



# INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: UN CAMINO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL



**INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: UN CAMINO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL.**

ISBN: 978-628-95053-3-7



**2022**

### **Editores**

Mario Fernando Díaz  
Ruth Erika Morales  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Lourdes Elvira Rodríguez Guzmán  
Angie Vanessa Sandoval Palma

### **Autores**

Reinoso Lastra, Juan Fernando  
Cubillos Calderón, Carlos Hernán  
Varón Giraldo, Orlando  
Díaz Pava, Mario Fernando  
Morales Lugo, Ruth Erika  
Palma Cardoso, Elizabeth  
Guzmán, Robert Alexander  
Donoso Barreto, Lina Marcela  
Sánchez Ramírez, Yined  
Narváez Culma, Nayely Constanza  
Alarcón Linares, Augusto Francisco  
Patiño Pinilla, Jorge Armando

Díaz M., Morales R., Palma E., Guzmán R., Rodríguez, L. & Sandoval, V. 2022 (Eds). **INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: UN CAMINO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Edición 1. Espinal Tolima. Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP.

Editorial: Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP

Págs. 100

ISBN: 978-628-950-53-3-7

Localización: Biblioteca ITFIP y Página Web: Investigación de la facultad de Economía, Administración y Contaduría

Formato: 21 x 27

**LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN**  
**INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: UN CAMINO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Facultad de Economía Administración y Contaduría  
Contaduría Pública

**Rector**

Mario Fernando Díaz Pava

**Vicerrector Académico**

Orlando Varón Giraldo

**Decana**

Ruth Erika Morales Lugo  
Facultad Economía, Administración y  
Contaduría

**Editores**

Mario Fernando Díaz  
Ruth Erika Morales  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Lourdes Elvira Rodríguez G.  
Angie Vanessa Sandoval P.

**ISBN:** 978-628-950-53-3-7

**Primera edición:** diciembre 2022

Impreso en Colombia

**Editorial:** Instituto Tolimense de  
Formación Técnica Profesional- ITFIP

**Diseño de portadas**

Ángel Santiago Sandoval

**Revisión y Estilo:**

Francisca Barragán Galindo

INSTITUTO TOLIMENSE DE  
FORMACIÓN TÉCNICA  
PROFESIONAL “ITFIP”  
www.itfip.edu.co Carrera 1a. Calle 18.  
Contiguo Barrio Arkabal-Tel: (8)  
2483501 – 2480014  
Apartado aéreo: 087 Espinal, Tolima,  
Colombia

Para citar este libro siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA: Díaz M., Morales R., Palma E., Guzmán R., Rodríguez, L. & Sandoval, V. (2022). (Eds). Experiencias de investigación: un camino hacia el conocimiento. Edición 1. Editorial Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP.

Derechos reservados de autor  
Copyright



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## Tabla de Contenido

<b>Capítulo I: Perspectivas de una Política Pública de Emprendimiento para disminuir la Pobreza .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1      Introducción.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2      Referente Teórico .....</b>	<b>14</b>
1.2.1    La visión multidimensional de la pobreza en su comprensión y solución.....	14
1.2.2    La visión económica y social.....	15
1.2.3    La visión humana y ética.....	15
1.2.4    Hacia una política pública de emprendimiento para superar la pobreza.....	16
1.2.5    Emprendimiento para superar la pobreza.....	16
1.2.6    El ecosistema emprendedor como fortaleza institucional.....	17
1.2.7    Los desafíos frente a la pobreza.....	17
<b>1.3      Contexto de Aplicación .....</b>	<b>18</b>
1.3.1    Desenlace .....	18
<b>1.4      Reflexión del autor .....</b>	<b>26</b>
<b>1.5      Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>27</b>
<b>Capítulo II. De La Eficiencia Empresarial a la Eficiencia Curricular a Propósito de los Resultados de Aprendizaje.....</b>	<b>29</b>
<b>2.1      Introducción.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2      Metodología .....</b>	<b>31</b>
<b>2.3      Resultados .....</b>	<b>32</b>
2.3.1    Aplicación del método científico a la administración empresarial .....	32
2.3.2    Formación de hombres y mujeres para una nueva sociedad industrial .....	34
2.3.3    Educación eficientista en Colombia.....	36
<b>2.4      Reflexión del autor .....</b>	<b>38</b>
<b>2.5      Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>40</b>
<b>Capítulo III: Diseño de Estrategias de Comercialización para los Agricultores de la Flor de Jamaica de la Vereda el Jardín del Guamo – Tolima.....</b>	<b>43</b>
<b>3.1      Resumen .....</b>	<b>43</b>
3.1.1    Abstract .....	43
<b>3.2      Introducción.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3      Metodología de Investigación.....</b>	<b>46</b>
3.3.1    Enfoque de la investigación .....	46
3.3.2    Fuentes de recolección de datos .....	46
3.3.3    Fuente primaria .....	46
3.3.4    Fuente secundaria.....	46
<b>3.4      Técnicas de recolección de datos.....</b>	<b>46</b>
3.4.1    Encuestas.....	46
3.4.2    Observación.....	47
3.4.3    Documentación .....	47
3.4.4    Universo .....	47
3.4.5    Población.....	47
3.4.6    Muestra.....	48

<b>3.5</b>	<b>Marco Teórico .....</b>	<b>48</b>
3.5.1	Comercialización.....	48
3.5.2	Historia de la flor de Jamaica.....	48
3.5.3	Aspectos medicinales .....	49
3.5.4	Preparación y siembra de la flor de Jamaica .....	50
3.5.5	Crecimiento de la planta.....	50
3.5.6	Recolección de la cosecha.....	51
3.5.7	Extracción de la semilla .....	52
3.5.8	Secado de la flor.....	52
3.5.9	Costos para cultivar la flor de Jamaica .....	53
3.5.10	Costos para la producción de flor de Jamaica .....	54
<b>3.6</b>	<b>Resultados .....</b>	<b>57</b>
<b>3.7</b>	<b>Reflexión del autor .....</b>	<b>69</b>
<b>3.8</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>70</b>
<b>3.9</b>	<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>71</b>
<b>Capítulo IV: Análisis Socioeconómico de los Comerciantes Micro Empresarios del Municipio de ATACO – TOLIMA en el año 2022 .....</b>		<b>76</b>
<b>4.1</b>	<b>Introducción.....</b>	<b>77</b>
<b>4.2</b>	<b>Marco Teórico .....</b>	<b>78</b>
4.2.1	Comerciantes.....	78
4.2.2	Comercio al por mayor.....	78
4.2.3	Principales Características .....	79
4.2.4	Comercio al por Menor. ....	79
4.2.5	Las Características Principales Del Comercio Al Por Menor Son.....	79
4.2.6	Son mercantiles para todos los efectos legales.....	80
4.2.7	No son mercantiles:.....	81
4.2.8	Obligaciones de los comerciantes .....	81
4.2.9	Importancia de los comerciantes .....	82
4.2.10	Grupo 3 de clasificación micro empresarial.....	82
4.2.11	Nivel socioeconómico .....	83
4.2.12	Economía de los impuestos. ....	84
4.2.13	Competitividad.....	84
<b>4.3</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>85</b>
4.3.1	Enfoque investigativo.....	86
4.3.2	Diseño de investigación. ....	86
4.3.3	Población.....	86
4.3.4	Encuesta .....	86
<b>4.4</b>	<b>Resultados .....</b>	<b>87</b>
4.4.1	Análisis social .....	88
4.4.2	Análisis económico. ....	93
<b>4.5</b>	<b>Discusión .....</b>	<b>95</b>
<b>4.6</b>	<b>Reflexión de los autores .....</b>	<b>96</b>
<b>4.7</b>	<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>97</b>

## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Emprendimientos más representativos en Tolima, Colombia. ....	18
Ilustración 2. Emprendimiento por sectores económicos en Tolima, Colombia .....	19
Ilustración 3. Distribución por género en las provincias del Departamento del Tolima. ....	20
Ilustración 4. Distribución etaria en las provincias del Departamento del Tolima.....	20
Ilustración 5. Nivel de Formación por provincia en el Departamento del Tolima. ....	21
Ilustración 6. Posición en el hogar de la persona pobre en las provincias del departamento del Tolima. ....	22
Ilustración 7. Tipo de ocupación de los encuestados. ....	23
Ilustración 8. Sector informal e informal en el Tolima.....	23
Ilustración 9. Sector económico de desempeño. ....	24
Ilustración 10. Dependencia económica de la población en las provincias del Departamento del Tolima. ....	25
Ilustración 11. Jerarquía Agricultores vereda el jardín .....	47
Ilustración 12. Preparación del terreno. ....	50
Ilustración 13 crecimiento de la planta .....	51
Ilustración 14 recolección de la cosecha.....	51
Ilustración 15 Extracción de la semilla .....	52
Ilustración 16 secado de la flor .....	53
Ilustración 17. Publicidad .....	57
Ilustración 18. Tipo de Cultivos.....	58
Ilustración 19. Clientes. ....	59
Ilustración 20. Motivación para cultivar .....	59
Ilustración 21. Creación de Convenios .....	60
Ilustración 22. Satisfacción de Necesidades .....	60
Ilustración 23. Origen de Ingresos .....	61
Ilustración 24. Líder de Producción.....	62
Ilustración 25. Experiencia en el Cultivo.....	62
Ilustración 26. Creación de Empresa .....	63
Ilustración 27. Perdidas en el cultivo .....	64
Ilustración 28. Hectáreas Cultivadas.....	65
Ilustración 29. Apoyo de Entidades .....	65
Ilustración 30. Productos Derivados .....	66
Ilustración 31. Conocimiento de Costos .....	67
Ilustración 32. Ocupación de Lotes .....	67
Ilustración 33. El lugar donde desarrollan la actividad comercial.....	88
Ilustración 34. Servicios públicos que disponen las microempresas. ....	88
Ilustración 35. Tiempo en el que comenzó a desarrollar su actividad económica.....	89
Ilustración 36. Nivel educativo de los microempresarios.....	89
Ilustración 37. Microempresas con empleados a cargo. ....	90
Ilustración 38. Estrategias para comercializar sus productos en temporadas de ventas bajas. ....	90
Ilustración 39. Comerciantes microempresarios que hacen uso de la cámara de comercio. ...	91
Ilustración 40. Actividades comerciales registradas en cámara de comercio para el año 2022. ....	92

Ilustración 41. Formas de Pago que el cliente utiliza. ....	93
Ilustración 42. Microempresarios que tienen claridad de la rentabilidad que les genera su actividad económica.....	94
Ilustración 43. Ingresos percibidos diariamente. ....	94

### Tabla de Tablas

Tabla 1. Costos fijos .....	53
Tabla 2. Costos Variables .....	54
Tabla 3. Costos de Producción.....	55
Tabla 4. Producción y utilidad por hectárea .....	55
Tabla 5. Variación de Precios .....	56
Tabla 6 precio en gramos .....	56
Tabla 7 variación absoluta y relativa .....	57

## Prólogo

### INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: UN CAMINO A LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

“Investigación científica: Un camino a la gestión empresarial” es un libro resultado de investigación que hace referencia a 4 capítulos con producción científica de investigadores, docentes y estudiantes del programa Contaduría Pública del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional- ITFIP, además de otras universidades del país; de igual manera, es arbitrado por pares de doble ciego, con temáticas de las ciencias sociales con acceso abierto a las comunidades científicas nacionales e internacionales.

Este libro es una producción de conocimiento científico, que da cuenta de temas relacionados con la economía, administración, contaduría, tecnologías y educación. Ubicados en 4 apartados de propiedad intelectual e investigativa.

De acuerdo a lo anterior, en el primer capítulo, se aborda el tema “Perspectivas de una política pública de emprendimiento para disminuir la pobreza” con el objeto de presentar un recorrido por la pobreza que deja ver la necesidad de una visión multidimensional desde su comprensión y solución, que supere la casi permanente visión económica de los ingresos, para mirar otras perspectivas en situaciones específicas y contextuales.

En el segundo capítulo, titulado “De la eficiencia empresarial a la eficiencia curricular - A propósito de los resultados de aprendizaje”, el cual tiene como fin realizar un acercamiento entre la administración científica y la teoría curricular norteamericana.

En el capítulo 3, se plantea el “diseño de estrategias de comercialización para los agricultores de la flor de Jamaica de la vereda el Jardín del Guamo – Tolima”, el cual hace referencia a diseñar estrategias de comercialización para los agricultores de flor de Jamaica en la vereda el Jardín del Guamo – Tolima, donde se llevará a cabo una investigación que permita a los agricultores conocer y dar un buen manejo a esta planta, comercializándola y así llegar a mercados más competitivos. Seguidamente el capítulo 4, contempla el “Análisis socioeconómico de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco – Tolima en el año 2022, cuyo propósito es analizar las características socioeconómicas de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco-Tolima, que renovaron su registro en la cámara de comercio para el año 2022.

De otra parte, es importante aclarar que los capítulos relacionados son responsabilidad de los autores; por consiguiente, los editores y la editorial del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP, actúan según la buena fe.

# CAPÍTULO 1

---

Investigadora

*Autor*

*Juan Fernando Reinoso Lastra*

**PERSPECTIVAS DE UNA POLÍTICA  
PÚBLICA DE EMPRENDIMIENTO  
PARA DISMINUIR LA POBREZA**



## 1. **Perspectivas de una Política Pública de Emprendimiento para disminuir la Pobreza**

### **Resumen**

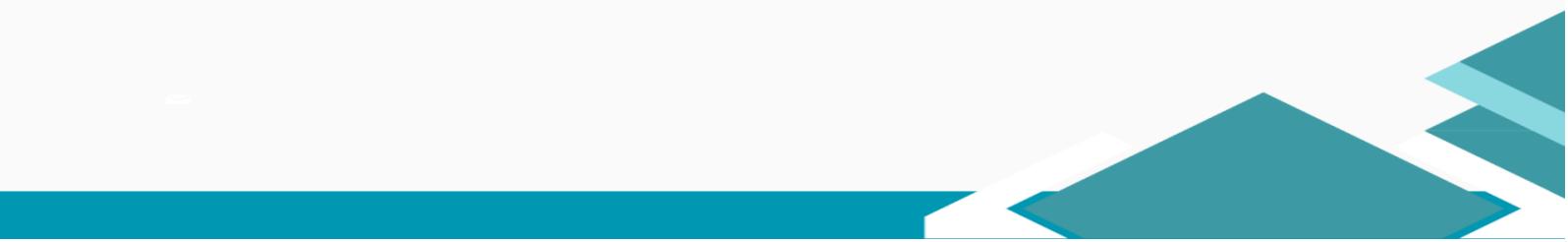
La pobreza tiene múltiples dimensiones en su comprensión y en su solución, que trascienden de lo económico y dejan ver otros aspectos que dan cuenta de su complejidad e interrelación con diversos factores. Es así como mirarla desde el emprendimiento supone un ejercicio teórico y práctico que contextualiza el problema y aborda diversas manifestaciones económicas, sociales, culturales que se centran en la persona como el capital humano que apoyado por un ecosistema emprendedor, del cual hace parte el gobierno, supera la pobreza mediante la inclusión productiva y social en condiciones de igualdad y dignidad humana. Las conclusiones enfatizan en la multidimensionalidad de la pobreza y su solución, en el reconocimiento social y humano de los pobres y, en la focalización en poblaciones más vulnerables como las mujeres, los jóvenes, la población rural y aquellos que se encuentran en la informalidad. Es así como en el año 2021 para el departamento del Tolima, Colombia, se hizo un estudio de pobreza extrema con miras a proponer estrategias de inclusión productiva.

**Palabras Clave:** Pobreza, política pública, emprendimiento, ecosistema emprendedor.

### **Abstrac**

Poverty has multiple dimensions in its understanding and solution, which transcend the economic and reveal other aspects that account for its complexity and interrelation with various factors. This is how looking at it from entrepreneurship is a theoretical and practical exercise that contextualizes the problem and addresses various economic, social, and cultural manifestations that focus on the person as the human capital that is supported by an entrepreneurial ecosystem, of which the government is a part, overcomes poverty through productive and social inclusion in conditions of equality and human dignity. The conclusions emphasize the multidimensionality of poverty and its solution, the social and human recognition of the poor and the focus on more vulnerable populations such as women, young people, the rural population and those who are in informality. This is how in 2021 for the department of Tolima, Colombia, a study of extreme poverty was carried out with a view to proposing productive inclusion strategies.

**Keywords:** Poverty, public policy, entrepreneurship, entrepreneurial ecosystem.



## 1.1 Introducción

El propósito del capítulo es presentar un recorrido por la pobreza que deja ver la necesidad de una visión multidimensional desde su comprensión y solución, que supere la casi permanente visión económica de los ingresos, para mirar otras perspectivas en situaciones específicas y contextuales, que incluyen otros problemas sociales, factores culturales, poblaciones marginadas y consideraciones de política como los arreglos institucionales, las estrategias y programas y la participación de los grupos vulnerables.

Basado en un estudio de la pobreza extrema en el departamento del Tolima, Colombia, en el año 2021, se proporciona la posibilidad de incorporar nuevas variables incluso de comportamiento para la formulación e implementación de una política pública de emprendimiento que superen las limitaciones regionales de alcance institucional y presupuesto con una arquitectura de ecosistema más amplio y poli céntrico.

Entonces, entender la pobreza desde diversas dimensiones y ciencias, permite un mayor acercamiento a su comprensión y solución, por ejemplo, la filosofía ayuda a entender la pobreza y las políticas públicas orientadas a atender los problemas de pobreza y desigualdad en contextos específicos, desde una nueva dimensión de lo humano y lo ético.

En consecuencia, desde una visión económica, humana y social de la pobreza se propone el emprendimiento como política social, recogiendo la visión de diversos autores acerca de la multidimensionalidad, la participación, la inclusión productiva y las oportunidades para desarrollar el potencial productivo de este capital humano en aras de superar la línea de marginalidad y discriminación que representa esta condición social.

En este aparte es necesario recalcar la necesidad de un ecosistema emprendedor fortalecido compuesto por varios actores institucionales que mediante un trabajo coordinado y orientado sinérgicamente a un objetivo permita la eficacia de programas y estrategias de la política pública. Como contextualización, se presenta el análisis del ecosistema emprendedor del departamento del Tolima, Colombia.

Finalmente, se presentan las conclusiones, siguiendo de lo general a lo particular o específico en este caso de mostrar la relación causal entre pobreza y emprendimiento.

## 1.2 Referente Teórico

### 1.2.1 La visión multidimensional de la pobreza en su comprensión y solución.

A partir del estudio de experiencias en América Latina y el Caribe Abramo, Cecchini, y Morales (2019), muestran como la pobreza se asocia a otros problemas que agravan la condición humana de la sociedad y que al ser identificadas y medidas pueden ayudar a que sus soluciones a través de políticas sociales, sean más efectivas para reducir la desigualdad y superar la pobreza a través de la inclusión laboral y la protección social. Por eso, según Sánchez, Ruiz & Barrera (2020) es necesario desde las ciencias sociales y de entidades como la CEPAL, identificar y aportar nuevos conceptos que estimulen una visión y una solución multidimensional más cercana a la realidad, para romper el unanismo del ingreso como variable de medición de pobreza e invitar a aportar nuevos conceptos que estimulen una visión y una solución más cercana a la realidad, como los planteados por el Departamento Nacional de Planeación DNP en Colombia (2011, citado por DNP, 2019), utilizando el Índice de pobreza Multidimensional IPM que contiene cinco dimensiones de calidad de vida a nivel de hogar como: condiciones educativas, condiciones de niñez y juventud, salud, trabajo y, condiciones de vivienda con servicios públicos, lo cual supone algo más cercano a la realidad para poder contrarrestar sus efectos mediante medidas focalizadas en población y problemas relacionados. Incluso se le relaciona con el acceso a Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC como se evidencia en Jara (2008).

Como aporte a la visión multidimensional de la pobreza (Sánchez, Ruiz & Barrera, 2020), Lustig y Tommasi (2020) parten del énfasis en los efectos negativos de la pandemia sobre los pobres en mayor grado debido a su vulnerabilidad sobre todo a los efectos en el trabajo, lo que aumenta la desigualdad. Esto ha hecho que, como fenómeno social, sea aún más compleja y difícil de entender, pero le permite salir del simplismo conceptual que lo ata al crecimiento económico y a la dependencia de soluciones paternalistas del Estado. Desde la tradición europea y por mucho tiempo, el ingreso monetario ha sido la principal variable para determinar quién es pobre, lentamente se han ido agregando otras variables como necesidades básicas insatisfechas, los derechos, capacidades, oportunidades, entre otros, que mejoran la calidad y multidimensionalidad del concepto y su solución.

Así, autores como Sen (2012) plantean que la pobreza y la falta de oportunidades son obstáculos en el ejercicio de libertades fundamentales, Banerjee y Duflo (2019), consideran que los pobres deben ser vistos como seres humanos participantes, dedicando la mayoría de sus aportes a entender la pobreza desde sus protagonistas.

Por eso, para las ciencias sociales es importante comprender la pobreza desde diversas disciplinas como la economía, la antropología y la sociología, entre otras, desde un pensamiento disruptivo del concepto europeo que aporte nuevos conceptos más cercanos a la realidad latinoamericana, lo cual muestra avances en su relatividad, su contextualización, su medición a través de nuevas metodologías, sus propuestas de política pública, su relación con otras categorías de análisis como la marginalidad, la libertad, el desarrollo humano, la vulnerabilidad.

### **1.2.2 La visión económica y social.**

La pobreza está asociada según Abramo, Cecchini y Morales (2019), a la desigualdad económica por la heterogeneidad de la estructura productiva de las economías y se ha medido por el nivel de ingresos. Luego, la pobreza se asocia a otras desigualdades como la desigualdad de género, la desigualdad étnico-racial por edad y territorios, la desigualdad por situación de discapacidad, de orientación sexual e identidad de género, las cuales se encadenan, relacionan y potencian para incidir en múltiples ámbitos de derechos como: ingresos, trabajo y empleo, educación, salud, seguridad ciudadana, participación y toma de decisiones.

El fenómeno de pandemia por covid19 hizo ver un círculo vicioso que agrava los problemas económicos, de salud y muchos otros derivados de la pobreza. Se identifican problemas asociados con las condiciones de trabajo, la violencia familiar, el exceso de trabajo de la mujer, la violencia de género, la inestabilidad económica por falta de ingresos, la dificultad de escolarización en los niños, el abuso infantil, la mayor mortalidad por pandemia de los ancianos, su aislamiento y falta de atención médica, las condiciones precarias de los indígenas, la invisibilidad de los migrantes indocumentados que los aleja de toda posibilidad de atención en pandemia y, la marginalidad de otras poblaciones como trabajadoras sexuales, personas transgénero y aquellas todavía no identificadas pero que hacen parte de una realidad social y llevan a repensar la pobreza, tal como lo manifiestan Banerjee y Duflo (2019).

### **1.2.3 La visión humana y ética.**

Banerjee y Duflo (2019), consideran a los pobres como seres humanos participantes, por eso, dedican la mayoría de sus aportes a entender la pobreza desde los pobres como seres humanos integrantes de una sociedad que los ignora y los relega a una condición de inservibles y no deseables.

Al respecto, Dietterlen (2013) empieza por aportar dos conceptos de pobreza, el económico y el ético, ligado al concepto de dignidad humana o lo que llama “concepción ética de la pobreza” (p. 16). Se plantea el papel histórico del estado frente a la pobreza como un problema económico, humano y político para conservar el poder sobre sus masas. Los dos enfoques de la pobreza, permiten ampliar el campo de la interpretación, la comprensión y la propuesta de políticas públicas, siendo más importante el concepto ético, por cuanto, se centra en el ser humano, en su capacidad para ejercer bajo condiciones de igualdad y libertad su propia autonomía, elegir su destino y la forma de alcanzarlo, así como participar activamente en la sociedad que conforma, ganando un respeto hacia sí mismo. Ahora bien, si se piensa que como seres humanos los pobres pueden elegir sus planes de vida y la forma de alcanzarlos, entonces las necesidades deben tomar la forma de preferencias, evitando el paternalismo del estado, teniendo en cuenta que deben ser completas, reflexivas y transitivas.

Si se trata de la pobreza como problemas de derechos de bienestar, también conllevan obligaciones y deberes y, generan libertades, pero además son exigibles y de obligatorio respeto y cumplimiento por otras personas e instituciones, no depende de acciones voluntarias. Siendo consecuente con que la pobreza es una exigencia de derechos que implican deberes, los derechos de bienestar requieren normas organizativas que no son de exigibilidad inmediata y

generan obligaciones jurídicas de personas e instituciones cuyo cumplimiento en conjunto es necesario para la plena satisfacción del derecho, pero que el estado generalmente no puede cumplir por varias razones entre ellas, su capacidad organizativa y su constante paternalismo que lo lleva a ser ineficiente en el uso de sus recursos y personas, e ineficaz para cumplir su obligación de lograr satisfacer los derechos de bienestar de los más pobres, tal como lo sugiere Sánchez (2003).

#### **1.2.4 Hacia una política pública de emprendimiento para superar la pobreza**

Por lo anterior, son necesarios programas sociales y políticas públicas con enfoque de derechos y principios de dignidad humana, libertad, igualdad y solidaridad que promuevan la inclusión laboral y social para colocar en igualdad de condiciones a los pobres en el ejercicio de sus derechos, en la participación de los beneficios del desarrollo socioeconómico como el bienestar básico y acceso a servicios sociales de calidad, las oportunidades de trabajo decente y un ingreso básico. Abramo, Cecchini y Morales (2019) llaman la atención de una relación positiva entre la protección social y la inclusión productiva a través de tres programas que han resultado ser efectivos por la alta participación de las comunidades y los efectos positivos sobre la superación de la pobreza y la reducción de desigualdades, entre los cuales están los programas de inclusión laboral y productiva, orientados a jóvenes y adultos en edad de trabajar que viven en condición de pobreza, ofrecen capacitación y formación laboral, nivelación de estudios, generación directa e indirecta de empleo, apoyo a emprendimientos y servicios de intermediación laboral.

#### **1.2.5 Emprendimiento para superar la pobreza.**

Para el emprendimiento, el trabajo se presenta como el factor principal para superar la pobreza y reducir la desigualdad, complementando lo que Sen (2012) plantea sobre la pobreza y la falta de oportunidades como obstáculos en el ejercicio de libertades fundamentales, por eso, la inclusión productiva a través del emprendimiento, supone la oportunidad de un trabajo decente que permita la recuperación de autonomía, identidad, dignidad humana y participación en la sociedad para superar la pobreza y lograr la inclusión social.

Para Isidro (2013) el concepto de pobreza tiene los componentes de privación de condiciones materiales y privación de desarrollo del potencial humano. El tipo de pobreza que no puede eliminar el capitalismo es donde el ser humano realiza plenamente su potencial humano, como lo han demostrado modelos productivos de Suecia, Alemania y Japón, donde según Aktouf (1996), se explora la productividad del ser humano en condiciones de nuevas relaciones de trabajo, centradas en la rehabilitación del sujeto-actor, una visión compartida y en complicidad que respeta la naturaleza humana y social de las personas, que conozca y asuma la información de la historia y las ciencias para no repetir tragedias como la pobreza y valora el aporte de los trabajadores.

### **1.2.6 El ecosistema emprendedor como fortaleza institucional.**

Para superar la debilidad institucional y organizativa del estado, se propone una adecuada articulación entre diferentes actores mediante un ecosistema emprendedor que tenga como principios rectores: la integración en una estrategia coordinada y coherente de todas las acciones en lo económico y lo social; la prioridad de atención al bienestar de las personas más pobres y vulnerables; la orientación a los objetivos de preservar la vida, los medios de subsistencia y el capital humano; el enfoque de atención a los grupos más pobres, aprovechar la experiencia de actores sociales no gubernamentales relacionados con los grupos poblacionales en pobreza y vulnerabilidad así como proyectar las necesidades organizacionales y presupuestales para que se creen y apoyen emprendimientos que beneficien a toda la población.

Ahora bien, con el emprendimiento se pueden encontrar y corregir desigualdades, por ejemplo, con las mujeres, los jóvenes, el sector rural, indígenas y otras poblaciones ocultas en la pobreza extrema, haciéndolo de manera transparente y eficaz con participación de sus actores, tal como lo expresa Herrera (2017). La libertad y la igualdad son principios fundamentales que bien manejados se complementan para luchar contra la pobreza extrema, lo cual se puede encontrar en el emprendimiento.

### **1.2.7 Los desafíos frente a la pobreza.**

Finalmente, los desafíos que se plantean con respecto a la pobreza es encontrar nuevos conceptos, explicaciones y soluciones alejadas del unanismo económico del ingreso, del modelo de desarrollo económico imperante y de intereses políticos, como respuesta a una crisis económica, social, cultural que enfrenta la sociedad y urge de una visión multidimensional, desde lo cuantitativo y lo cualitativo, lo medible y lo no medible, dejando lugar a la interpretación, a la participación del sujeto “pobre”, a la crítica constructiva de los paradigmas existentes, a desaprender lo aprendido, a consultar la realidad latinoamericana, a despegarse de una realidad científica prestada de las ciencias naturales que solo se inspira en la racionalidad y la objetividad quitándole la posibilidad de ver la pobreza desde una visión humana.

Resulta también interesante por su utilidad el papel pasivo o activo que se le puede dar al sujeto de la pobreza, porque de allí derivan las clases de políticas públicas y su aplicación, tal como lo expresa Benarjee y Duflo (2019), la pobreza está en todas partes y su visión tiende a reducirse y quedar reducida en fórmulas simples, al igual que sus soluciones, sin embargo, queda la esperanza de encontrar modelos de gestión pública que funcionen y tengan en cuenta a la población afectada.

Por otro lado, Dieterlen (2003) al considerar que las políticas públicas para combatir la pobreza se han centrado en la familia y el individuo, expresa que es necesario, tener en cuenta aspectos de cultura referidas al contexto en el que actúa la pobreza. En este sentido, al guiarse por la satisfacción de la utilidad tanto por los que implementan una política pública como por

quienes la reciben, una vez que encuentran la satisfacción de dicha utilidad esperada alcanzan un estado de bienestar, es decir, del logro de la utilidad esperada, sin embargo, no todo puede reducirse al utilitarismo, tal como lo hace Sen (1997, citado por Dieterlen, 2003) que “distingue tres maneras de concebir la utilidad: como placer, como satisfacción del deseo y como elección” (p.124), le preocupa que el utilitarismo como elección racional acostumbre a las personas a ciertos estados, como la pobreza, ajustando sus utilidades a sus posibilidades reales.

A la manera de Dieterlen (2003), el emprendimiento como política social debe ser manejado con criterios de distribución para que una sociedad sea menos desigual, en condiciones de libertad y de respeto a los derechos de las personas que la conforman, lo que también la hace menos injusta. Mediante el ejercicio de las libertades básicas, las personas son escuchadas y atendidas en sus necesidades, lo que reduce la desigualdad. Igualmente, el lograr condiciones de igualdad crea condiciones y espacios para que las personas puedan ser libres de escoger su plan de vida y la forma de alcanzarlo.

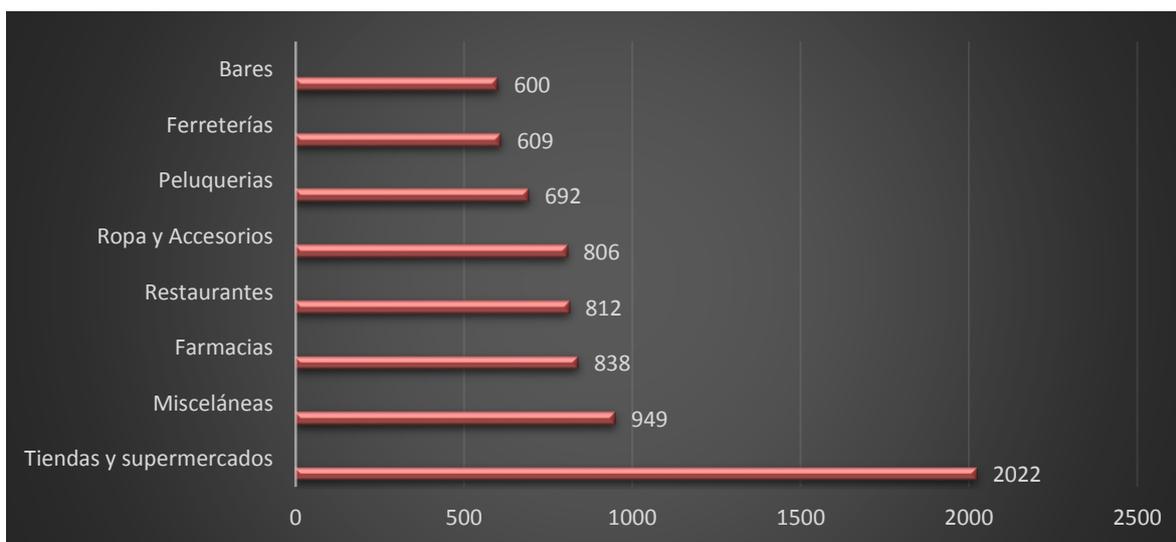
### 1.3 Contexto de Aplicación

#### 1.3.1 Desenlace

##### 1.3.1.1 Sobre el tejido emprendedor actual.

Según informe de la Cámara de Comercio de Ibagué (2021), como se presenta en la figura 1, el mayor número de emprendimientos son las tiendas, supermercados y mini mercados de barrio con 2022, lo siguen las misceláneas 949, las farmacias 838, los restaurantes 812, las empresas de venta de ropa y accesorios 806, peluquerías y otros tratamientos de belleza 692, ferreterías 609 y bares 600.

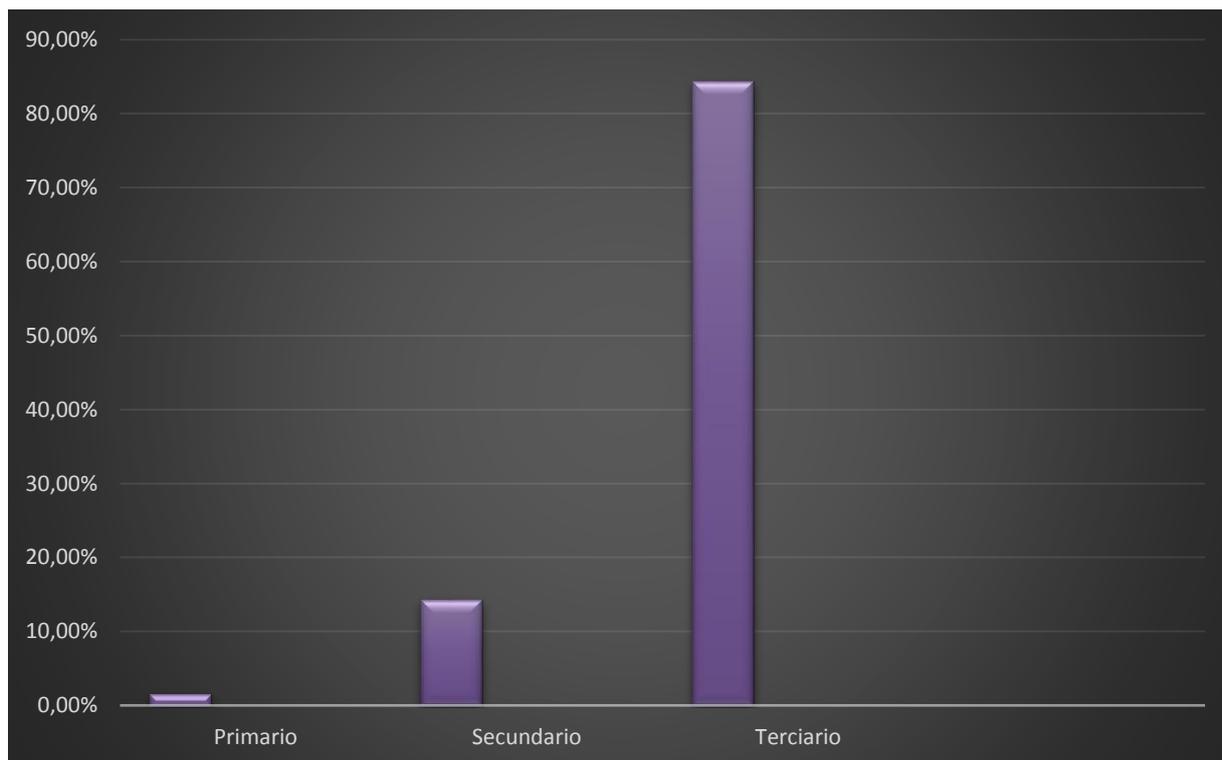
**Ilustración 1. Emprendimientos más representativos en Tolima, Colombia.**



Fuente: Elaboración propia

La figura 2 muestra que por sectores económicos el sector primario participa con el 1,54%; el sector secundario con el 14,17%, del cual el subsector manufacturero es el 9,7% y el de construcción el 4,47% y, el sector terciario compuesto por la gran mayoría de las empresas, participa con el 84,29%, lo que confirma la vocación comercial de la región.

### Ilustración 2. Emprendimiento por sectores económicos en Tolima, Colombia



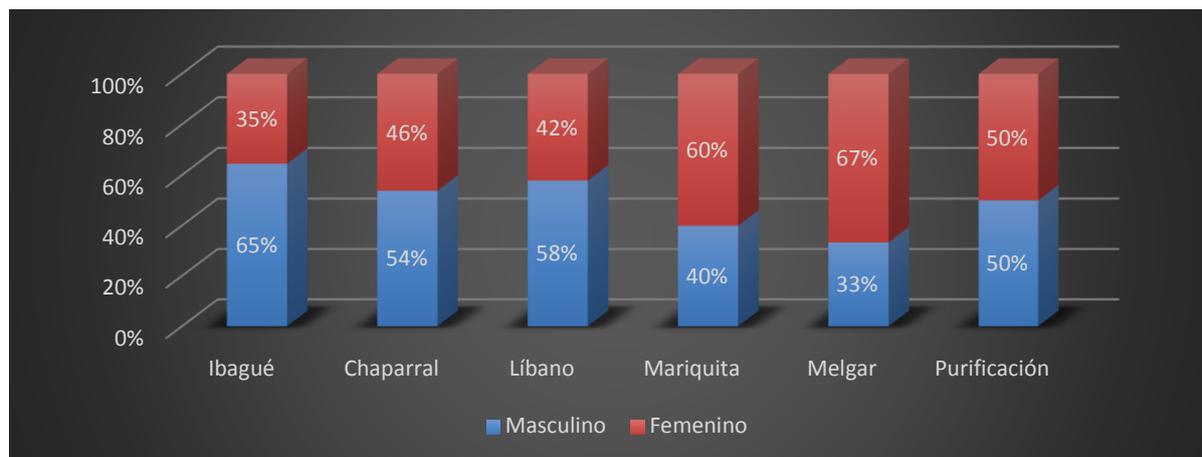
Fuente: Elaboración propia.

Sobre la población en pobreza extrema: capacidades e intenciones emprendedoras.

Al analizar la información primaria se encuentran los siguientes resultados orientados a brindar una caracterización sociodemográfica de la pobreza.

En la figura 3 se presenta la distribución por género de la población entrevistada en las provincias del Departamento del Tolima, en las cuales se muestra que Ibagué presenta un mayor número de hombres en condición de pobreza con el 65%. Para las demás provincias, va disminuyendo con respecto al género femenino, hasta llegar a San Sebastián de Mariquita con 40% de hombres y 60% de mujeres en situación vulnerable y la provincia Oriente, con el 33% y 67% respectivamente. Normalmente se asocia con quien genera ingresos en la familia.

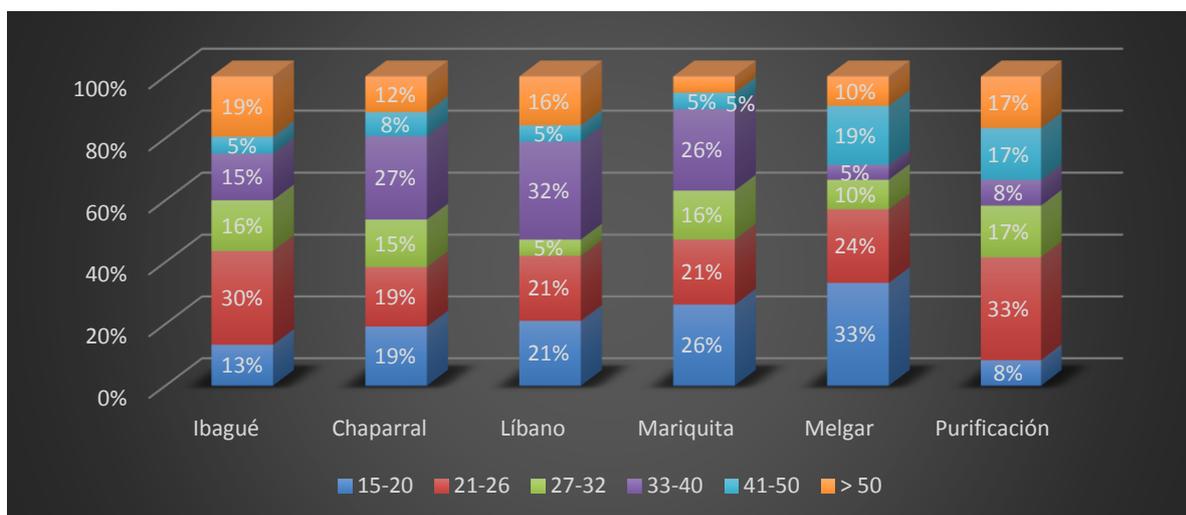
**Ilustración 3. Distribución por género en las provincias del Departamento del Tolima.**



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la edad de la obligación, en la figura 4 se encuentra que, en Ibagué, el mayor porcentaje corresponde a la población entre los 21 y 26 años con el 30% seguido de los mayores de 50 años con el 19%, grupo que es de mayor vulnerabilidad por la falta de oportunidades laborales en el tejido empresarial existente. En las provincias Sur, Nevados y Norte la mayor participación está en el grupo etario entre 33 y 40 años. En la provincia Suroriente le corresponde a la población entre 21 y 26 años, lo cual coincide con la tendencia nacional de desempleo juvenil que tiene entre otras causas la falta de oportunidades y espacios de participación como el emprendimiento para este tipo de población.

**Ilustración 4. Distribución etaria en las provincias del Departamento del Tolima.**

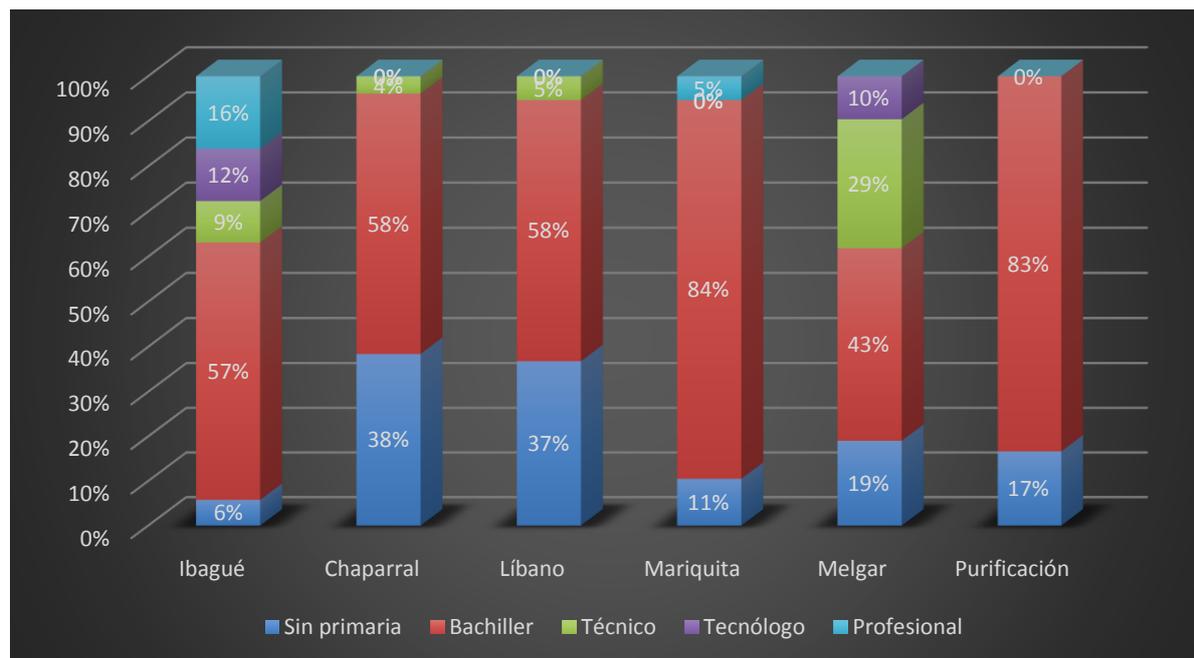


Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al nivel de educación de la población en condición de pobreza, figura 5, se encuentra para la provincia de Ibagué, que el 57% tiene un nivel secundario, el 6%

no tiene, un 9% son técnicos, un 12% dicen ser tecnólogos y un 16% tiene estudios profesionales; lo cual difiere con lo encontrado en otras provincias del departamento, el 38% de la provincia Sur no tiene, en la provincia Nevados el 37% están en la misma condición; sin embargo, prevalece el nivel secundario de educación.

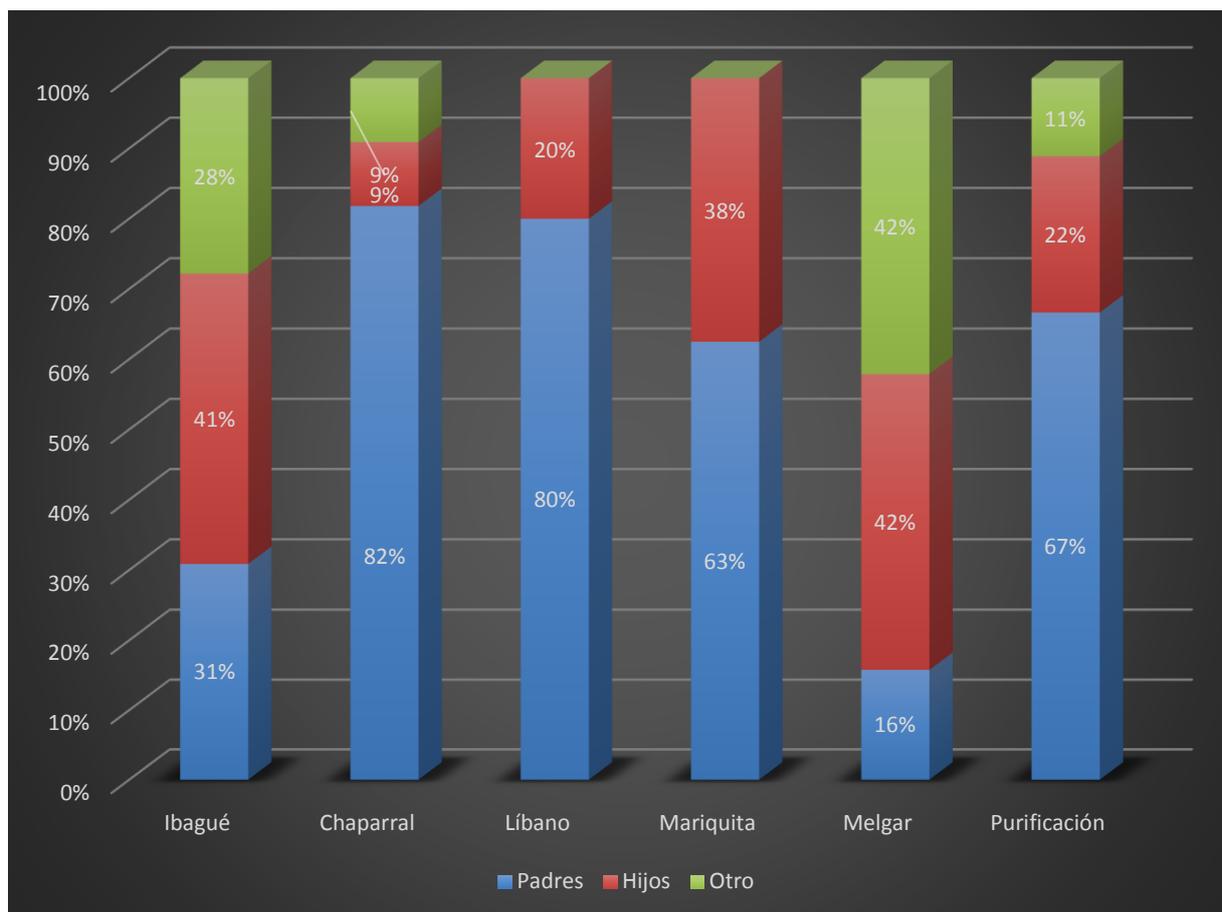
**Ilustración 5. Nivel de Formación por provincia en el Departamento del Tolima.**



Fuente: Elaboración propia

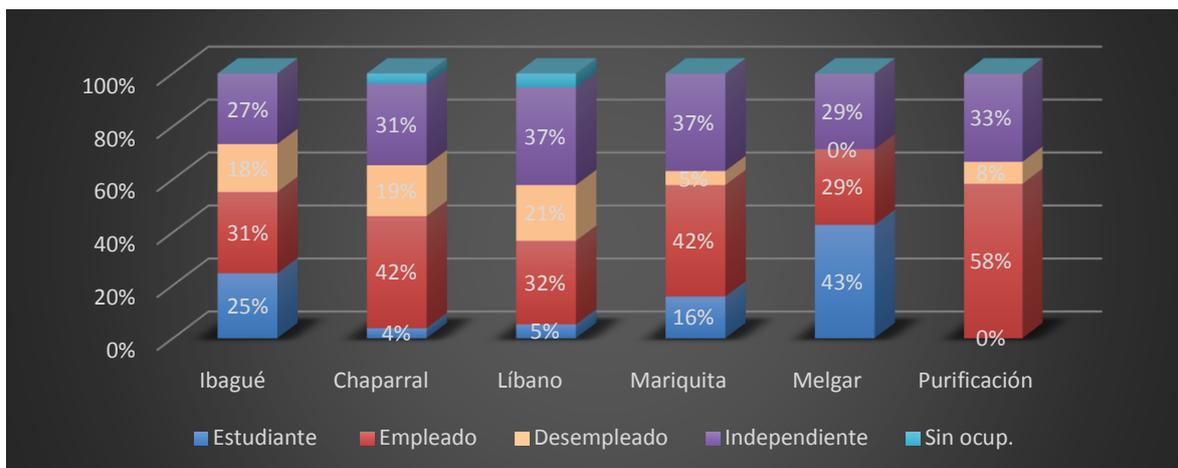
La figura 6, muestra que la mayoría de los encuestados en las provincias del departamento tienen una posición de padres en el hogar, a excepción de la provincia de Ibagué y Melgar donde 41% y 42% de los encuestados eran hijos, contra el 31% y 16% que tenían la posición de padres o miembros principales del hogar. Esta última condición se relaciona con la dependencia económica de un hogar integrado por varias personas, que presenta unos niveles bajos de ingresos monetarios sobre los cuales se soportan necesidades básicas de alimentación, salud, educación y otros servicios. También representa un foco de la política pública al actuar como vínculo de beneficios para varias personas en la condición de pobreza extrema, pues al recaer en la persona un emprendimiento, sus efectos positivos se pueden multiplicar

**Ilustración 6. Posición en el hogar de la persona pobre en las provincias del departamento del Tolima.**



Fuente: Elaboración propia

Al indagar por el tipo general de ocupación de la población en condición de pobreza, se encuentran los resultados presentados en la figura 7. Así, en la provincia de Ibagué, el 18% se encuentra desempleada, 25% se encuentran estudiando, 31% son empleados y 27% son trabajadores independientes, lo que demuestra un porcentaje alto de informalidad. En las otras provincias persiste el trabajo independiente o autoempleo y, los empleos formales pertenecen en su mayoría al sector estatal. Se destaca que en algunas provincias como Purificación el desarrollo del sector agropecuario todavía se mantiene estimulando el empleo, pero en condiciones de temporalidad y en muchas veces con ausencia de la protección social.

**Ilustración 7. Tipo de ocupación de los encuestados.**

Fuente: Elaboración propia

En contraste con la anterior figura, la figura 8 muestra que, en la provincia de Ibagué, las personas en condición de pobreza extrema que trabajan, el 53% considera que se encuentran en el sector informal y 47% en el formal. En el resto de provincias del Departamento las personas pobres, aunque se encuentran empleadas no cuentan con buenas condiciones laborales como la protección social o un salario digno, por lo que se consideran informales, denotando una condición de rebusque para la mayoría de personas y empleos de muy baja calidad. Esto demuestra que la población en situación de pobreza en el departamento del Tolima se encuentra en condiciones precarias de empleo, ya sea bajo el autoempleo o el empleo temporal e informal.

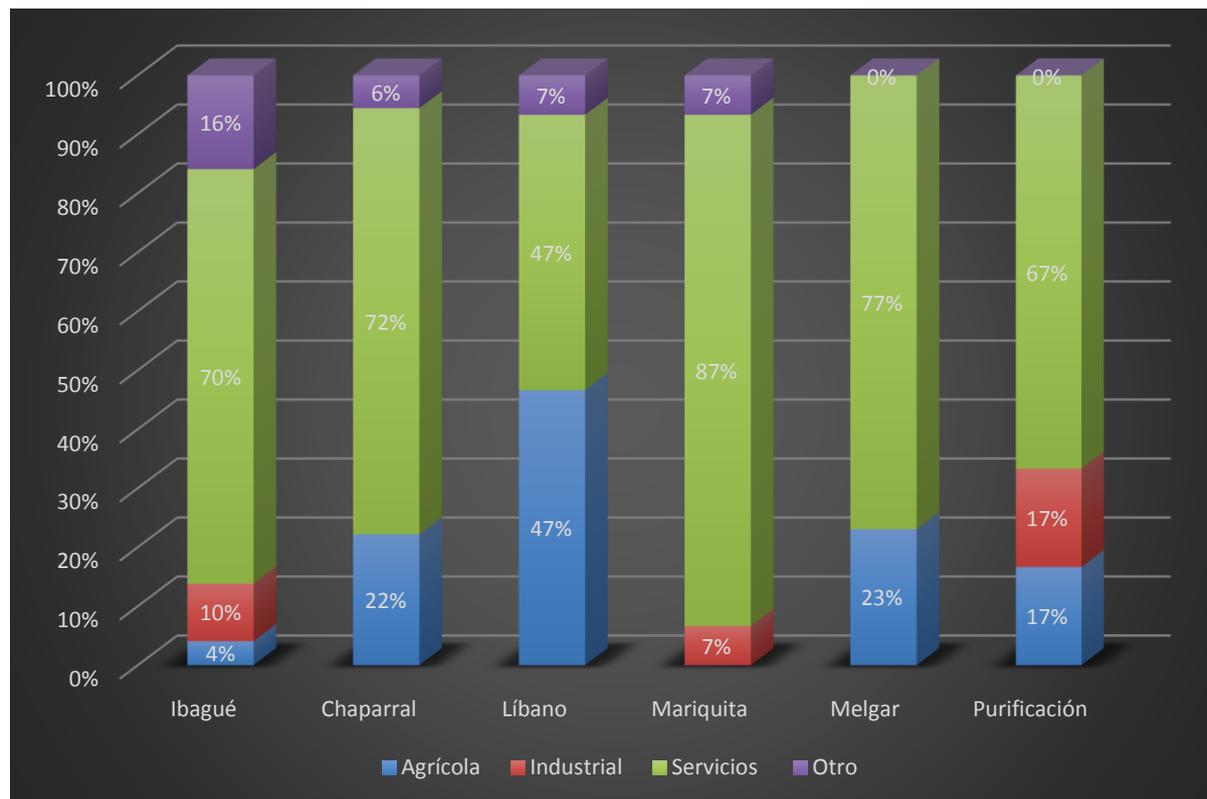
**Ilustración 8. Sector informal e informal en el Tolima.**

Fuente: Elaboración propia

En lo referente al sector económico de desempeño, figura 9, se destaca que en la mayoría de provincias las personas que tienen la obligación de conseguir ingresos para la familia, se desempeñan en el sector de los servicios. Es el caso de la provincia de Ibagué con el 70%, mientras que el 4% está en el sector agrícola y un 10% dice que se ubican en el sector

industrial, especialmente en el subsector de la construcción, en cual se caracteriza por generar empleos de tipo coyuntural y estacional. En lo referente a la provincia Sur, el 22% se encuentra ubicado en el sector agrícola y el 72% en el sector servicios; en la provincia Nevados se encuentra el 47% en el sector agrícola, muy relacionado con el café y otro porcentaje igual en el sector servicios. Esto permite focalizar el tipo de emprendimiento y programas de formación emprendedora.

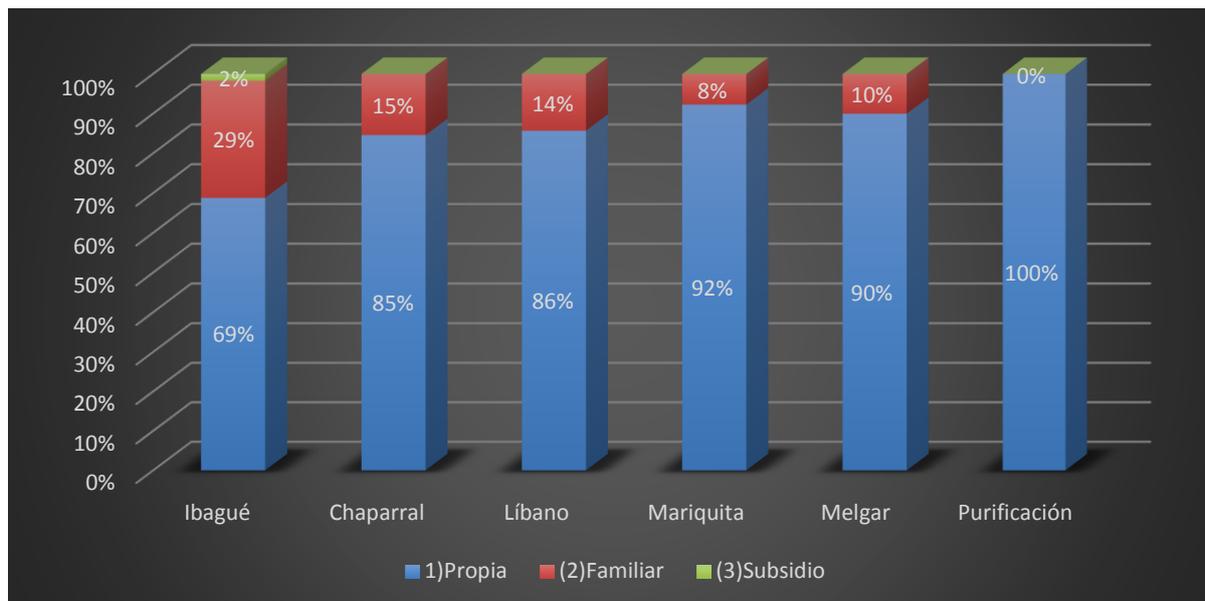
### Ilustración 9. Sector económico de desempeño.



Fuente: Elaboración propia.

Se puede llegar a pensar que esta población en pobreza extrema depende para su subsistencia de subsidios gubernamentales, pero la figura 10, muestra que en todas las provincias deben trabajar para obtener los ingresos que le permitan satisfacer las mínimas necesidades, lo cual no quiere decir que no reciban subsidios del gobierno, solo que no son su principal fuente de ingresos. El aspecto positivo es que no asumen una actitud pasiva y paternalista de alta dependencia del Estado.

### Ilustración 10. Dependencia económica de la población en las provincias del Departamento del Tolima.



Fuente: Elaboración propia

El acceso a internet como factor positivo para la inclusión productiva a través de la educación, el emprendimiento, el acceso a información y otros aspectos, resulta ser un factor de desequilibrio entre las provincias, pues como lo muestra la figura 11, en la provincia de Ibagué el 88% de la población en pobreza tienen acceso a internet, lo cual difiere con provincias como la Sur donde el 88% de los encuestados informa que no tienen acceso a internet; muy similar con la realidad de la provincia Suroriente, en donde el 75% no tiene acceso. Se puede tomar esta situación como una barrera de que limita la gobernanza y la gobernabilidad para implementar políticas públicas de superación de la pobreza como la de emprendimiento en las provincias diferentes a Ibagué y plantea dado estas desigualdades las acciones de política pública no pueden ser las mismas en todo el departamento.

La propuesta de diseñar e implementar una política pública de emprendimiento regional para superar la pobreza extrema encuentra un contexto económico, social y cultural, en el cual se encuentra una alta vulnerabilidad de población de mujeres y jóvenes con alto potencial de emprendimiento por sus capacidades productivas que da la formación en oficios y la experiencia en actividades informales. Ibagué es la ciudad capital del departamento del Tolima, Colombia, con una población proyectada a 2021 de 541.101 habitantes, vocación comercial, agroindustrial y cultural por su tradición musical. En la actualidad, presenta unos problemas sociales que preocupan por sus implicaciones negativas y desestabilización económica, como la pobreza alcanzando límites del 43.2% en la pandemia. Es así como la pobreza asociada a otros factores sociales como el desempleo juvenil y la informalidad, entre otros, se convierten en altas barreras a su desarrollo económico y social, como lo muestran métricas disponibles en diversas fuentes.

Por otro lado, se requiere un arreglo institucional que según Almirall (2021) transforme las sociedades, no solo para enfrentar la pandemia del COVID-19 sino para hacerlas “más competitivas, más innovadoras, más igualitarias y más humanas” (p. 4), siendo imperativo comenzar por reinventar unas estructuras de gobierno tradicionales heredadas del pasado, que poco evolucionan, cada vez de mayor tamaño y con la misma orientación endogámica, que solo funcionan como prestatarias de servicios en seguridad, infraestructura y servicios básicos pero nada en la capacidad de transformación de sus ciudades a las necesidades del siglo XXI, lo que exige unir a todos los agentes sociales en un solo ecosistema.

Así, teniendo como propósito contar con una amplia población de emprendedores y emprendimientos que ayuden a superar la pobreza, se trata de identificar, establecer, potenciar y conectar los emprendimientos regionales con el problema de la pobreza mediante un ecosistema emprendedor fortalecido en actores, acciones y recursos.

#### **1.4 Reflexión del autor**

Desde una visión multidimensional y trascendiendo lo económico, los conceptos y soluciones a la pobreza, deben abordar otros factores sociales y culturales, así como otras posibilidades del ser humano que acercan la comprensión y su solución a la realidad, como el liderazgo, la capacidad de innovar, la autonomía, entre otras. Esa multidimensionalidad en la comprensión de la pobreza, ha llevado a que muchos gobiernos latinoamericanos la enfrenten con políticas públicas desde diversos conceptos como la informalidad, la inclusión productiva, el emprendimiento, el desempleo, la tecnología y hasta la preservación del medio ambiente.

Para superar la pobreza se necesita una institucionalidad fuerte, que supere el estado de informalidad, precariedad, inestabilidad y falta de protección de las únicas alternativas de inserción laboral con que cuentan estas poblaciones en su condición social, de tal manera que les ofrezcan oportunidades de acceso a la productividad. Es necesario, entonces, que las estrategias de superación de la pobreza basadas en la inclusión productiva, cuenten con un ecosistema emprendedor fuerte que se oriente a aprovechar las capacidades e intencionalidades ya sea mediante la inserción laboral o la generación de emprendimientos.

Desde lo institucional, las políticas públicas se deben focalizar en los subgrupos poblacionales de la pobreza más expuestos a impactos negativos por sus condiciones particulares coordinando esfuerzos y recursos entre las diversas instituciones encargadas y organizaciones sociales que tienen experiencia en los diversos problemas.

Una visión ética relaciona la pobreza con la dignidad humana, en el sentido que la carencia de condiciones materiales limita las verdaderas capacidades humanas, lo cual no es considerado desde el concepto económico de la pobreza. Por eso, una visión multidimensional, abre nuevas posibilidades conceptuales y propositivas desde lo social, humano, ético, cultural y otros contextos. Esto permite trascender una visión pasiva y paternalista cuya solución está en satisfacer necesidades básicas, para pasar a una visión activa que basada en la autonomía permita a los pobres ejercer sus preferencias para seleccionar sus caminos y tomar decisiones reconociendo sus derechos de bienestar y derechos sociales.

## 1.5 Referencias Bibliográficas

Abramo L., Cecchini, S. y Morales, B. (2019) Hacia un círculo virtuoso de protección social e inclusión. En Abramo, L. *Programas sociales, superación de la pobreza e inclusión laboral Aprendizajes desde América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL. 17-50.

Aktouf, O. (1996). *La Administración: entre tradición y renovación*. Cali: Universidad del Valle.

Almirall E. (2021). *La ciudad como plataforma de innovación abierta*. Barcelona: Sociedad general de aguas de Barcelona.

Banerjee, A. Duflo, E. (2019). *Repensar la pobreza: un giro radical en la lucha contra la desigualdad global*. Bogotá, Penguin Random House Grupo Editorial.

Bonvecchi A. & Scartascini C. (2020). *Who decides social policy: social networks and the political economy of social policy in Latin America and the Caribbean*. New York: Inter-American Development Bank.

Departamento Nacional de Planeación DNP (2019). *Pobreza monetaria y pobreza multidimensional: análisis 2008-2018*.

Dieterlen, P. (2003). *La pobreza un estudio filosófico*. Fondo de cultura económica. Universidad Nacional Autónoma de México. Pp. 9-181.

Herrera, S. (2017). *Eficiencia, eficacia y transparencia: pilares de la gestión pública en Colombia*. Trabajo de grado. Universidad Militar de Colombia.

Jara I. (2008). *Las políticas de tecnología para escuelas en América Latina y el mundo: visiones y lecciones*. Santiago de Chile: Naciones Unidas

Lustig, N. y Tommasi M. (2020). *Covid-19 y la protección social de las personas pobres y los grupos vulnerables en América latina: un marco conceptual*. Covid-19 Serie de documentos de política pública No.8. PNUD América latina y el Caribe.

Isidro, V (2013). *Pobreza en el capitalismo ¿Por qué persiste en la actualidad?* *Ecos de Economía*, 17(37), pp. 83-107

Sánchez, A, Ruiz, J & Barrera, M. (2020). *La transformación del concepto de pobreza: un desafío para las ciencias sociales*. *Intersticios sociales*, 19, 39-65.

Sánchez F. (2003). *Planeación estratégica y gestión pública por objetivos*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social ILPES. Santiago de Chile.

Sen, A. (1997). *Bienestar, justicia y mercado, trad' Damián Salcedo, Paidós, Barcelona*.

Sen, A. (2012). *Desarrollo y libertad*. 11ed. Bogotá: Editorial Planeta.

# CAPÍTULO 2



**Autor**

Carlos Hernán Cubillos Calderón

**DE LA EFICIENCIA EMPRESARIAL  
A LA EFICIENCIA CURRICULAR A  
PROPÓSITO DE LOS RESULTADOS  
DE APRENDIZAJE**



## 2 De La Eficiencia Empresarial a la Eficiencia Curricular a Propósito de los Resultados de Aprendizaje

### Resumen

Este documento se elaboró con el propósito de realizar un acercamiento entre la administración científica y la teoría curricular norteamericana. En él se reconoce la eficiencia como el factor común entre la teoría clásica de la administración de Frederick Taylor y la visión norteamericana de la educación propuesta por Franklin Bobbitt. Asimismo, se realizan algunos planteamientos sobre la orientación del eficientismo curricular en la normatividad colombiana que, desde hace algunas décadas, ha servido de base legal al sistema de aseguramiento de la calidad para los programas académicos de educación superior.

La investigación documental que dio origen al mismo es de enfoque cualitativo. Inicialmente, se revisó la disertación presentada por Taylor en la primera conferencia sobre administración científica, reproducida en el libro *Scientific Management*. Posteriormente, se acudió a algunos autores que han estudiado la visión curricular propuesta por el norteamericano Bobbitt con el propósito de mostrar la influencia de la administración científica en esta orientación educativa. Luego, se analizaron las normas expedidas por el Ministerio de Educación Nacional en las que se determinan las condiciones de calidad que deben cumplir los programas académicos y se relación con el eficientismo curricular, haciendo especial énfasis en los resultados de aprendizaje.

En la parte final del documento, se plantea la cercanía entre los sistemas universitario y productivo en razón a que comparten un lenguaje común. Adicionalmente al papel de la institución universitaria como generadora de conocimiento que es la base de los sistemas productivos, por lo que a la universidad desde el enfoque economicista bien puede atribuírsele el rótulo de empresa del conocimiento.

**Palabras clave:** eficiencia, empresa, currículo, resultados de aprendizaje

### Abstract

This document was elaborated with the purpose of making an approach between scientific administration and the North American curricular theory. It recognizes efficiency as the common factor between Frederick Taylor's classical theory of administration and the North American vision of education proposed by Franklin Bobbitt. Likewise, some proposals are made on the orientation of curricular efficiency in the Colombian regulations which, for some decades, have served as a legal basis for the quality assurance system for higher education academic programs.

The documentary research that gave rise to this study is qualitative in approach. Initially, the dissertation presented by Taylor in the first conference on scientific management, reproduced in the book *Scientific Management*, was reviewed. Subsequently, some authors who have studied the curricular vision proposed by the American Bobbitt were consulted in order to show the influence of scientific management in this educational orientation. Then, the

norms issued by the Ministry of National Education were analyzed, which determine the quality conditions that academic programs must meet and their relationship with curricular efficiency, with special emphasis on learning outcomes.

In the final part of the document, the closeness between the university and the productive systems is discussed because they share a common language. In addition to the role of the university institution as a generator of knowledge, which is the basis of the productive systems, the university, from the economist approach, may well be labeled as a knowledge company.

**Keywords:** efficiency, business, curriculum, learning outcomes

## 2.1 Introducción

La administración, como campo de conocimiento con carácter universal que aplica a todas las organizaciones humanas, ha ido evolucionando a través del tiempo por medio de un proceso que inicia con “el estadio de mera actividad (o un conjunto de ellas), pasando por el de ser un oficio más o menos configurado, hasta llegar a ser un rol organizacional alrededor del cual la sociedad va configurando una nueva profesión: la del administrador” (Sanabria, 2007, p. 172) que se soporta en la formación impartida por las escuelas como unidades de orden disciplinar reconocidas como autoridades epistemológicas que entienden el mundo y generan conocimiento desde una visión particular.

En nuestro país la formación profesional en administración se ubica en 1942 con la fundación, en el Gimnasio Moderno, de la Facultad de Administración Industrial y Comercial que años más tarde se convertiría en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. No obstante, el origen de esa profesionalización de los administradores fue lento en relación con el desarrollo empresarial del país si se tienen en cuenta la complejidad de las empresas de inicios del siglo XX, pues tal como relata Dávila: “en la primera gran empresa textil de Medellín establecida en 1906 luego de serias dificultades para su montaje en los tres años previos, tenía en ese año 102 telares y 300 trabajadores, en 1911 tenía 200 telares, más de 500 husos y más de 500 trabajadores” (1980, p. 26).

Para la década de 1980, el mercado en expansión y la demanda insatisfecha en materia de formación profesional trajeron consigo la oferta de un sinnúmero de programas de administración con diversas denominaciones tales como administración aeronáutica, administración agroindustrial, administración informática, administración judicial, administración de empresas comerciales y administración de bares y restaurantes, entre otras. El Ministerio de Educación Nacional (MEN) en un esfuerzo por estandarizar las denominaciones, entre otras condiciones de calidad para la oferta académica, promulgó la Resolución No. 2767 de 2003 mediante la cual se definieron tres categorías para asignar el nombre a los programas de administración: 1.) denominaciones académicas básicas, que corresponden a diez denominaciones por actividad económica<sup>1</sup> y diez por el tipo de gestión, 2.) denominaciones académicas que integran dos o más denominaciones básicas, y 3.) otras

---

<sup>1</sup> Administración Agropecuaria, Administración Aeronáutica, Administración Turística y Hotelera, Administración Internacional, Administración de Construcciones, Administración de Economía Solidaria, Administración de Servicios, Administración Pública, Administración Policial y Administración Industrial

denominaciones académicas, en las que se incluyen los programas que aplican los conocimientos de las ciencias administrativas a campos diferentes a los establecidos en la categoría número 1.

Esta diversidad en los programas de administración en el país refleja una aparente contraposición al principio de universalidad de la práctica administrativa propuesto por Henri Fayol, considerado por muchos como el padre de la administración, en su obra *Administración industrial y general* publicada en 1916, en tanto la administración es una actividad común para cualquier organización humana y requiere del proceso administrativo como método para el logro de los objetivos propuestos. No obstante, la universalidad de la administración también supone forzar modelos y técnicas a diversos ámbitos organizacionales desconociendo la pertinencia y adaptabilidad del conocimiento.

Por otra parte, estos ochenta años de formación profesional en administración en nuestro país han conferido relevancia a la pertinencia como principal indicador para evaluar la oferta académica, pues tal como establece del MEN:

la educación es pertinente cuando guarda congruencia (es decir, conveniencia, coherencia y relación lógica) con las condiciones y necesidades sociales, con las normas que regulan la convivencia social y con las características concretas de los educandos en sus diversos entornos naturales y sociales de interacción. (MEN, 2009, p. 2)

No obstante, como académicos no podemos desconocer el concepto de impertinencia que, tal como expresan las profesoras Liliana del Basto y María Cristina Ovalle, es el “llamado a construir pensamiento crítico que interrogue y transforme las estructuras de poder de la sociedad” (Del Basto & Ovalle, 2015, p. 113) como principio de la responsabilidad social universitaria. Así, pertinencia e impertinencia no son conceptos necesariamente excluyentes, sino que pueden complementarse tal como lo indica el exRector de la Universidad Nacional Moisés Wasserman en su columna titulada *El equilibrio entre la pertinencia y la impertinencia hace a una buena universidad*.

La pertinencia es la búsqueda de lo eficiente, es la forma de llevar a cabo los grandes planes de la sociedad, es el hombro empujando en la dirección acordada por una mayoría. La impertinencia es el espíritu alerta, la duda, el control de calidad, el filtro de los errores. Mientras que la pertinencia busca la utilidad la impertinencia busca la verdad. (Wasserman, 2010)

## 2.2 Metodología

La investigación en curso que dio origen a este documento es de corte histórico. Se articula con la línea de formación doctoral en currículo y sociedad toda vez que coincide con el propósito expresado en la misión del Doctorado en Ciencias de la Educación<sup>2</sup> de avanzar en el conocimiento sobre las relaciones de la universidad y la sociedad, campo de estudio que si bien no es un fenómeno nuevo ha tomado gran relevancia en los últimos años puesto que el conocimiento es factor preponderante en el desarrollo de las sociedades contemporáneas, pues

---

<sup>2</sup> Doctorado de la Red de Universidades de Colombia (RUDECOLOMBIA) CADE Universidad del Tolima

tal como apuntan Jurado et. al. “este tipo de vinculación es cada vez más necesaria para asegurar la relevancia y pertinencia de la investigación universitaria” (2011, p. 113).

Esta investigación se adelanta haciendo uso del método analítico-sintético. Para los estudios históricos, tal como afirma Delgado, es indispensable “analizar los sucesos descomponiéndolos en todas sus partes para conocer sus posibles raíces económicas, sociales, políticas, religiosas o etnográficas, y partiendo de este análisis llevar a cabo la síntesis que reconstruya y explique el hecho histórico” (2010, p. 11).

En cuanto a las técnicas de investigación, se emplean particularmente la observación documental (archivos, prensa, publicaciones oficiales, textos bibliográficos) y la historia oral (narraciones de académicos, empresarios, funcionarios públicos). Espacialmente, esta investigación se limita al departamento del Tolima y temporalmente en las últimas cinco décadas. Se han propuesto, inicialmente, dos dimensiones: 1) formación profesional en administración de empresas y 2) desarrollo empresarial departamental. No obstante, se trabajarán otras dimensiones y variables que, posiblemente, se identifiquen durante el proceso de reconstrucción histórica.

Ahora bien, de acuerdo con la clasificación registrada por Ramírez (2010), en esta investigación se acude a fuentes primarias entendidas como documentos históricos, es decir aquellos considerados originales (primera publicación), a fuentes secundarias (artículos y libros producto de investigaciones de fuentes primarias) y a fuentes terciarias (otro tipo de documentación). Siguiendo a Jiménez, “el objeto inmediato del conocimiento histórico se compone de los hechos o datos empíricos, que tienen una existencia real; no obstante, en la lógica cognoscible del historiador toman corporeidad” (Jiménez, 2004, p. 140).

## 2.3 Resultados

Los resultados de esta investigación de corte histórico se presentan en tres acápites; en el primero se aborda la adopción del método científico en la administración de las empresas privadas, lo que se reconocería posteriormente como administración científica. En el segundo, se reconoce la implementación de los postulados de la administración científica en el diseño curricular los programas universitarios y en el tercero se analiza el denominado eficientísimo curricular en la creación y desarrollo de los programas académicos profesionales de nuestro país.

### 2.3.1 Aplicación del método científico a la administración empresarial

Es una mañana con temperatura agradable en el otoño de 1911 en la que académicos, empresarios, el gobernador del Estado, periodistas y algunos funcionarios públicos de la época se reúnen en la universidad Darmouth College de Hanover, una ciudad del estado de New Hampshire bordeada por el río Connecticut, para escuchar la primera conferencia sobre administración científica. El orador es el ingeniero, de 55 años nacido en Filadelfia (Pensilvania) Frederick Winslow Taylor, reconocido por sus estudios analíticos relacionados con la ejecución de las actividades y la remuneración de los trabajadores de la industria del acero, quien posteriormente sería conocido como el padre de la administración científica. El

discurso de Taylor inicia responsabilizando a los dirigentes de las grandes empresas manufactureras por la baja producción nacional, debido al desconocimiento de lo que pensaban sus trabajadores sobre la eficiencia en el trabajo:

Si alguno de ustedes se acerca al obrero medio de este país, lo bastante cerca para que le hable como un amigo íntimo, le dirá que si en su oficio en particular, cada obrero produjera el doble del trabajo que ahora está realizando, sólo se obtendría un resultado: que la mitad de los obreros de ese oficio serían despedidos del trabajo. (Taylor, 1912, p. 82)

Esta afirmación fue suficientemente justificada por Taylor al plantear que si cada uno de quienes lo escuchaban estuviera en el lugar de los obreros, entonces pensaría de manera similar y transmitiría ese pensamiento a sus colegas e hijos. Sin embargo, recurrió a cifras extraídas de la industria algodonera de Manchester, Inglaterra, para demostrar que el incremento en la productividad implica el aumento significativo de la mano de obra. Reforzó, además su planteamiento con la explicación que el crecimiento económico (aumento de la capacidad productiva de un país, medida generalmente en un año) genera desarrollo económico (mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un país):

El aumento inmenso de la productividad del hombre, marca la diferencia entre los países civilizados y los no civilizados; marca el único gran adelanto que hemos realizado desde hace 100 a 200 años; se debe a ese aumento de productividad que el pueblo trabajador de hoy, con todo y lo que se habla de su miseria y de su horrible trato, vive casi tan bien como los reyes hace 250 años. Tienen mejor alimento, mejor vestido, y en general más comodidades que las que tenían los reyes 250 años atrás. Y eso se debe sólo a una cosa; al aumento de producción. (Taylor, 1912, p. 84)

Con un auditorio interesado y expectante por sus propuestas, Taylor prosiguió su intervención señalando la ineficacia de los sistemas de administración empleados históricamente en la industria manufacturera. Como alternativa para mejorar la productividad industrial propone por objetivo de su enfoque, que años más tarde sería el referente de la teoría clásica de la administración, “aumentar la producción por unidad de esfuerzo humano” (Taylor, 1912, p. 84) y revela los cuatro principios en los que se soporta la denominada, desde ese momento, administración científica:

El planteamiento de una ciencia para substituir a los viejos métodos empíricos; la selección científica y después la instrucción y adiestramiento de los trabajadores; el acoplamiento del obrero elegido científicamente y la ciencia; y después, esta división casi igual del trabajo entre la dirección y los obreros. (Taylor, 1912, p. 91)

Sentencia, además que los administradores son quienes tienen la obligación de inspirar a los obreros para lograr el cambio hacia la administración científica, pues este no surgirá naturalmente. Asimismo, que la administración científica multiplicará la productividad industrial y consecuentemente elevará el desarrollo económico del país. Pero para ello, es absolutamente esencial una condición: la enseñanza como el mecanismo para transmitir el conocimiento, pues históricamente el conocimiento de los obreros había sido adquirido a través de la observación:

Todo operario en cada uno de esos veinte oficios diferentes de sus establecimientos; ha llegado a ello exactamente como lo hacía en la Edad Media, de palabra o más bien observando, no a través de enseñanza. Sin embargo y a pesar de la vieja forma

tradicional de aprender, este conocimiento es el activo más importante que posee un obrero. Es su capital. (Taylor, 1912, p. 88).

### 2.3.2 Formación de hombres y mujeres para una nueva sociedad industrial

El proceso de industrialización de las primeras décadas del siglo XX marcado por la búsqueda de la eficiencia a partir de la organización científica del trabajo trajo consigo la necesidad de la enseñanza, que Taylor señalara en su discurso. La academia a su vez, en el propósito de dar respuesta a las exigencias de la industria norteamericana asume un cambio significativo en la orientación curricular, como referencia el profesor mexicano José María García Garduño:

Después de la primera guerra mundial, el movimiento de la pedagogía progresista de Dewey perdió fuerza; en cambio, el movimiento eficientista se convirtió en el paradigma dominante en la educación, debido a que era más compatible con la industrialización y la expansión económica de Estados Unidos. (García, 2014, p. 59)

La administración científica, propuesta por Taylor, influye notablemente en la visión de John Franklin Bobbitt sobre educación. Bobbitt, de profesión ingeniero con doctorado de la Universidad de Clark y nacido en un pequeño pueblo de Indiana, trabaja inicialmente como profesor en la Escuela Normal de Filipinas (Manila, Filipinas) y tras su regreso a los Estados Unidos se desempeña en la Universidad de Chicago, donde orienta asignaturas de administración escolar y particularmente el curso denominado currículum que le significaría reconocimiento académico más allá de las fronteras estadounidenses.

Para Bobitt, “la misión de la educación era preparar a los hombres y mujeres para las actividades de la vida adulta, o sea preparar al individuo para sus 50 años de vida adulta y no para los 20 años de su infancia y juventud” (García, 1995, p. 62). Bajo esta perspectiva, el currículo es concebido como un “plan debidamente estructurado, con etapas definidas, contenidos, actividades y resultados previamente determinados” (Malagón, Rodríguez y Ñañez, 2019, p. 62), es decir, como un mecanismo que prepara a los estudiantes para la sociedad industrial de principios del siglo XX.

Es tanto el éxito de Bobbitt con el curso de currículum que llega a ser la asignatura más popular de la universidad. Para 1918 se publica su obra *The curriculum* y seis años más tarde *How to make the curriculum*, pues “el establecimiento del sistema educativo requería de una disciplina que analizara los problemas de la enseñanza desde una óptica institucional” (Díaz, 2003, p. 4). Según Bobbitt, “la escuela era una organización obsoleta que sólo podía modernizarse utilizando las técnicas de gestión científica propias de la industria” (Posada, 2007, p. 31). Bajo esta perspectiva, la escuela está al servicio de la sociedad y su propósito es preparar hombres y mujeres para que respondan a las exigencias de un mundo industrializado en el que prima la eficiencia. Es decir, que se logren los mejores resultados con el uso óptimo de los recursos, o sea producir más bienes y prestar más servicios con los recursos (capacidad de trabajo, tecnología, capital, etc.) que se tienen a disposición o lograr los resultados planificados con menor uso de los recursos que se han destinado para tal fin.

Bobbitt es, en esencia tal como plantea el académico español Gimeno Sacristán, un *reformista que combate la escuela tradicional* y encuentra en el currículum el medio ideal para ello: “la vida humana se puede analizar en términos de actividades—lo mismo que un trabajo se

desglosa en tareas—y si la educación tiene que preparar para la vida, entonces el currículo lo que debe procurar es preparar para esas actividades” (Sacristán, 1990, p. 5). Tanto es la cercanía de Bobbitt con los postulados de la administración científica que “llamaba al educando materia prima y producto terminado. El responsable del diseño curricular era conocido como ingeniero curricular” (García, 1995, p. 63). El *ingeniero curricular* es quien establece las actividades que deben realizar los hombres y mujeres en el ámbito laboral, además de las habilidades y cualidades necesarias para un óptimo desempeño. Estos tres componentes (actividades-habilidades-cualidades) constituyen los objetivos del currículo.

De acuerdo con Sacristán (1990), el diseño curricular para Bobbitt tiene una secuencia lógica y sencilla que se enfoca en el establecimiento de los resultados específicos que el currículo debe producir en correspondencia con las actividades productivas desarrolladas en la industria. Para lograr los resultados propuestos es fundamental plantear objetivos en términos claros y sencillos para que los educadores conozcan con certeza lo que se quiere lograr y los padres y alumnos lo entiendan. Para la identificación de las actividades, Bobbitt emplea el método de análisis de tareas desarrollado por el profesor y director de la Oficina de Investigación Educativa de la Universidad de Ohio Werrett Wallace Charters para clasificar las actividades humanas en diez áreas que desagregó en cientos de habilidades a las que denominó objetivos de la educación

- 1) Lenguaje, intercomunicación social, 2) salud, 3) actividades cívicas (citizenship), 4) actividades sociales generales (interacción con otros), 5) actividades de recreación, 6) actividades para mantenerse mentalmente sano, 7) actividades religiosas, 8) actividades relacionadas con la crianza de los niños y el cuidado del hogar, 9) actividades prácticas no vocacionales y 10) actividades para el trabajo. (García, 1995, p. 63)

La administración científica de Taylor y la eficiencia curricular de Bobbitt propuestas durante las primeras décadas del siglo XX fueron tan significativas para la industrialización y el crecimiento de la economía estadounidense que lograron gran aceptación en un importante número de países, entre los que se cuenta Colombia. En este punto es importante hacer referencia a las palabras de Gimeno Sacristán: “No es de extrañar, pues, que una sociedad que aprecia ante todo los bienes materiales, preste una atención cuidadosa al cultivo de valores relativos a la eficiencia y a la rentabilidad como algo deseable en sí mismo” (1990, p. 3). Y prosigue este autor: “tampoco podrá sorprender que los propios esquemas ideados, ya dentro del ámbito educativo, para hacer viables las funciones asignadas a la institución escolar se impregnen de esos valores básicos en una sociedad industrial fuertemente tecnificada” (Sacristán, 1990, p. 3), pues la escuela como institución se debe a la sociedad, ya que ha sido creada y sostenida por esta última para lograr unos fines que le son propios, entre los que se cuenta la contribución decisiva al desarrollo económico.

De acuerdo con lo anterior, la escuela y la industria son dos sistemas con marcadas similitudes pues, tal como plantea el académico norteamericano Philip Hall Coombs en su obra *La crisis mundial de la educación*, que ha tenido múltiples ediciones, la educación se concibe como “un conjunto de factores intrínsecos que están sujetos a un proceso destinado a conseguir

una determinada producción, que se propone satisfacer los objetivos del sistema” (Coombs, 1968, p. 19). Ahora bien, esta similitud entre los sistemas escuela e industria ha sido favorecida por acontecimientos como el proceso de Bolonia como indica el profesor Jorge Olimpo Bento en el prefacio del libro titulado *El proceso de Bolonia y la globalización de la educación superior*, de autoría del académico brasileño Lucídio Bianchetti: “la Universidad sustituye el concepto humboldtiano de “Formación” (‘Bildung’) por el de instrucción, llevando a formatear y funcionalizar sus cuadros con el “nuevo” tipo de competencias y disponibilidades exigidas por el mercado” (Bento, 2016, p. 13).

### **2.3.3 Educación eficientista en Colombia**

En nuestro país la educación eficientista derivada de la política curricular estadounidense llegó para quedarse pues tal como señalan las profesoras Magnolia Aristizábal y Nubia Agudelo “durante cerca de cincuenta años de vida educativa, en Colombia nos hemos movido en torno a objetivos, logros, indicadores de logros, estándares, estándares de competencia, derechos básicos de aprendizaje y resultados de aprendizaje” (Aristizábal y Agudelo, 2021, p. 262). En educación superior, de manera particular, la orientación eficientista ha sido reforzada por el MEN por medio de normas y procedimientos de obligatorio cumplimiento, a raíz de la creación del Sistema Nacional de Acreditación por vía de la Ley 30 de 1992. Por ejemplo, durante los dos primeros años del presente siglo se inició la exigencia de los estándares específicos de calidad para programas profesionales. Pero fue hasta el año 2003, en el propósito de estandarizar dichas exigencias, que se expidió el Decreto 2566 mediante el cual se establecieron las condiciones mínimas de calidad para la oferta y desarrollo de programas académicos, norma que fue derogada por la Ley 1188 cinco años después.

La ley 1188 de 2008 fue reglamentada, luego de dos años, por medio del Decreto 1295. Esta última norma tuvo vigencia de cinco años hasta la aparición del Decreto 1075 de 2015 como reglamentación única del sector educación. No obstante, tres años después se expide el Decreto 1280 con el propósito de reglamentar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad, pero éste solo se mantuvo vigente por un año siendo reemplazado por el Decreto 1330 de 2019. Para el año 2020 se expiden las resoluciones 21795 y 15224 mediante las cuales se establecen los criterios para la autoevaluación, verificación y evaluación de las condiciones de calidad propias de los programas académicos, y las condiciones de calidad de carácter institucional, respectivamente.

Sin embargo, con el propósito flexibilizar el proceso de registro calificado y descongestionar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad, estas resoluciones fueron derogadas con la entrada en vigencia de la Resolución 2265 de febrero de 2023. Como puede observarse, las normas enfocadas al aseguramiento de la calidad en las instituciones de educación superior han sido reformadas de manera continua sin tener la posibilidad de evaluar el verdadero impacto de la aplicación normativa en la relación educación superior-quehacer profesional-impacto social que las mismas normas promueven.

El Decreto 2566 de 2003 incluyó las competencias como elementos fundamentales para la oferta y desarrollo de un programa académico. No obstante, competencia es un término polisémico por lo que, a continuación, se relacionan los elementos comunes a las diferentes visiones, identificados por el profesor Hernando Rodríguez Zambrano en su artículo titulado El paradigma de las competencias hacia la educación superior:

Las acepciones de competencia que se han ido destilando [de diversas] escuelas e instituciones parecen abarcar los siguientes aspectos:

- Conocimientos generales y específicos (saberes)
- La capacidad de internalizar conocimientos (saber-conocer)
- Destrezas técnicas y procedimentales (saber hacer)
- Desarrollo de actitudes (saber-ser)
- Competencias sociales (saber-convivir). (Rodríguez, 2007, p. 151)

Luego de casi dos décadas en las que los académicos dedicamos buena parte de nuestro esfuerzo a *hacerle la tarea al Ministerio* en función de la determinación, implementación, desarrollo y evaluación de las competencias, se promulga el Decreto 1330 de 2019 que no se enfoca en las competencias, sino que incorpora un elemento nuevo: los resultados de aprendizaje, “concebidos como las declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico” (MEN, 2019, p. 4). Esta norma igualmente establece que los resultados de aprendizaje deben estar alineados con el perfil de egreso, articulados con el plan de estudios, los créditos académicos y las actividades de formación. La Resolución 21795, hoy derogada, por su parte determinó que los resultados de aprendizaje “harán referencia a lo que el estudiante sabrá, comprenderá y será capaz de hacer, como resultado integral de su proceso formativo” (MEN, 2020, p.7).

En correspondencia con lo anterior, El Consejo Nacional de Educación Superior – CESU- mediante el Acuerdo 02 de 2020, que tiene como propósito central actualizar el modelo de acreditación de alta calidad para programas académicos e instituciones, establece que los resultados de aprendizaje “se constituyen en el eje de un proceso de mejoramiento en el que se evalúa el grado en el cual un estudiante se acerca a obtener los resultados definidos por el programa académico” (CESU, 2020, p. 7). Esta misma norma propone como ventaja de los resultados de aprendizaje que “a partir de ellos se llevan a cabo ajustes en los aspectos curriculares para lograr un proceso de aprendizaje más efectivo” (CESU, 2020, p. 7).

Las exigencias del MEN sobre los resultados de aprendizaje provocaron que, en las universidades, nos formuláramos algunas preguntas: ¿los resultados de aprendizaje reemplazan las competencias?, de no ser así ¿cómo se articulan los resultados de aprendizaje y las competencias?, ¿cómo se formulan, validan y evalúan los resultados de aprendizaje? Con el propósito de dar respuesta a éstas y otras inquietudes, en el año 2022 el Ministerio emite una nota orientadora titulada ¿Cómo formular e implementar los resultados de aprendizaje? pues, en muchas ocasiones, estas dudas no eran resueltas de manera suficiente por los *expertos en aseguramiento de la calidad* enviados por el MEN a las instituciones.

En la nota orientadora se formula la pregunta ¿cómo definir los resultados de aprendizaje de un programa académico? y la respuesta no se aparta mucho de los planteamientos de Franklin Bobbitt de hace alrededor de cien años: “Las Instituciones de Educación Superior –IES- ofertan sus programas académicos para dar respuesta a las

necesidades sociales identificadas, los sectores económicos y productivos del país y los propósitos institucionales en relación con la naturaleza y apuestas misionales” (MEN, 2022, p. 6). Vale la pena preguntarse ¿a cuál sector económico se articulan programas académicos como filosofía?

Se plantea, asimismo que los resultados de aprendizaje son mecanismos para medir el nivel de desarrollo de las competencias alcanzado por los estudiantes al finalizar su proceso formativo y que deben ser medidos, de manera permanente, en cada curso o momento clave del plan de estudios. Esto se corresponde con la función de control de la producción de la administración científica adoptada por el eficientismo curricular norteamericano y aunque las competencias como un saber-hacer en contexto deben permear todos los ámbitos de la vida humana, el documento citado privilegia en su orden el desempeño profesional, laboral y finalmente el personal. Esta visión es reforzada al establecer que las competencias “no solamente son valoradas durante el proceso de formación sino una vez el egresado se incorpora a la vida profesional y laboral” (MEN, 2022, p. 7), lo que elimina el ámbito de la actuación personal ¿Será, tal vez, porque medir la actuación personal es más compleja que medir la actuación laboral o porque el verdadero interés es formar trabajadores eficientes en función de las necesidades de la economía nacional y global?

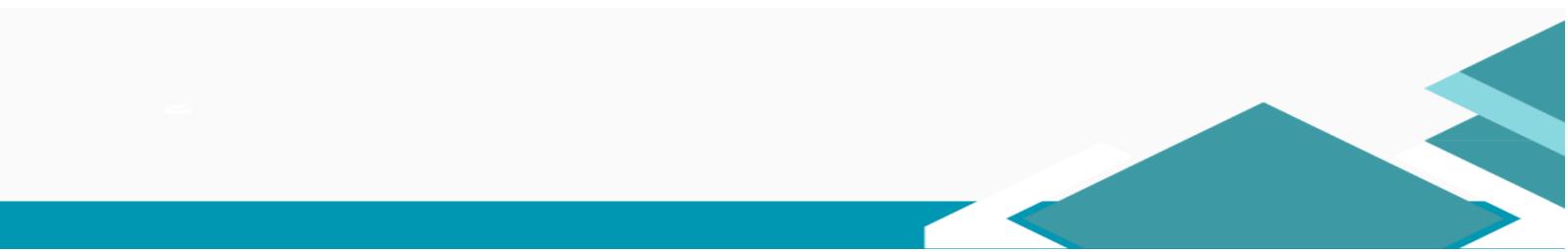
Como si los cambios normativos de los últimos años no fueran suficientes, el Consejo Nacional de Acreditación –CNA- y el Consejo Nacional de Educación Superior -CESU- presentaron, el pasado 5 de octubre, los documentos titulados Actualización de los aspectos por evaluar para la autoevaluación con fines de acreditación en alta calidad, en versiones para programas académicos e instituciones de educación superior, que serán de obligatorio cumplimiento a partir de abril de 2023. Las modificaciones se justifican en la reducción del número de aspectos a evaluar y la actualización del modelo de acreditación establecido en el Acuerdo 02 de 2020 del CESU. Sin embargo, se incorpora a estos nuevos lineamientos la evaluación de resultados, por lo que los programas y las IES deben identificar sus logros e impactos en el desarrollo social, económico, político, científico y cultural del país.

## 2.4 Reflexión del autor

De acuerdo con lo planteado en las líneas anteriores, la creación y oferta de los programas académicos en nuestro país se ha debatido durante las últimas décadas entre reglamentaciones y modificaciones que han acercado más a los sistemas universitario y productivo “como resultado de que ambos sistemas manejan un lenguaje común: flexibilidad, calidad, competitividad, resultados, productividad” (Malagón, 2003, p. 116). Sin embargo, las modificaciones a los decretos y resoluciones, expedidos por el Ministerio de Educación Nacional en materia de aseguramiento de la calidad para la oferta de programas de educación superior, se han implementado tan rápidamente que no han permitido realizar una evaluación suficiente del impacto formativo, profesional y social que ha motivado la expedición de las mismas normas.

Otro factor que propicia la cercanía entre estos sistemas corresponde al conocimiento; pues la universidad funciona para generar conocimiento que es la base de los sistemas

productivos, tal como lo afirmara Taylor en su conferencia de 1912. Probablemente en los países en vía de desarrollo como el nuestro, por presiones de organismos multilaterales, así como de intereses internos, se privilegie el enfoque economicista de la pertinencia de la educación superior, propuesto por Michael Gibbons, en el cual la universidad es fundamentalmente una empresa del conocimiento, lo que nos lleva a pensar que tal vez los resultados de aprendizaje implementados en la normativa colombiana hacen culto al eficientismo curricular.



## 2.5 Referencias Bibliográficas

- Aristizábal, M. & Agudelo N. (2021). *Otra vuelta de tuerca...A propósito de los resultados de aprendizaje ¿Otros caminos son posibles?* En Revista Historia de la Educación Latinoamericana, Vol. 23 No. 36 <https://doi.org/10.19053/01227238.13169>
- Bianchetti, L. (2016). *El Proceso de Bolonia y la globalización de la educación superior: antecedentes, implementación y repercusiones en el quehacer de los trabajadores de la educación*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; San Pablo: Mercado de Letras. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20161202031638/ElProcesoDeBolonia.pdf>
- Coombs, P. H. (1985). *La Crisis Mundial de la Educación: perspectivas actuales*. Madrid. España. Santillana S. A.
- Consejo Nacional de Educación Superior (2020). Acuerdo 002, Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-399567\\_recurso\\_1.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-399567_recurso_1.pdf)
- Dávila, Carlos (1980). *La Crisis de la Educación en Administración en Colombia*. En Revista Eafit Temas Administrativos. No. 39, Julio-septiembre
- Del Basto, L. M. & Ovalle, M. C. (2015). *Una mirada crítica a la relación currículo sociedad*. En Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, No. 1, Vol. 11, pp.111-127. Manizales: Universidad de Caldas. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4696988>
- Delgado, G. (2010). *Conceptos y metodología de la investigación histórica*. En Revista Cubana de Salud Pública 36(1) 9-18. Recuperado de <https://www.scielo.org/pdf/rcsp/2010.v36n1/9-18/es>
- Díaz Barriga, Á. (2003). *Currículum. Tensiones conceptuales y prácticas*. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 5 (2). Recuperado de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v5n2/v5n2a5.pdf>
- García, J. M. (1995). *Los pioneros de la teoría curricular (segunda parte). La consolidación de la teoría curricular en los Estados Unidos (1912-1949)*. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México) volumen XXV, número 2, pp. 57-81 Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/256198146\\_Los\\_pioneros\\_de\\_la\\_teor%C3%ADa\\_curricular\\_segunda\\_parte\\_La\\_consolidacion\\_de\\_la\\_teor%C3%ADa\\_curricular\\_en\\_los\\_Estados\\_Unidos\\_1912-1949](https://www.researchgate.net/publication/256198146_Los_pioneros_de_la_teor%C3%ADa_curricular_segunda_parte_La_consolidacion_de_la_teor%C3%ADa_curricular_en_los_Estados_Unidos_1912-1949)
- Jiménez, A. (2004). *Algunos elementos para la investigación en historia*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales –CLACSO-. En: La práctica investigativa en ciencias sociales 136-152 Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/dcsupn/20121130052750/elementos.pdf>
- Jurado, J., Manjarrés, L., Castro, E. & Fernández, I. (2011). *Las relaciones de universidad-empresa: tendencias y desafíos en el marco del espacio iberoamericano del conocimiento*. En Revista Iberoamericana de Educación No. 57, 109-124. [Recuperado a partir de: https://rieoei.org/historico/documentos/rie57a04.pdf](https://rieoei.org/historico/documentos/rie57a04.pdf)
- Malagón, L. A., Rodríguez L. H. y Ñañez, J. J. (2019). *El currículo: Fundamentos teóricos y prácticos*. Sello Editorial de la Universidad del Tolima
- Malagón, L. A. (2003). *La pertinencia en la educación superior: Elementos para su comprensión*. Revista de la Educación Superior No. 127, vol. 32 julio-septiembre.

- Recuperado de: <http://publicaciones.anuies.mx/revista/127/4/1/es/la-pertinencia-en-la-educacion-superior-elementos-para-su-comprension>
- Ministerio de Educación Nacional (2020). Resolución 21795, Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-402045\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-402045_pdf.pdf)
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia –MEN- (2009). *Pertinencia de la Educación ¿Pertinente con qué?* Revista Al tablero N° 52. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-209857.html>
- Ministerio de Educación Nacional (2019). Decreto 1330, Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-387348\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-387348_archivo_pdf.pdf)
- Posada, R. (2007). *Currículo y aprendizaje en la formación superior fundamentados en competencias*. Recuperado de: [http://acreditacion.unillanos.edu.co/CapDocentes/contenidos/3\\_jornada\\_pedagogica/formacion\\_encompetencias\\_curso.pdf](http://acreditacion.unillanos.edu.co/CapDocentes/contenidos/3_jornada_pedagogica/formacion_encompetencias_curso.pdf)
- Rodríguez, H. (2007). *El paradigma de las competencias hacia la educación superior*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada, (XI) 1. Recuperado de: [https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home\\_9/recursos/portal2013/08102015/paradigmas\\_competencias\\_pdf](https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_9/recursos/portal2013/08102015/paradigmas_competencias_pdf)
- Sacristán, J. G. (1990). *La pedagogía por objetivos: Obsesión por la eficiencia*. Ediciones Morata S. A. sexta edición. Madrid
- Sanabria, M. (2007). *De los conceptos de administración, gobierno, gerencia, gestión y management: algunos elementos de corte epistemológico y aportes para una mayor comprensión*. Revista Universidad y Empresa, 9 (13), 155-194. Recuperado a partir de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1040>
- Taylor, F. W. (1912). *Disertación presentada en la Primera Conferencia sobre Administración Científica*, The Amos Tuck School, Dartmouth College, reproducida en el libro *Scientific Management*, páginas 22-55. Publicado por el Dartmouth College, Hanover, N. H.
- Wasserman, M. (2010). *El equilibrio entre pertinencia e impertinencia hace a una buena universidad*. El Observatorio de la Universidad Colombiana. Recuperado de: <https://www.universidad.edu.co/el-equilibrio-entre-pertinencia-e-impertinencia-hace-a-una-buena-universidad/>

# CAPÍTULO 3

---



## **Autores**

Lina Marcela Donoso Barreto  
Yined Sánchez Ramírez  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Orlando Varón Giraldo  
Ruth Erika Morales Lugo

## **DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LOS AGRICULTORES DE LA FLOR DE JAMAICA DE LA VEREDA EL JARDÍN DEL GUAMO - TOLIMA**



### 3 Diseño de Estrategias de Comercialización para los Agricultores de la Flor de Jamaica de la Vereda el Jardín del Guamo – Tolima

#### 3.1 Resumen

El siguiente proyecto de investigación tiene como objetivo Diseñar estrategias de comercialización para los agricultores de flor de Jamaica en la vereda el Jardín del Guamo – Tolima, donde se llevará a cabo una investigación que permita a los agricultores conocer y dar un buen manejo a esta planta, comercializándola y así llegar a mercados más competitivos.

El tipo de investigación es descriptiva, el método es inductivo y el enfoque es cuantitativo, para llevar a cabo la investigación se implementó la fuente primaria, como observación, documentación y la encuesta, el cuestionario que se implementó para la recolección de la información contenía 16 preguntas de tipo cerrada, esta técnica fue aplicada a los agricultores de la vereda el jardín del municipio del Guamo-Tolima con el fin de conocer los principales problemas que tienen en el momento de comercializar la flor de Jamaica, además también se utilizó la fuente secundaria en donde por medio de páginas web, revistas y otros trabajos de investigación se recolecto información sobre el tema investigativo.

Con los resultados obtenidos se evidencio que el principal problema que presentan los agricultores en la comercialización es la falta de convenios con empresas directamente, por este motivo se les recomienda a los agricultores crear una asociación y así vender los productos directamente a las empresas, mejorando así el precio y por ende mejorar las condiciones económicas.

Finalmente, al investigar en sitios webs y libros se conoció que la flor de Jamaica no solo se utiliza para uso medicinal, sino que también puede ser usado en la elaboración de diferentes productos como lo son jabones de baño, perfumes y licores.

**Palabras clave:** flor de Jamaica, comercialización, agricultura, estrategias, economía.

##### 3.1.1 Abstract

The objective of the following research project is to design marketing strategies for Jamaica flower farmers in the village of Jardin del Guamo - Tolima, where an investigation will be carried out that allows farmers to know and give good management to this plant, commercializing it and thus reaching more competitive markets.

The type of research is descriptive, the method is inductive and the approach is quantitative, to carry out the research the primary source was implemented, such as observation, documentation and the survey, the questionnaire that was implemented for the collection of information contained 16 closed type questions, this technique was applied to the farmers of the village of the garden of the municipality of Guamo-Tolima in order to know the main problems they have at the time of marketing the Jamaican flower, in addition the secondary source was also used where through web pages, magazines and other research papers, information on the research topic was collected.

With the results obtained, it was evident that the main problem that farmers present in marketing is the lack of agreements with companies directly, for this reason it is recommended that farmers create an association and thus sell the products directly to companies, thus improving the price and therefore improve the economic conditions.

Finally, by researching websites and books, it became known that the Jamaican flower is not only used for medicinal use, but that it can also be used in the production of different products such as bath soaps, perfumes, and liquors.

**Keywords:** Jamaica flote, commercialization, agriculture, strategies, economy.

### 3.2 Introducción

El origen de la flor de Jamaica, reselle, rosa de Abisinia o flor de Jamaica, es bastante controvertido. Por un lado, se menciona que, la flor de Jamaica es una planta originaria de la región de la India que se extiende hasta Malasia, es apreciada por los pulposos cálices de sus flores, grandes, rojos y de un refrescante sabor y fue llevada en tiempos remotos a África, desde ahí transportada con el tráfico de esclavos, llegó a Jamaica a principios del siglo XVIII (León, 2000).

El Municipio del Guamo fue fundado el 26 de junio de 1772 por Sebastián de Belalcázar y su nombre antiguo era GUARRÓ, cuenta con 32.938 habitantes, y se le considera Capital Ganadera del Tolima y Capital Artesanal de Colombia, es bañado por tres ríos Luisa, Magdalena y el Saldaña, Las fiestas tradicionales del municipio son: El festival de la palma real, El corpus christi, Y la Fiesta de san juan y san pedro.

Para el año 2015 el 43.44% de sus habitantes se dedicaba a la agricultura ganadería caza, silvicultura y pesca, y el otro 56.55% a actividades diferentes. **Antes de la pandemia la feria ganadera comercializaba, semanalmente, mil cabezas de ganado** y movía transacciones hasta por 700 millones de pesos. Cada semana, durante los días miércoles y jueves, nos visitan ganaderos del Tolima, Caquetá, los Llanos Orientales, la Costa Norte y otras regiones de Colombia considerándosele una de las ferias más importantes del país y de allí derivan su sustento unas 2.500 familias que están dedicadas a la comercialización, el transporte, los vendedores de productos alrededor de este evento, entre otros. Gracias a estas ferias y festividades, muchos de sus habitantes buscan el sustento.

En el departamento del Tolima la flor de Jamaica es una planta muy factible para su siembra, como lo es el municipio del Guamo -Tolima, donde los agricultores en los últimos 12 años han optado por empezar a cultivarla debido a su alza en demanda en el mercado y los beneficios medicinales que tiene para la salud de quienes padecen de algún tipo de enfermedad, Por este motivo se está llevando a cabo este proyecto investigativo, con el fin de conocer cuáles son las dificultades que presentan los agricultores al momento de comercializar el producto, y que canales de distribución se podrían utilizar para el mismo y dar solución a las mismas.

Este proyecto de investigación está dirigido a los cultivadores de flor de Jamaica en la vereda el jardín del Guamo-Tolima quienes dependen económicamente de esta actividad. A través de este proyecto de investigación se pretende mejorar los canales de distribución de este producto en el mercado y darlo a conocer a nivel nacional implementando estrategias de comercialización. Además de esto se pretende conocer los costos y gastos que conlleva todo el proceso de cultivación de la flor. Dando así pautas para que los agricultores tengan las suficientes bases y conocimientos a la hora de cultivar.

### **3.3 Metodología de Investigación**

El método es inductivo, debido a que esta investigación permitió identificar la manera en que cada agricultor de la flor de Jamaica daba a conocer su producto en el mercado y las dificultades que presentaban en el proceso de distribución, con la información recolectada de todos los agricultores se determinó los problemas generales que tenían al momento de vender sus productos y de cultivar.

#### **3.3.1 Enfoque de la investigación**

El presente trabajo de investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, esto debido a que, los cuestionarios que se le aplicaron a los agricultores estaban constituidos por preguntas cerradas, de acuerdo con Lee y Lings (2008) aseguran que los análisis de la información cuantitativa son procesos cualitativos donde se interpretan datos, se analizan los modelos estructurales y su presentan los resultados (lings, 2008)

#### **3.3.2 Fuentes de recolección de datos**

Para recolectar información suficiente para llevar a cabo el proyecto de investigación fue necesario acudir a la fuente primaria y a la secundaria, además se implementaron varias técnicas. De acuerdo con Torres & Pérez (2017) “En la realización de una investigación las técnicas que se implementen deben contribuir al logro de los objetivos que se han planteado”. (torres, 2017)

#### **3.3.3 Fuente primaria**

La información se obtuvo mediante diálogos con los agricultores de la flor de Jamaica de la vereda el jardín, las técnicas que se llevaron a cabo fueron la observación, la encuesta y la documentación.

#### **3.3.4 Fuente secundaria.**

Para recolectar información acerca del tema tratado en la presente investigación fue necesario acudir a diferentes sitios web como noticieros, revistas y los diferentes repositorios de universidades de los cuales se tenía acceso.

### **3.4 Técnicas de recolección de datos**

#### **3.4.1 Encuestas**

Se aplicó un solo tipo de cuestionario a los agricultores de la vereda el jardín, el cual contenía 16 preguntas de tipo cerrada, esta técnica permitió dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación, la encuesta se le aplico a 8 agricultores la cual se realizó por medio de visitas a cada una de las personas encuestadas.

### 3.4.2 Observación

El cultivo de la flor de Jamaica en la vereda el jardín lleva varios años cultivándose lo que ha permitido que se pueda obtener información en los procesos de producción y venta por parte de quienes la cultivan.

### 3.4.3 Documentación

Para llevar a cabo este proyecto de investigación se acudió a diferentes documentos que se encontraban en internet los cuales tenían relación con el tema del trabajo investigativo, en el cual se tomaron algunas ideas propuestas por diferentes autores.

### 3.4.4 Universo

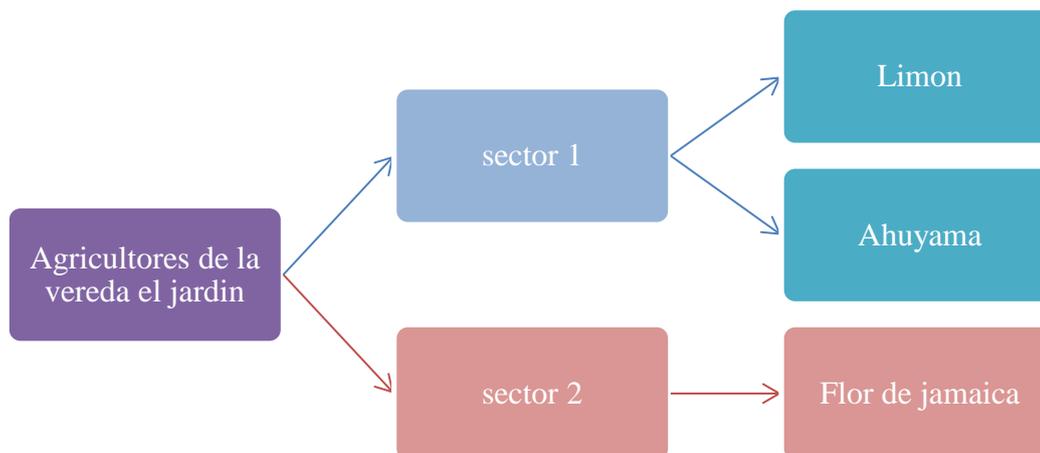
Agricultores de la vereda el jardín del municipio el Guamo.

### 3.4.5 Población

La población objetivo para el proyecto de investigación fue los agricultores de la vereda el jardín que cultiven la flor de Jamaica.

La vereda el Jardín se encuentra dividida en dos (2) sectores, en el sector uno los agricultores cultivan principalmente el limón y ahuyama y en cuanto al sector dos la principal actividad es la siembra de la flor de Jamaica, para la realización del proyecto de investigación se contó con un total de 8 pequeños agricultores del sector dos, los cuales se dedican a cultivar la flor de Jamaica.

### Ilustración 11. Jerarquía Agricultores vereda el jardín



Fuente: Elaboración Propia

### 3.4.6 Muestra

La muestra para el proyecto de investigación fue no probabilística por conveniencia, debido a que se seleccionó todos los 8 pequeños agricultores de la vereda el jardín del sector dos que se dedican a la siembran la flor de Jamaica para aplicarles las encuestas

## 3.5 Marco Teórico

Para realizar este proyecto de grado fue necesario acceder a sitios web, donde se encontró información importante de diferentes opiniones de autores a cerca de algunas teorías que tenían relación con la investigación.

### 3.5.1 Comercialización

Para (Kotler & Armstrong, 2012, como se citó en Marco teórico, sf), la comercialización se define como, “una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución”.

Además, los autores (Sellers Rubio & Casado Díaz, 2010) expresa: El marketing se centra en las necesidades del consumidor y tiene como finalidad producir lo que el mercado necesita y demanda. Para ello, la idea básica de este enfoque radica en que las empresas deben identificar previamente las necesidades de los consumidores, tratando de desarrollar los productos capaces de satisfacer las necesidades detectadas.

La comercialización es la estrategia que hace uso de la psicología humana, representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización) (HERNANDEZ, 2007).

Finalmente, la investigadora de mercado Church & Chambers, dice que la comercialización de productos derivados del agua como aguas saborizadas, jugos naturales, jugos artificiales, hidratantes, energizantes y téis crece paulatinamente. En el 2005 esta industria registró ventas por 250 millones de dólares. 36 hasta septiembre del 2006 las ventas alcanzaron los 261 millones y se prevé que el año cierre con ventas de 300 millones. (Chambers, 2010)

### 3.5.2 Historia de la flor de Jamaica

En un principio, la flor de Jamaica se cultivó para obtener la fibra de sus resistentes tallos, como sustituta del yute utilizado para hacer arpillera y consecuentemente fabricar sacos o cubrir bultos en almacenes o transportes.

Más tarde, los cálices de la flor de Jamaica se emplearon como colorante alimentario natural, sobre todo en Alemania.

Según la (FAO, 2004, como se citó en Ramírez García & Nicholls Posada, 2014) Por su calidad, “la Flor de Jamaica producida en Sudán y Tailandia son las variedades de mayor demanda en el mercado internacional. Estados Unidos y Alemania constituyen los principales países importadores en los cuales están radicados fabricantes de tés herbarios que solicitan esta planta tanto en su estado puro como combinada con otras plantas”

Así mismo La Jamaica pertenece a la familia de las malváceas. Su origen se ubica en los países tropicales de Asia, particularmente India y Malasia, de donde se dispersó hacia algunos países africanos con climas tropicales y subtropicales, así como a Centro y Sudamérica. En México fue introducida por los españoles durante la colonización (SAGARPA-ASERCA, 1999 como se citó en Galicia Flores 2008).

De igual manera, la flor de Jamaica crece bien en la mayoría de los suelos con buen drenaje y tolera suelos con limitaciones físicas y químicas, prefiere suelos de textura media con una profundidad de 50150 cm de capa arable, salinidad de menos de 4.0 mmhos/cm de conductividad eléctrica, nivel moderado de fertilidad natural y un rango de pH de 6.0 - 7.8 (Mccaleb R., 1996, como se citó en Cevallos Geraldine 2015).

Finalmente (Ruiz González et al., 2014).” El cultivo de la flor de Jamaica representa una oportunidad económica favorable para los productos del sector agrario, tanto en el mercado nacional como internacional, pues es posible tener un múltiple aprovechamiento de ella”

### 3.5.3 Aspectos medicinales

Como la mayoría de las plantas La flor de Jamaica cuenta con varios beneficios medicinales, sin tener en cuenta que existen diversas clases de Jamaica, todas ellas ayudan a la salud de los consumidores.

Sáyago-Ayerdi, S y Goñi, I., (como se citó en Ramírez García & Nicholls Posada, 2014)” un estudio reciente ha demostrado “la presencia de fibra dietética (0,66 g de fibra soluble por litro) con compuestos bioactivos antioxidantes (66 mg/100 ml de compuestos fenólicos) en la bebida obtenida por decocción de los cálices (2010, p. 79). El consumo de Flor de Jamaica – Hibiscos sabdariffa- está muy extendido entre todos los grupos poblacionales, lo que supone una contribución interesante en la ingestión de fibra soluble y de antioxidantes, ambos parámetros descritos como indicadores de la calidad de una dieta.

Además, Ortega & Guerrero (2012) mencionan: “La flor de Jamaica disminuye los niveles de sustancias grasas en la sangre como el colesterol malo y triglicéridos, coadyuvando en la regulación de la presión sanguínea” (p.55) “Por otro lado se puede mencionar que es rica en antioxidantes debido a que posee vitaminas (A, C, y B), minerales (calcio, hierro, magnesio, zinc), ácido ascórbico, carbohidratos, ácido cítrico y málico, recomendada en terapia del corazón, enfermedades de los nervios, estrés, hipertensión, fiebre, enfermedades hepáticas y calcificación de las arterias. La flor de Jamaica es rica en carbohidratos, siendo una bebida hidratante para deportistas, hidrata en casos de bebidas alcohólicas, diurética (evita retención de líquidos, problemas renales), elimina lípidos y líquido, mejorando el peso corporal y reduce espasmos musculares, anemia, infecciones, manchas en la piel, problemas de trombosis”.

(Caro, Machuca, & Flores, 2012, como se citó en Espinosa Quilachamin & Moreno Campoverde, 2017).

### 3.5.4 Preparación y siembra de la flor de Jamaica

Como primer proceso que realizan los agricultores de la flor de Jamaica en la vereda el jardín es preparar la tierra para siembra este se realiza por medio de maquinaria, una vez terminado el proceso con la maquina los agricultores plantan la flor de Jamaica donde se utiliza de 3 a 5 semillas por cada planta, después de estar sembrada la planta se espera un tiempo aproximadamente de 20 días para realizar la cultivada la cual es realizada por una máquina, esta se realiza con el fin de que el proceso de la limpia sea más rápido y sencillo de realizar, quedando así alineada por surcos, una vez se realicen estos procesos se procede a realizar la limpieza la cual es realizaba de manera manual por los agricultores.

#### Ilustración 12. Preparación del terreno.



Fuente: elaboración propia



### 3.5.5 Crecimiento de la planta

Como segundo proceso, es el crecimiento de la planta de flor de Jamaica el cual se tarda de tres a cuatro meses aproximadamente, en este proceso es muy fundamental el tiempo ya que esta planta le favorece más el clima cálido para poder florecer, si en el proceso de crecimiento el tiempo es invierno la planta de flor de Jamaica crece hasta 2 metros, y así mismo se tarda más tiempo en florecer ya que este clima no le favorece a la planta en el momento en que empieza a dar su cosecha.

### Ilustración 13 crecimiento de la planta



Fuente: elaboración propia

### 3.5.6 Recolección de la cosecha

Una vez terminado el tiempo de crecimiento de la planta esta empieza a florecer y luego sigue el tercer procedimiento que es la recolección de la cosecha, en el cual se corta la flor, esta se realiza con una tijera de medida de 17cm de largo por 4cm de ancho la cual es la indicada ya que esta no daña el tallo de la planta de la flor de Jamaica, una vez cortada la flor esta se empaca en un recipiente y queda lista para el proceso de extracción de la semilla.

### Ilustración 14 recolección de la cosecha



Fuente: elaboración propia

### 3.5.7 Extracción de la semilla

El cuarto procedimiento que se le realiza a la flor de Jamaica es la extracción de la semilla el cual se realiza con un tubo de aluminio de medida de 30cm de largo y 1cm de ancho aproximadamente, una vez realizado este proceso la flor queda lista para el proceso de secado.

#### Ilustración 15 Extracción de la semilla



Fuente: elaboración propia

### 3.5.8 Secado de la flor

El quinto procedimiento es el secado de la flor, este realiza en un plástico de medidas de 4 metros de largo por 3 metros de ancho, el proceso de secado dura aproximadamente 3 días a una temperatura de 35C°, en este proceso también es muy fundamental el tiempo ya que para que la flor quede seca requiere de un buen sol, en caso de que llueva este proceso puede tardar hasta 5 días, una vez realizado este último proceso la flor queda lista para comercializarla.

### Ilustración 16 secado de la flor



Fuente: elaboración propia

### 3.5.9 Costos para cultivar la flor de Jamaica

#### 3.5.9.1 Costos fijos

La siguiente tabla especifica los costos fijos en que incurren los agricultores de la flor de Jamaica en la vereda el jardín.

El arrendamiento en este caso es de cinco (5) meses, ya que este es el tiempo estimado en que dura la cosecha, el transporte que pagan los agricultores es desde el lugar de residencia hasta el lugar de destino establecido por el intermediario.

**Tabla 1.** Costos fijos

COSTOS FIJOS	1 HECTAREA	3 HECTAREAS	5 HECTAREAS
Arrendamiento	\$ 300.000	\$ 900.000	\$ 1.500.000
Transporte	\$ 100.000	\$ 300.000	\$ 500.000
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 400.000</b>	<b>\$ 1.200.000</b>	<b>\$ 2.000.000</b>

Fuente: elaboración propia

### 3.5.9.2 Costos variables

La siguiente tabla muestra los costos variables para el cultivo de flor de Jamaica en la vereda el jardín, se realizó para una hectárea, dos hectáreas y tres hectáreas.

Los costos variables son aquellos en los que se incurren para la producción de la flor de Jamaica entre los cuales están: los fertilizantes, insecticidas, herramientas y los empaques, ya que estos varían según la cantidad que se cultive.

**Tabla 2. Costos Variables**

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>1 HECTAREA</b>	<b>3 HECTAREAS</b>	<b>5 HECTAREAS</b>
Fertilizantes	\$ 210.000	\$ 630.000	\$ 1.050.000
Insecticidas	\$ 40.000	\$ 120.000	\$ 200.000
Herramientas (Tijeras)	\$ 92.000	\$ 276.000	\$ 460.000
Empaques (Fibras)	\$ 16.000	\$ 48.000	\$ 80.000
Herramientas (tubo AL)	\$ 20.000	\$ 60.000	\$ 100.000
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 378.000</b>	<b>\$ 1.134.000</b>	<b>\$ 1.890.000</b>

Fuente: elaboración propia

### 3.5.10 Costos para la producción de flor de Jamaica

En la siguiente tabla se puede observar todos los costos en que se incurre para la producción de la flor de Jamaica desde la siembra hasta la recolección de la cosecha.

Para el cultivo de flor de Jamaica en la vereda el jardín del municipio del Guamo-Tolima los agricultores utilizan dos procesos diferentes, el primero se realiza por medio de maquinaria en este caso se hace con un tractor para la preparación de la tierra, el segundo proceso que es la recolección y extracción de la semilla se ejerce de manera manual.

Para hallar los costos totales se utilizó la siguiente fórmula:

$$C.F + C.V + C.P = C.T$$

C.F: Costos fijos

C.V: Costos variables

C.P: Costo de producción

**Tabla 3. Costos de Producción**

<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>1 HECTAREA</b>	<b>3 HECTAREAS</b>	<b>5 HECTAREAS</b>
Semilla	\$ 100.000	\$ 300.000	\$ 500.000
Arada (Marquita)	\$ 200.000	\$ 600.000	\$ 1.000.000
Rastreada (maquina)	\$ 100.000	\$ 300.000	\$ 500.000
Cultivada (maquina)	\$ 70.000	\$ 210.000	\$ 350.000
Limpieza (jornales)	\$ 250.000	\$ 750.000	\$ 1.250.000
Recolección de la flor	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	\$ 7.500.000
Extracción de semilla	\$ 1.300.000	\$ 3.900.000	\$ 6.500.000
<b>Total Costo producción</b>	<b>\$ 3.520.000</b>	<b>\$ 10.560.000</b>	<b>\$ 17.600.000</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 4.298.000</b>	<b>\$ 12.894.000</b>	<b>\$ 21.490.000</b>

Fuente: elaboración propia

#### Producción y utilidad por hectárea

En la vereda el jardín la producción de flor de Jamaica por hectárea es de doscientos cincuenta (250) kilos, cada kilo tiene un precio de \$40.000 pesos, valor en que lo compra el intermediario.

La siguiente tabla da a conocer la utilidad que obtienen los agricultores de flor de Jamaica en la vereda el jardín una vez deducidos todos los costos.

**Tabla 4.** Producción y utilidad por hectárea

<b>Producción por hectárea</b>	<b>Precio por kilo</b>	<b>Total venta</b>	<b>Costos por hectárea</b>	<b>Utilidad por hectárea</b>
250 kilos	\$ 40.000	\$ 10.000.000	\$ 4.298.000	\$ 5.702.000

Fuente: elaboración propia

#### Variación de precios

El precio en la comercialización de la flor de Jamaica varía según el tipo de cliente que la compra, en este caso hay 2 posibles clientes:

**Agricultores a intermediarios:** esta es la manera más común en que los agricultores de la vereda el jardín vende sus productos, en este caso el intermediario es el que impone el precio y los agricultores deciden si vender o no el producto.

**Agricultores a comparador directo:** esta es una de las formas más difícil para los agricultores vender su producto ya que es muy complicado la comunicación y no tienen el conocimiento de ellos, es por esto que el intermediario es quien lo realiza.

En la siguiente tabla se observa cuanto es el valor en número y en porcentaje de venta de acuerdo al agricultor y los supermercados

### Girardot-Cundinamarca- Éxito

**Tabla 5.** Variación de Precios

VENTA	CANTIDAD DE KILOS	VALOR TOTAL
Agricultor a intermediario	1	\$ 40.000
Intermediario a supermercado	1	\$ 60.000
Supermercado a consumidor final	1	\$ 184.000

**Tabla 6** precio en gramos

VENTA	CANTIDAD EN GRAMOS	VALOR TOTAL
Agricultor a intermediario	40	\$ 40
Intermediario a supermercado	60	\$ 60
Supermercado a consumidor final	184	\$ 184

Para hallar la variación absoluta en valor kilos se hizo de la siguiente manera:

$$V.A = P.V - P.C$$

V.A: Variación absoluta

P.V: Precio de venta

P.C: Precio de compra

Para hallar la variación relativa se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$P.V * 100\% / P.C$$

**Tabla 7 variación absoluta y relativa**

CLIENTES	KILOS	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INTERMEDIARIO 1	1	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 20.000	50%
INTERMEDIARIO 2 GRANDES SUPERFICIES	1	\$ 40.000	\$ 184.000	\$ 144.000	460%

Fuente: elaboración propia

La variación relativa que obtiene el comprador intermediario al venderla al comprador directo por cada kilo es del 50% con respecto al valor que la compra al agricultor

La variación relativa que obtiene el comprador directo al venderla al consumidor final por cada kilo es del 460 % con respecto al valor que la compra al intermediario

### 3.6 Resultados

**Gráfico 1 ¿Cuál es el medio por el cual da conocer su producto en el mercado?**

**Ilustración 17. Publicidad**

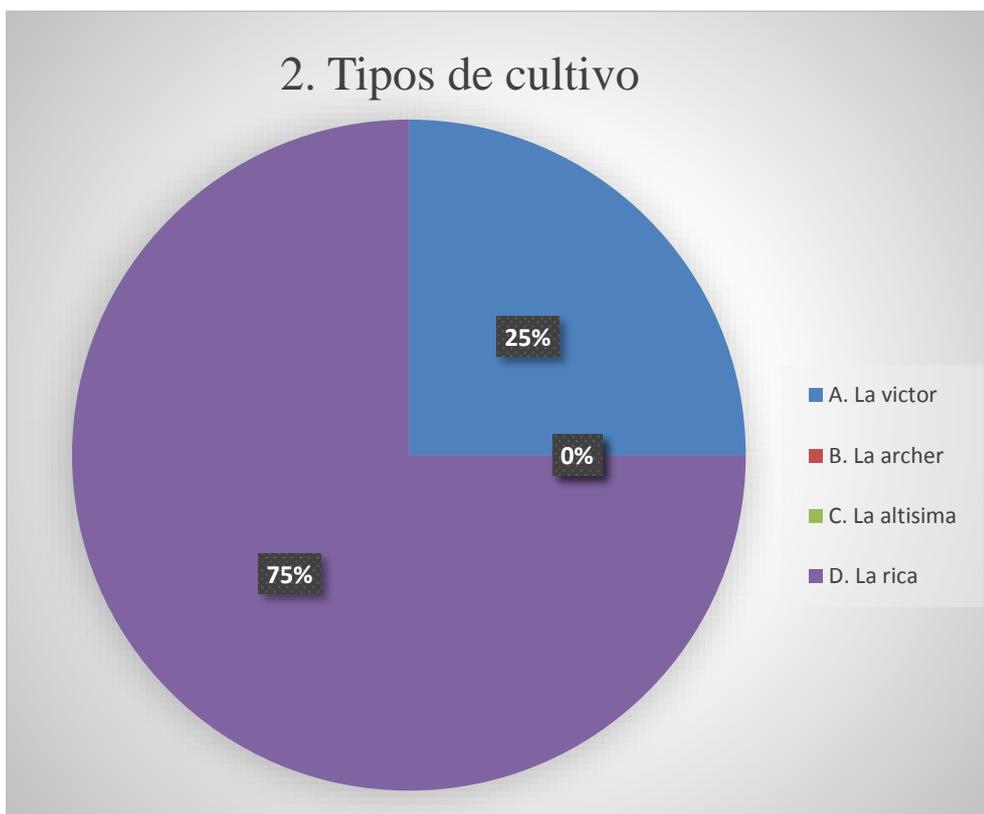


Fuente: elaboración propia

Resultado: en el grafico anterior se observa que del 100% de los agricultores a quienes se les aplico la encuesta, el 62% respondieron que no utilizan ningún medio para dar a conocer sus productos en el mercado, el 25% expresaron que lo realizan por medio de llamadas telefónicas y el 13% de los cultivadores expresaron que dan a conocer sus productos es por la voz a voz.

## Gráfico 2 ¿Cuál de los siguientes tipos de flor de Jamaica cultiva?

### Ilustración 18. Tipo de Cultivos



Fuente: elaboración propia

Resultado: la gráfica anterior indica que, el 75% de los agricultores encuestados respondieron que el tipo de flor de Jamaica que cultivan es la llamada rica y el 25% expresaron que siembran el llamado Víctor.

### Gráfico 3 ¿Cuántos clientes generalmente tiene?

Ilustración 19. Clientes.



Fuente: elaboración propia

Resultado: el gráfico anterior indica que del 100% de los agricultores encuestados, el 62% expresaron que solamente tienen 1 cliente para comercializar sus productos y el 38% respondieron que tienen 2 clientes los cuales son intermediarios

### Gráfico 4 ¿Cuál fue el motivo por el cual decidió cultivar la flor de Jamaica?

Ilustración 20. Motivación para cultivar



Fuente: elaboración propia

Resultado: en el gráfico anterior se puede analizar que, el 38% de los agricultores el motivo principal por el cual cultiva la flor de Jamaica es que es un cultivo que no requiere mucha inversión, el 37% expresaron que lo realizan porque es una actividad rentable para su economía y el 25% consideran que lo ejercen por la facilidad que tiene el cultivo para producirse.

### Gráfico 5 ¿Con que entidades ha tenido la posibilidad de crear algún convenio para comercializar el producto?

#### Ilustración 21. Creación de Convenios



Fuente: elaboración propia

Resultado: en el gráfico anterior se evidencia que, el 100% de los agricultores expresaron que no han tenido la oportunidad de realizar ningún tipo de convenio para poder comercializar sus artículos directamente con la empresa que comercializa la flor de Jamaica.

### Gráfico 6 ¿Esta actividad económica satisface sus necesidades básicas?

#### Ilustración 22. Satisfacción de Necesidades

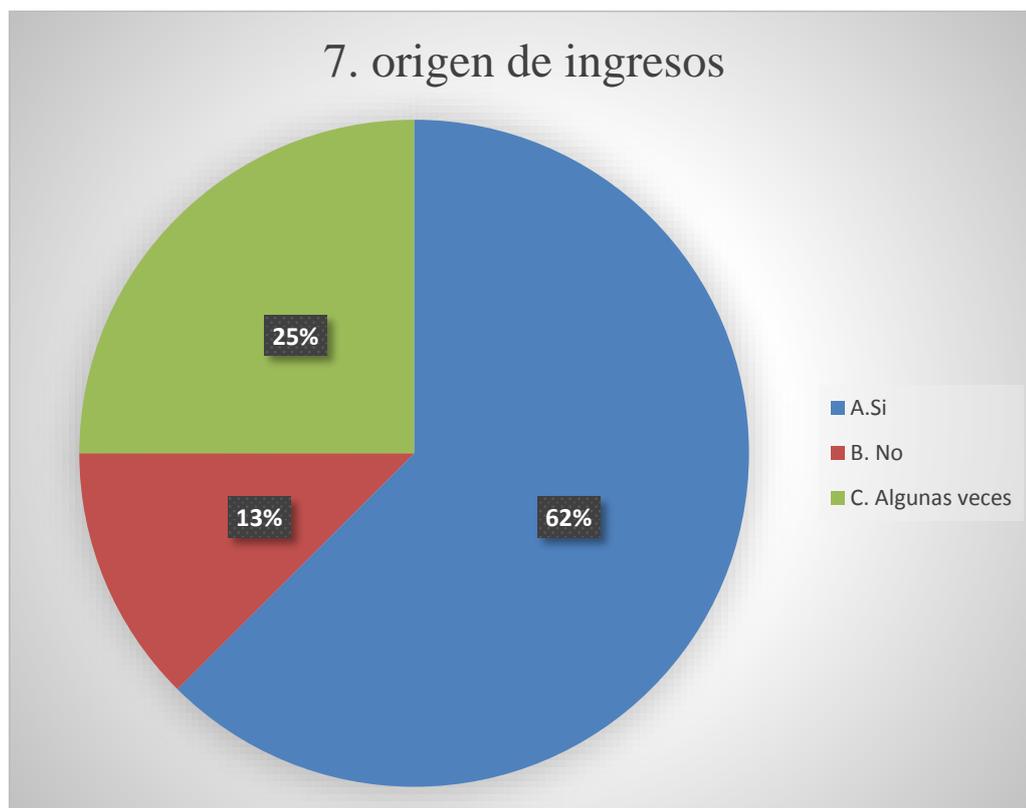


Fuente: elaboración propia

Resultado: en la gráfica anterior se puede evidenciar que, del 100% de los agricultores encuestados, el 50% afirmaron que con los ingresos recibidos por el cultivo de la flor de Jamaica si les alcanza para suplir todas las necesidades, el 38% expresaron que solamente algunas veces esta actividad satisface sus obligaciones y el 12% respondieron que con lo que obtienen por realizar esta labor no les alcanza para cumplir con sus expectativas económicas.

### Gráfico 7 ¿La fuente principal de sus ingresos proviene de esta actividad?

Ilustración 23. Origen de Ingresos



Fuente: elaboración propia

Resultado: el grafico indica que el 62% de los agricultores respondieron que la fuente principal de sus ingresos proviene del cultivo de la flor de Jamaica, el 25% afirmaron que solo algunas veces sus entradas de dinero dependen de esta actividad económica y el 13% de los cultivadores expresaron que la fuente principal de su economía no es esta labor ya que en ocasiones han tenido que realizar otros tipos de cultivos que le generen un mejor beneficio para sus familias.

### Gráfico 8 ¿Quién en su familia es el líder en el proceso de producción?

Ilustración 24. Líder de Producción



Fuente: elaboración propia

Resultado: en la gráfica se puede observar que del 100% de las personas encuestadas, el 50% afirmaron que en sus familias el líder para cultivar la flor de Jamaica son los padres y el 50% expresaron que en sus hogares la persona encargada del proceso del cultivo de este artículo son los hijos.

### Gráfico 9 ¿Cuánto tiempo lleva cultivando la flor de Jamaica?

Ilustración 25. Experiencia en el Cultivo

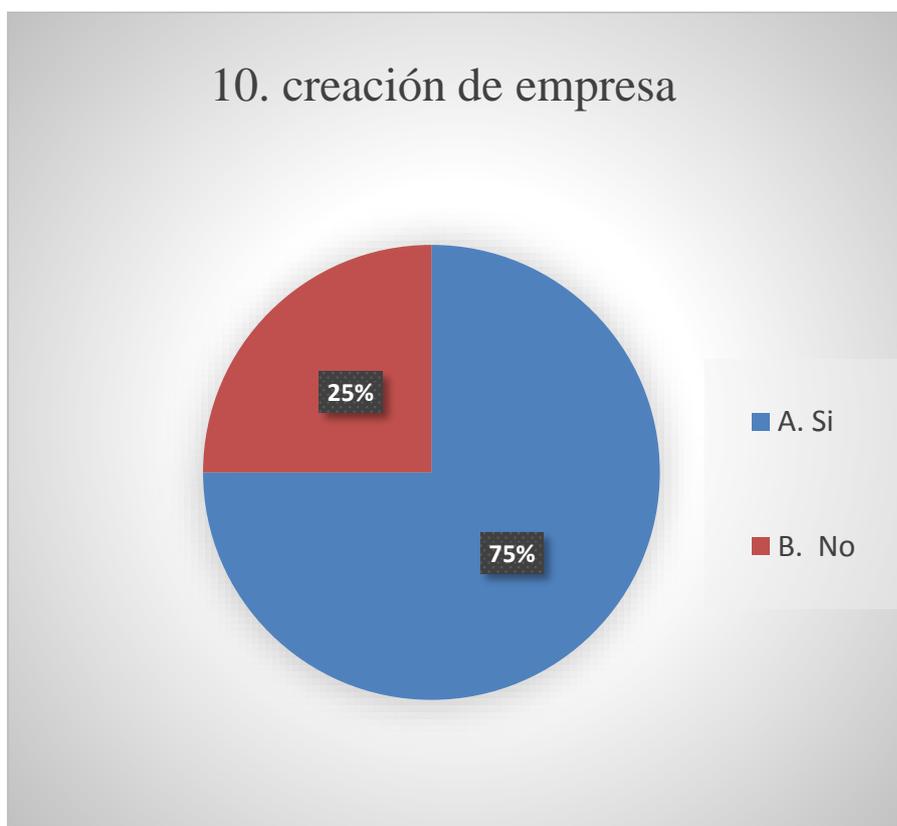


Fuente: elaboración propia

Resultado: en el gráfico anterior se evidencia que, el 38% de los agricultores de la flor de Jamaica llevan de 9 a 12 años realizando esta actividad, mientras que, el 37% de los encuestados respondieron que tienen de 1 a 4 años de experiencia cultivando esta planta, el 13% expresaron que llevan más de 13 años ejerciendo esta labor y el 12% expresaron que llevan entre 5 a 8 años ejerciendo esta labor.

### Gráfico 10 ¿Ha pensado en crear una empresa que distribuya este producto?

#### Ilustración 26. Creación de Empresa

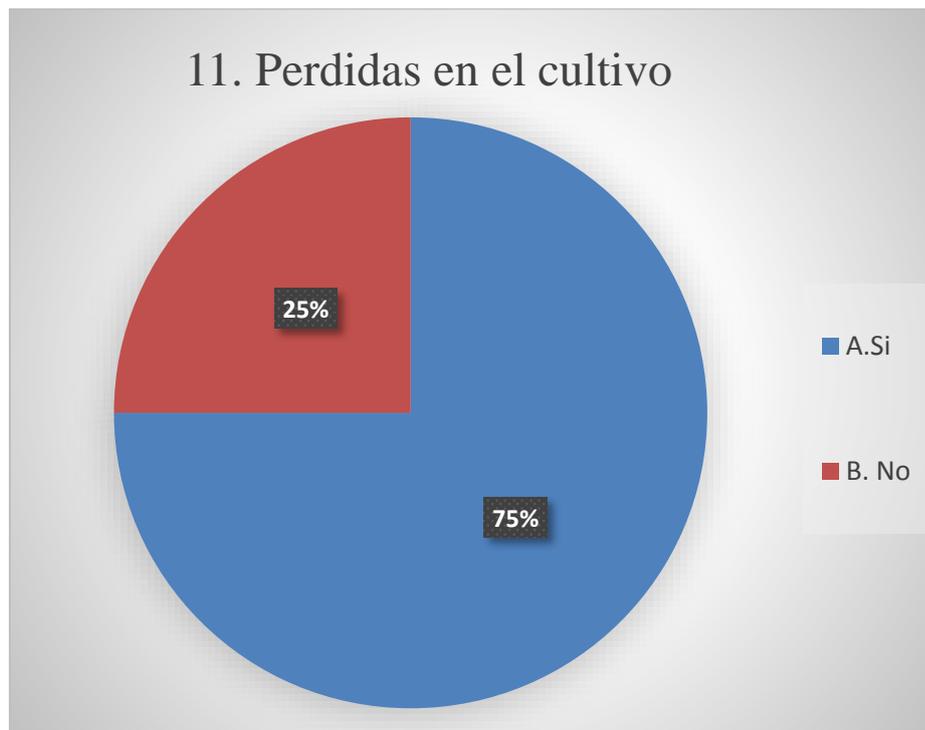


Fuente: elaboración propia

Resultado: el gráfico anterior indica que del 100% de los encuestados, el 75% expresaron que, si han pensado en la creación de una empresa que distribuya sus artículos en el mercado y así mismo tener un mayor reconocimiento y establecer un mejor precio para la flor de Jamaica, mientras que, el 25% de los agricultores respondieron que no han pensado en la posibilidad de crear una empresa ya que desconocen como es el procedimiento que se debe hacer para la creación de la misma.

**Gráfico 11 ¿Sus productos se han dañado debido a que no ha tenido cliente que los adquiera?**

**Ilustración 27. Perdidas en el cultivo**

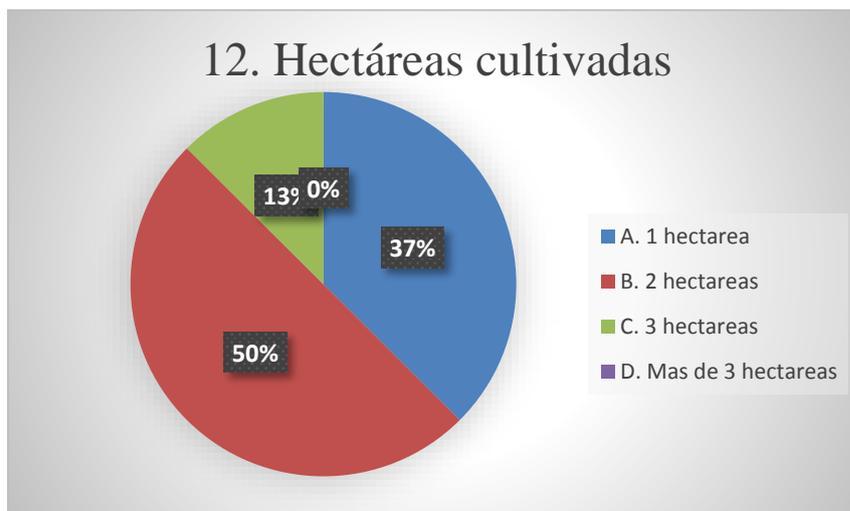


Fuente: elaboración propia

Resultado: la gráfica muestra que, el 75% de los agricultores expresaron que sus productos si se han llegado a dañar por la falta de clientes que los adquiera, ya que esto ocasiona que la flor de Jamaica pierda su calidad por el tiempo que dura almacenado, el 25% de los encuestados respondieron que sus artículos no se han dañado debido a que se encuentran muy bien empacados lo cual genera que la flor se mantenga estable sin perder su calidad hasta que el cliente los compre.

### Gráfico 12 ¿Cuántas hectáreas cultiva por lo general?

Ilustración 28. Hectáreas Cultivadas.

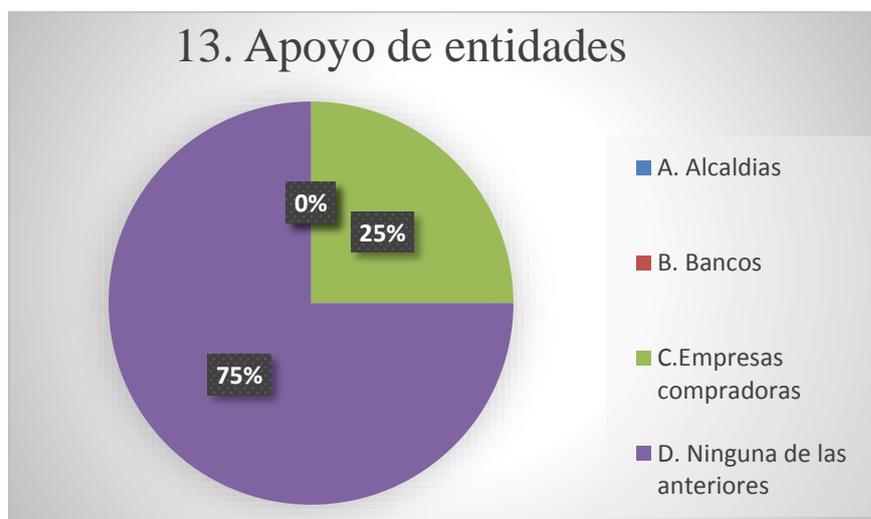


Fuente: elaboración propia

Resultado: en el grafico se puede observar que, el 50% de los agricultores cultivan 2 hectáreas de flor de Jamaica, mientras que, el 37% respondieron que lo máximo que siembran son 1 hectárea debido a que no cuentan con suficientes terrenos y el 13% de los encuestados afirmaron que cultivan 3 hectáreas ya que cuentan con los recursos económicos suficientes para la siembra de esta planta.

### Gráfico 13 ¿De qué entidades ha recibido ayudas en el proceso de siembra y comercialización de la flor de Jamaica?

Ilustración 29. Apoyo de Entidades

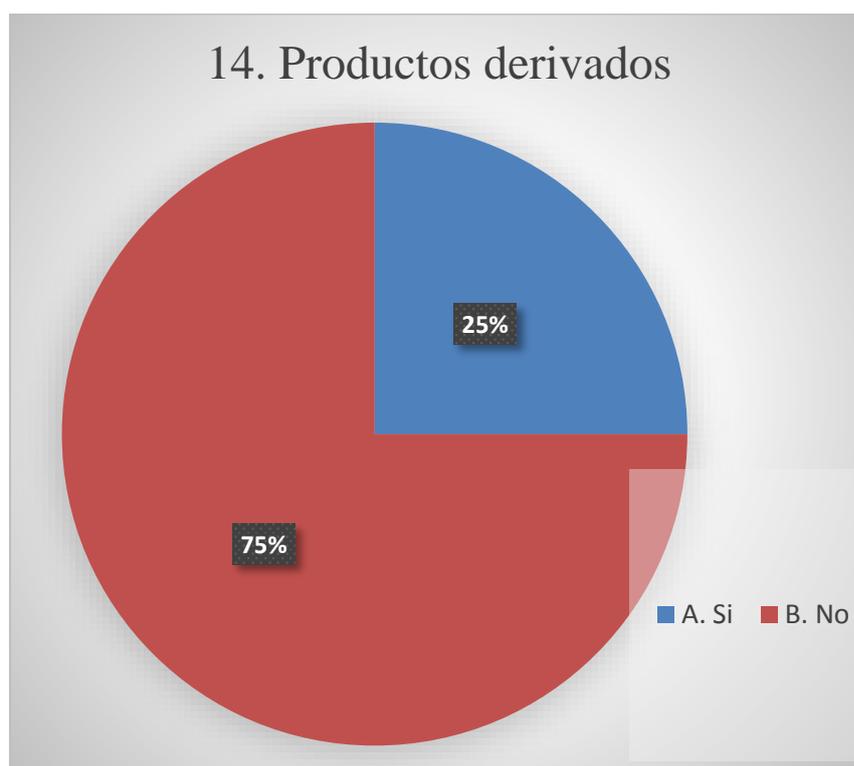


Fuente: elaboración propia

Resultado: en la gráfica anterior se puede evidenciar que del 100% de los agricultores encuestados, el 75% expresaron que no han recibido ningún tipo de ayudas por parte de entidades en el proceso de siembra y comercialización del cultivo, mientras que, el 25% respondieron que si han recibido ayudas para el proceso de la siembra como herramientas de trabajo por parte de la empresa que en ocasiones adquiere la flor directamente con el agricultor.

#### Gráfico 14 ¿Conoce los diferentes productos que se derivan de la flor de Jamaica?

##### Ilustración 30. Productos Derivados



Fuente: elaboración propia

Resultado: la gráfica anterior indica que, el 75% de las personas encuestadas respondieron que no tienen conocimiento acerca de los productos que se derivan de la flor de Jamaica, mientras que, el 25% de los agricultores respondieron que si están enterados de algunos artículos que son derivados de la flor de Jamaica, como: agua de Jamaica, mermeladas, te y licores.

### Gráfico 15 ¿Conoce cuáles son los costos que le generan sembrar y comercializar la flor de Jamaica?

Ilustración 31. Conocimiento de Costos

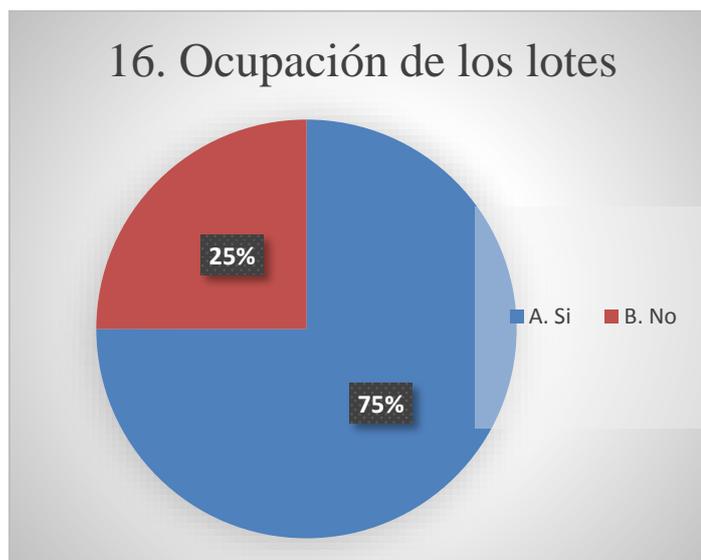


Fuente: elaboración propia

Resultado: el gráfico anterior indica que del 100% de los encuestados, el 63% respondieron que no tienen conocimiento de los costos para la siembra y comercialización de la flor de Jamaica, y el 37% de los agricultores afirmaron que algunas veces si tienen conocimiento de algunos de los costos que se incurren en la siembra, ya que estos si los saben identificar.

### Gráfico 16 ¿Todas las hectáreas que posee o arrienda las tienen destinadas a este tipo de cultivo?

Ilustración 32. Ocupación de Lotes



Fuente: elaboración propia

Resultado: la gráfica muestra que, el 75% de los encuestados respondieron que los lotes que poseen o arriendan si los tienen destinados solamente para cultivar flor de Jamaica, mientras que, el 25% expresaron que no solo lo dedican a este cultivo,

Dentro de la gráfica número 1, se logró observar que más de 60% de los agricultores encuestados afirmó no realizar ningún tipo de publicidad para dar a conocer el producto, lo que genera que mucha de la población desconozca la flor de Jamaica. Teniendo en cuenta lo anterior se podría determinar que si estos campesinos realizaran publicidad continua su producto sería más reconocido y por lo tanto tendría más posibilidad de generar mayor rentabilidad. Seguido de esto, la gráfica número 2 expresa que el 75% de los encuestados afirma sembrar el tipo de flor de Jamaica llamado rica, ya que esta flor es la más común y factible para la siembra, además que el proceso de secado es más rápido que los demás tipos de flor.

Por otra parte, La grafica número 3 con respecto al número 5, el 100% de los encuestados no ha tenido convenios con ninguna entidad, lo que significa que todos estos agricultores tienen en común 1, máximo 2 compradores, en conclusión, podrían ser los mismos intermediarios. Por lo que deberían asociarse o registrarse en la cámara de comercio, y de esta manera poder dar a conocer su producto y que sea mejor pagado.

La gráfica número 4 se pudo observar que los agricultores optan por sembrar la flor de Jamaica debido a que es una planta que no necesita mucha inversión, genera buena rentabilidad, su proceso de sembrado es factible y además de esto. No existe mucha competencia en el mercado.

Además, en la Gráfica 5 Muchos de estos agricultores manifestaron que no cuentan con convenios, debido a la falta de iniciativa, poca información y guías para poder realizarla, los encuestados dicen no sentir el apoyo de la alcaldía, puesto que no les brindan beneficios donde se les ayude a los agricultores que cultivan esta flor, sea con publicidad, subsidios o demás, lo cual ayudaría a que el cultivo de esta flor sea más conocido y así implementar la demanda.

Así mismo en la gráfica número 6 a pesar de que la mayoría de los agricultores encuestados no tienen compradores directos, sino solamente intermediarios, esta producción satisface las necesidades básicas de más del 50% de los encuestados, es decir que, si no existieran estos compradores intermediarios, el proceso de producción de la flor de Jamaica generaría aún más utilidad.

Según el resultado de la gráfica número 6 frente a la gráfica 7 se puede determinar que la principal fuente de ingreso de los agricultores de la Vereda el Jardín, es cultivar la flor de Jamaica, por lo tanto, es esta actividad la que satisface sus necesidades básicas.

La gráfica número 8 expresa, que mediante los resultados obtenidos se determina, que es una actividad que en el proceso de recolección no requiere de máquinas y se hace de manera manual, esto genera que todas las personas de diferentes edades la puedan ejercer y ser líderes.

Gráfica 9 se evidenció que la producción de flor de Jamaica, no lleva muchos años en el mercado.

En La gráfica número 10 el 75% expresaron que si han pensado en la creación de una empresa que distribuya sus artículos en el mercado y así mismo tener un mayor reconocimiento y establecer un mejor precio para la flor de Jamaica.

Esta tiene relación con la gráfica número 11, puesto que más del 70% de los encuestados expresaron que sus productos se han llegado a dañar por la falta de clientes, donde muchas

veces existe exceso de producto en otros lugares, o simplemente por variación de precios no llegan hasta el municipio a comprar. Es por esta razón que el 75% de los encuestados han pensado en crear su propia empresa, distribuir su producto y no tener que depender de un intermediario.

Según el resultado de la gráfica 12 frente a la gráfica número 13, el 50% de los agricultores encuestados afirmaron que no siembran más de 2 hectáreas debido a la falta de recursos económicos y la poca ayuda que reciben por parte de la alcaldía Municipal. Donde a comparación de otras actividades que se realizan en el municipio, esta es la que menos apoyo recibe.

Por otro lado, se observa que en la gráfica número 14 el 75% de las personas encuestadas respondieron que no tienen conocimiento acerca de los productos que se derivan de la flor de Jamaica debido a que ellos solamente se dedican al proceso de producción, los demás encuestados respondieron que si están enterados de algunos artículos que son derivados de la flor de Jamaica. Como: agua de Jamaica, mermeladas, té y licores.

Así mismo en la gráfica número 15 el 63% de los agricultores respondieron que no tienen conocimiento de los costos para la siembra y comercialización de la flor de Jamaica, ya que no se lleva un orden específico de ellos y además que no tienen el conocimiento suficiente de cómo realizarlo, puesto que la mayoría de estos agricultores son empíricos y analfabetas.

Finalmente la gráfica 16 expresa que el 75% de los agricultores encuestados afirmaron que en las tierras que poseen ya sean propias o en arriendo solamente siembran flor de Jamaica, debido a que esta les genera suficiente rentabilidad y satisface sus necesidades básicas el 25% restante afirmó que las tierras las utilizan para otros tipos de cultivos como: maíz, auyama entre otros, esto debido a que estos cultivos se pueden vender con más facilidad, ya que hay diferentes compradores en el sector.

### **3.7 Reflexión del autor**

Con este trabajo de investigación se logró concluir que cultivar la flor de Jamaica es una actividad rentable, debido a que los costos en los que se incurre para sembrarla son bajos, en comparación con las ganancias que pueda generar, debido a que los agricultores de la vereda el jardín del municipio del Guamo Tolima, no han implementado ningún tipo de publicidad, su producto es poco reconocido, además se logró conocer que ningún agricultor se encuentra inscrito en cámara y comercio lo que genera el impedimento para asociarse con empresas que distribuyen el producto.

Por otra parte, se logró conocer mediante las encuestas, que la alcaldía municipal no brinda el apoyo suficiente para que los agricultores mantengan vigente esta actividad económica, lo que ha generado que algunos agricultores ya no realicen esta actividad. Además, se determinó que los cultivadores de la flor de Jamaica no cuentan con los beneficios crediticios que ofrecen los bancos al sector agrícola, debido a que no se encuentran constituidos formalmente.

Así mismo con la información obtenida, se comprendió que, por los factores mencionados anteriormente, los agricultores de la flor de Jamaica por lo general solo cuentan con un cliente para vender sus productos, por lo tanto, no es óptimo debido a que en varias ocasiones los cultivadores han tenido pérdidas, ya que al almacenar estos productos en sus

casas por varios meses hasta que llegue el comprador, ha ocasionado que la flor pierda su calidad.

Finalmente, al investigar en sitios webs y libros se conoció que la flor de Jamaica no solo se utiliza para uso medicinal, sino que también puede ser usado en la elaboración de varios productos como lo son jabones de baño, perfumes y licores, además se conoció que de esta planta se puede emplear sus flores y sus tallos

### **3.8 Recomendaciones**

Se recomienda que los agricultores creen una asociación y así diseñar su propia marca, y se registren en la cámara de comercio, esto con la finalidad de que la flor de Jamaica sea mucho más conocida en el mercado, y a su vez genere que los precios a los que las comercializan incrementen y esto produzca que la siembra de flor de Jamaica sea rentable.

Por otra parte, se les recomienda a los agricultores, crear campañas de publicidad donde den a conocer su producto en el mercado para que de esta forma la flor de Jamaica tenga más reconocimiento por parte de los consumidores. Además, se sugiere establecer alianzas con empresas transportadoras, para que de esta manera el producto llegue hasta el consumidor final sin la intervención de un intermediario.

La alcaldía municipal para ayudar al sector agrícola del Municipio del Guamo Tolima, debería realizar convenios con empresas que comercialicen estos productos en el mercado nacional e internacional, esto ayudaría a que los agricultores siguieran realizando estas actividades , puesto que obtendrían ingresos todo el año y contarían con clientes fijos para comercializar la flor, además esto influiría directamente en los agricultores que cultivan la flor, ya que al haber una mayor demanda de los productos que sean a base de Jamaica como tés, cervezas, mermeladas, tortas, y demás los precios de la flor aumentarían y se volvería más rentable la ejecución de estos productos.

Por otro lado, el municipio del Guamo cuenta con una mayor cantidad de habitantes que se dedican a realizar labores del campo, es debido a ello que sería de gran ayuda que la alcaldía buscara alianzas con entidades bancarias para que se le otorguen créditos asequibles a los agricultores y estos puedan adquirir todas las herramientas necesarias para poner en marcha sus cultivos.

Todas estas recomendaciones permitirían aumentar la producción de la flor de Jamaica del sector, y así generar que esta actividad sea rentable y que perdure por muchos años más en el municipio

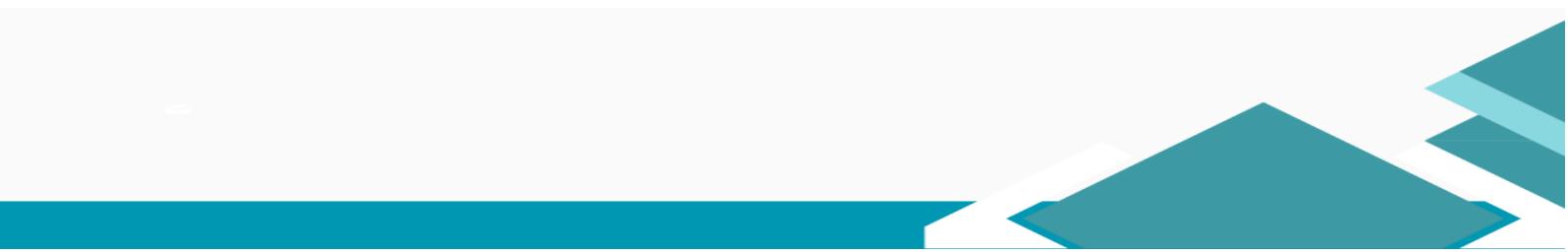
### 3.9 Referencias Bibliográficas

- Armstrong, K. &. (2012). *MARCO TEORICO* . Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0102064/cap02.pdf>
- Armstrong, p. K. (sf). *Política de distribución de marketing mix: estrategias y factores que afectan en su selección*. Obtenido de Política de distribución de marketing mix: estrategias y factores que afectan en su selección: <https://www.ceupe.com/blog/politica-de-distribucion-de-marketing-mix.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20canal%20de,consumidor%20o%20del%20usuario%20industrial>.
- BROWN, L. O. (1959). *COMERCIALIZACIÓN Y ANALISIS DEL MERCADEO* . Obtenido de *COMERCIALIZACIÓN Y ANALISIS DEL MERCADEO* : <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=abmPVhumVpQC&oi=fnd&pg=PA3&dq=comercializacion+que+es&ots=Zf8ND9-gRN&sig=CnaWFT3kj8nI9N35dXNpMOaNaok#v=onepage&q=comercializacion%20que%20es&f=false>
- CEVALLOS MINA, M. G. (2015). *PROCESAMIENTO DE LA FLOR DE JAMAICA (HIBISCUS SABDARIFFA) DESECADO PARA LA PREPARACIÓN DE YOGURT Y BEBIDA CON ALTAS PROPIEDADES NUTRACÉUTICAS*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18971/1/TESIS%20GERALDINE.pdf>
- Chambers, C. &. (2010). *COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA DE JAMAICA CON SABOR A LIMÓN EN LA CIUDAD*. Obtenido de *COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA DE JAMAICA CON SABOR A LIMÓN EN LA CIUDAD*: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14543/1/D-43360.pdf>
- Contreras Sierra, E. R. (s.f.). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Obtenido de Sf: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>
- Diario Oficial No. 41.149. (23 de Diciembre de 1993). Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20101%20de%201993.pdf>
- Díaz, L. F., & Romero, Y. L. (2018). Obtenido de <https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/1359/EVALUACION%20DE%20GERMINACION%20EN%20SEMILLA%20DE%20JAMAICA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- donelly. (1994). *Análisis estratégico del proceso productivo*. Obtenido de Análisis estratégico del proceso productivo: <https://www.redalyc.org/pdf/280/28080109.pdf>
- ESPINOSA QUILACHAMIN , A. E., & MORENO CAMPOVERDE, D. E. (2017). *“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO ARTESANAL FLOR DE JAMAICA, EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA PICHINCHA PERÍODO 2017-2022”*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16246/1/T-UCCE-0005-CEC-055.pdf>
- Galicia Flores, L. A., Salinas Moreno, Y., Espinoza García, B. M., & Sánchez Fera, C. (2008). *Caracterización fisicoquímica y actividad antioxidante de extractos de jamaica (Hibiscus sabdariffa L.) nacional e importada*. Obtenido de Revista Chapingo. Serie horticultura: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1027-152X2008000200004#:~:text=La%20jamaica%20pertenece%20a%20la,como%20a%20Centro%20y%20Sudam%C3%A9rica](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1027-152X2008000200004#:~:text=La%20jamaica%20pertenece%20a%20la,como%20a%20Centro%20y%20Sudam%C3%A9rica)

- GASPARIN. (1848). *EL CONCEPTO DE SISTEMA DE CULTIVO*. Obtenido de EL CONCEPTO DE SISTEMA DE CULTIVO: [https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins\\_textes/pleins\\_textes\\_7/b\\_fdi\\_03\\_01/26993.pdf](https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_01/26993.pdf)
- Gaviria Uribe, A. (06 de Julio de 2018). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87281>
- Gobernación del tolima. (2021). *Municipio de El Guamo*. Obtenido de <https://www.tolima.gov.co/tolima/informacion-general/turismo/1906-municipio-de-el-guamo>
- Guerrero-Beltrán, S. C.-O. (2012). *Propiedades funcionales de la jamaica*. Obtenido de Propiedades funcionales de la jamaica: file:///C:/Users/USERS/Downloads/TSIA-62Cid-Ortega-et-al-2012.pdf
- Hatten, S. y. (1972). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Obtenido de El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762013000200007#:~:text=Tambi%C3%A9n%20Schendell%20y%20Hatten%20\(1972,a%20la%20organizaci%C3%B3n%20con%20su](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007#:~:text=Tambi%C3%A9n%20Schendell%20y%20Hatten%20(1972,a%20la%20organizaci%C3%B3n%20con%20su%20endell%20y%20Hatten%20(1972,a%20la%20organizaci%C3%B3n%20con%20su)
- hernandez. (2007). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE VENTAS EN EL MERCADO AGROPECUARIO ESTATAL FERREIRO DE SANTIAGO DE CUBA*. Obtenido de ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE VENTAS EN EL MERCADO AGROPECUARIO ESTATAL FERREIRO DE SANTIAGO DE CUBA: <https://www.redalyc.org/journal/1813/181353794007/html/#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20la%20estrategia,para%20hacer%20crecer%20una%20empresa>
- ICA. (01 de Enero de 2021). Obtenido de <https://www.ica.gov.co/getattachment/39970e1a-cb1f-428c-be3c-de5ac67d2634/2021R90999.aspx>
- Iragorry Valencia, A. (26 de Mayo de 2015). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76838>
- Johnston y Kilby, W. y. (1980- 1982 1967, 1969)). *De campesino a agricultor? La pequeña producción familiar en el marco del desarrollo capitalista*. Obtenido de De campesino a agricultor? La pequeña producción familiar en el marco del desarrollo capitalista: <https://core.ac.uk/download/pdf/61486828.pdf>
- Library. (Sf). *CAPITULO II MARCO TEÓRICO*. Obtenido de <https://1library.co/document/q05mg84x-capitulo-ii-marco-te%C3%B3rico.html>
- lings, I. y. (2008). *Rompiendo Barreras en la Investigación*. Obtenido de Rompiendo Barreras en la Investigación: [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15178/La\\_utilizacion\\_de\\_una\\_metodologia\\_mixta.pdf?sequence=2&fbclid=IwAR0skLv7\\_0tkBC8mERJqeOxul\\_gwUTrgCksUCBNr\\_TJc9j0hBiwoz8ZsD0U#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20cuantitativa%20en%20pala](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15178/La_utilizacion_de_una_metodologia_mixta.pdf?sequence=2&fbclid=IwAR0skLv7_0tkBC8mERJqeOxul_gwUTrgCksUCBNr_TJc9j0hBiwoz8ZsD0U#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20cuantitativa%20en%20palabras,o%20fen%C3%B3)
- MARCO TEÓRICO. (Sf). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0102064/cap02.pdf>
- Nordhous, P. S. (sf). *QUÉ ES ECONOMÍA*. Obtenido de QUÉ ES ECONOMÍA: <https://sociales.uprrp.edu/economia/que-es-economia/#:~:text=Paul%20Samuelson%20y%20William%20Nordhous,y%20distribuirlos%20entre%20diferentes%20personas>.

- Otero Ayazo, A. J., & Contreras Hernández, I. (2022). *Creación de una empresa productora y comercializadora de bebidas refrescantes y medicinales a base de flor de jamaica, jengibre, canela y miel, como alternativa saludable en el municipio de Lorica*. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/handle/ucordoba/6269?locale-attribute=en>
- RAMIREZ GARCÍA, J. A., & NICHOLLS POSADA, J. E. (Agosto de 2014). *USOS Y APLICACIONES MEDICINALES E INDUSTRIALES DE LA FLOR DE JAMAICA*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/2727/70552552.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Real academia. (Sf). *Agricultor*. Obtenido de <https://dle.rae.es/agricultor>
- Rios Carrascal, O. (Enero de 2013). *ResearchGate*. Obtenido de Evaluación de cuatro distancias de siembras de la Flor de Jamaica Hibiscus sabdariffa L. en la vereda kilómetro tres del municipio de Yondó, Antioquia: [https://www.researchgate.net/publication/258345093\\_Evaluacion\\_de\\_cuatro\\_distancias\\_de\\_siembras\\_de\\_la\\_Flor\\_de\\_Jamaica\\_Hibiscus\\_sabdariffa\\_L\\_en\\_la\\_vereda\\_kilometro\\_tres\\_del\\_municipio\\_de\\_Yondo\\_Antioquia](https://www.researchgate.net/publication/258345093_Evaluacion_de_cuatro_distancias_de_siembras_de_la_Flor_de_Jamaica_Hibiscus_sabdariffa_L_en_la_vereda_kilometro_tres_del_municipio_de_Yondo_Antioquia)
- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, M. M. (Fbrero de 2019). *ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES DE FLOR DE JAMAICA (HIBISCUS SABDARIFFA) INGRESADA A TRAVÉS DEL PUERTO DE VERACRUZ EN EL PERIODO 2008-2018*. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/avillagomez/files/2019/02/2019-Rodr%C3%ADguez-tesina-LAI.pdf>
- Ruiz Fernández, R. N. (27 de Enero de 2015). *iseño del plan exportador de flor de Jamaica producida en el municipio de Charalá en el departamento de Santander*. Obtenido de <https://repositorio.upb.edu.co/handle/20.500.11912/2172>
- Ruiz, R. (2012). *Diseño del plan exportador de flor de jamaica producida en el municipio de Charala en el departamento de Santander*. Obtenido de Obtenido de: [https://repositorio.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2172/digital\\_23970.pdf?sequence=1](https://repositorio.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2172/digital_23970.pdf?sequence=1)
- Secretaria de planeacion y TIC. (2014). *Estadísticas 2011-2014*. Obtenido de <https://www.tolima.gov.co/images/tolima/cifras-y-estadisticas/Guamo.pdf>
- Secretaria de planeacion y TIC. (2014). *Estadísticas 2011-2014*. Obtenido de <https://www.tolima.gov.co/images/tolima/cifras-y-estadisticas/Guamo.pdf>
- Sellers Rubio, R., & Casado Díaz, A. B. (2010). *INTRODUCCIÓN AL MARKETING*. Obtenido de <https://docplayer.es/11591826-Introduccion-al-marketing-ricardo-sellers-rubio-ana-belen-casado-diaz.html>
- Semana. (21 de Septiembre de 2021). *Flor de jamaica: ¿para qué sirve y cuáles son sus beneficios?* Obtenido de <https://www.semana.com/vida-moderna/salud/articulo/flor-de-jamaica-para-que-sirve-y-cuales-son-sus-beneficios/202132/>
- torres, E. y. (2017). *factores que inciden en la productividad investigatia*. Obtenido de factores que inciden en la productividad investigatia: <http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/19/25>
- Ugarte. (2003). *Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales*. Obtenido de Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales: <https://www.gestiopolis.com/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales/>

<https://logicomerpro.com.mx/2020/07/15/5-pasos-para-vender-vender-tu-producto-en-supermercados/>  
<https://blog.gslmexico.org/pasos-para-generar-un-codigo-de-barras>



# CAPÍTULO 4

---



**Autores**

Nayely Constanza Narváez Culma  
Mario Fernando Díaz Pava  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Augusto Francisco Alarcón Linares  
Jorge Armando Patiño Pinilla

## ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES MICRO EMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE ATACO - TOLIMA EN EL AÑO 2022



#### 4 Análisis Socioeconómico de los Comerciantes Micro Empresarios del Municipio de ATACO – TOLIMA en el año 2022

##### Resumen

El nivel socioeconómico de una población o individuo, surge a partir del análisis de las características económicas y sociales como ingresos percibidos, condiciones de **empleo, formación educativa, núcleo familiar, entre otros aspectos**. A partir de las características anteriormente mencionadas y analizadas se puede determinar si el individuo refleja una buena calidad de vida, conocer el nivel socioeconómico de una población es muy importante.

Teniendo en cuenta el método descriptivo con enfoque mixto y por medio de una encuesta, se analizaron aspectos sociales y económicos de los comerciantes microempresarios de Ataco, las dificultades para el sostenimiento y desarrollo de sus actividades comerciales y con base en los resultados del instrumento de investigación aplicado, se lograron describir e identificar los factores que afectan la actividad comercial y económica como la seguridad en el municipio, la falta de conocimientos con las nuevas tecnologías y métodos de mercadeo, entre otros factores. Para moderar esta problemática se propone incrementar la seguridad y con los entes de control municipal y los entes externos como cámara de comercio y brindar asesorías personalizadas a las microempresas que lo requieran.

**Palabras clave:** comerciantes, microempresas, mercadeo, asesorías, núcleo familiar, actividad comercial.

##### Abstract

The socioeconomic level of a population or individual arises from the analysis of economic and social characteristics such as income received, employment conditions, educational training, family nucleus, among other aspects. From the previously mentioned and analyzed characteristics it can be determined if the individual reflects a good quality of life, knowing the socioeconomic level of a population is very important.

Taking into account the descriptive method with a mixed approach and through a survey, social and economic aspects of Ataco micro-entrepreneurs, the difficulties for the maintenance and development of their commercial activities and based on the results of the research instrument were analyzed. applied, it was possible to describe and identify the factors that affect commercial and economic activity such as security in the municipality, the lack of knowledge with new technologies and marketing methods, among other factors. To moderate this problem, it is proposed to increase security and with municipal control entities and external entities such as the chamber of commerce and provide personalized advice to micro-enterprises that require it.

**Key words:** merchants, microenterprises, marketing, consultancies, family nucleus, commercial activity.

## 4.1 Introducción

El comercio formal es motor del crecimiento económico y urbanístico, que se encuentra sujeto a controles por parte de la autoridad competentes, municipales y departamentales, es importante para esta investigación conocer el comercio formal de las microempresas y el impacto en el desarrollo socioeconómico de los micro empresarios de Ataco-Tolima y para ello es necesario indagar el comportamiento y la dinámica que ha conducido al desequilibrio en el desarrollo y sostenimiento de su actividad económica. Los microempresarios comerciantes son un gran ingreso de riquezas para el municipio de Ataco-Tolima, las principales tareas desempeñadas allí es la producción agrícola y ganadera, la minería, la producción cafetera, la venta de bienes y servicios e industria; el contenido de este documento está soportado por información brindada en una entidad municipal (Hacienda pública) y nacionalmente personas registradas en (cámara de comercio) ; estos microempresarios comerciantes deben cumplir con cada uno de los deberes establecidos en el código de comercio colombiano.

Cabe resaltar que el comercio informal constituye un gran número de personas, dedicadas a actividades no registradas formalmente ante los entes de control legales, esta actividad se encuentra en una categoría amplia dentro de las múltiples modalidades que la comprenden, tienen la característica principal de ser una actividad comercial que genera ingresos económicos al igual que el comercio formal, pero existe una gran diferencia y es que perjudica al comerciante formal porque le reduce sus ventas debido a que en ocasiones el comerciante informal ofrece precios más bajos debido a que las ganancias que este obtiene comercializando sus productos no debe destinarlo para pagos de servicios, arriendo o impuestos.

En este informe se expondrá las actividades socioeconómicas realizadas en el municipio de Ataco Tolima, deberes de los microempresarios frente al comercio y sobre cada uno de sus diferentes actividades ejercidas, buscando indagar porque algunas de estas micro empresas a pesar de la gran inversión realizan, en ocasiones no logran mejorar su estatus de vida realizando prácticas de comercio a diario de manera formal, es importante disponer tanto de datos sociales como económicos de los microempresarios del municipio de Ataco Tolima de manera se logre caracterizar particularidades socioeconómicas de este grupo de personas.

A lo largo del presente trabajo se desarrollará la siguiente estructura: en primer lugar, se analizará la importancia que el sector micro empresarial comercial que posee la economía en el municipio de Ataco, para lo cual se atenderá a los principales indicadores sociales y económicos relacionados con esta población. Llevando un orden de ideas, luego se describe cuál fue el proceso de investigación que se realizó para la obtención de los resultados, Posteriormente, se describen las principales características que identifican al microempresario comerciante de Ataco - Tolima, así como los objetivos perseguidos por los integrantes del sistema comercial y a su vez se logran identificar las herramientas metodológicas para la recolección de la información necesaria y suficiente para este documento, teniendo como fuente primaria los microempresarios que renovaron su cámara de comercio durante el año

2022 en el municipio de Ataco Tolima, soportado con investigación bibliográfica que permite verificar las condiciones sociales y económicas de microempresario su entorno.

## **4.2 Marco Teórico**

### **4.2.1 Comerciantes**

Un comerciante es una persona que se dedica a ejercer el comercio como oficio, de manera profesional y constante.

Código de comercio colombiano, Artículo 10 de 1992, por medio del cual expresa que son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona. Comerciantes es, aquella Persona natural o Persona jurídica que voluntariamente, y de forma regular y profesionalmente, desarrolla un acto jurídico considerado como mercantil por la ley.

El artículo 20 del Código de comercio, enumera cada una de las actividades que la ley considera como mercantiles:

Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto,
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio (Artículo 13).

Las actividades comerciales se dividen en dos sectores: Comercio al por mayor (sector 43) Comercio al por menor (sector 46).

### **4.2.2 Comercio al por mayor**

El Comercio al por mayor comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo intermedio (como bienes de capital, materias primas y suministros utilizados en la producción, y bienes de consumo final) para ser vendidos a otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios; así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de ese proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002)

Los comercios al por mayor que venden bienes de su propiedad son conocidos como distribuidores importadores-exportadores, distribuidores de fábrica, abastecedores de mercancías, entre otras denominaciones, y los que venden y promueven, a cambio de una comisión o pago, la compra venta de bienes que no son de su propiedad, son conocidos como

agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por mayor o agentes importadores y exportadores.

### 4.2.3 Principales Características

Las principales características del comercio al por mayor son:

- a) Operan desde una bodega u oficina de ventas.
- b) Tienen poca o nula exhibición de mercancías.
- c) Atraen clientes generalmente por vía telefónica, mercadeo personalizado o por medio de publicidad especializada a través de medios electrónicos, ferias y exposiciones.
- d) Normalmente venden grandes volúmenes, excepto tratándose de bienes duraderos, que generalmente son vendidos por unidad.

### 4.2.4 Comercio al por Menor.

Comprende “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002).

Los comercios al por menor que venden bienes propios son conocidos como agencias, depósitos, tiendas, supermercados o derivan su nombre de los productos que comercializan. Y los comerciantes minoristas que venden o promueven la compra-venta a cambio de una comisión o pago son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por menor, agentes importadores y exportadores.

### 4.2.5 Las Características Principales Del Comercio Al Por Menor Son

Las principales características del comercio al por menor son:

- a) Atraen clientes por la ubicación y diseño del establecimiento.
- b) Tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas.
- c) Hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión.

Los comercios al por menor pueden también proporcionar servicios integrados a la venta de los bienes, como empaquetado, envasado y entrega a domicilio. La venta con instalación incidental se clasificará en comercio al por menor. Este sector comprende también a los comerciantes al por menor sin establecimiento que realizan su labor mediante alguno de los siguientes métodos:

- La tele mercadeo con ventas vía telefónica;
- La venta al por menor exclusivamente por catálogo;
- La venta al por menor por medios electrónicos (Internet, fax y correo electrónico). • La venta de forma personalizada de venta.
- La puerta a puerta.
- La venta con demostración de productos en hogares.
- La venta a través de puestos semifijos o máquinas expendedoras.

También se incluyen siempre en este sector las unidades económicas dedicadas principalmente al comercio de muebles para el hogar, artículos de mercería, artículos de decoración, antigüedades, instrumentos musicales, vehículos automotores (excepto camiones), partes y refacciones de automóviles y camiones, aceites lubricantes y artículos usados. (SCIAN, 2002)

#### **4.2.6 Son mercantiles para todos los efectos legales.**

1. La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos;
2. La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismos.
3. El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.
4. La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos;
5. La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones
6. El giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos-valores, así como la compra para reventa, permuta, etc., de los mismos;
7. Las operaciones bancarias, de bolsas, o de martillo; 8. El corretaje, las agencias de negocios y la representación de firmas nacionales o extranjeras;
9. La explotación o prestación de servicios de puertos, muelles, puentes, vías y campos de aterrizaje;
10. Las empresas de seguros y la actividad aseguradora;
11. Las empresas de transporte de personas o de cosas, a título oneroso, cualesquiera que fueren la vía y el medio utilizados;
12. Las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes;
13. Las empresas de depósito de mercaderías, provisiones o suministros, espectáculos públicos y expendio de toda clase de bienes;
14. Las empresas editoriales, litográficas, fotográficas, informativas o de propaganda y las demás destinadas a la prestación de servicios;

15. Las empresas de obras o construcciones, reparaciones, montajes, instalaciones y ornamentaciones.

16. Las empresas para el aprovechamiento o explotación mercantil de las fuerzas o recursos de la naturaleza.

17. Las empresas promotoras de negocios y las de compra, venta, administración, custodia o circulación de toda clase de bienes;

18. Las empresas de construcción, reparación, compra y venta de vehículos para el transporte por tierra, agua y aire, y sus accesorios, y

19. Los demás actos y contratos regulados por la ley mercantil”.

#### **4.2.7 No son mercantiles:**

1. La adquisición de bienes con destino al consumo doméstico o al uso del adquirente, y la enajenación de los mismos o de los sobrantes;

2. La adquisición de bienes para producir obras artísticas y la enajenación de estas por su autor;

3. Las adquisiciones hechas por funcionarios o empleados para fines de servicio público;

4. Las enajenaciones que hagan directamente los agricultores o ganaderos de los frutos de sus cosechas o ganados, en su estado natural. Tampoco serán mercantiles las actividades de transformación de tales frutos que efectúen los agricultores o ganaderos, siempre y cuando que dicha transformación no constituya por sí misma una empresa.

5. La prestación de servicios inherentes a las profesiones liberales.

#### **4.2.8 Obligaciones de los comerciantes**

Es obligación de todo comerciante:

1) Matricularse en el registro mercantil;

2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;

3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;

5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y

6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (Artículo 19).

Existen otro tipo de obligaciones como son las relacionadas con los impuestos, y con las obligaciones que les exigen las diferentes entidades de control del estado como las superintendencias, obligaciones que se irán desarrollando posteriormente.

#### 4.2.9 Importancia de los comerciantes

Los comerciantes tienen un rol muy importante en la sociedad. Ellos facilitan el intercambio de bienes y servicios lo que incrementa el bienestar de las personas y fomenta el crecimiento del país.

Entre sus actividades más relevantes se encuentran:

- ❖ Acercar a productores y compradores.
- ❖ Dar a conocer las características de los productos o servicios.
- ❖ Ampliar la variedad de productos y servicios disponibles para los consumidores, lo que incluye importar y exportar bienes desde distintos países.
- ❖ Servir de canal de comunicaciones entre productores y consumidores.
- ❖ Facilitar los servicios post venta como: reclamos, reparos de averías, garantías, etc.

#### 4.2.10 Grupo 3 de clasificación micro empresarial

**Artículo 2°.** Modificado por el art. 2, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 75, Ley 1151 de 2007, Modificado por el art. 43, Ley 1450 de 2011. *Definiciones.* Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre cinco mil unos (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores;
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Parágrafo 1°.** Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

**Parágrafo 2°.** Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

#### **4.2.11 Nivel socioeconómico**

Características Socio-económicas son atributos de la población considerando aspectos económicos y sociales. “El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía. Usualmente se mide cómo el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) real en un periodo de varios años o décadas (Larraín y Sachs, 2004).

Las características socioeconómicas se clasifican por lo general en tres categorías: Alto, Medio y Bajo, en las cuales una familia o individuo puede ser ubicada, en una de estas tres categorías, estas categorías están determinadas por las siguientes variables (ingreso, educación y ocupación) pueden ser analizadas o procesadas por el encuestador, (Hoffman, 1995).

La OCDE public *Against the Odds: Disadvantaged students who succeed in School* (2011) estudia la resiliencia en PISA 2006 aplicando como criterio para seleccionar el alto rendimiento o el bajo nivel socioeconómico la desviación respecto a la media de cada país. Realiza un exhaustivo análisis entre numerosos índices y variables comparando a los estudiantes resilientes con los estudiantes con desventaja económica, por un lado, y los estudiantes con buena puntuación y situación económica.

Según Figueroa en 1993, la teoría Clásica, Neoclásica y Keynesiana buscan explicar precios y cantidades en el mercado laboral, pero difieren en las bases que utilizan para determinar dichos elementos. Dentro de la economía neoclásica en el mercado laboral, se intercambian servicios laborales por dinero suponiendo que los mercados laborales operan como un mercado Walrasiano donde los precios relativos y las cantidades se determinan simultáneamente; esta teoría predice que el desempleo (el exceso de oferta) debería ser cero (excepto si en el precio de cero hay exceso de oferta es decir sobrepoblación). Arrow en 1984 introdujo el concepto de costos de información donde compradores y vendedores de servicios laborales no gastarían más allá del óptimo en la búsqueda de trabajadores los primeros y empleo los segundos.

En un supuesto de competencia perfecta, la oferta y demanda incluirían los costos de información, por lo tanto, los desempleados estarían dispuestos a trabajar al salario del mercado, pero toman la decisión de no gastar más recursos en la búsqueda de empleo, es decir, eligen el desempleo por lo que sólo sería voluntario. Los niveles socioeconómicos son herramientas sociológicas, que aplica método que describe actitudes y comportamientos de las personas. En otras palabras, son datos generales que permiten comprender los cambios sociales, teniendo en cuenta que todas las sociedades son dinámicas y resulta útil disponer de mecanismos y parámetros para conocer las

transformaciones que se producen en el seno de cualquier organización. Los datos son algo más que números y porcentajes, pues de alguna forma expresan la realidad humana de un conjunto de individuos.

El proyecto en curso permite identificar las características más relevantes de las pymes las cuales se obtuvieron por medio de una encuesta aplicada a cada microempresario comerciante, con Los resultados obtenidos se espera que los microempresarios adquieran mayor importancia a la construcción de la reputación y del prestigio de su microempresa en el mercado, para lograr el apoyo y la aceptación por parte de la comunidad, en aras de lograr un mayor dinamismo.

#### **4.2.12 Economía de los impuestos.**

Un impuesto es un tributo que las personas u organizaciones están obligadas a pagar, sin contraprestación directa. Los impuestos permiten que el estado pueda ofrecer a los ciudadanos determinados bienes y servicios que están dirigidos a incrementar el bienestar social, como también son utilizados para pagar las nóminas de aquellas personas que trabajan en el sector público.

En Colombia existen 3 tipos de impuestos y se dividen a nivel municipal, departamental o nacional, municipalmente los impuestos a pagar corresponden a industria y comercio, impuesto al predial, impuestos sobre vehículos, la gasolina, entre otros, departamentalmente se cobra impuestos sobre al consumo de licores, impuesto a la gasolina y a los automotores, nacionalmente los impuestos que corresponden al IVA, impuesto de renta, impuesto de timbre.

Declarar impuestos es un beneficio cívico que conlleva beneficios de servicios públicos y a la vez es una excelente manera de mantener un registro de los años vividos en el país.

Un impuesto municipal muy comúnmente conocido es el industria y comercio este se genera por la realización directa o indirecta de cualquier actividad mercantil, bien sea comercial o de servicios que una persona realice bien sea, en un establecimiento o no. El industria y comercio es cancelado anualmente por la persona registrada y de esta manera renueva su validez. El recaudo de este impuesto es destinado para el pago de servicios y ayuda del municipio, (Helder A, 2022).

#### **4.2.13 Competitividad**

“La competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (Luna, 2012)

Según Lall, Albadalejo y Mezquita (2005) plantea que: El concepto de competitividad surge de las bases teóricas de la administración de empresas, y como uno de los parámetros en que basa el análisis de la gestión empresarial; "Las compañías compiten para captar mercados

y recursos, miden la competitividad según su participación relativa en el mercado o su rentabilidad y utilizan la estrategia de la competitividad para mejorar su desempeño". Bastista, A. Guacari, W., (2019)

La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos (IMD, 2012)

Day (1999) considera la fidelidad como algo más que una larga relación de un cliente con una compañía determinada o las visitas frecuentes de un cliente a una tienda: «es una sensación de afinidad o adhesión a los productos o servicios de una firma». El análisis de la fidelidad de los clientes es considerado desde dos perspectivas diferenciadas: la lealtad como actitud y la fidelidad como comportamiento (Berné, Múgica y Yagüe, 1996; Ortega y Recio, 1997; Alet, 1994; Kotler, Cámara y Grande, 2000). Según el primer enfoque, la lealtad constituye una actitud positiva hacia la organización, generada a través de un proceso de evaluación interna por parte del consumidor. Estrategias de fidelización basadas en este planteamiento pretenden la creación de vínculos emocionales con el cliente.

El concepto lealtad está muy ligado al de satisfacción, debido a que a medida que un cliente se siente complacido por el servicio que se le entrega en la tienda, este volverá a realizar otra compra y recomendará el servicio a otras personas. (Osorio, 2013). Similar sucede en el comercio del municipio de Ataco, una micro empresa es reconocida en el sector por la experiencia que diariamente logra vender u ofrecer a sus clientes, la buena imagen, atención y la calidad del producto que el cliente adquiera es la presentación futura para otra persona que esté en busca de una empresa que tenga recomendación y experiencia en el mercado.

### 4.3 Metodología

La metodología no es una receta de un libro de texto, sino una teoría reflexiva sobre la calidad de las inferencias que conciernen a los fenómenos bajo estudio. La metodología describe, en retrospectiva, el camino de estudio que ya se ha recorrido. CIDEM-UMSA, La Paz (2000)

El presente trabajo se orientará mediante una investigación científica de corte cualitativo y cuantitativo de tipo descriptivo y exploratorio, la cual analizará factores socioeconómicos de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco, Tolima.

Sócrates sostenía que “la investigación es el objetivo primordial y el fin básico de la existencia del ser humano”, según Jiménez R. (1998) “La Metodología de la Investigación Científica constituye por su parte un conjunto de métodos, categorías, leyes y procedimientos que orientan los esfuerzos de la investigación hacia la solución de los problemas científicos con un máximo de eficiencia.” Para este trabajo de investigación se quiere tomar como referente estas dos definiciones de metodologías de investigación que se considera que aportan instrumentos de recolección de datos y medidas para razonar considerablemente en el método aplicado en el diseño metodológico.

### **4.3.1 Enfoque investigativo.**

Presenta información de tipo mixto, Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que los diseños mixtos: (...) representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (p. 21)

A través de la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra de microempresarios del municipio de Ataco-Tolima, se describirá características socioeconómicas y se identificarán las causas que dificultan la estabilidad y el desarrollo en el comercio. El razonamiento es deductivo a partir de las diferentes teorías sobre el crecimiento económico, los factores de Herzberg y la caracterización socioeconómica en Colombia, las cuales contribuyen a la determinación de variables en el desarrollo de la investigación.

### **4.3.2 Diseño de investigación.**

Método Descriptivo con enfoque mixto, “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos” (Sabino, 2008).

Utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Permitiendo observar, identificar y caracterizar las causas actuales de las micro empresas del municipio de Ataco-Tolima indagando factores socio económicos que involucran la permanencia de las micro empresas objeto de estudio en esta investigación, detallando la problemática económica que se vivencia en el comercio del municipio de Ataco-Tolima.

### **4.3.3 Población.**

Parella y Martens (2008), Define la población como: “un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones “La población objeto de estudio en esta investigación son los micro empresarios comerciantes que renovaron su registro en Cámara de Comercio durante el año 2022 en Ataco Tolima, debido a que es este grupo de personas es la principal fuente de información para poder realizar la caracterización socioeconómica y para poder llevar a cabo el análisis y el desarrollo de este proyecto, demostrando a través de múltiples factores cual es el factor principal que hace que la economía en el municipio de Ataco sea inestable.

### **4.3.4 Encuesta**

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según otros autores, Trespalacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la

población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

Con el propósito de poseer elementos que permitan realizar el estudio socioeconómico a los microempresarios de Ataco Tolima se realizará una encuesta que permitirá reunir la información, es importante determinar la muestra de la población para lo cual se tomó la totalidad de los micro empresarios 171 personas, y el tamaño de la muestra será calculada en base a la siguiente fórmula.

$$T_m = \frac{171}{1 + (0,05)^2 * 171}$$

$$T_m = \frac{171}{1,42}$$

$$T_m = 120 \text{ microempresarios}$$

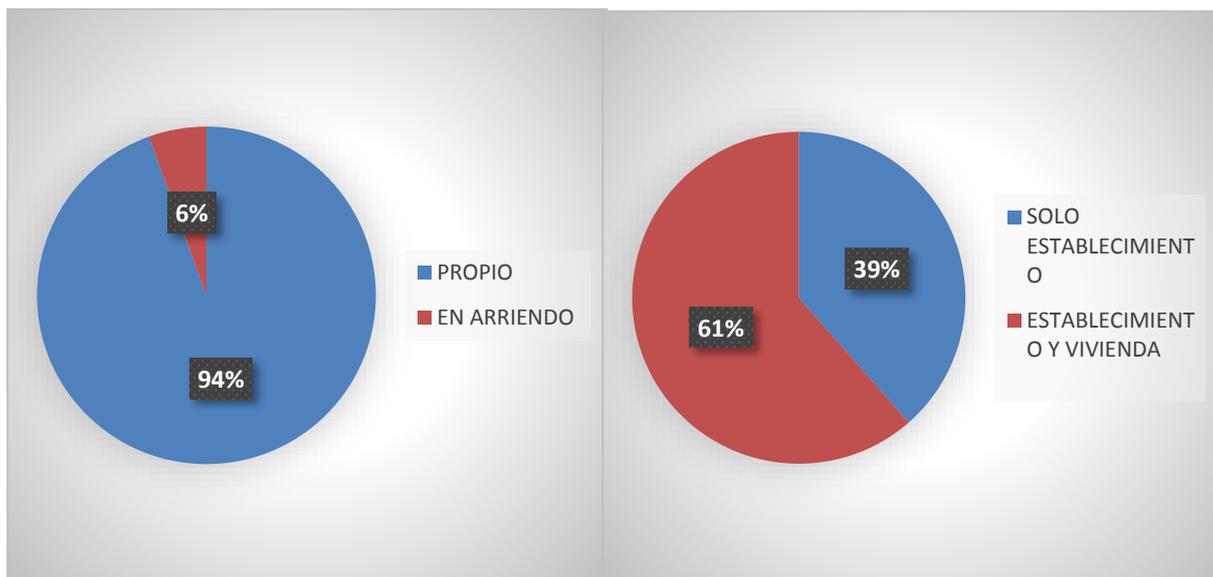
La encuesta se realiza a 120 micro empresarios comerciantes del municipio de Ataco. En cuanto se recolecte la información de campo se procederá a utilizar tablas de tabulación simple y de cruce de variables, se considerará meticulosamente porcentajes y relaciones de proporcionalidad. Consecuentemente, los resultados serán representados en gráficos estadísticos, luego de su presentación estadística, los datos procesados serán interpretados según la descripción de la escala porcentual, realizando comparaciones de proporcionalidad de un dato a otro.

#### 4.4 Resultados

La población que se encuesta para llevar a cabo la investigación, corresponde a una muestra de 120 comerciantes microempresarios de Ataco Tolima que renovaron su cámara de comercio para el año 2022, se realizó la indagación mediante una encuesta de 20 preguntas, con el fin de dar solución al planteamiento del problema, luego se procedió a tabular los datos obtenidos y después de esto, se analizaron los resultados obtenidos que arrojó la encuesta, para determinar las causas que generan dificultades para el sostenimiento y desarrollo de los comerciantes micro empresarios en Ataco Tolima, no obstante, cabe resaltar que solo 109 microempresarios respondieron el instrumento de investigación, el restante se negaron a proporcionar información acerca de su actividad comercial.

#### 4.4.1 Análisis social

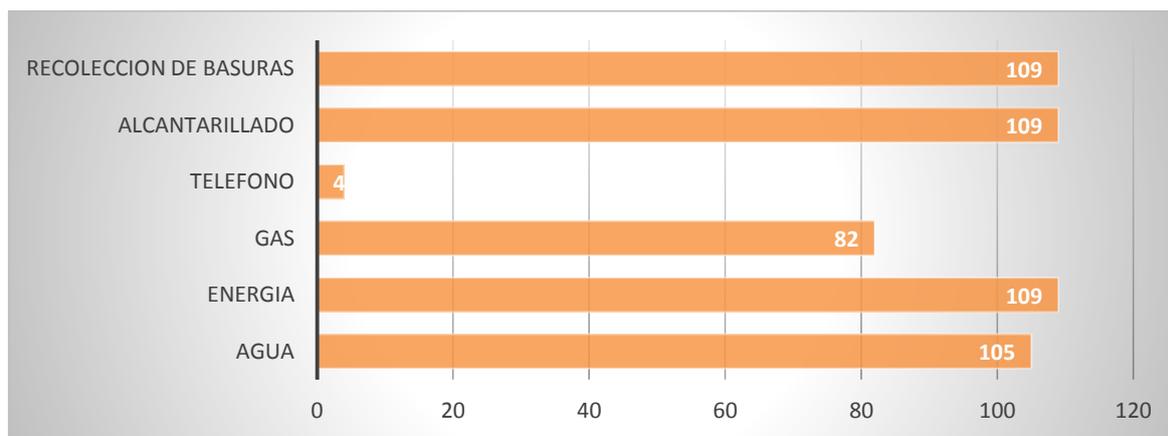
##### Ilustración 33. El lugar donde desarrollan la actividad comercial



Fuente:Elaboracion Propia

De acuerdo a la figura 33, el lugar donde desarrollan la actividad comercial: Se evidencia que en el comercio de Ataco Tolima un 94% de los encuestados, realizan su actividad comercial en establecimiento de carácter propio, solo el 6% son bajo contrato de arrendamiento, situación que genera beneficio a gran parte de los microempresarios porque gozan de comodidad y estabilidad en cuanto al lugar que desarrolla su actividad, no obstante, también se realizó la indagación acerca si el lugar era solo establecimiento o establecimiento y vivienda, obteniendo como resultado que más de la mitad de microempresarios poseen vivienda en el mismo establecimiento y solo un 39% es solo establecimiento.

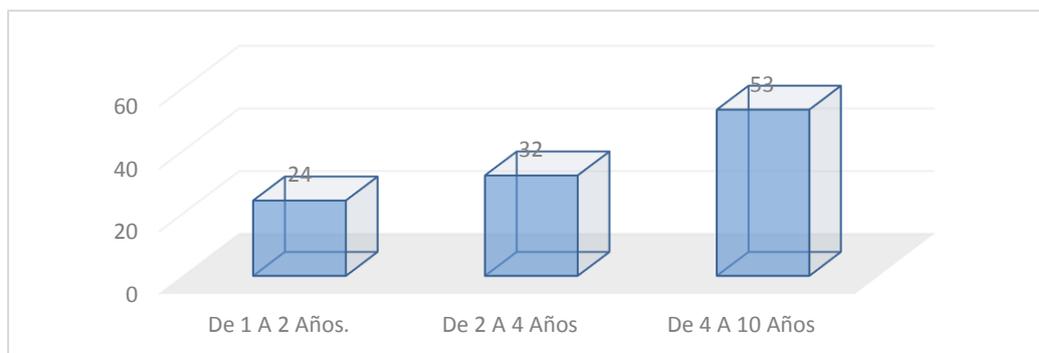
##### Ilustración 34. Servicios públicos que disponen las microempresas.



Fuente:Elaboracion Propia.

De acuerdo a la Figura 34, se evidenció que en general las microempresas gozan en su totalidad de servicios como recolección de basuras, alcantarillado y energía. En cuanto al servicio de agua, solo un 90% de los establecimientos cuentan con este servicio debido a que este municipio no cuenta con un acueducto que abastezca a todos los sectores, en cuanto al servicio de gas solo un 70% de los establecimientos tienen esta red instalada, debido a la actividad comercial que desarrollan en el mercado y no se hace necesario tener presente este servicio.

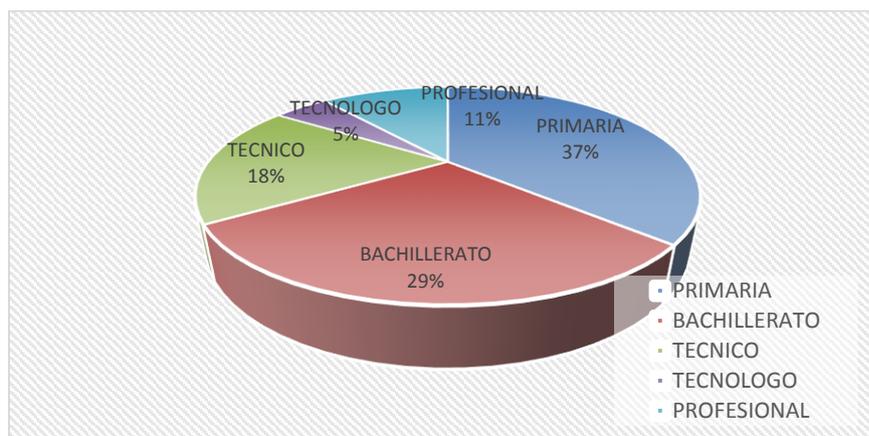
### **Ilustración 35. Tiempo en el que comenzó a desarrollar su actividad económica.**



Fuente:Elaboracion Propia

En la Figura 35, Se logra evidenciar que un 53% de los comerciantes microempresarios incluidos en esta investigación, desarrollan su actividad económica hace entre hace 4 años a 10 años, en un 32% son microempresas que tienen de experiencia en el comercio entre 2 años a 4 años y en un menor porcentaje son la microempresas nuevas, que no llevan tiempo superior a 2 años con un 24% , cabe resaltar que todos estos microempresarios han logrado surgir y sostenerse en el tiempo debido a la necesidad de conseguir el alimento diario para sus hogares.

### **Ilustración 36. Nivel educativo de los microempresarios**

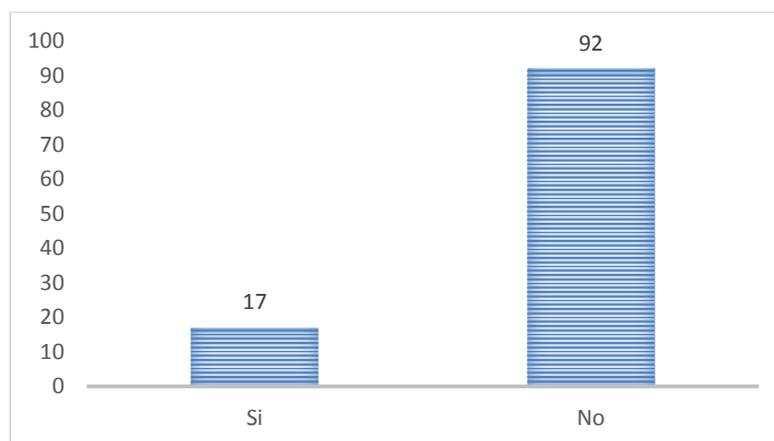


Fuente:Elaboracion Propia

Figura 36. Según al análisis de datos de los encuestados, un 37% de la muestra de microempresarios, cuentan con un nivel de escolaridad primaria, una de las razones que justifican esto es debido a que, años atrás antiguamente los padres no inculcaban a sus hijos la importancia de asistir a una institución para capacitarse y segundo la falta de recurso en las grandes familias no les permitía brindarles este derecho a todos sus hijos.

En segundo nivel se encuentran con un 29% los microempresarios bachilleres, seguidos de los microempresarios que cuentan con un título técnico con un 18% y solo un 5% de la población microempresaria encuestada son de nivel educativo tecnólogos.

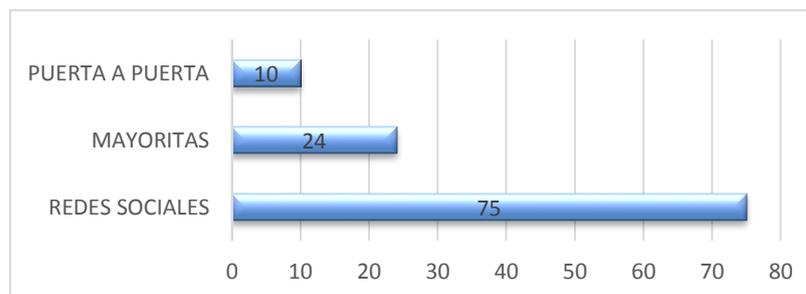
### Ilustración 37. Microempresas con empleados a cargo.



Fuente:Elaboracion Propia

En la Figura 37, se observó que solo 5,8% de las microempresas del municipio de Ataco generan empleo, esto es desfavorable para la población porque en los hogares de este municipio no tendrán estabilidad económica en su mayoría, un municipio sin empleo es un municipio de bajo comercio, la otra parte de las microempresas en un 93,2% no genera ningún tipo de empleo.

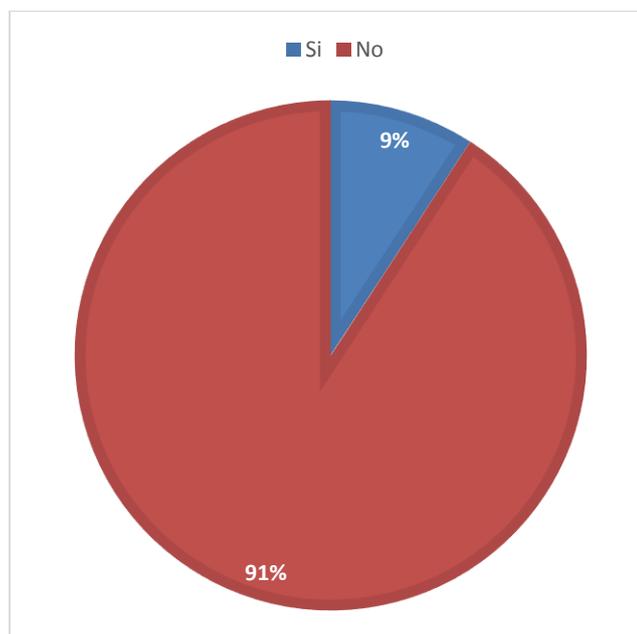
### Ilustración 38. Estrategias para comercializar sus productos en temporadas de ventas bajas.



Fuente:Elaboracion Propia.

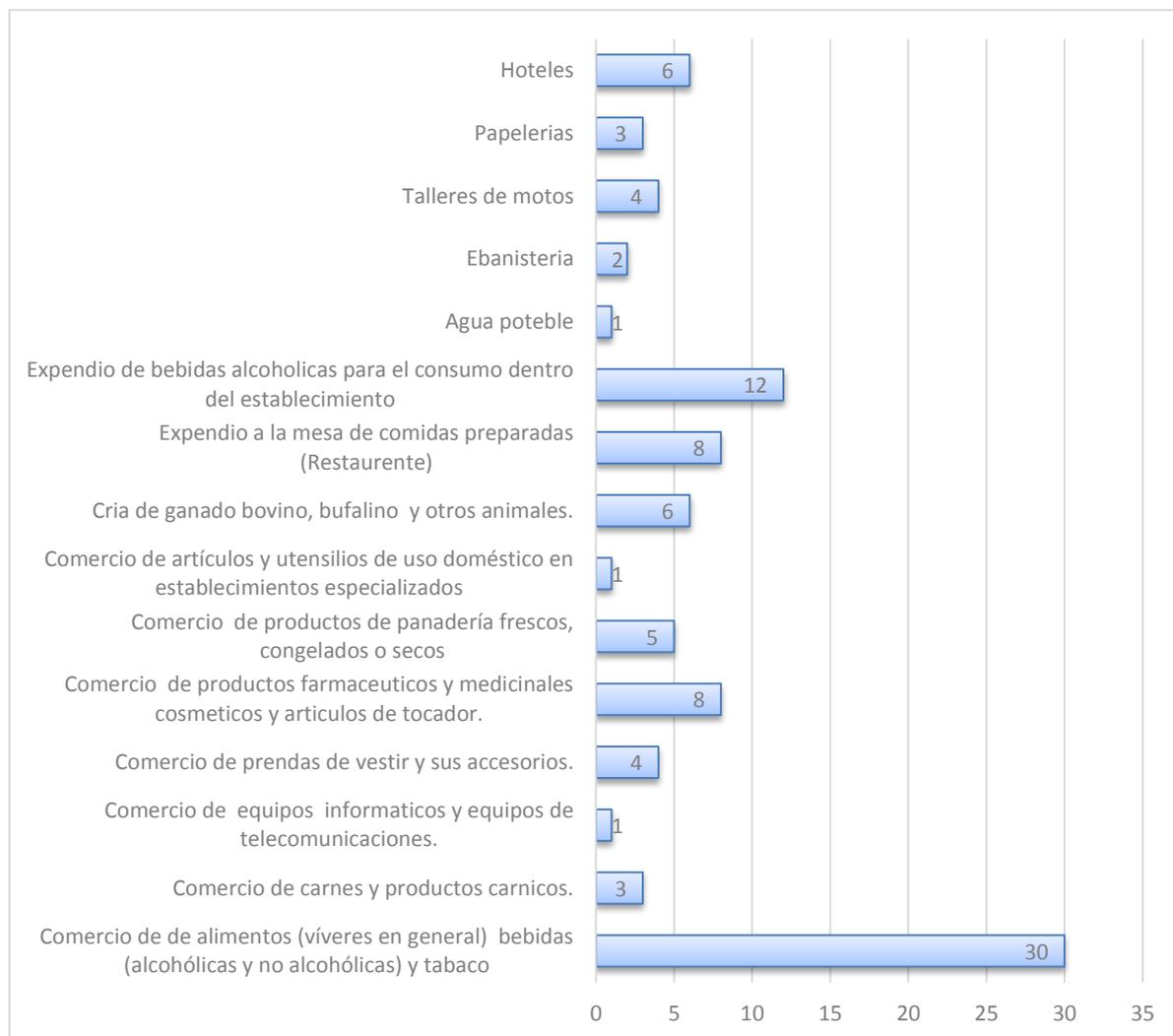
Figura 38. Las microempresas de este estudio tienen como estrategias de comercialización de sus productos en temporadas de bajas ventas, en un 68% publican sus artículos por las redes sociales, medio que resulta ser muy efectivo y expansivo porque no solo en el municipio será publicitario sino para todo el mundo que haga uso de esta red social, por otro lado, con un 22% de los microempresarios ofrecen sus productos a precio mayorista, brindando ventajas para las personas que compran y re venden en otras parte; y solo un 10% de los microempresarios comerciantes llevan puerta a puerta los productos, esto con el fin de sostener sus ingresos y poder mantenerse en el comercio.

**Ilustración 39.** Comerciantes microempresarios que hacen uso de la cámara de comercio.



Fuente:Elaboracion Propia.

El municipio de Ataco la Cámara de Comercio no cuenta con sedes al servicio del público, como se evidencio en la figura 39, esto es debido a esto que solo un 9% de los microempresarios hacen uso de sus servicios, no obstante, la sede más cercana es en el municipio de chaparral, pero para llegar hasta allí, en primer lugar, deben desplazarse por una vía que no se encuentra en estado óptimo para transitar, y como segunda medida no es seguro realizar este desplazamiento, por estas razones un 91% elige no utilizar este servicio.

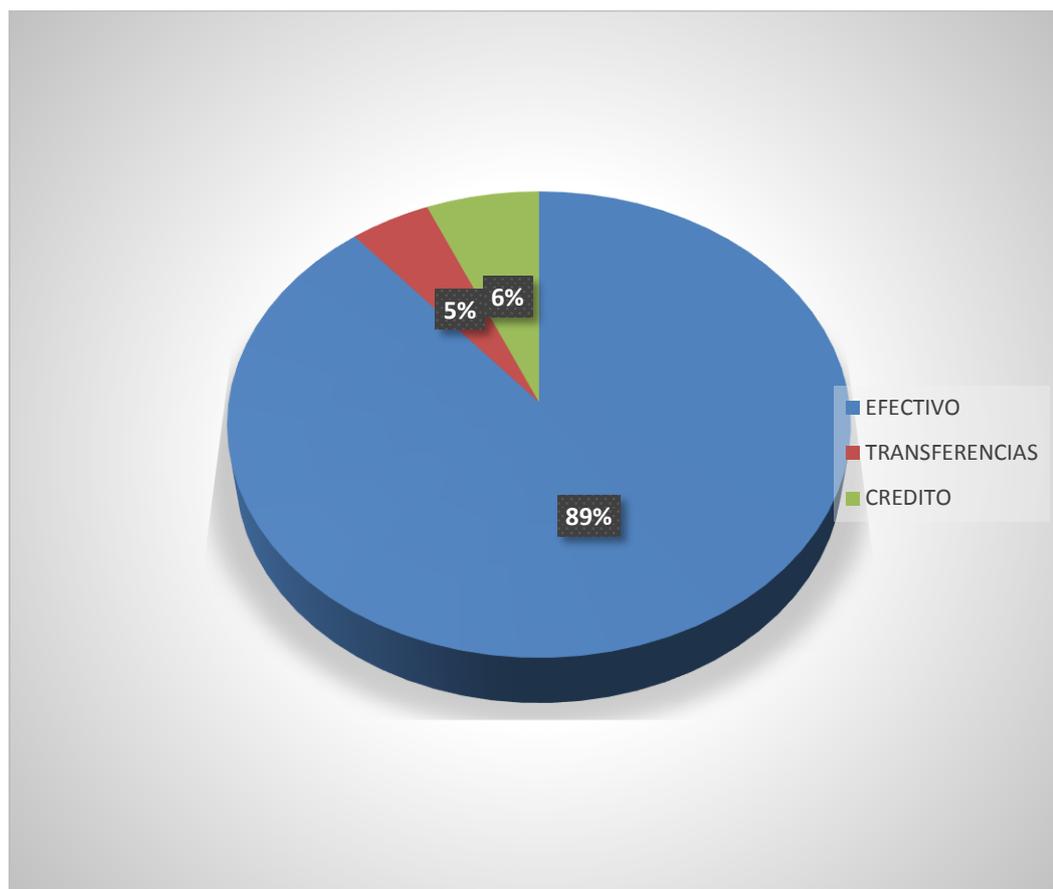
**Ilustración 40.** Actividades comerciales registradas en cámara de comercio para el año 2022.

Fuente:Elaboracion Propia.

Las Principales actividades comerciales desarrolladas en el municipio de Ataco para el año 2022 es el Comercio de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco en un 33%, un 15% de los establecimientos comerciales ofrecen bebidas alcohólicas para consumo a la mesa, así mismo, se evidencio que un 9% de los microempresarios comerciantes realizan actividades de agricultura y cultivo de semovientes, de igual importancia, establecimientos como panaderías y restaurantes realizan participación económica en el municipio de un 6%, y por ultimo con menor participación, encontramos establecimientos hoteleros, talleres de motos, tiendas de ropa, comercio de equipos informáticos y carnicerías cada actividad con un 5% de ingreso económico para el municipio de Ataco Tolima.

#### 4.4.2 Análisis económico.

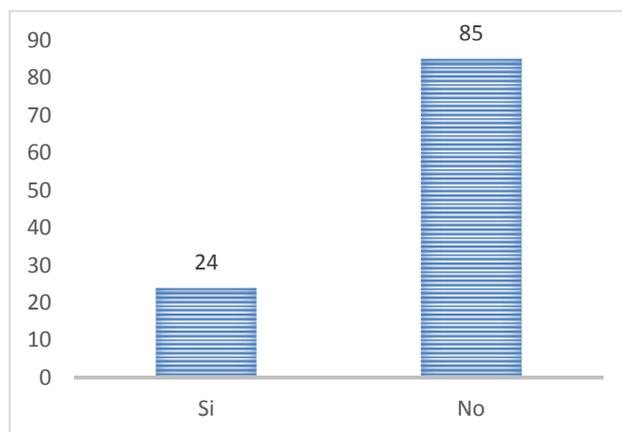
**Ilustración 41.** Formas de Pago que el cliente utiliza.



Fuente:Elaboracion Propia.

Figura 41. El medio de pago más común en las microempresas de este estudio es en efectivo, solo un 6% de los clientes que acuden diariamente a realizar compras cancelan con transferencias móviles por medio de Bancolombia o nequi y a crédito solo un 5% de los clientes potenciales del sector usan este recurso, en este municipio no es tan común las transferencias puesto que aun en los establecimientos comerciales no han implementado medios electrónicos u otras formas de pago diferentes a el efectivo, y además de esto la población desconfía de utilizar como medio de soporte el Boucher.

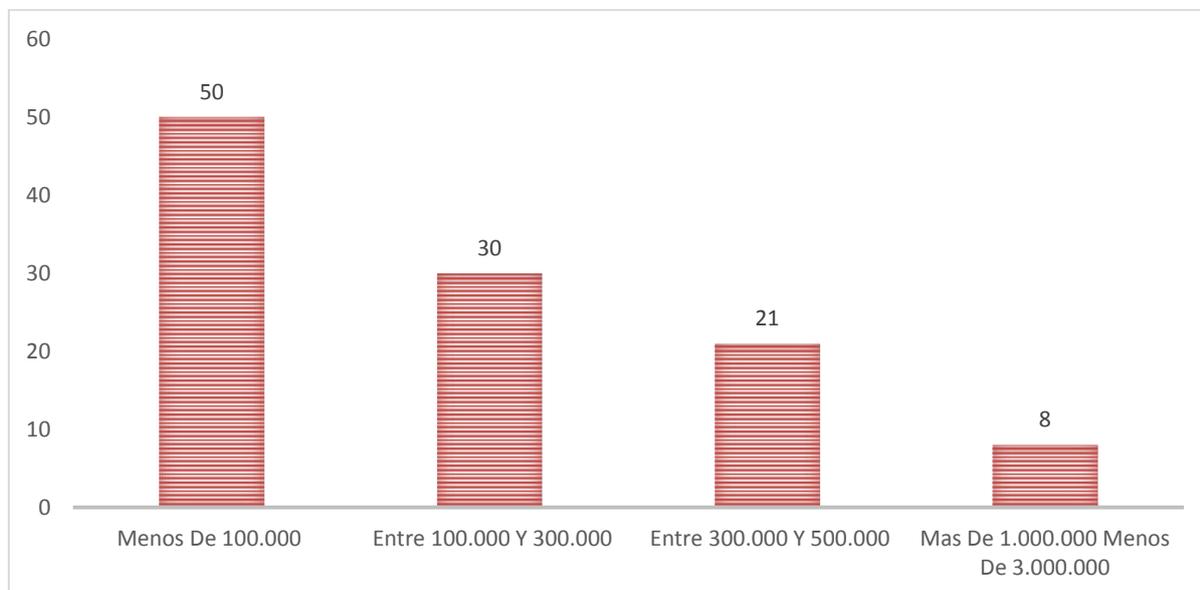
**Ilustración 42.** Microempresarios que tienen claridad de la rentabilidad que les genera su actividad económica



Fuente:Elaboracion Propia.

Como se evidencia en los resultados obtenidos en la figura 42 de la encuesta, el 92,5% comerciantes microempresarios desconocen cuál es la rentabilidad que le está generando el desarrollo de su actividad comercial, esto puede ser un factor que causa de la inestabilidad de los comerciantes en este municipio, debido a que si no conocen sus ganancias como podrían medir sus gastos o saber cuánto puede disponer para reinvertir, aun siendo así, un 7,5% de los comerciantes si realizan la tarea de mensualmente calcular que rentabilidad obtienen.

**Ilustración 43.** Ingresos percibidos diariamente.



Fuente:Elaboracion Propia.

En los ingresos diarios por venta de los establecimientos comerciales se logró cuantificar e identificar como lo muestra la figura 43, que en la mayoría de establecimientos las ventas son inferiores a 100.000 diarios, las causas de que sus ventas sean bajas es debido a que los días de mercado allí son los viernes y sábados, entre semana es poco común encontrar congestión en el comercio, por otro lado, las microempresas que diariamente perciben ingresos superiores a 100.000 e inferiores a 300.000 son establecimientos como droguerías, restaurantes y panaderías, de los 22,8% establecimientos que perciben ingresos entre 300.000 y 500.000 están los supermercados, algunas tiendas de ropa y las taquillas de transporte intermunicipal, solo 8,7% microempresas reciben diariamente más de 1.000.000 y menos de 3.000.000 en este sector encontramos las ferreterías y tiendas de repuestos para automóviles y Motocicletas.

Para concluir, una alternativa propuesta para suplir algunas de las necesidades evidenciadas en los microempresarios de Ataco es brindar apoyo profesional a las microempresas, por medio de talleres con temática en marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad y finanzas, Según Chiavenato I. (2001) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

Una segunda alternativa propuesta es para mitigar, es incrementar la seguridad con los entes de control municipal, por medio de vigilancia constante al comercio y a la ciudadanía, respecto a los entes externos como cámara de comercio, se plantea crear un cifrado con el fin de proteger los datos personales de los microempresarios que se encuentran subidos a la nube, además, utilizar autenticación de múltiples factores como contraseñas de sitios web, documentos físicos o virtuales que soliciten los comerciantes solo sean entregados a la persona que corresponda sin excepción alguna.

## 4.5 Discusión

El comercio sostenido y equilibrado en el municipio de Ataco garantizaría calidad de vida para los habitantes y crecimiento económico para el municipio, una economía estable asegura un futuro con menos desempleo y pobreza. “El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía, que conduce a altos niveles de vida para la población en su conjunto que se traducen en: altos niveles educativos, alto consumo de calorías y proteínas, buenos programas de salud y asistencia social, viviendas cómodas y con servicios, etc. (Méndez Morales, 2.003)

En primera medida para dar solución a la problemática que vivencian los comerciantes es necesario la aplicación de un plan de seguridad por parte de los entes de control municipal y los entes externos como cámara de comercio, garantizaría bienestar y tranquilidad para que los microempresarios desarrollen sus actividades, de acuerdo con Michel Foucault (2010, 86), la seguridad es una forma de gobernar con el objetivo de "[...] garantizar que los individuos o la colectividad estén expuestos lo menos posible a los peligros"

Una segunda alternativa propuesta es brindar apoyo profesional a las microempresas, por medio de talleres con temática en marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad

y finanzas, Según Chiavenato I. (2001) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

#### **4.6 Reflexión de los autores**

El comercio en el municipio de Ataco es la principal fuente de ingresos para los microempresarios, las actividades comerciales que realizan diariamente son el sustento para sus hogares, las estabildades de sus labores comerciales dependen los nuevos empleos que se generen y el progreso del pueblo, ligado también a los alimentos perecederos que produce el campo y se convierten en actividad crucial para los comerciantes.

Para lograr el primer objetivo de Describir las actividades comerciales que desarrollan los microempresarios de Ataco se revisó la base de datos suministrada por la cámara de comercio del Tolima y se organizó por grupos, el cual solo se tuvo en cuenta el grupo 3 que correspondió a Microempresas.

El segundo objetivo específico identifica que factores afectan el desarrollo de la actividad comercial y económica en los micro empresarios de Ataco, a través de encuestas realizadas a los comerciantes, logrando así obtener información de importancia para la investigación.

Por medio del tercer objetivo y de las encuestas se determinan las causas que conducen a la inestabilidad y desequilibrio del comercio en Ataco Tolima, concluyendo que es la falta de seguridad y los grupos al margen de la ley los causantes de que muchos comerciantes empiecen y terminen meses después su actividad, siendo víctimas de amenazas constantes y extorciones.

Se propone para mitigar esta problemática, incrementar la seguridad con los entes de control municipal, por medio de vigilancia constante al comercio y a la ciudadanía, respecto a los entes externos como cámara de comercio, se plantea crear un cifrado con el fin de proteger los datos personales de los microempresarios que se encuentran subidos a la nube, además, utilizar autenticación de múltiples factores como contraseñas de sitios web, documentos físicos o virtuales que soliciten los comerciantes solo sean entregados a la persona que corresponda sin excepción alguna, y en segunda medida se ofrecerá apoyo profesional a las microempresas en cuanto a talleres de marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad y finanzas.

#### 4.7 Referencias Bibliográficas

- Aguilón Ortega, Y; Callejas Carrillo, C (2015). Caracterización socioeconómica del mercado laboral en el sector terciario de Bucaramanga 2011 – 2013. [https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1073/2015AguillonOrtega,Yulie thDanitza-Trabajodegrado.pdf?sequence=1](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1073/2015AguillonOrtega,Yulie%20Danitza-Trabajodegrado.pdf?sequence=1)
- Alcaldía de Ataco Tolima (2019). Plan de gobierno del alcalde de ataco Tolima “Ataco vale la pena”. <http://www.ataco-tolima.gov.co/>
- Alcaldía de Ataco (2018). plan básico de ordenamiento territorial municipio de ataco. <http://www.ataco-tolima.gov.co/>
- Alcaldía de Ataco (2019). Corto lima y la gobernación del Tolima ornamento territorial. <http://www.tolima.gov.co>
- Barreto Quiroga Oscar, gobernador del Tolima (2017) “informe de rendición de cuentas municipios sur del Tolima chaparral, planadas, rio blanco y ataco, en el marco del plan de desarrollo departamento al 2016-2019“soluciones que transforman”
- Bastista, A. Guacari, W., (2019) Efectos de la entrada en el mercado de tiendas ara en los pequeños comerciantes de la ciudad de Cartagena., Revista INNOVA ITFIP. 5 (1). 40 - 49.
- Chorrillo Ortega – Tolima desafío y propuestas. [www.repositorio.unibague.edu.co](http://www.repositorio.unibague.edu.co)
- Carvajal Alvarado, A; Carvajal Alvarado, A. un estudio geográfico regional de la inmigración nicaragüense y sus efectos sobre el servicio de obstetricia del hospital de san Carlos, provincia de Alajuela. costa rica. [www.EstudioGeograficoRegionalDeLaInmigracion.pdf](http://www.EstudioGeograficoRegionalDeLaInmigracion.pdf)
- Delgado, M; Ulloa, C, S; Ramírez, J, M (2019). la economía del departamento del Tolima: diagnóstico y perspectivas de mediano plazo.
- DANE. (2015). Censo General. Bogotá – Colombia. [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- Díaz Cárdenas, M. (2018). Caracterización socioeconómica de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del Alto Magdalena. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 5(2), 44-59. DOI: <http://dx.doi.org/10.15648/Coll.2.2018.4>
- Fondo de cultura económica (2006) Seguridad, territorio, población, Buenos aires. <https://www.uv.mx/seguridad-territorio-poblacion.pdf>

Gobernación del Tolima. (2015). Desarrollo social para el municipio de Ataco-Tolima.

González, C. (2005). Análisis en las intervenciones e investigaciones psicosociales. Disponible en: <http://www.udea.edu.co>

Salgado Morón María Mónica (2018) Caracterización Económica y Social de la comunidad

Tamayo y Tamayo M. (2007) Procesos de investigación, Capítulo III Marco Metodológico (Pág. 35)

Pereira Pérez Zulay (2011) Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. Revista Electrónica Educare.

Palma, E., Varón, O., Herrán, A., Aldana, L., Yate, N., (2019) Impacto Socioeconómico de los egresados del programa De Contaduría Pública del ceres de Flandes del año 2014 Al 2018. Revista INNOVA ITFIP. 5 (1). 51 – 63.

Yapu M, Denise Y; Alison L. Spedding P.; Rodney (2013) Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas, Pereira M. La Paz: Fundación PIEB.





ISBN: 978-628-95053-3-7



9 786289 505337



SC6793-1



CO-SC6793-1