calidad de servicios, el propósito continuo de reducción de costos hacia un escenario de la eficiencia y la productividad del negocio tuvieron como calificación 8/10, lo cual se ubica en una calificación muy buena.

En torno a las características del mejoramiento de la calidad de la publicidad, los productos en segmentos de alto precio, la especialización en segmentos geográficos, la capacidad para desarrollar servicios especializados, la promoción y publicidad en el sector hotelero, los procesos de innovación en técnicas y métodos de marketing, la innovación en el proceso de servicio, y el desarrollo de nuevos servicios recibieron la calificación por parte de los encuestados de las empresas familiares en el municipio de 7/10, por lo que se define como calificación buena, reflejando la necesidad de una proyección institucional con fundamento en la

gestión organizacional empresarial con visión hacia la calidad del servicio, esto con miras a sustituir prácticas de costumbre y usanza que se afianzan dentro de la cadena de producción empresarial, donde las estrategias funcionales y de complemento reposan sobre los pronósticos de intuición administrativa.

CONCLUSIONES

La empresa familiar como modelo organizacional en el servicio de hospedaje en el municipio de Florencia se aleja significativamente del propósito central de la concepción formal. La empresa familiar tiene por objetivo la creación de empleos y opera de acuerdo con una estructura de sucesión familiar, donde las actividades de propiedad y dirección, aunque se encuentran estrechamente relacionadas, permiten la participación de sujetos externos con fines de pertinencia empresarial. No obstante, la interacción y la dinámica de la organización se soportan sobre la base de la rentabilidad, característica propia de las empresas no familiares.

Una vez se ha analizado la relación entre capital humano, responsabilidad social y competitividad y sus prácticas influyentes en las empresas de familia del sector hotelero en Florencia, Caquetá, se concluye:

- Las empresas hoteleras de carácter familiar en el municipio de Florencia, aunque son patrimonio familiar el desarrollo de la gestión recae exclusivamente sobre del fundador.

- En sentido estricto de la supervivencia de la organización, las empresas familiares en el municipio de Florencia se deducen como familiar, a partir de la mínima participación de los miembros familiares en la administración, donde el ingreso es la fuente para la estabilidad económica familiar del gerente (accionista central o dueño de la organización).

- Las lógicas de acción organizacional y humana de las empresas familiares se orientan hacia el incremento de riqueza familiar, sustentando en una unidad productiva con mínima participación familiar y alta participación laboral externa sujeta a una estructura gerencial de confianza y productiva.

- Las ventajas competitivas en el marco de la competencia no distinguen propiedades y atributos de las organizaciones, no hay conciencia administrativa de enfoque organizacional; por tanto, la competencia es directa entre hoteles o empresas no familiares y empresas familiares. Esta condición reduce el margen de diferenciación y genera una equivalencia en el marco de la participación del mercado, capacidad organizacional, recursos de capital físico, humano y organizacional.

- La categorización de “empresas familiares” en el municipio de Florencia excluye un gran número de iniciativas empresariales, pues sus variables de clasificación no permiten reconocerlos en el marco de la eficiencia de producción, de las redes de colaboración ni de los niveles de innovación e identificación de ventajas competitivas. La caracterización definida de un número reducido de modelos factibles de empresas familiares con vocación hacia el hospedaje se determina con fundamento en elementos y factores de competitividad, capacidades (capital humano) y satisfacción del bienestar social. Los servicios de hospedaje prestados en su mayoría en el municipio se sustentan en la informalidad y hallan rentabilidad en la demanda social como alternativas de comercialización.

REFERENCIAS

Arango, M. D., Londoño, J. E. y Álvarez, K. C. (2012). Capacidades del negocio en el contexto empresarial. *Revista virtual Universidad Católica del Norte,* (35), 5 - 27.

Argandoña, A. (2007). *La RS de la empresa a la luz de la ética*. IESE Business School- Universidad de Navarra.

Barney, J. (1991). firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management, 17*(1), 99 - 120.

Benavides Delgado, J., Fernández Fernández, J. L. y Urtiaga de Vivar Frontelo, A. (2012). *Glosario sobre responsabilidad social para la investigación y el debate terminológico*. Universidad Pontificia Comillas.

Cardona, M., Acevedo, I., Vásquez, J., Villegas, M. y Brito, T. (2007). Capital Humano: Una mirada desde la educación y la Experiencia laboral. *Cuadernos de investigación*, 1 - 40.

Casillas, J., Díaz, C. y Vásquez, A. (2005). *La gestión de la empresa familiar: Conceptos, casos y soluciones.* Thomson.

Calderón Hernández, G. (2003). Dirección de recursos humanos y competitividad. *Innovar, 1*(22), 157-172. https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/25027

Enright, M., Francés, A. y Scott, E. (1994). *Venezuela, el reto de la competitividad*. Ediciones IESA.

Fermoso, P. (1997). *Manual de Economía de la Educación*. Narce.

Gallo, M. A. (1995). *Empresa familiar. Textos y casos*. Praxis.

Ginebra, J. (1977). *Las Empresas Familiares: su dirección y su continuidad*. Editorial Panorama.

Grant, R. (1999). The resource based-view theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review, 33*(3), 3-23.

Grant, R. (2005). *Contemporary Strategy Analysis*. Blackwell Publishing.

Harris, M. y Holmstron, B. (1982). A Theory of Wage Dynamics. *The review economics studies, 49*(3), 315-333.

Horkheimer, M. (2002). *Crítica de la razón instrumental*. Trotta.

Messner, D. y Meyer-Stamer, J. (1994). Competitividad sistémica. Pautas de gobierno y desarrollo. *Nueva sociedad*, (133), 72-87.

Modest, G. y Llauradó, J. (2000). *La empresa familiar y su plan de sucesión*. Editorial Díaz de Santos.

Porter, M. (2003). Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index. World Economic Forum, Oxford University Press.

Ramírez, D. (2015). Capital Humano: Una Visión desde la Teoría Crítica. *Cadernos EBAPE.B.R, 13*(2), 315 - 331.

Schultz, T. (1972). Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities. Economic Research: Retrospect and Prospect, Vol. 6 Human Resources. National Bureau of Economic Research.

Ward, J. L. y Sorenson, L. S. (1988). Turning children into managers. *Nation's Business, 76(*8), 49.

6. CONCLUSIONES GENERALES

En sus 25 años, la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas ha generado impacto socioeconómico e investigativo desde las ciencias administrativas a nivel de pregrado y hace 7 años a nivel de posgrado. Los retos y desafíos frente a la nueva realidad a partir de la contingencia mundial exigen a la Universidad de la Amazonia abrir y explorar nuevos horizontes en cuanto a fundamentos contextuales, filosóficos, pedagógicos e investigativos frente a la enseñanza y aprendizaje de la Administración.

La formación de profesionales y magísteres en el actual paradigma del autocuidado, aislamiento preventivo, la sostenibilidad, la innovación y la virtualidad, se vislumbran como nuevas oportunidades y demanda la evolución e integración hacia mercados nacionales e internacionales, para incursionar en la construcción de conocimiento y aportes significativos para el mundo desde la Amazonia colombiana.

Debido a que la academia tiene una responsabilidad en la producción intelectual y trasferencia de tecnologías al sector productivo público y privado, en razón a la problemática, a las oportunidades que ofrece el entorno y ante el requerimiento de la inserción del mercado local en el mercado nacional e internacional, los programas en Administración, basados en la necesidad de capacitar profesionales que promuevan un desarrollo y crecimiento sostenible. En América Latina la creación de maestrías se ha encaminado hacia las áreas que generen crecimiento económico y desarrolle las condiciones necesarias para insertar competitivamente las regiones a los mercados internacionales.

El objetivo general de las maestrías es desarrollar competencias en investigación y la aplicación del conocimiento para formular soluciones a problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales mediante la argumentación teórica, el manejo de instrumentos y procesos de investigación y de creación. Por

ello, la formación en pregrado y posgrado de la Universidad de la Amazonía en las áreas de la ciencia administrativa busca garantizar la satisfacción de las necesidades de formación en procura de brindar espacios educativos que sean acordes con las necesidades del entorno, a la problemática y oportunidades de la región.

Con lo anterior, se requiere de la formación de profesionales que administren eficientemente empresas, organizaciones, de tipo público o privado, donde tomen decisiones eficientes y formulen propuestas dirigidas a contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la región o en diferentes contextos (local, nacional e internacional) en coherencia con la visión institucional. Adicionalmente, las políticas de investigación y de extensión de la Universidad de la Amazonia se orientan a la formación de un individuo reflexivo, crítico, creativo, innovador, autónomo con capacidad para plantear y solucionar problemas propios de la región Amazónica, así como de desarrollar plenamente sus potencialidades humanas que le permitan generar un conocimiento científico y una oferta tecnológica adecuada para el uso y manejo de los recursos.

En síntesis, la investigación para la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas busca:

- Las necesidades de las organizaciones, sea su fortalecimiento o su creación, lideradas eficiente, productiva, competitiva y ambientalmente sostenible, donde prime el desarrollo del talento humano en sus esferas psicológicas, sociales y económicas.

- Las oportunidades en materia de empresa, dada las potencialidades de la región en correspondencia con las políticas y ventajas comparativas de la región relacionadas con la biodiversidad, ambiente y desarrollo sostenible.

- El fortalecimiento de la relación Universidad, empresa y Estado, en respuesta a la base política y normativa de los actuales planes de gobierno nacional y local y la tendencia global.

- Responder al objetivo misional de la Alma mater en la generación de programas académicos que dinamicen la economía e incidan en al aumento de la calidad de vida y bienestar social de las comunidades.

En este sentido, el valor social agregado, en términos potenciales que se ha condensado en el mediano plazo por parte de los profesionales en Administración son: i) el aumento de capital humano en el área de administración de organizaciones; ii) aumento en la presentación de propuestas realizadas con criterios y metodologías que garantizan la solución eficiente a necesidades o problemáticas de la sociedad; iii) aumento de la eficiencia organizacional; iv) aumento en la captación de recursos financieros mediante la aprobación de estas propuestas; v) derivado de lo anterior, aumento en la dinámica social, evidenciada en impactos positivos generadores de bienestar social tales como transferencias tecnológicas, captura de mercados, generación de empleos y aumentos en los ingresos; vi) promoción de la investigación en el área organizacional y su entorno; vii) generación de profesionales egresados con actitudes y valores éticos, culturales y ambientales.

Se espera seguir contribuyendo al fortalecimiento empresarial, aumentar la cobertura geográfica e incursionar en nuevos sectores de la economía y en nuevos temas organizacionales, construyendo cultura académica, investigativa y empresarial desde la amazonia colombiana.

LOS AUTORES

Yelly Yamparli Pardo Rozo. PhD Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable de la Universidad de la Amazonia. Magíster en Economía del Medio Ambiente y Recursos Naturales de la Universidad de los Andes y Administradora de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Profesora titular del programa Administración de Empresas en el área de Gestión ambiental y desarrollo sostenible. Autora de los libros Competencias en emprendimiento, una propuesta para su enseñanza y aprendizaje, Evaluación de Políticas y Proyectos Métodos alternativos Económica y Social y estudio de casos, Florencia, Caquetá, Colombia; Lúdicas para la Toma de Decisiones en Administración, Diseño de Esquemas de Pagos por Servicios Ambientales: Experiencias en el Caquetá; Valoración de Servicios Ecosistémicos en Belén de los Andaquíes Caquetá. Investigadora en el Grupo de Estudios de Futuro en el mundo Amazónico GEMA. Coautora de los documentos maestros que crearon la Especialización en Formulación y Evaluación de Proyectos y de la Maestría en Administración de la Universidad de la Amazonia

Martha Susana Hernández Díaz. Magister en Administración Universidad de la Salle, Administradora de Empresas Universidad Javeriana. Profesora asociada Universidad de la Amazonia. Coordinadora de la Maestría en Administración Universidad de la Amazonia 2012 – 2021. Docente Programa Administración de Empresas y Especialización en Gerencia del Talento Humano. Coautora de los documentos maestros que crearon la Especialización en Gerencia de Talento Humano (2006 y 2013) y de la Maestría en Administración (2013 y 2020) de la Universidad de la Amazonia. Amplia experiencia laboral en el sector financiero desde la Gerencia de reconocidas entidades bancarias y entidades públicas y privadas. Investigadora Grupo en Innovación y Mercados INMER.

Milton César Andrade Adaime. Magister en Ciencias de la Educación de la Universidad de la Amazonia. Especialista en Evaluación Social de Proyectos de la Universidad de los Andes y Administrador de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Profesor asociado Universidad de la Amazonia. Se destacan sus libros Competencias en emprendimiento, una propuesta para su enseñanza y aprendizaje y Evaluación de Políticas y Proyectos Métodos alternativos Económica y Social y estudio de casos. Experiencia en rediseños curriculares. Investigador en el Grupo de Estudios de Futuro en el mundo Amazónico GEMA.

EXPERIENCIAS INVESTIGATIVAS EN ADMINISTRACIÓN

Desde la Universidad de la Amazonia para el Fortalecimiento Empresarial

Este libro condensa los principales planteamientos del quehacer investigativo de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, de la Universidad de la Amazonia, específicamente en la disciplina administrativa a nivel de Pregrado y Posgrado. Presenta la correspondencia entre el contexto disciplinar y sus tendencias, la problemática socioeconómica y empresarial y el modelo curricular en respuesta a las necesidades del perfil de formación profesional en pregrado y posgrado.

Se presentan las líneas de investigación de la Ciencia Administrativa, y algunos ejercicios investigativos, que dan cuenta de los aportes de graduados, docentes y estudiantes, como contribución hacia el fortalecimiento empresarial y organizacional en general.

En 27 años la formación en Administración de la Universidad de la Amazonia, ha generado una nueva dinámica social, la cual busca trascender en la construcción de un tejido social competitivo en la dirección y creación de empresas y organizaciones, que tengan por principio la eficiencia, la competitividad y el desarrollo sostenible.

Universidad de la Amazonia