

HISTORIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL DE ORGANIZACIONES
REPRESENTATIVAS COMO SON: SOCIEDAD DISTRIAPICOLA S.A.S,
PANADERÍA Y PASTELERÍA UKRANIA, ASOCIACIÓN ASOMUSACEAS,
ASESORÍAS CONTABLES Y TRIBUTARIAS J.M. Y PRODUCTOS EL JARDÍN
UBICADAS EN LOS MUNICIPIOS DE CAICEDONIA Y SEVILLA VALLE DEL
CAUCA

DANIELA PIEDRAHITA NARANJO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CAICEDONIA
2021

HISTORIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL DE ORGANIZACIONES
REPRESENTATIVAS COMO SON: SOCIEDAD DISTRIAPICOLA S.A.S,
PANADERÍA Y PASTELERÍA UKRANIA, ASOCIACIÓN ASOMUSACEAS,
ASESORÍAS CONTABLES Y TRIBUTARIAS J.M. Y PRODUCTOS EL JARDÍN
UBICADAS EN LOS MUNICIPIOS DE CAICEDONIA Y SEVILLA VALLE DEL
CAUCA

DANIELA PIEDRAHITA NARANJO

Trabajo de grado presentado en modalidad monografía, como requisito para optar
por el título de Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CAICEDONIA
2021

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1. Antecedentes	9
1.1.1 A nivel internacional	9
1.1.2 A nivel nacional	10
1.1.3 A nivel regional	12
1.1.4 A nivel local	12
1.2. Problemática	13
1.3. Pregunta problema:	14
2. OBJETIVOS	15
2.1. Objetivo general	15
2.2. Objetivos específicos	15
3. JUSTIFICACIÓN	16
4. MARCO REFERENCIAL	17
4.1 Marco histórico	17
4.1. Marco contextual	20
4.1.1 Geográfico	20
4.1.2 Demográfico	20
4.1.3 Económico	24
4.2 Marco Teórico	25
4.2.1 Origen de la historia empresarial	25
4.2.2 Historia empresarial en Colombia	26
4.2.3 Desarrollo empresarial	29
4.2.4 Modelo neoliberal	31
4.2.5 Esquema Analítico para Historias de Empresarios (EAHE).	33
4.3 Marco conceptual	34
4.4 Marco legal	35
5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO	37
5.1 Tipo de estudio	37
5.2 Método de estudio	37
5.3 Fuentes y técnicas para la recolección de la información	37
5.3.1 Fuentes	37
5.3.2 Técnicas	38
5.4 Sistematización de la información	41
6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	42
6.1 Contexto empresarial de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca	42
6.1.1 Empresas por rama de la actividad en Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca	43

	6.1.2 Empresas informales en los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca	45
6.2	Historia y desarrollo empresarial	46
	6.2.1 Sociedad Distriapicola S.A.S. de Caicedonia Valle del Cauca	46
	6.2.2 Productos Jardín Sevilla S.A.S.	59
	6.2.3 Panadería y Pastelería Ukrania.....	74
	6.2.4 Asomusaceas, Caicedonia Valle	80
	6.2.5 Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle	89
6.3	Aporte socioeconómico.....	95
7	CONCLUSIONES	101
8	RECOMENDACIONES.....	103
9	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
10	ANEXOS	108

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Temáticas de historiografía realizadas en el Valle del Cauca.	29
Tabla 2. Organizaciones objeto de estudio.	41
Tabla 3. Registros mercantiles vigentes en Cámara de Comercio de Sevilla y Caicedonia 2015 - 2020	43
Tabla 4. Número de empresas existentes por rama de actividad en Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca 2020.....	44
Tabla 5. Comercio informal por sector económico	45
Tabla 6. Aporte socioeconómico de las empresas al municipio.	96

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Número de habitantes de Sevilla y Caicedonia 2010-2020	21
Ilustración 2. Número de habitantes por género Sevilla 2010-2020	22
Ilustración 3. Número de habitantes por género Caicedonia 2010-2020	22
Ilustración 4. Población por grupos de edad municipio de Sevilla 2015-2020.....	23
Ilustración 5. Población por grupos de edad municipio de Caicedonia 2015-2020	23
Ilustración 6. Total, PEA municipios de Sevilla-Caicedonia 2010 - 2020.....	25
Ilustración 7. Etapas del desarrollo empresarial	30
Ilustración 8. Registros mercantiles vigentes al año 2020.....	42
Ilustración 9. Pimeros apiarios.	46
Ilustración 10. Socio fundador, señor Juan Jaime Gutiérrez Cárdenas.	47
Ilustración 11. Recepción de materia prima	51
Ilustración 12. Pruebas organolépticas de recepción.....	52
Ilustración 13. Limpieza y desinfección.....	52
Ilustración 14. Filtrado y homogenización.....	53
Ilustración 15. Proceso de envasado industrializado	53
Ilustración 16. Punto de atención Distriapicola.	54
Ilustración 17. Modernización planta.	55
Ilustración 18. Organigrama Distriapicola S.A.S.....	57
Ilustración 19. Logo Distriapicola S.A.S.	57
Ilustración 20. Julio cesar Campuzano con su mama y hermanos.	59
Ilustración 21. Julio cesar Campuzano y luz helenaherrera, Fundadores de la empresa Productos el Jardín Sevilla.	60
Ilustración 22. Producción de miel de abejas, apiarios propios.	62
Ilustración 23. Planta de producción de la empresa Productos el Jardín.....	63
Ilustración 24. Logo de la empresa Productos el Jardín.....	65
Ilustración 25. Diversificación en la producción.	66
Ilustración 26. Colaboradores de la planta de producción.	67
Ilustración 27. Organigrama Productos Jardín Sevilla S.A.S	68
Ilustración 28. Locales de comercialización de la empresa Productos el Jardín, ubicados en Sevilla Valle del Cauca	72
Ilustración 29. Señor Julio Cesar Campuzano, fundador de la empresa.	74
Ilustración 30. Nombre y logo de la Asociación Asomusaceas	80
Ilustración 31. Señor Alfonso Quiroga, gerente de Asomusaceas.....	82
Ilustración 32. Proceso de pelado, lavado y empacado de producto.....	83
Ilustración 33. Semillas y plántulas.....	85
Ilustración 34. Organigrama Asociación Asomusaceas.....	87
Ilustración 35. Señor Jaime Mejía, fundador de Asesorías Contables y Tributarias J.M.....	90
Ilustración 36 Oficina actual de Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle.	92

RESUMEN

La historia empresarial de los municipios de Caicedonia y Sevilla, Valle del Cauca es la principal razón del presente documento, con el fin de conocer un poco del surgimiento de estas organizaciones, se hizo necesario conocer el surgimiento de ambos municipios, es por esto que, a lo largo de la presente monografía se podrá evidenciar datos históricos de la fundación de ambos municipios.

El objetivo del presente documento es desarrollar reseñas historias sobre cinco de las empresas más representativas de los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca., como son: Distriapicola S.A.S, Productos Jardín de Sevilla S.A.S, Panadería Ukrania, Asociación Asomusaceas y Asesorías Contables y Tributarias J.M.

Para alcanzar este objetivo se han realizado diferentes investigaciones en donde se han contemplado autores reconocidos como Julio Cesa Zuluaga Jiménez, Carlos Dávila L. de Guevara, Luigi Corbelletta Rojas, entre otros. Además, también se estableció el contexto empresarial de ambos municipios y se realizaron entrevista de campo a diferentes organizaciones, las cuales permitieron consolidar la investigación. De igual forma, se realizó un análisis exhaustivo de las entrevistas realizadas, lo cual permitió realizar una serie de recomendaciones y emitir unas conclusiones.

INTRODUCCIÓN

La historia y desarrollo de las empresas constituye un área de estudio de mucho interés para comprender la dinámica social y económica de un país o región. Conocer los relatos detallados de familias de empresarios, emprendedores, y empresas reconocidas, se constituyen en insumos para la realización de investigaciones académicas que permitan identificar diversos modelos de negocios y establecer el punto de partida para nuevas teorías administrativas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante resaltar que el conocimiento histórico sobre hechos o situaciones referentes a las empresas y empresarios relevantes de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca, hacen parte de la historia empresarial de la región. La cual, debe ser documentada a fin de establecer un proceso de enseñanza-aprendizaje en los campos académicos y de formación profesional de la Administración de Empresas.

Es por ello que, se realizó la presente investigación, tomando como referencia cinco de las organizaciones más reconocidas y con mayor trayectoria en ambos municipios: la Sociedad Distriapicola S.A.S., Productos Jardín Sevilla S.A.S., Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas y Asesorías Contables y Tributarias J.M.

Por consiguiente, se establece la problemática abordada desde la importancia de conocer la historia empresarial, incluyendo los antecedentes correspondientes, y formulación del problema. Además se plantean los objetivos, la justificación y el marco referencial, haciendo énfasis en el contexto histórico, conceptual, teórico y legal. A continuación se estableció el marco metodológico como herramienta para el cumplimiento de los objetivos propuestos. Por último, se presenta el desarrollo y resultados de la ejecución de cada objetivo formulado con sus correspondientes conclusiones y recomendaciones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Al realizar una investigación exhaustiva en lo referente a la historia empresarial, se pudo detectar que existe una participación baja en este campo, no obstante, se pudieron identificar obras literarias con un enfoque claro hacia el desarrollo empresarial, proporcionando un aporte enriquecedor para el presente proyecto.

1.1.1 A nivel internacional

A nivel internacional Valdaliso (2017), realiza un estudio sobre el desarrollo historico empresarial de las empresas Españolas, enfocandose en analizar su evolución, sus estrategias de diversificación y sostenibilidad en el mercado, así como su reacción a las diferentes crisis económicas, todo ello con el fin de identificar herramientas importantes en medio de la gestión empresarial. Se concluye que siempre es necesario realizar una reestructuración al tejido empresarial, en otras palabras, las organizaciones deben reinventarse cada dia para poder adaptase a los cambios de su entorno.

Además, también es importante tener en cuenta el estudio realizado por Lluch, Monsalve Zanatti , & Bucheli (2021), en su libro llamado : “*Historia Empresarial en América Latina: temas debates y problemas*”, por medio del cual los autores establecen una visión general sobre la hirtoria y el desarrollo empresarial en América Latina, enfocándose en países como: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, dicho análisis comprende la evolución de las empresas familiares, el impacto de la violencia en el empresariado, el rol de la mujer en las organizaciones, el impacto del transporte en el desarrollo económico y la interacción entre ecología y empresa en la región. Además, también permite comprender qué hace posible el desarrollo de competencias y saberes a través de la evaluación de las funciones y estrategias desplegadas por las empresas y sus dirigentes en los diferentes períodos y países de América Latina. Es por ello que la historia de las empresas y empresarios latinoamericanos constituye una valiosa herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones de hoy.

Otro importante estudio encontrado como referencia para el desarrollo de la presente monografía fue un artículo escrito por Martín Carbajal (2016), sobre “La formación histórica del sistema de innovación de la industria del aguacate en Michoacán” realizado por Tzintzun. Revista Estudios históricos, en donde se tiene como intención describir los hechos históricos que dieron origen al sistema sectorial de innovación (SSI) del aguacate en Michoacán, y todo parte en 1994 cuando Estados Unidos impuso una serie de requisitos legales para la exportación del aguacate a su territorio, con esto se desencadenó un proceso de aprendizaje tecnológico para modificar la semilla del aguacate Hass en su siembra y cosecha. es de importancia mencionar que el punto de crecimiento de este sector aguacatero de Michoacán se debió al establecimiento de normas para la explotación del aguacate, pues esto impulsó la cultura empresarial en los productores de aguacate y también la articulación de empresas pública y privadas para el mejoramiento continuo del sector.

Un SSI está compuesto por un conjunto de agentes que llevan a cabo relaciones mercantiles y no mercantiles -principalmente informales- para la creación, producción y venta de productos de un sector. Los agentes son individuos y organizaciones con procesos de aprendizaje específicos con, determinadas creencias, objetivos y conductas, que interactúan a través de procesos de comunicación, intercambio, cooperación, competencia y control, cuyos vínculos obedecen a cierto tipo de reglas. (Martín Carbajal, 2016, p.271)

Es por esto que se empleó el SSI, pues con él se puede describir y examinar quienes, y cómo surgieron los principales actores de dicho sistema, además de explicar el éxito innovador y comercial de este sector.

1.1.2 A nivel nacional

Para soportar la presente investigación, se tomó como referencia el documento compilado por Carlos Dávila L. de Guevara “*Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Una colección de estudios recientes*” la temporalidad del libro se sitúa de 1880 a 1940, en este primer tomo se puede identificar una narrativa detallada y justificada de la historia empresarial de Colombia a través del tiempo, el libro pretende realizar un aporte a través de investigaciones no solo sobre empresas sino también sobre la vida de los empresarios, los gremios, los sectores y elites empresariales de cada región, esta investigación permite entender el rol que

han tenido las empresas respecto a la formación del empresariado y el desarrollo económico y empresarial en las diferentes regiones mencionadas en el libro.

Esto se ve reflejado por medio de siete empresas elites de diferentes regiones del país, en donde se identifican los factores y condiciones de cada organización y que la diferencia del resto, el libro en general se encuentra relatado y apoyado por un gran número de profesionales y autores de reconocimiento nacional e internacional y es por esto que se puede decir que a partir de este libro se marcó la pauta para el desarrollo de historiografías empresariales en Colombia.

Este libro se convierte en un gran aporte para el estudio del empresariado colombiano además de servir como apoyo en el desarrollo de pregrados y posgrados en el tema, pues documentos como estos han marcado la pauta en temas tan poco explorados como lo es la historia empresarial en Colombia. (L. de Guevara , 2003).

Además, con el propósito de presentar un panorama general sobre la distribución de las empresas en Colombia, su clasificación, historia y evolución, Nieto, Timoté, Sánchez , & Villareal (2015), presentan una investigación, enfocándose sobre aspectos que influyen en el desarrollo de la política industrial. En este documento se realiza un recuento general de las empresas existentes en el país, sus tamaños y desarrollo empresarial a lo largo de los años.

Por último, se encuentra la investigación realizada por Roncancio Coy (2016), quien relaciona la importancia de la historia empresarial con la administración de empresas. Estableciendo la historia como una fuente de conocimiento para la disciplina administrativa. Se hace énfasis en que las empresas, su manejo y evolución, crea o genera espacios que dan cabida a las reflexiones académicas, pues todos los estudios organizacionales conllevan a establecer el pensamiento estratégico, la globalización, la ética, la responsabilidad social, entre otros aspectos de una empresa que pueden ser abordados desde un enfoque histórico. Por tanto, se resalta la importancia de realizar cada vez más estudios históricos sobre organizaciones en todos los ámbitos y sectores de la economía.

Por lo anterior, el autor concluye que “la administración de empresas y la historia empresarial son áreas de naturaleza interdisciplinaria y con relaciones estrechas” (Roncancio Coy, 2016, p. 130). Es decir, que desde el punto de vista histórico se pueden aportar elementos de estudio como insumos al análisis académico.

1.1.3 A nivel regional

Otra de las obras literarias en las que se apoya la presente monografía es *“Héroes Empresariales, casos de empresas del Valle y la región”* compilado y dirigido por Luigi Corbelletta Rojas, el objetivo principal de este documento es exponer algunos de los grandes casos empresariales del Valle del Cauca, pero también se aprecian casos en otras regiones, en este documento no solo se tratan casos exitosos de organización sino también las situaciones que llevaron a grandes empresas a estar por fuera del mercado (Corbelleta Rojas, 2015).

Otro importante documento que vale la pena mencionar es *“Historias del Valle a través de 100 empresas”* allí se puede encontrar reseñas históricas sobre empresas del Valle del Cauca, además de resaltar a los empresarios más representativos de la región. Demostrando así que Valle del Cauca se ha convertido en una potencia empresarial para Colombia pues se pueden analizar organizaciones como Carvajal, quien ha sido designada como la primera Multinacional Colombiana con presencia en aproximadamente 16 mercados (Celis Agudelo , Chaguendo, & Cuervo Romero , 2012) .

1.1.4 A nivel local

Aunque a nivel local es escaso el desarrollo del tema, se logró identificar un libro enfocado al desarrollo histórico del municipio de Caicedonia llamado el *“Libro de Oro Centenario de Caicedonia, el mejor vivero del mundo 100 años de desarrollo y existencia”*. En el cual se aprecia el surgimiento del municipio, sus raíces, cultura, economía, entre otros. Éste se encuentra estructurado en cuatro partes, pero la que se acerca a el tema de historia empresarial, es la segunda parte del libro *“Las instituciones públicas, cívicas, comunales y gremiales; las empresas más importantes”*, donde se evidencia una reseña corta sobre el surgimiento de todas aquellas entidades que fueron claves para el desarrollo económico, cultural y social las cuales lograron enfocar y alinear al municipio para lograr lo que hoy por hoy se tiene (Gualteros Forero, 2010).

En este mismo sentido, se logró identificar un trabajo de Pregrado en Administración de Empresas de la Universidad del Valle sede Caicedonia, realizado por Carlos Alfredo Betancourt Blandón, llamado *“Historia empresarial y económica, causas del decrecimiento de la actividad económica y empresarial del municipio de Sevilla Valle del Cauca, durante el periodo 1940 – 1960”* en donde la historia empresarial se no

se aborda para resaltar el crecimiento de las organizaciones sino para determinar el punto de declive de la actividad económica en el municipio (Betancourt Blandón, 2010).

Cada uno de los antecedentes presentados tanto a nivel internacional, nacional, regional y local se enfocan en analizar la historia y evolución de las empresas, ello debido a la importancia que tiene el conocer cómo ha sido el proceso de desarrollo empresarial, la toma de decisiones de sus dirigentes y las estrategias que han utilizado muchas organizaciones para sostenerse en el mercado a través del tiempo. Del mismo modo en la presente investigación, se busca establecer la historia de cinco de las empresas más representativas de los municipios de Caicedonia y Sevilla, con el fin de establecer modelos exitosos y también fracasos que se han presentado dentro del marco histórico del desarrollo empresarial.

1.2. Problemática

La historia empresarial explica el desarrollo de una empresa a lo largo del tiempo. En la investigación de la historia de una empresa intervienen diferentes aspectos como economía, sociedad, cultura, antropología, entre otras. Todas se entrelazan y conforman la historia de la empresa, la cual va evolucionando en el tiempo. Además, conocer la historia de una organización significa conocer su identidad través de su trayectoria, desarrollo y evolución, así como también sus aportes a la economía de un país o región de acuerdo a su sector de la economía. (Piernas Gallego, 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior, el surgimiento, crecimiento y sostenibilidad de las empresas es de suma importancia, puesto que a través de ellas se fomenta el desarrollo económico. Éstas generan estabilidad y riqueza, transformando y produciendo bienes y servicios, generando y haciendo uso de nuevas tecnologías, explorando y desarrollando nuevas actividades productivas.

Por tanto, es fundamental conocer y entender la historia, evolución y desarrollo de organizaciones que se han caracterizado por sostenerse en el tiempo, ello con el fin de identificar los métodos y/o estrategias utilizados para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo.

Es por ello que, con el fin de conocer un poco sobre la historia empresarial de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca, se seleccionaron cinco organizaciones

representativas de ambos municipios, la cuales son: la Sociedad Distriapicola S.A.S., Productos Jardín Sevilla S.A.S, Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas y Asesorías Contables y Tributarias J.M. Para dicha selección se empleó un listado proporcionado por la Cámara de Comercio, depurando y priorizando las organizaciones más relevantes, de acuerdo a criterios como: antigüedad en el mercado, impacto social (mayor número de empleados) y un mayor desarrollo endógeno.

Posterior a esto, se realizaron entrevistas semiestructuradas a las diferentes organizaciones y a sus líderes con el fin de establecer el origen de cada empresa, su evolución y desarrollo, así como los momentos de crisis y las proyecciones de cada una. Estas entrevistas tuvieron como objetivo principal desarrollar un hilo conductor que permitiera la consolidación de una reseña historia, además de determinar el desarrollo historiográfico y mostrar un panorama más claro al interior de la organización.

Es importante recalcar que no todos los líderes empresariales cuentan con formación académica, pero sí poseen un denominado sentido común para los negocios, aun así, para posicionar y sostener sus empresas a través del tiempo, se hace necesario complementar dicho sentido común con una formación adecuada que permita ampliar la visión de negocio.

Es por esto que, al desarrollar este documento se espera marcar una pauta de evolución y desarrollo en el tema de historia empresarial en los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca que permita a los empresarios y académicos de ambos municipios determinar, establecer e identificar modelos de negocios exitosos y usarlos como ejemplo y punto de partida para nuevos emprendimientos, así como también contribuir a mejorarlos y proyectarlos en el tiempo.

1.3. Pregunta problema:

¿Cuál ha sido el proceso de desarrollo empresarial que tuvieron las empresas Sociedad Distriapicola S.A.S, Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas, Asesorías Contables y Tributarias J.M. y Productos el Jardín Ubicadas en los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca?

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Describir la evolución histórica y el desarrollo empresarial de las organizaciones: Sociedad Distriapicola S.A.S, Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas, Productos el Jardín, Asesorías Contables y Tributarias J.M. ubicadas en los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar el contexto empresarial de los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca.
- Establecer la historia en cuanto al origen, evolución, desarrollo, momentos de crisis y proyecciones de Sociedad Distriapicola S.A.S, Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas, Productos el Jardín, Asesorías Contables y Tributarias J.M. ubicadas en los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca.
- Analizar el aporte socio-económico que las cinco organizaciones estudiadas realizan actualmente a los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación en modalidad monografía es una herramienta importante que sirve como insumo para conocer la historia de empresas locales que han sobrevivido a través del tiempo, esto con el fin de entender su modelo de negocio y la forma como han desarrollado sus actividades empresariales, reafirmando anterior, Hernández Sánchez & Rey Romero (2018) expresan:

La historia se ocupa del estudio de los comportamientos de los hombres y de sus actuaciones en el tiempo. Su estudio permite conocer el pasado con el fin de entender el presente y planear el futuro. Con ella, se busca que no se repitan errores y, para el caso que nos ocupa, el de la historia empresarial, saber el camino que se ha andado hasta llegar a lo que hoy es el empresariado. Este recorrido, posibilita adentrarnos en sus inicios, determinar las fortalezas, debilidades, aciertos, desaciertos de los empresarios y de las empresas y todo aquello que es característico de un país y que es necesario comprender para poder entender el surgimiento y desarrollo organizacional. (p.3)

Por tanto, como se evidencia en el párrafo anterior, se hace necesario conocer la historia con el fin de analizar cómo las empresas que se han sostenido en el mercado durante un periodo de tiempo prolongado, han manejado acontecimientos en su entorno, así como también los métodos y estrategias que han utilizado, además, demostrar la pujanza y la determinación que caracteriza a ésta población a salir adelante, sobre todo, de los empresarios que poco a poco han ido consolidando y formando organizaciones que se han convertido en principal proveedor de empleos y desarrollo económico de la región.

Esta investigación sirve de insumo para estudios posteriores sobre modelos gerenciales, al comprender la relación entre el contexto histórico y los desafíos que afrontan las organizaciones para crecer y sostenerse en el mercado; como es sabido, las teorías administrativas han surgido de la historia empresarial de organizaciones reconocidas y van evolucionando con el tiempo de acuerdo a las necesidades del medio. Además, por medio de este proyecto, se brinda un diagnóstico sobre el estado actual de las empresas de la región, sus desafíos y retos, estableciendo un puente importante entre la academia y el sector empresarial. Sirviendo esto de fundamento para fomentar el desarrollo empresarial.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 Marco histórico

Para desarrollar el presente trabajo, se hace preciso conocer sobre la historia y surgimiento de los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca, para esto se tiene en cuenta en primer lugar, lo establecido por Valencia Llano (2000), donde se hace alusión al surgimiento de la “*Concesión Burila*” esta empresa fue fundada por dos hermanos, Belisario y Lisandro Caicedo quienes heredaron grandes extensiones de tierra y una importante capacidad empresarial.

En 1873 interesados por la explotación de su herencia fundan una compañía de propiedad raíz, esto con la intención de valorizar sus tierras, en conjunto con empresarios que se encontraban radicados en Manizales inician con este proyecto.

El primer paso fue la ratificación de los linderos de las tierras pertenecientes a los hermanos Caicedo, una vez realizado esto en el año 1884 fue conformada la Empresa Anónima Burila en Manizales Caldas, en la conformación de esta empresa participaron 63 personas las cuales contaban con altos mandos e influencias en lo político, el comercio, las tierras y la banca del país, en este día se repartieron un total de 564 acciones de las cuales 400 pertenecían a los hermanos Caicedo y el resto fue repartida entre las 61 personas restantes.

Desde su fundación la empresa Burila fue manejada por los hermanos Caicedo, hasta el año 1905, pues con la llegada de Daniel Gutiérrez Arango a la gerencia de la empresa, él se encontraba casado con Emilia la hija de Lisandro Caicedo.

El 03 de agosto de 1910 el señor Daniel Gutiérrez Arango firma la promesa de fundar un poblado llamado Caicedonia, para esto vende algunas parcelas de tierra.

Con intenciones de cumplir con los estatutos 40 y 41 de la compañía, Caicedonia se fundó con la intención de ser el centro de operaciones de la compañía Burila, pues se pretendía que en Caicedonia se comercializara todo lo producido por la compañía, es por esto, que los planos de Caicedonia se hicieron por un ingeniero francés, estos planos se diseñaron según los estatutos, en donde se estableció que debía contar con 400 manzanas, además que se reservó un lugar en el centro del poblado para empalmar las vías que comunicaría a la compañía Burila con los departamentos del Tolima, Antioquia y el Valle del Cauca, es por esto que las calles de este poblado debían ser imponentes y poder abarcar el comercio y soportar el desarrollo económico de estas tres regiones.

Por otra parte, lo que hoy es conocido como municipio de Sevilla Valle, tiene una interesante historia de colonización, puesto que, en el año 1903, fue nombrado inicialmente como San Luis, por un amplio grupo de colonos provenientes diversas partes del país como Antioquia, Santander, Tolima, viejo caldas etc. quienes realizaron sus asentamientos a lo largo de municipio mientras huían de diferentes adversidades presentadas en su tierra natal. La sociedad burila, consigue por parte del congreso los títulos de propiedad que los ubicaban como dueños de estos terrenos, al llegar a estas tierras y teniendo en cuenta los asentamientos allí ubicados y el crecimiento exponencial que se evidenciaba por la aparición de actividades de comercio, numero de pobladores, casas construidas etc. , la compañía burila acuerda escriturar a un grupo de estos pobladores, a un costo muy elevado un total de 100 plazas y realiza además una donación económica posterior, al parecer incentivada por el alto costo en la venta de las tierras, con el objetivo claro de poner en marcha la construcción de una escuela, ya fue hasta el año 1914 que este asentamiento es reconocido como municipio (Alcandía de Sevilla, Valle del Cauca, 2021).

Erigido en corregimiento de Bugalagrande el 4 de septiembre de 1.904, el nombre de Sevilla fue puesto por Pompilio Ceballos para complacer a su hija Mélida (primera bautizada en San Luis), quien se enamoró de una compañía de baile y cantaores, supuestamente, de Sevilla, España, pero muy probablemente gitanos nacionales. Y le pidió a su padre que se le pusiera al poblado el nombre de Sevilla.

En agosto de 1923 se le deslindó lo que eran las antiguas veredas de Colón, Cuba Nuevo y otras, por presiones de la misma Sociedad Burila, para hacer un centro urbano que quedara equidistante de todas las tierras que pretendían usurpar; como la familia Caicedo tenía fuertes intereses en la sociedad Burila, le pusieron el nombre de Caicedonia, para hacerle honor a su feudo propio.

Después de horribles episodios contra los colonos y legítimos dueños de la tierra, finalmente, les fue revocada la concesión Burila en 1930, y los títulos escriturados a sus legítimos dueños, los colonos. Todos estos horribles episodios de la sociedad Burila fueron narrados magistralmente por Ignacio Torres Giraldo en su obra histórica “Los Inconformes”.

Sevilla desde el mismo momento en que sus pobladores originales, o sea, desde antes de la fundación oficial del caserío, mostró vigor en su crecimiento. En 1910 Francisco Ceballos ya tenía 10.000 matas de café en su hacienda Brasil; en sus primeros veinticinco años creció el comercio y los cultivos, ya era importante productor en el concierto nacional de café, cacao, panela, tabaco. Además, había incipientes industrias de cebo, velas, cueros y derivados, confecciones, fundiciones, trilladoras y torrefactoras de café, cerveza y gaseosas.

Hacia 1950 era el municipio de mayor crecimiento en el Valle del Cauca, contaba con un número importante de bancos y de locales comerciales, y uno de los de mayor auge en el país, era ya el mayor productor de café de Colombia. Entrada la época de La Violencia entre la Chulavita Conservadora Laureanista y los Liberales, se desconfigura el pueblo por desplazamientos, expulsiones, todas explicadas en violencia política, pero en verdad marcada por claros intereses económicos, para la apropiación de las tierras y los negocios, al igual que en la actual violencia. (Alcandía de Sevilla, Valle del Cauca, 2021)

Sevilla y Caicedonia hasta el año 1970 siempre fueron un paso obligatorio para las personas que se dirigían del Valle del Cauca hacia el Quindío, el Tolima y Antioquia y viceversa, esto ayudo al desarrollo comercial de ambos municipios, la economía se centró en las principales vías de tránsito con la distribución de bienes como frutas, verduras, derivados de los lácteos entre otros, también se fomentó la gastronomía, pues en ambos municipios se incrementó el número de restaurantes, en Caicedonia se centró en el caserío de Barragán el cual se encuentra ubicado en la línea fronteriza con el Quindío, y en Sevilla se centró en la entrada del municipio exactamente en el Alto de Carangal que en esa época se llamaba Alto de los Quesos. En 1970 todo cambio con la llegada de la vía que transita desde el Quindío por La Tebaida hasta llegar al Valle del Cauca, evitando el desvío de Caicedonia y Sevilla, dirigiéndose así por Corozal, Quebrada Nueva y La Paila que es la vía que conduce a la capital del Valle del Cauca mejor conocida como la Panamericana, el cambio de esta vía obligo a los residentes de los municipios de Caicedonia y Sevilla a reinventarse económicamente, la gran mayoría de personas migraron nuevamente al campo, otros se dedicaron a comercializar los productos agrícolas generados en los municipios directamente a las grandes superficies en las capitales del Valle del Cauca, Quindío. Esto demostró una vez más la pujanza y la determinación de salir adelante de los residentes de ambos municipios.

Dado el tema se hace preciso mencionar que según Obregón Biosca (2008):

Las carreteras son una pieza clave en el desarrollo económico y social en el territorio de cualquier país. Por un lado, la red de transporte es la mayor decisión estructurante del territorio, pues el efecto de las carreteras desde el punto de vista de la ordenación del territorio determina el sentido del crecimiento fomentando el desarrollo demográfico y económico. (pág. 2)

Es por esto que para la distribución de bienes y servicios ambos municipios se encuentran ubicados estratégicamente, pues tienen una conexión directa con algunas de las grandes capitales del país como los son Cali, Bogotá y Medellín, además de tener una conexión directa con el Puerto de Buenaventura, lo que ha

permitido que el desarrollo empresarial evolucione positivamente, por lo que es necesario mencionar algunos casos de éxito evidenciados en las entrevistas con los líderes de las organizaciones, en donde se puede apreciar que la empresa Sociedad Distriapicola S.A.S ubicada en el municipio de Caicedonia hasta el momento ha realizado importaciones de Miel de Abejas proveniente de México, también vale la pena mencionar a la Asociación Asomusaceas ubicada en Caicedonia Valle la cual ha realizado exportaciones a Miami y zonas del Caribe de plátano de primera categoría.

4.1. Marco contextual

4.1.1 Geográfico

Partiendo de lo mencionado por Gualteros Forero (2010): “El Municipio de Caicedonia tiene una extensión de, más o menos, de ciento setenta y dos kilómetros cuadrados, de los cuales 166 kilómetros cuadrados conforman el área rural y 6 kilómetros cuadrados conforman el área urbana.” (p.36)

Se hace preciso mencionar que Caicedonia se denomina Centinela del Valle del Cauca, pues es el último municipio del norte del Departamento, “sus límites son: por el norte, el departamento del Quindío (río La Vieja); por el sur, el Municipio de Sevilla (quebrada Sinaí); por el oriente, el Departamento del Quindío (río Barragán); por el occidente, el Municipio de Sevilla (río Pijao)” (Gualteros Forero, 2010, p.36). Por otro lado:

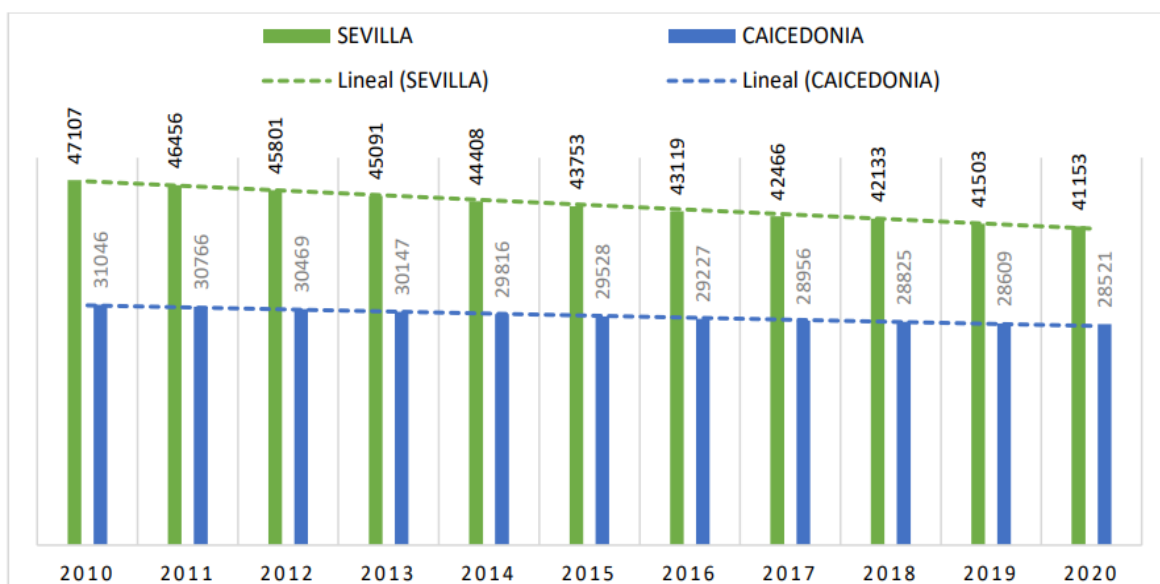
El municipio de Sevilla cuenta con 639 km² de extensión territorial, se encuentra dentro de la cuenca de los ríos La Vieja y La Paila. Por su localización limita con los departamentos de Quindío y Tolima, está localizado en el flanco occidental de la Cordillera Central en la parte nororiental del Departamento del Valle del Cauca. Al norte limita con los municipios de Zarzal y la Victoria (Departamento del Valle del Cauca); por el sur, con Tuluá y Bugalagrande (Departamento del Valle del Cauca); por el oriente con Caicedonia (Departamento del Valle del Cauca) y Roncesvalles (Departamento del Tolima) y al occidente, con Zarzal (Departamento del Valle de Cauca). (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021)

4.1.2 Demográfico

De acuerdo con información Censal 2018 y las proyecciones del DANE y como se puede apreciar en la ilustración 1, el municipio de Sevilla registraba 47.107

habitantes en el año 2010 y 41.153 habitantes en el 2020, de igual manera en el municipio de Caicedonia se registraba 31.046 habitantes en el año 2010 y 28.521 habitantes en el año 2020; lo cual, representa un decrecimiento en la población del -12.6% en el municipio de Sevilla y del -8.1% en el municipio de Caicedonia (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

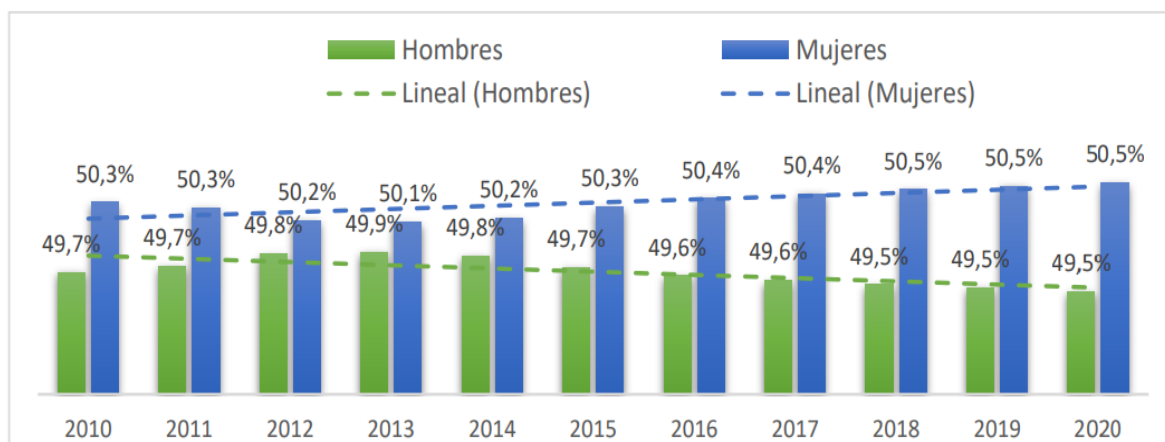
Ilustración 1. Número de habitantes de Sevilla y Caicedonia 2010-2020



Fuente. DANE, Proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2017 y 2018- 2035 con base en el CNPV 2018.

Por otro lado, y como se puede apreciar en la ilustración 2, la distribución de la población según el género para el municipio de Sevilla, refleja una mayor participación de las mujeres sobre el total de la población. Los hombres representan una tendencia decreciente mientras las mujeres una tendencia creciente, en el año 2020 los hombres representaron cerca de un 49,5% y las mujeres un 50,5%, un diferencial de 1% a favor de las mujeres (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

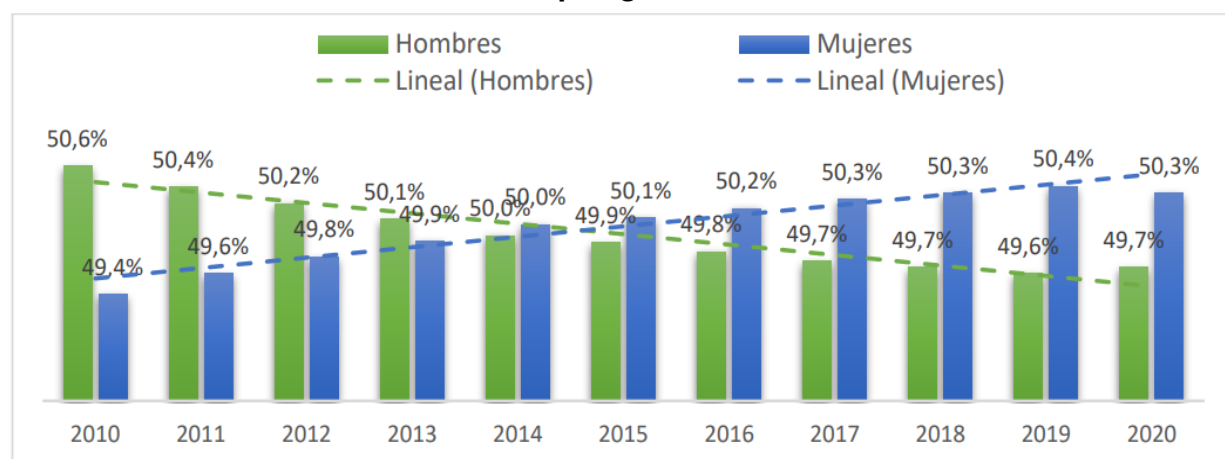
Ilustración 2. Número de habitantes por género Sevilla 2010-2020



Fuente. DANE, Proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2017 y 2018- 2035 con base en el CNPV 2018.

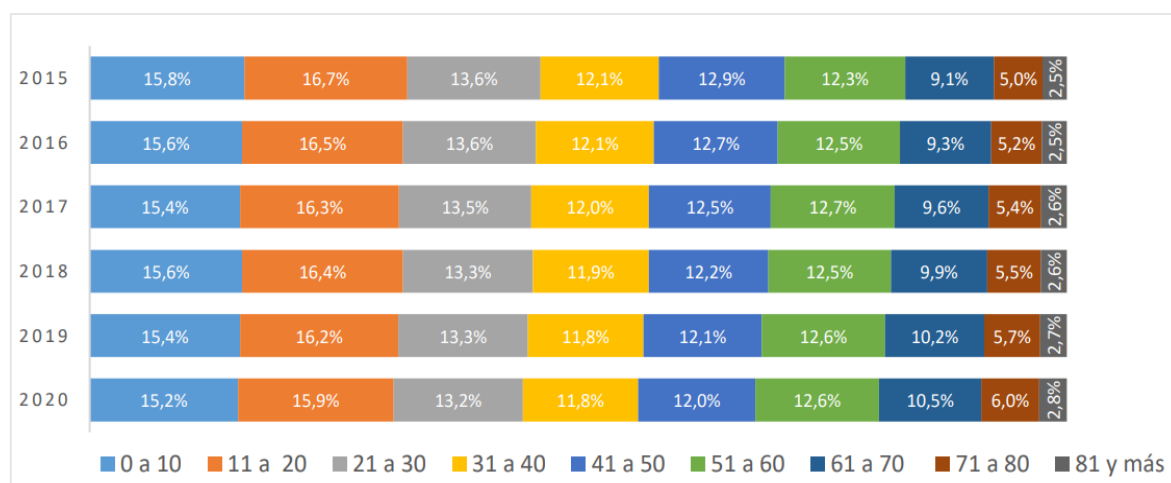
En cuanto el municipio de Caicedonia y de acuerdo a la ilustración 3, la distribución de la población según el género, desde el año 2014 las mujeres presentan una mayor participación sobre el total de la población. Los hombres representan una tendencia decreciente mientras las mujeres una tendencia creciente, en el año 2020 los hombres representaron cerca de un 49,7% y las mujeres un 50,3%, un diferencial de 0,6% a favor de las mujeres.

Ilustración 3. Número de habitantes por género Caicedonia 2010-2020



Fuente. DANE, Proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2017 y 2018- 2035 con base en el CNPV 2018.

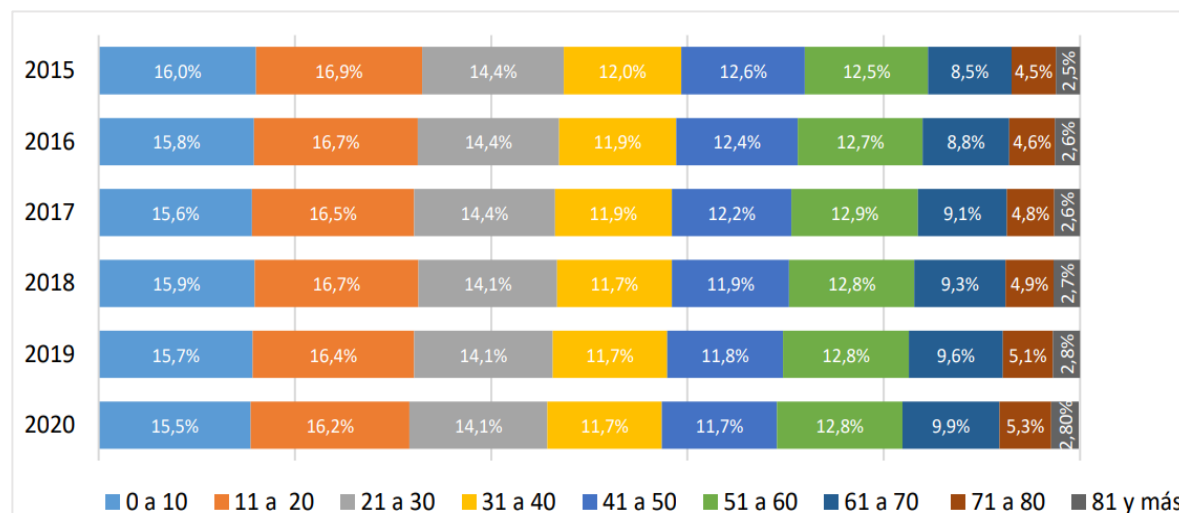
Ilustración 4. Población por grupos de edad municipio de Sevilla 2015-2020



Fuente. DANE, Proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2017 y 2018- 2035 con base en el CNPV 2018.

Por grupos de edad, de acuerdo a la ilustración 4, en el municipio de Sevilla se muestra un decrecimiento en las edades de 0 a 10 hasta 51 a 60, y un crecimiento en las edades de 61 y más. En el año 2020 la población menor de 30 años representa el 44,3%, mientras la población mayor de 30 años representa el 55,7%, este comportamiento está asociado a la disminución de la tasa de natalidad y tasa de defunción (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

Ilustración 5. Población por grupos de edad municipio de Caicedonia 2015-2020



Fuente. DANE, Proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2017 y 2018- 2035 con base en el CNPV 2018.

En el municipio de Caicedonia, como se evidencia en la ilustración 5, la distribución por grupos de edad, muestra un decrecimiento en las edades de 0 a 10 hasta 41 a 50, y un crecimiento en las edades de 51 y más. En el año 2020 la población menor de 30 años representa el 45.8% mientras la población mayor de 30 años representa el 54.2% (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

4.1.3 Económico

Una de las principales actividades económicas del municipio de Caicedonia es la agricultura, en la que sobresalen los cultivos de café. Sin embargo, se ha diversificado con cultivos de: plátano, caña panelera, yuca, maíz, banano, sorgo, soya, aguacate, frutas en especial los cítricos y hortalizas como el tomate. Otras actividades son la ganadería y el comercio (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

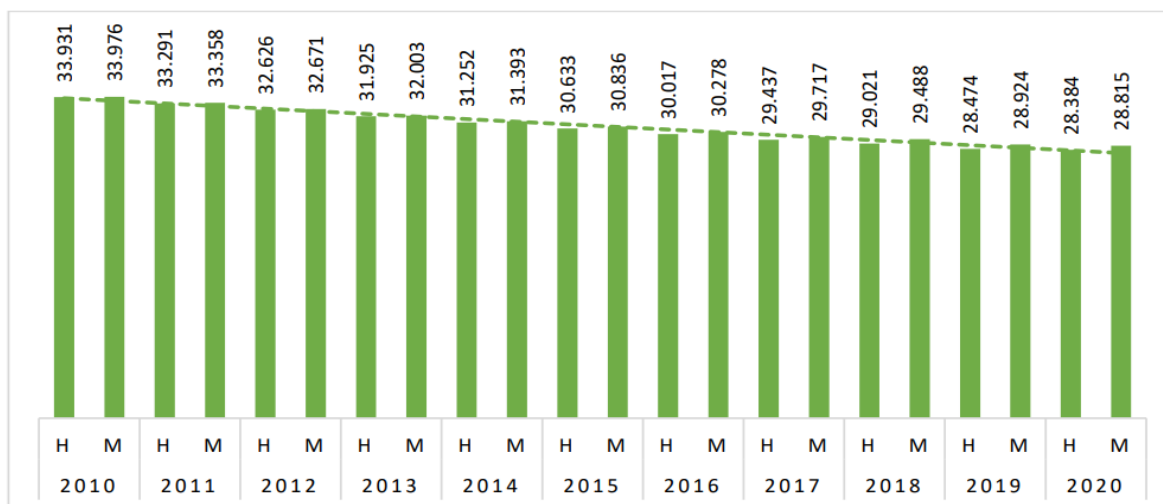
En cuanto al municipio de Sevilla:

Sus principales actividades económicas son la producción de café, grano, la agricultura, la ganadería, el comercio, la minería y la explotación forestal e industrial. Llamada la "Capital Cafetera de Colombia", Sevilla dedica más de quince mil hectáreas al cultivo de café. Son importantes también el plátano, la yuca, la caña panelera, el maíz, el frijol, la papa y la cebada, en el campo de la minería cuenta con yacimientos de oro, sal, cobre, mercurio y caolín, todos con producción artesanal, además cuenta con los servicios de alcantarillado, energía, teatro. Dentro de la ganadería se presenta la cría de Cebú, Pardo suizo, Holstein en las principales ganaderías del municipio la Hacienda La Canelita y la Hacienda Juan De Dios. (Alcandía de Sevilla Valle del Cauca, 2021)

En cuanto a indicadores de empleo y desempleo, a continuación, se presenta información suministrada por la Cámara de Comercio de Sevilla.

Inicialmente es necesario hablar de la Población económicamente activa (PEA) dentro de los municipios de Sevilla y Caicedonia, en este aspecto, se ha presentado un descenso de 67.907 personas en 2010 a 57.199 personas en el 2020. Lo que representa una disminución del 15.8% aproximadamente, esto se puede evidenciar en la ilustración 6 (Cámara de Comercio de Sevilla , 2021).

Ilustración 6. Total, PEA municipios de Sevilla-Caicedonia 2010 - 2020.



Fuente: DANE, población económicamente activa (2020).

Teniendo en cuenta el número de personas ocupadas en el Valle del Cauca, se estableció que para el año 2019 los hombres tenían una tasa global de participación de 75,6% y las mujeres de 58,7%, en cuanto a la tasa de ocupación los hombres presentaron un 68,6% y las mujeres 49,9% con una tendencia hacia una mayor participación de las mujeres y disminución en la participación de los hombres. En cuanto a la tasa de desempleo en la región, se ubicó en el 10.9 % para el año 2019 y en el 18.9% para el año 2020 (DANE, 2021).

4.2 Marco Teórico

4.2.1 Origen de la historia empresarial

Las historias de empresas y empresarios se iniciaron hace aproximadamente 200 años con los trabajos de Gustav von Schmoller entre los años 1871 y 1917 de la vieja escuela histórica alemana quien, tras la falta de unidad territorial, se interesó por el estudio de la empresa y del empresario para sustentar su modelo de desarrollo económico, este autor se convirtió en representante de la “*Escuela Historicista Alemana de Economía*”, la cual argumentaba que el estudio de la historia era la principal fuente de conocimiento sobre las acciones humanas y las cuestiones económicas, dado que la economía depende de la cultura y no se pueden tomar una y otra separadas en el espacio o en el tiempo. Entre sus escritos se destacan: “*Historia de las pequeñas empresas alemanas en el siglo XIX*” en 1870. “*Sobre la historia literaria de las ciencias políticas y sociales*” en 1888 y

“Nociones e investigaciones de historia constitucional, administrativa y económica” en 1898 (Roncancio Coy, 2016).

Posteriormente, en 1946, Arthur Cole pasa a revisión a los cambios experimentados por la disciplina ante el principal organismo de historia económica de los Estados Unidos, la *“Economic History Association”*, es entonces cuando obras como *“La mano invisible”* y *“Escala y diversificación”* de Alfred Chandler adquieren gran importancia, pues para el autor, la empresa es una organización paradigmática e interesante, y sobre sus estudios, se asegura que de la historia empresarial depende la historia económica (Romero Ibarra, 2004).

Después, Wilkins (1988), afirmó: “Nuestro campo no es la historia económica, no es la historia de una industria, ni la biografía empresarial, tampoco la historia social; es la historia empresarial y, como tal, requiere una atención especializada, pero nunca restringida” (p.151).

Todo lo anterior, indica que la concepción de historia empresarial ha ido evolucionando teniendo en cuenta la interdisciplinariedad de su objeto de estudio, es decir, que se le puede considerar una disciplina de la historia económica, puesto que coordina diferentes áreas del conocimiento, las cuales son: la sociología, la política, la economía e, incluso, la misma historia económica (Roncancio Coy, 2016).

4.2.2 Historia empresarial en Colombia

De acuerdo con Dávila (1996), inicialmente las historiografías académicas de los empresarios y sus familias eran escasas, así como la historia de las empresas y la historiografía sobre la industrialización colombiana. El autor manifiesta que, de 55 biografías y autobiografías sobre el desarrollo de empresas y empresarios en Colombia, 34 de ellas se realizaron en años posteriores a 1970. Entre ellas, la referencia más importante es el libro de un historiador británico, llamado Malcom Deas, publicado a mediados de 1996, el cual habla sobre un comerciante inglés radicado en las cercanías de Bogotá entre 1825 y 1875.

Además, también se encuentran los escritos realizados por un historiador llamado Luis Molina quien en 1988 escribió *“El Burro de Oro”*, y una monografía escrita por Ernesto Ramírez en 1984 llamada *“Poder económico y dominación política: el caso de la familia Ospina”*, el cual habla sobre una importante familia de empresarios activa en política, así como otro estudio sociológico sobre un pionero de la

administración profesional cuyo nombre es Alberto Mayor, quien en 1987 escribió *“Alejandro López, padre de la administración científica en Colombia”*. En la Costa Atlántica, están los trabajos escritos por Luis Molina sobre dos ricos inmigrantes: uno italiano sobre quien escribió *“El viejo Marinero”* y otro norteamericano, de quien escribió *“Karl C. Parrish, un empresario colombiano en los años veinte”*. Además, un escrito realizado por Sergio Solano en 1993 llamado, *“Familia empresarial y desarrollo industrial en el Caribe colombiano. El caso de la fábrica de tejidos Obregón”*, el cual habla sobre una familia pionera en la industria textil en Barranquilla. En cuanto al Valle del Cauca, se escribió un libro sobre un empresario azucarero altamente diversificado, a la vez que dirigente político y gremial, dicho libro fue escrito por Óscar Ramos en 1990 y lleva por nombre *“A la conquista del azúcar. Ingenio Riopaila S.A. y Central Castilla S.A.: en homenaje a su fundador Hernando Caicedo”*.

A mediados de los años setenta, surgieron dos trabajos que reorientaron la investigación sobre el empresariado de Antioquia. Roger Brew (1977), rastreó los determinantes de la industrialización en esta región (el espíritu de empresa incluido) y sostuvo que el café no inició, sino que aceleró de manera definitiva los procesos ya generados por la minería y que impulsaron la industrialización local y autóctona de Medellín, originando la creación de las condiciones para el surgimiento de una clase de empresarios con las tradicionales virtudes capitalistas. (Dávila, 1996, p.86)

En 1994 se publicó un estudio basado en las historias de grandes casas comerciales de Medellín del periodo 1850-1890, dicho estudio fue escrito por María Mercedes Botero y se llamó *“Antecedentes del desarrollo de la economía exportadora. Antioquia, 1850-1990”*, el cual evidencia por primera vez información sobre los circuitos de la comercialización interna y externa del oro y plata, decisiva en la acumulación de grandes recursos de dinero para su diversificada actividad. Hay un reciente libro sobre el transporte a lomo de mula la arriería, instrumento vital hasta las primeras décadas de este siglo en la minería, el comercio y el café (Dávila, 1996).

Finalmente, un importante aporte al entendimiento del empresariado antioqueño lo constituyó el libro del sociólogo Alberto Mayor (1984), un elaborado estudio sobre la educación y el papel que jugó, durante los primeros sesenta años de este siglo, una elite empresarial y gerencial formada en la Escuela de Minas e Ingeniería de Medellín.

Aunque anteriormente no se le prestaba mayor importancia a la historia empresarial colombiana, en los últimos años se ha evidenciado un aumento en el interés, particularmente desde la academia por conocer la evolución histórica del

empresariado colombiano, como ejemplo de ello se encuentra la “Revista de Historia Regional y Local” editada por la Universidad Nacional de Colombia y cuyo objetivo es servir como un espacio de divulgación académica en cuanto a resultados de investigación elaborados por investigadores, historiadores y personas interesadas en la generación de conocimiento histórico (Universidad Nacional de Colombia , 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior Zuluaga Jimenez (2012), realiza un análisis sobre la historia empresarial en el Valle del Cauca, estableciendo la cantidad de estudios historiográficos presentes hasta la fecha, en total se cuenta con un aproximado de 84 estudios divididos en cuatro grandes grupos: historiografía industrial, historiografía de empresas, historiografía de empresarios e historiografía institucional. A continuación se realiza una breve explicación de cada una de acuerdo al autor:

La historiografía industrial: Se encuentra orientada hacia el estudio de los procesos técnicos, las innovaciones tecnológicas y los procesos de producción de las diferentes empresas e industrias. Así mismo, la caracterización de las formas de producción y sus cambios, las relaciones laborales y las culturas empresariales constituyen una tímida preocupación por parte de algunos investigadores.

La historiografía de empresas: Se encuentra más cercana a las aproximaciones desde la historia, y en menor medida, de la sociología. Los estudios se orientan hacia la descripción y el análisis de la estructura organizacional y/o la historia del desarrollo de ésta en sus aspectos generales. En otra de las temáticas, el estudio de los empresarios como agentes del desenvolvimiento económico

La historiografía de empresarios: Se concentra en mostrar el proceso histórico de sus actividades desde la óptica de las historias de vida o la biografía. En esta línea, como es de esperar, predomina también en términos disciplinares las miradas desde la historia, al abordar las historias individuales de empresarios o de grupos empresariales y económicos.

La historiografía institucional: Se ha dedicado al estudio del sector azucarero, al lado de algunos estudios sobre empresas particulares, cuyo enfoque está dictado por las necesidades institucionales de conmemoración de las diversas empresas que las contratan. En síntesis, este es el panorama que presenta de modo temático la historiografía empresarial sobre el Valle del Cauca. (Zuluaga Jimenez, 2012, p. 333)

De las cuatro categorías (como se evidencia en la tabla 1) entre las cuales se dividen los estudios históricos empresariales del Valle del Cauca, los estudios incluidos dentro de la categoría de historiografía industrial, concentra un mayor número de

publicaciones, con 32 estudios en total, seguida por la empresarial con 19, la de empresarios con 17 y por último la institucional con 16 estudios (Zuluaga Jimenez, 2012).

Tabla 1 Temáticas de historiografía realizadas en el Valle del Cauca.

Temas	Cantidad de estudios
Historiografía de empresas	19
Historiografía industrial	32
Historiografía de empresarios	17
Historiografía institucional	16
Total	84

Fuente: Zuluaga Jimenez, (2012)

Dentro de la historiografía industrial el sector azucarero cuenta con 4 publicaciones que estudian la competencia y el cambio técnico en la década de 1980 (Urrea 1988), el desarrollo tecnológico de la industria azucarera (Reyes 1996), un análisis económico de la tecnificación en una fábrica (Bravo et al. 1998), y el papel de los empresarios en la formación del sector azucarero (Rojas 1985).

4.2.3 Desarrollo empresarial

Según lo expresado por Delfín Pozos & Acosta Márquez (2016), el desarrollo empresarial integra y articula diferentes elementos o aspectos con los cuales el empresario puede conducir a una organización hacia el éxito. Estos elementos son: el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo y la gestión del conocimiento e innovación. Por tanto, es un proceso mediante el cual se hace necesario reconocer las capacidades del capital humano e identificar y aprovechar las diferentes oportunidades que se presenten dentro del entorno empresarial.

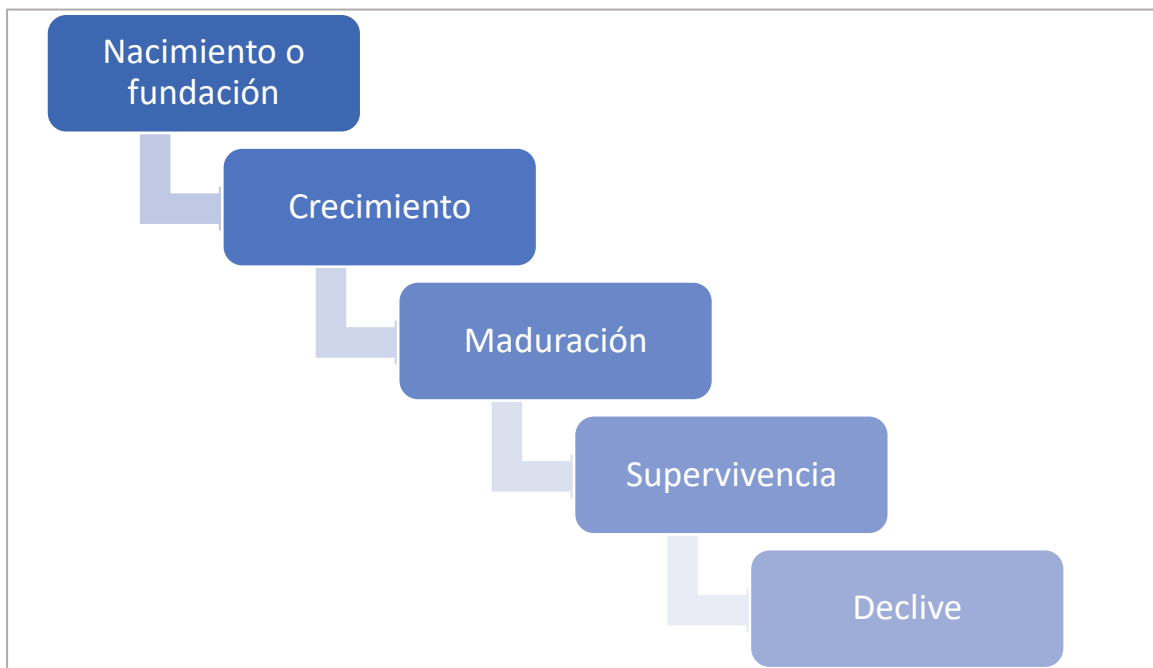
Tanto el desarrollo empresarial como el desarrollo económico se encuentran ligados entre si y son dependientes el uno del otro, es decir, toda organización requiere crecer en el mercado para subsistir, pero esto no puede suceder si la empresa no se adapta y aprovecha las oportunidades del mercado, para ello, es necesario tener en cuenta la historia o evolución de la empresa y su ciclo de vida.

Con respecto al ciclo de vida de toda empresa, El concepto inicial de ciclo de vida para analizar el desarrollo empresarial se planteó desde el siglo XX con estudios como el de Boulding (1950), Quinn y Cameros (1983), Whettenen (1987), en donde

se discutía las causas y consecuencias del crecimiento y declive empresarial, tratando de dar una respuesta desde teorías de la evolución a dichos procesos. De ahí en adelante, los estudios de ciclo de vida empresarial han proliferado en diversos autores que proponen variaciones a las etapas que permiten el desarrollo empresarial, entre las más comunes se encuentra: el nacimiento, el crecimiento, la madurez, la supervivencia y el declive. (García Gómez, 2019)

En la ilustración 7, se muestran las cinco etapas del desarrollo empresarial propuesta por el autor.

Ilustración 7. Etapas del desarrollo empresarial



Fuente. Tomado y adaptado de García Gómez (2019).

De acuerdo con García Gómez (2019), la etapa de nacimiento o fundación se caracteriza por ser el momento en el cual se tiene la idea de negocio y se desarrollan los productos o servicios a vender, además, también se gestionan los recursos necesarios. Se cuenta con una estructura simple y la toma de decisiones es centralizada. Después, se encuentra la etapa de crecimiento donde se debe presentar el posicionamiento en las ventas y establecer ventajas competitivas distintivas, aquí es donde se debe buscar el punto de equilibrio e incrementar la producción. Seguidamente se encuentra la fase de maduración, donde se plantean estrategias de diversificación de mercado, buscando la rentabilidad y evolucionando hacia una organización mucho más formal. En la etapa de supervivencia se deben

adquirir nuevos recursos y capacidades y explotar el producto por medio de la innovación. Por último, se encuentra la etapa de declive, donde se presenta un decrecimiento en las ventas por pérdida de mercado, ello debido a una rigidez y falta de reacción interna.

4.2.4 Modelo neoliberal

El termino neoliberalismo fue mencionado por primera vez por el economista alemán Alexander Rüstow (1938), a través de este modelo se buscaba el hallazgo de una estrategia que permitiese encontrar nuevas vías entre el liberalismo y la planificación económica por parte del Estado.

Por tanto, el neoliberalismo es una corriente económica y política ligada al capitalismo. Éste considera que la intervención del Estado por medio de los impuestos y servicios públicos, fomenta la ineficiencia en el mercado, así mismo defiende el supuesto de que la economía se debe regir por el libre comercio, estar desregulada y privatizada, es decir, con menor intervención de las políticas del Estado (Villacañas , 2020).

Antes del neoliberalismo se conoció el liberalismo, el cual, y según sus planteamientos buscaba defender la libertad individual, el libre mercado, la igualdad ante la ley, la igualdad de género, el capitalismo, la propiedad privada, la democracia y el estado de derecho. Pero lastimosamente la corrupción de los diferentes Estados y la falta de principios morales y éticos corrompieron su esencia. De este modo, uno de los conceptos defendidos por la corriente liberal como era el capitalismo que inicialmente defendía la circulación de gran cantidad de capital a nivel masivo, lo que implicó un aumento de la inflación y una destrucción de la economía y a partir de 1929 tuvieron lugar fuertes crisis económicas a nivel mundial, como la Gran Depresión (Castro Gómez, 2015).

Debido a lo anterior y de acuerdo con Castro Gómez (2015), surge el sistema neoliberal que pretendía capitalizar el accionar del Estado y generar mayor producción con menor inversión social. Lo cual al final resultó contraproducente pues puede promover la injusticia social y la inequidad.

Como se mencionó antes, entre las principales características del neoliberalismo se destacan: la privatización en servicios como la educación, salud, bancarización, seguridad entre otros, esto significa que solo acceden a dichos servicios los que cuenten con los medios económicos sufrientes para hacerlo. El libre mercado, el

cual consiste en que los precios de los bienes y servicios se regulen por la oferta y la demanda y, por último, promueve la libre competencia, fomentando la competitividad, no solo en la oferta de productos sino también en la fuerza laboral (Harvey , 2007).

Aunque el libre mercado y libre competencia pueden considerarse ventajas de este modelo económico debido a que no limita la producción en diversidad de bienes y servicios, y con pocas restricciones para la explotación y explotación de recursos, su excesivo uso sin ninguna regulación puede promover una marcada desigualdad dentro de la población, puesto que a mediano y largo plazo, quienes acceden a los beneficios son una minoría, promoviendo en monopolio y conduciendo a un país a problemas económicos debido a precios de productos o servicios desbordados y disminución en los salarios (Zárate & Artesi , 2007).

En lo que se refiere a Colombia, el neoliberalismo surge a partir del denominado Programa de modernización de la Economía Colombiana, formulado por el Ministerio de Hacienda, el Ministerio de desarrollo económico, el Departamento Nacional de Planeación y el Banco de la Republica, en la presidencia de Virgilio Barco (1986 -1990) y aprobado mediante documento COMPES 2465-J, el 22 de febrero de 1990 (Estrada Álvarez, 2006).

Dicho programa, contenía una serie de estrategias políticas, que le permitirían al país modernizar su economía e integrarse a la internacionalización de la economía, pero las desventajas del modelo neoliberal, empezaron a tener un papel protagónico en medio de su implementación evidenciando como lo expresa el autor:

Las limitaciones de este modelo de crecimiento han empezado a ser evidentes desde hace ya varios años. En particular, la permanencia de mecanismos de protección a ultranza de los mercados internos frente a la competencia externa ha generado distorsiones en los precios relativos y ha conducido a que la producción nacional se aísle de la competencia internacional, limitando los avances en términos de crecimiento acceso a tecnología moderna, productividad, exportaciones, empleo y satisfacción de las necesidades de los consumidores a precios razonables. (Estrada Álvarez, 2006, p.250)

En conclusión, todo modelo económico presenta ventajas y desventajas, aunque están formulados para fomentar el desarrollo económico y empresarial dentro de un país, en medio de su puesta en marcha y ejecución surgen factores que distorsionan el objetivo inicial de aplicación de cada uno, factores como la corrupción y la

supremacía del egoísmo económico, impulsando la desigualdad y la injusticia social.

4.2.5 Esquema Analítico para Historias de Empresarios (EAHE).

El EAHE, es una herramienta para estudiar las empresas y empresarios desde una perspectiva histórica y multidisciplinaria, constituyéndose en un medio metodológico cuyo objetivo es describir hechos históricos, tratando de comprender el desarrollo empresarial desde el punto de vista del objeto de estudio (Dávila, 2012).

De acuerdo con Castrillón Rincón (2016), este modelo comprende seis aspectos relacionados con la naturaleza y funciones de los empresarios, además, cada uno de ellos sirve para orientar la búsqueda de información por parte del investigador. A continuación se realiza un resumen general sobre cada aspecto del modelo EAHE formulado por Dávila (2012):

Contexto económico, político y social: Comprende el mercado en el cual se actúa, la estructura social de la que se forma parte, así como los valores y la cultura, también se tienen en cuenta Características geográficas del espacio en el que se desarrolla.

Conducta económica: Se tiene en cuenta factores como la acumulación de capital, el estar alerta a las oportunidades, manejo del riesgo, manejo de la incertidumbre, la innovación, la gestión de la tecnología, el manejo del crédito, gestión y organización.

Perfil socioeconómico: Tiene en cuenta el lugar de nacimiento, la nacionalidad, clase social, antecedentes de familia empresarial, características de la personalidad, educación y movilidad geográfica.

Relación con la política y el Estado: En este aspecto se tiene en cuenta la participación y afiliación política del objeto de estudio, su participación en elecciones, financiación de campañas políticas, contratistas y negocios con el estado entre otros.

Mentalidad y estilo de vida: Comprende el papel de los negocios dentro de la vida del empresario, su diligencia, dedicación al trabajo, exclusión del ocio. La prudencia, moderación, el papel de las redes sociales en su vida cotidiana, uso del tiempo libre, y sus patrones de consumo.

Mentalidad, desarrollo económico, Estado y mercado: Abarca tanto el papel del Estado y del empresario en el desarrollo económico, derechos humanos, exclusión social y económica. También, el conflicto armado y la responsabilidad social del empresario entre otros.

4.3 Marco conceptual

Con el fin de entender el contexto en medio del cual se desarrolló el presente proyecto, se aclaran a continuación cuatro aspectos como son: historia e historiografía empresarial, contexto empresarial y aporte socioeconómico.

Para comenzar, es importante conocer la diferencia entre historia empresarial e historiografía empresarial, la primera, es una disciplina académica que se sitúa entre la historiografía y la ciencia económica, cuyo objetivo es estudiar el desarrollo histórico de las empresas, explicando su evolución a lo largo del tiempo (Noreña Ospina, 2019). Por otro lado, la segunda, es la producción escrita del conocimiento histórico empresarial, es decir, el análisis y clasificación de los diferentes conjuntos de estudios históricos críticos y bibliográficos sobre las organizaciones (Rodríguez Orozco, 2012).

De lo anterior se puede concluir que la historia empresarial busca reconocer la identidad y razón de ser de una organización; mientras que la historiografía, analiza y clasifica la historia, por otro lado, permite crear conciencia sobre hechos históricos empresariales, fomentando el aprendizaje por medio de escenarios y tomas de decisiones pasadas.

Es necesario reconocer que toda historia sobre empresa se desarrolla en medio de un contexto, el cual proporciona información sobre las principales características de la industria de acuerdo a principales actividades económicas y sectores económicos, en este caso y de acuerdo al objeto de estudio, se tienen en cuenta aspectos como las principales actividades económicas en la región, y organizaciones por sector de la economía (Pineda Duque & Bustamante Arango, 2015)

Ademas, es necesario tener en cuenta el aporte socioeconómico que realizan las organizaciones en la región en medio de la cual se desempeñan. Una empresa genera impacto en las regiones, y este no se mide solamente en terminos monetarios, sino también en el desarrollo que se genera mediante la creación de empleos, la satisfacción de las necesidades de los clientes, mejora de estilos de vida mediante la reponsabilidad social (Toca, Grueso, & Carrillo, 2012).

4.4 Marco legal

El presente documento se sustentará legalmente en primer lugar en la Constitución Política De Colombia [Const]. Art. 333 de julio de 1991 (Colombia), Titulo XII. Del Régimen Económico y de La Hacienda Pública, Capitulo 1, exactamente en el Artículo 333, en donde se menciona que:

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (p. 84,85)

Según lo planteado por la Constitución Política de Colombia es un país en donde la creación de empresa se realiza con libertad, pero se deben seguir algunos requisitos para el asentamiento formal de cualquier organización, los cuales se encuentran estipulados por la Cámara de Comercio de Colombia, quien es el ente encargado de regular el registro de las empresas de Colombia, los documentos necesarios para dicho registro estos varían según el tipo de empresa que quiera constituir y si es una persona natural o jurídica.

Además, es de relevancia mencionar que en Colombia se cuenta Código del Comercio de comercio [CCB]. Decreto 410 de 1971 (Colombia). el cual imparte criterios y regulaciones para controlar las relaciones mercantiles, para efectos del presente documento encontramos lo siguiente en el:

Art. 25. Definición de Empresa. Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación,

administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio. Pág. 10

Art. 10. Comerciantes. Concepto. Calidad. 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. Pág. 4

Art. 12. Personas habilitadas e inhabilitadas para ejercer el comercio. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales. Incisos 2 y 3. Derogados (Ley 27 de 1977). Los menores adultos pueden, con autorización de sus representantes legales, ocuparse en actividades mercantiles en nombre o por cuenta de otras personas y bajo la dirección y responsabilidad de éstas. (p.4)

En cuanto a los deberes de los comerciantes expresa:

Art. 19. 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) Derogado. (Ley 222 de 1995).
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (p.6)

También es importante resaltar la actividad realizada por la DIAN quien es la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales y tiene como objetivo garantizar la seguridad fiscal, además de controlar el cumplimiento de los estatutos tributarios y demás factores contables de las organizaciones.

Por último y no menos importante se encuentra La Secretaría de Industria y Comercio de cada municipio quien es la encargada de generar un impuesto por cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en su jurisdicción.

5 METODOLOGÍA DEL TRABAJO

5.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio utilizado fue el descriptivo, puesto que éste busca describir el objeto de estudio desde varias dimensiones, puntualizando sus características más relevantes haciendo énfasis en el “qué” en lugar del “por qué” (Namakforoosh, 2005). Es así, como se describen las cinco organizaciones, haciendo un relato a manera de descripción de sus hechos y sucesos más importantes a lo largo de la historia.

5.2 Método de estudio

El método que se empleo es el Cualitativo. Según (Flick, 2004) “la investigación cualitativa pretende acercarse al mundo de “ahí fuera” (no en entornos de investigación especializada como los laboratorios)” (p.10), es por esto que este método es asertivo para el desarrollo del documento, pues en este se pretende conocer el surgimiento y evolución de organizaciones, mediante el análisis de las historias, experiencias narradas por los gerentes y líderes de las organizaciones seleccionadas, esto con el fin de conseguir un hilo conductor que nos permita desarrollar la historia del surgimiento empresarial de dichas organizaciones.

5.3 Fuentes y técnicas para la recolección de la información

5.3.1 Fuentes

- **Primarias:** Dentro de las fuentes primarias que contribuyeron a la investigación del presente documento fueron los gerentes y representantes de las organizaciones relacionadas en el presente trabajo.
- **Secundarias:** libros, páginas web, revistas indeseadas, artículos, trabajos de grado.

5.3.2 Técnicas

Teniendo en cuenta que el tipo de estudio empleado para el presente trabajo es el Descriptivo se buscó realizar una triangulación de la información que se ajustara a los requisitos del mismo, es por esto que se emplearon tres técnicas para la recolección de la información, la primera técnica hace referencia a la entrevista semiestructurada, la segunda es la recolección de fotografías otorgadas por las organizaciones o encontradas en la web, y la tercera técnica es la observación directa en las organizaciones la cual se puede evidenciar mediante un archivo fotográfico tomado para el desarrollo del trabajo.

La primera técnica utilizada para el desarrollo del presente documento fue la Entrevista Semiestructurada. “Podemos entender que la entrevista Semiestructurada, es flexible pues parten de preguntas planeadas que se pueden ajustar a medida que evoluciona la entrevista o ajustarse al entrevistado” (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013).

El formato creado para el desarrollo de la entrevista fue desarrollado teniendo como referencia algunos de lineamientos de la teoría EAHE desarrollada por el autor Carlos Dávila L. de Guevara (Dávila, 2012)

Este formato creado se denominó “formato guía para realizar entrevistas con empresarios.” (Ver Anexo1), se dividido en 4 momentos, el primero fue llamado “El Origen” en donde se indagan los principios de la organización; el segundo momento el cual fue llamado “Evolución y Desarrollo”, por el cual se pretende conocer las estrategias que han implementado los empresarios para posicionar su negocio en el mercado, el tercer momento se denominó como “Momentos de Crisis” en donde se pueden conocer algunos momentos que atravesó la organización y que la llevo a reinventarse tomando como una oportunidad aquello que le ocasionaba una dificultad. Por último, se establece “La Actualidad” en el cual se trataron temas no solo del presente de la organización, sino, como la visionan hacia el corto, mediano y largo plazo.

Es por esto que, el formato base sirve como pauta para desarrollar las entrevistas, el cual permite realizar una conversación guiada para así lograr extraer e indagar la mayor información que se requiere para el desarrollo presente investigación, además de otorgar un hilo conductor para el desarrollo de la historia empresarial de cada empresa, es preciso mencionar que las entrevistas realizadas no solo se ciñeron a las preguntas del formato pues dependiendo de la organización, del modelo de negocio surgieron preguntas adicionales en medio de la entrevista que permitieron obtener un mayor flujo de información.

Además, se acomoda perfectamente al método de estudio siendo este el Cualitativo pues según (Martínez, 2006) “la entrevista, en la investigación cualitativa, es un instrumento técnico que tiene gran sintonía epistemológica con este enfoque y también con su teoría metodológica” (p.17), es por esta razón que se seleccionó para el presente documento, pues la idea de entrevistar a los empresarios no se ciñe solo a lo escrito en una pregunta, pues para indagar y conocer aún más de las organizaciones surgirán preguntas o se ajustarán algunas dependiendo de la empresa.

La segunda técnica empleada fue la recolección de fotografías, esta recolección en primera instancia se realizó por medio de los empresarios las imágenes que no se pudieron obtener de las organizaciones se investigaron en la web. Es por esto que a continuación se realiza una breve descripción de lo entregado por cada una de las organizaciones:

- **Sociedad Distriapicola S.A.S:** Por parte de la organización se realizó la entrega de un registro fotográfico que permitió conocer el crecimiento de la organización a través del tiempo. Además, obtuvimos información como la Misión la Visión y el organigrama de la organización.

Juan Jaime Gutiérrez, representante legal de Distriapicola expresa en la entrevista que ***“Empezamos vendiendo miel puerta a puerta, y aunque en este país es muy difícil crear empresa, sabíamos que organizarnos era la única manera de salir adelante en este mercado”***

- **Productos el Jardín:** Por parte de la organización se obtuvo un registro fotográfico el cual permite ilustrar el desarrollo de marca, sus instalaciones productivas, y algunos aspectos que permitieron conocer el desarrollo histórico de la empresa. Además, obtuvimos información como la Misión la Visión y el organigrama de la organización.

El señor Julio Cesar Campuzano QEPD decía: ***“He sacado la conclusión, de que igual a las mujeres no hay para montar una empresa... , las mujeres son mejores que los hombres” 2018.***

- **Asociación Asomusaceas:** Por decisión del Gerente General de esta organización no se obtuvo un registro fotográfico esto, por lo que se realizó una búsqueda en la web que permitiera ilustrar algunos de los momentos de la

historia de esta empresa, es importante mencionar que la organización suministro información respecto a la Misión, la Visión y el organigrama.

El señor Alfonso Quiroga Gerente de Asomusaceas expresaba durante la entrevista que: ***“Como no aprovechar el potencial agrícola que tenemos en este municipio para ingresar hasta los mercados internacionales, hay que mostrarles a los jóvenes que en el campo hay un futuro rentable y diverso”***

- **Panadería y Pastelería Ucrania:** El propietario no cuenta con un registro fotográfico que permita ilustrar el crecimiento de su empresa y al realizar una búsqueda en la web no se encontraron imágenes que logran aportar al desarrollo del presente documento, también es importante mencionar que la compañía no cuenta con una misión y una visión y tampoco se ha establecido un organigrama que permita conocer la estructura jerárquica de la misma.

Para el Señor Jorge Ríos la evolución y el aprendizaje continuo para el desarrollo de su negocio es indispensable, el menciona en la entrevista que ***“Nosotros teníamos un área en Eternit, pero la UES solicitó cielos rasos y a pesar que no teníamos plata en ese momento, hicimos el esfuerzo de construirlo”***

- **Asesorías Contables JM:** Por decisión del propietario de la organización no se obtuvo registro fotográfico y tampoco se recibió información respecto a la misión, visión y el organigrama de empresa. Al consultar en la web referencias fotográficas de la organización no se encontró información de relevancia que aportara al desarrollo del trabajo.

El señor Jaime Mejía, Fundador de la Compañía expresa que ***“Las relaciones interpersonales durante la prestación de un servicio, son fundamentales para el crecimiento de la empresa, pues un cliente satisfecho se encargará de recomendarte y enaltecer tu trabajo”***

La última técnica es la observación directa en las organizaciones, con esta técnica se pretende detectar ciertos elementos cualitativos al momento de realizar las entrevistas a los líderes de las organizaciones, con los cuales se podrán identificar ciertos elementos en los cambios que han tenido las organizaciones a través del tiempo, la presente técnica se podrá evidenciar mediante un archivo fotográfico tomado para el desarrollo del presente trabajo.

5.4 Población y muestra

Por otra parte, la selección de las empresas fue realizada por medio de un listado otorgado por la Cámara de Comercio de Caicedonia y Sevilla (ver anexo 2), de este listado se filtraron las organizaciones que tuvieran algunos factores en común, como, la antigüedad en el mercado, el impacto social en lo referente al mayor número de empleados. En un principio se pretendía desarrollar 5 empresas por cada municipio, pero al realizar el acercamiento con cada una de las 10 empresas seleccionadas solo se logró tener receptividad para el desarrollo del trabajo por cuatro empresas del municipio de Caicedonia y una sola del municipio Sevilla. A continuación, se relacionan las empresas seleccionadas:

Tabla 2. Organizaciones objeto de estudio.

Organización	Año de Fundación	Número de Empleados	Municipio
Sociedad Distriapicola S.A.S	10/06/2004	14	Caicedonia
Asesorías Contables y Tributarias J.M	22/01/1998	6	Caicedonia
Asociación Asomusaceas	26/04/2007	19	Caicedonia
Panadería Y Pastelería Ukrania	15/01/2007	14	Caicedonia
Productos el Jardín	24/03/2009	21	Sevilla

Fuente. Elaboración propia.

5.5. Sistematización de la Información

La información recopilada por medio de la entrevista semiestructurada fue clasificada y ordenada, teniendo en cuenta a cada organización como un ente de historia, es decir, cada objeto de estudio fue tomado como un todo y su historia se organizó desde su origen, pasando por su evolución y desarrollo, llegando hasta sus momentos de crisis y por último, teniendo en cuenta sus proyecciones futuras.

Cada uno de sus momentos fue plasmado en este documento, mediante la digitación secuencial de los hechos históricos mencionados, apoyados por registros fotográficos proporcionados por las mismas empresas.

6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

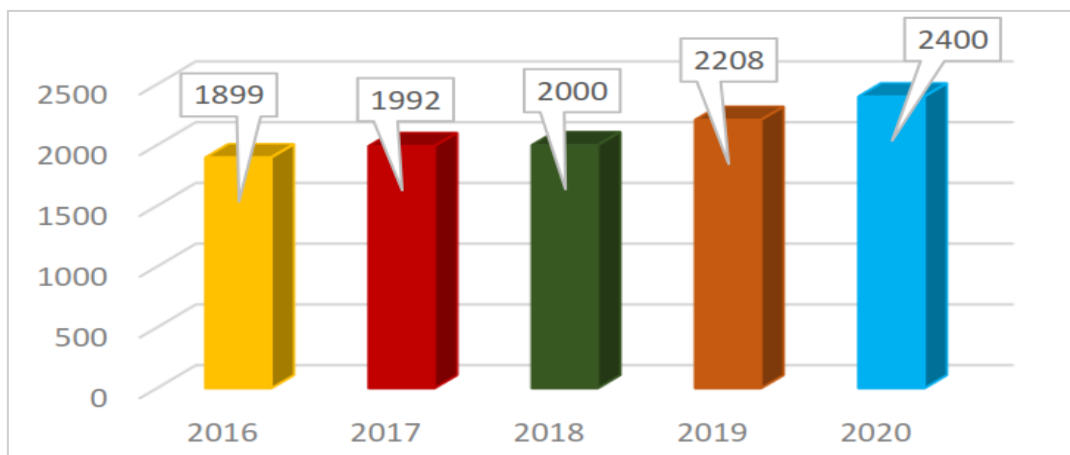
6.1 Contexto empresarial de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca

El municipio de Sevilla Valle del Cauca fue fundado el 3 de mayo de 1903 y Caicedonia Valle del Cauca el 3 de agosto de 1910, ambos municipios desarrollaron una orientación agropecuaria. Debido a ello, fue creciendo ampliamente el comercio en ambos municipios, hasta que el 9 de enero de 1978 mediante el decreto 09 de 1978 expedido por el Gobierno Nacional, fue creada la Cámara de Comercio de Sevilla, con jurisdicción en ambos municipios (Sevilla y Caicedonia). Inicialmente se obtuvo un local en el primer piso de la Alcaldía Municipal de Sevilla, cabe resaltar que se inició con 49 registros, pero al finalizar el año de su fundación, ya se contaban con 452 registros entre los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca (Cámara de Comercio de Sevilla, 2021).

De los 452 (ver anexo 3) registros de comercio llevados a cabo en el año 1978, 383 fueron cancelados gradualmente y 18 matrículas se encuentran inactivas, lo que significa que, hasta la fecha, existen solo 51 matrículas activas de las primeras 452 que hubo, en esa época no se llevaba un registro histórico que explicara la razón por la cual las personas naturales o jurídicas cancelaban su registro (Cámara de Comercio de Sevilla, 2021)

Actualmente y como se evidencia en la ilustración 8, existen 2.400 registros vigente entre los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca, contemplando tanto personas naturales como jurídicas.

Ilustración 8. Registros mercantiles vigentes al año 2020



Fuente. Cámara de Comercio de Sevilla (2021)

Tabla 3. Registros mercantiles vigentes en Cámara de Comercio de Sevilla y Caicedonia 2015 - 2020

Sevilla	Sevilla	Caicedonia	Total
Personas Naturales	1208	1025	2233
Personas Jurídicas	90	77	167
Caicedonia	1298	1102	2400

Fuente. Cámara de Comercio de Sevilla (2021)

De los registros mercantiles vigentes hasta el año 2020 en la Cámara de Comercio, el 54% corresponde a inscritos en el municipio de Sevilla y el 46% al municipio de Caicedonia, de ellos el 93% son de personas naturales y el 7% a personas jurídicas.

6.1.1 Empresas por rama de la actividad en Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Sevilla (2021), y según lo reflejado en la tabla 3, El 87% de las empresas vigentes, pertenecen al sector terciario, el 10% al secundario y el 3% al sector primario. Dentro del sector primario existen 41 empresas constituidas en Caicedonia y 43 en Sevilla, proporcionando alrededor de 100 empleos formales. Dentro del sector secundario existen 106 empresas constituidas en Caicedonia y 128 en Sevilla, proveyendo 360 empleos formales en ambos municipios.

En cuanto al sector terciario, se cuenta con 955 empresas formalmente constituidas en el municipio de Caicedonia y 1.227 en el municipio de Sevilla, entre ellos resalta la actividad del comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, con 591 registros empresariales en Caicedonia y 677 en Sevilla, seguido por la actividad de alojamiento y servicios de comida que cuenta con 151 registros en Caicedonia y 184 en Sevilla.

En total el sector terciario genera alrededor de 2.600 empleos formales en ambos municipios, transformándose en el principal proveedor de empleo formal y la principal actividad económica, el comercio.

Tabla 4. Número de empresas existentes por rama de actividad en Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca 2020

Sector	Actividad	Caicedonia	Sevilla
Primario	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	41	43
	Subtotal	41	43
Secundario	Explotación de minas y canteras	1	0
	Industria manufacturera	81	110
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2	0
	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	2	4
	Construcción	20	14
	Subtotal	106	128
Terciario	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	591	677
	Transporte y almacenamiento	15	16
	Alojamiento y servicios de comida	151	184
	Información y comunicaciones	25	26
	Actividades financieras y de seguros	5	3
	Actividades inmobiliarias	8	7
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	21	44
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	30	37
	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	2	1
	Educación	5	6
	Actividades de atención de salud humana y de asistencia social	13	10
	Actividades artísticas de entretenimiento y recreación	13	36
	Otras actividades de servicios	76	80
	Subtotal	955	1.127
		<u>1.102</u>	<u>1.298</u>

Fuente. Cámara de Comercio de Sevilla (2021)

6.1.2 Empresas informales en los municipios de Caicedonia y Sevilla Valle del Cauca

De acuerdo con información suministrada por la Cámara de Comercio de Sevilla (2021), existen hasta la fecha 226 empresas que ejecutan sus actividades de manera informal, es decir, que no cuentan con un registro mercantil, de ellas 159 se sitúan en Caicedonia y 67 en Sevilla, denotando esto una mayor informalidad en el primer municipio. A continuación, en la tabla 4, se muestra la informalidad por sector de la economía.

Tabla 5. Comercio informal por sector económico

Sector	Actividad	Caicedonia	Sevilla
Secundario	Industrias manufactureras	4	4
Terciario	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	88	38
	Transporte y almacenamiento	0	1
	Alojamiento y servicios de comida	42	13
	Información y comunicaciones	1	3
	Actividades inmobiliarias	0	1
	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1	0
	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	3	3
	Otras actividades de servicios	20	4
Total		159	67

Fuente. Cámara de Comercio de Sevilla (2021)

Como se muestra en la tabla 4, el sector con mayor presencia de informalidad es el terciario, destacando la actividad de comercio al por mayor y menor como principal fuente de informalidad, seguido con alojamiento y servicios de comida, en ambas actividades se puede apreciar una mayor informalidad en el Municipio de Caicedonia Valle. Como principal razón de este fenómeno, se atribuyen motivos económicos, falta de solvencia como consecuencia de la pandemia por Covid 19, que impactó de forma negativa a muchos comerciantes.

6.2 Historia y desarrollo empresarial

Establecer la historia en cuanto al origen, evolución, desarrollo, momentos de crisis y proyecciones de Sociedad Distriapicola S.A.S, Panadería y Pastelería Ukrania, Asociación Asomusaceas, Productos el Jardín, Asesorías Contables y Tributarias J.M. ubicadas en los municipios de Sevilla y Caicedonia Valle del Cauca.

6.2.1 Sociedad Distriapicola S.A.S. de Caicedonia Valle del Cauca

La empresa surgió hace 22 años como el resultado de un proyecto apícola del colegio, todo empieza cuando un grupo de amigos realizan sus estudios en el colegio Bolivariano en donde dictaban clases de apicultura, y esto hace que se interesen por este arte, tanto así, que a partir de allí crearon una asociación de seis personas para la producción y distribución de miel de abejas mediante la instalación de apiarios. Al principio, fueron diversos nombres los que se asignaron a esta asociación, finalmente, se pensó en un nombre que hiciera referencia al concepto de distribución y apiario, así, se consolidó el actual nombre, Distriapicola.

Ilustración 9. Pimeros apiarios.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Hace 15 años la organización se estableció como una empresa formal, en un comienzo paso por varias figuras jurídicas, pero después de un proceso largo de acoplamiento, aprendizaje y desarrollo se decidió desde el año 2006 ser una

compañía S.A.S, por lo que su razón social terminó siendo Sociedad Distriapicola S.A.S.

Actualmente de los seis compañeros que iniciaron el camino en la compañía como socios solo quedan dos hermanos: Juan Jaime Gutiérrez e Iván David Gutiérrez. En un principio la idea de la empresa, es incitada de cierta manera por el padre de ellos dos, pues él era agricultor y apicultor aficionado. Para iniciar con el negocio, el padre de estos dos hermanos les hizo un préstamo cincuenta mil pesos y de las primeras cosechas y ventas de miel en canecas fueron pagando este préstamo.

Ilustración 10. Socio fundador, señor Juan Jaime Gutiérrez Cárdenas.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Tiempo después, Juan Jaime conoció a su actual esposa Francia Erid Sánchez Bustamante en la ciudad de Cartago Valle, y se casaron en el año 1994, teniendo en cuenta que Francia Erid contaba con estudios en Administración de Empresas se dedica a trabajar de manera conjunta y ardua con su esposo, siendo ella la gerente y cabeza de la compañía desde hace aproximadamente 15 años, también tuvo la oportunidad de asociarse desde el año 2011, con esto se consiguió fortalecer los procesos administrativos, desde su campo de conocimiento y experiencia.

- Evolución

En un principio la compañía no solo se dedicaba a producir y comercializar miel de abejas, sino que también realizaba la construcción de todo el material que se requería para la instalación de apiarios, como lo son piqueras, cuadros, cajones, entre otros, por lo que no solo se contaba con una planta para procesar la miel, sino que también contaban con talleres donde se trabajaba la madera, el primer taller que tuvieron fue cerca de donde se encuentran ubicados hoy en día, en la calle 9 # 11:39 luego lo trasladaron una casa de uno de los socios, en el barrio fundadores, cerca de la estación de combustible el cincel, tiempo después, se trasladaron dónde están actualmente, y lograron separar en lo posible la estructura física por secciones, como planta de producción, atención al cliente, almacenamiento, entre otros.

Teniendo en cuenta que para el crecimiento de la compañía se requería realizar un mayor número de ventas, Juan Jaime decide ir hasta la planta de Nestlé ubicada en Buga a ofrecerles su producto, Miel de Abejas, y sorprendentemente pudo hablar con la persona encargada de realizar las compras y aceptaron hacer una visita a las instalaciones productivas de Distriapicola, pese a que en ese instante no tenían una buena estructura de producción y calidad, Nestlé confió en el emprendimiento, y se apuntalaron como el principal musculo financiero de la compañía, el cual representaba el 95% de las ventas para aquel tiempo.

Pero con la llegada de este cliente se emprendió un camino que no ha sido fácil de recorrer, a la compañía le surgió el concepto de calidad y desde ese momento ha estado presente en todos los niveles de la organización, y se ha convertido en el pilar fundamental de los procesos, entendiéndose como una filosofía para aplicar en cada acción de los equipos de trabajo. Además, se tuvieron que iniciar con remodelaciones para cumplir con los estándares requeridos por la industria alimentaria y que fueran lo suficientemente buenos para ofrecer un producto inocuo

que pudiera suplir las necesidades de los clientes. A partir de allí, se inicia un proceso continuo de diversificación.

- Desarrollo

Inicialmente, los productos que ofertaba Distriapicola eran extraídos del propio campo que ellos producían, como la miel, el polen, vino de miel (hidromiel), y miel angelita, y a las compañías se le suministraba productos como turrone, jabones, jabones de miel, entre otros; y se vendían materiales necesarios hacia los mismos apicultores, como las cajas, techos, cuadros, laminas, uniformes, etc. Pero con el tiempo el negocio fue madurando y se centraron únicamente en la venta de productos derivados de la colmena.

Actualmente, se vende miel como producto principal, polen, y derivados; también, un producto innovador, con base en miel, polen y jalea real, donde se desarrolló una fórmula con la composición ideal y así comercializarla, del mismo modo, se venden mieles de origen de diversas zonas del país. De esta manera, las estrategias de publicidad cada vez son más eficientes y están en constante crecimiento.

Respecto a publicidad, en el año 2012 contrataron una empresa de publicidad y marketing para que les ayudara a crear la marca, aunque tenían un concepto empresarial no contaban con una marca comercial, y fue así como nació la línea San Ambrosio, incluyéndolo en diversos productos, como miel, polen, y otros más.

De manera análoga, en el año 2019, aparece la línea Nueva Generación, la cual intenta mostrar la diferencia entre las mieles, y una nueva conciencia de la miel, la apicultura como labor, medio ambiente, entre otros. Por ello, la mayoría de las mieles de esta línea se comercializan ya cristalizadas, es decir, un estado sólido, el cual es un proceso natural del producto. A partir de allí, han optado por comunicarles a los clientes los beneficios de la miel, además, de los diversos usos, por lo que es un producto muy polifacético. Por esta razón, los clientes valoran y son leales a los atributos entregados en cada producto, por medio de la calidad.

Igualmente, esta calidad de la miel y de los productos derivados, hacen que los clientes y empresas los busquen, incluso, Invima recomendó Distriapicola a empresas como Alpina, lo que es satisfactorio para la organización, porque esto ratifica la buena labor y los excelentes procesos que se tienen en la organización, ya que tienen un sistema de calidad e inocuidad ya establecido. Lo que genera

ventajas competitivas y comparativas ayudando así ampliar el portafolio de clientes potenciales a nivel nacional.

En cuanto al cliente, Distriapicola, logra mantener al cliente por medio de sugerencias, llamadas, requerimientos de ellos, estar pendientes de la satisfacción y necesidades, todo enfocado en ofrecer un buen servicio post-venta, es decir, todo el proceso es muy integral para todo lo que se requiera.

Otro punto clave en ventas hacia el cliente, es que han podido ser proveedores de empresas grandes, por medio de ruedas de negocios, desde diversos encuentros, y construir relaciones comerciales más cercanas. Otros han sido por recomendaciones, voz a voz, redes sociales, y otras estrategias. Adicionalmente, Distriapicola tiene en su proceso de venta un 70% a la industria y el otro 30% a minoristas.

Por consiguiente, para satisfacer la cartera nacional de Distriapicola, como Jerónimo Martisn, Alpina, Nestlé, Mercadería S.A.S, Colombina, entre otros, en lo que compete a materia prima, se cuenta con apiarios propios los cuales en un principio suplían la necesidad total de la organización, pero con el incremento en las ventas mensuales se recurrió a tener proveedores de materia prima, aproximadamente se cuenta con 100 proveedores que se dedican a la apicultura como negocio en diferentes regiones del país, además de comprarle asociaciones de apicultores en todo el país, por último se ha tenido que recurrir a realizar importaciones provenientes México y Argentina en donde se encuentra un producto de con las garantías microbiológicas y fisicoquímicas que acreditan su pureza y calidad; todo esto se debe a que en Colombia la oferta de miel de abejas pura es mucho menor a la demandada, pues la fumigación con agroquímicos en los cultivos ha llevado al exterminio de un gran número de abejas. Es por esto que el mercado y el tiempo han moldeado a la organización logrando así tener un alto grado competitividad en el mercado.

Para Distriapicola, la innovación es un punto imperante de su desarrollo, ya que, dentro del portafolio de clientes, cuenta con industrias y empresas muy grandes del país, y esto permeo a la empresa para que fortaleciera los procesos contables, administrativos, productivos, de calidad, entre otros. A manera de ejemplificación, Nestlé incidió para que para continuar siendo proveedor de ellos la empresa debía implementar un esquema de inocuidad alimentaria y teniendo en cuenta la filosofía de calidad y mejora continua que la organización desarrollo decidió emprender el camino de adquirir una certificación en el esquema FSSC22000 el cual es un esquema de acreditación internacional en inocuidad alimentaria, lo que permitirá a

Distriapicola consolidarse como la primera empresa de Miel de Abejas certificada en Colombia en inocuidad alimentaria. Mencionado esto, es claro que la empresa mantiene en una mejora continua, en un constante apoyo de trabajo en equipo con la producción y demás áreas, llevando a una mayor gestión de procesos y certificaciones. En las ilustraciones que se muestran a continuación se evidencia el desarrollo en los procesos.

Ilustración 11. Recepción de materia prima



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Ilustración 12. Pruebas organolépticas de recepción



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Ilustración 13. Limpieza y desinfección



Año 2006



Año 2014

Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Ilustración 14. Filtrado y homogenización.



Año 2006



Año 2014

Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Ilustración 15. Proceso de envasado industrializado



Año 2006



Año 2017

Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Cabe mencionar que Distriapicola está certificado en Responsabilidad Social Empresarial, y se tuvo que cimentar unos valores corporativos, y por ello, la opinión y participación de los colaboradores, posibilitó de que se construyeran, por medio de preguntas que se enfocaran en visionar y plasmar los valores y pilares empresariales.

A causa de esto, existe un manual interno, también de instrucciones, lineamientos en procesos respecto a los trabajadores, y se han realizado muchas acciones administrativas para tener una figura corporativa eficiente, y que sea parte de la cultura organizacional, como la visión, misión, valores, reglamentos internos y cada colaborador pueda conocer lo que se debe hacer o no. Por lo tanto, la calidad es un pensamiento colectivo al realizar las labores, así, se capacita a los colaboradores, donde se les ha dado oportunidad de estudiar y formarse, y avanzar en sus desarrollos personales con diversas herramientas del entorno. Y no solo se logró un desarrollo en gestión humana, sino también, en la estructura física de la empresa.

Ilustración 16. Punto de atención Distriapicola.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

En infraestructura, han evolucionado mucho ya que antes tenían solamente un espacio reducido, ahora cuentan con una planta de producción ya establecida, dando un cambio extremo, ya que se remodelo y hay áreas o instalaciones nuevas. Debido al crecimiento de la planta, se desea específicamente que el área de empackado al detal, sea a partir de procesos más automatizados, ya que ahora es manual, pero esta estrategia seria para ahorrar tiempos, costos y ser más eficientes. Cabe anotar, que dentro de los cambios empresariales se encuentra los cambios tecnológicos, así la necesidad es un factor esencial para tomar decisiones, y adquirir nuevos activos (maquinaria) como un tanque, empacadora, y entre otras, que les permita abastecer completamente esas demandas y llevar eficientemente ese flujo de ventas; se aclara, que la tecnología moderna automatiza y genera nuevos procesos, sin embargo, los colaboradores comprenden esa unidad esencial de la gestión organizacional, y desde la gerencia están tratando de crearles una conciencia, en donde no se sientan desplazados por estos factores, sino que les va a facilitar la mejora y comodidad en el área de trabajo.

Ilustración 17. Modernización planta.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Por este mismo enfoque, María Alejandra quien es la Gerente Comercial y también hija de Juan Jaime y Francia, desarrollo una planeación estratégica, en todas las diversas áreas como administrativas y también productivas, logrando evidenciar donde eran más eficientes, como estaba funcionando la comercialización, los costos que se debían reducir, análisis de la imagen corporativa, posibles nuevos proveedores, y por supuesto, la estrategias que se realizaban de mercadeo o redes sociales, todo ello, para mejorar, y corregir falencias que se tienen y no se ven a simple vista.

Gracias a este diseño, se hizo una reestructuración, de la misión, visión, algunos procesos de redes, marketing, entre otros. Paralelamente, se desarrolló un análisis del flujo de tiempos y movimientos con unos consultores especializados en el área de producción, mediante un proyecto mancomunado con Jerónimo Martins llamado Ubuntu, donde se evidenciaron las pérdidas en materia prima, ya que algunos operarios no realizaban 100% en el proceso de escurrido de los recipientes contenedores de materia prima, y los gramos de residuos de cada recipiente llegan a sumar en el año una tonelada en pérdidas. A partir, de allí la organización parte de la inversión no sólo en activos tangibles sino también, en conocimiento para mejorar.

A continuación, se presentan la misión, visión y estructura de la organización Distriapicola S.A.S.

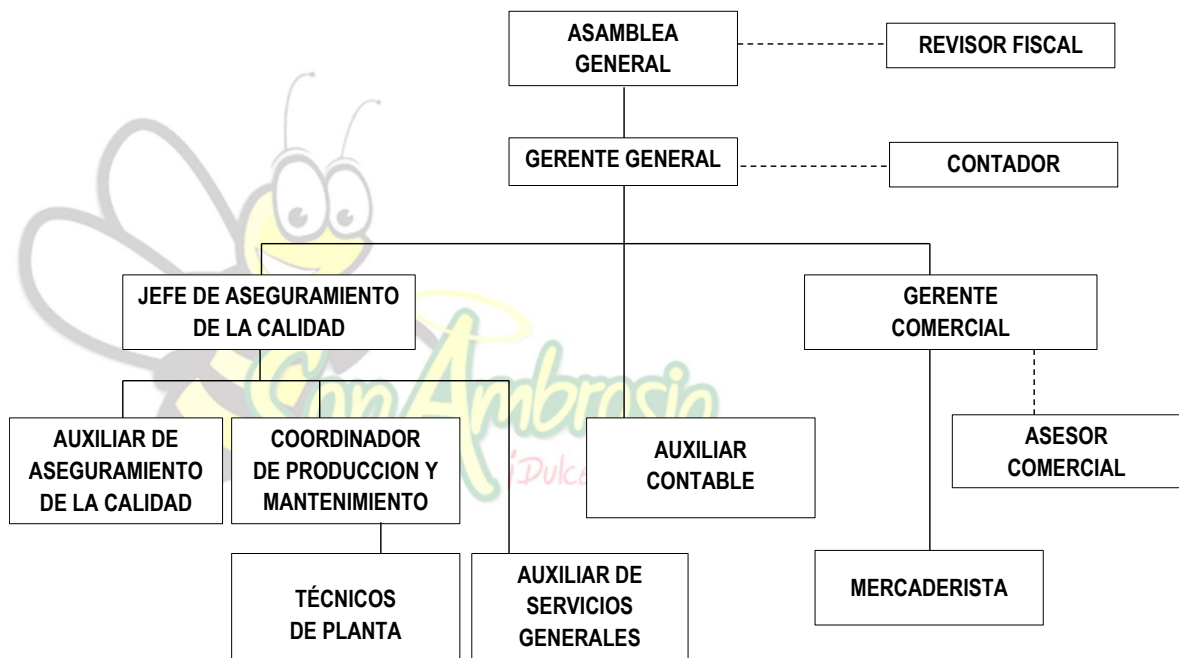
Misión

En la SOCIEDAD DISTRIAPÍCOLA S.A.S queremos Impulsar, desarrollar y garantizar el crecimiento de la compañía en el mercado colombiano. Confiando en la importancia de la excelencia en el talento humano, creando un entorno medioambiental sostenible con buenas prácticas apícolas, cumpliendo con los más altos estándares de inocuidad y ofreciendo a nuestros clientes y consumidores productos de calidad.

Visión

Ser la compañía Líder en el mercado Nacional con productos naturales, saludables y confiables. Reconocida por su compromiso con la calidad, excelencia y mejora continua e integral y su cuidado del medio ambiente, al igual que generar crecimiento económico y social logrando la satisfacción de Clientes, Consumidores, Proveedores, Colaboradores y Socios.

Ilustración 18. Organigrama Distriapicola S.A.S.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Ilustración 19. Logo Distriapicola S.A.S.



Fuente. Imagen proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

En cuanto a esta inversión, Distriapicola, tiene activos diversos créditos para poder seguir adelante, sin embargo, se sostiene sola y logra mantener ese flujo de caja. Por consiguiente, las decisiones de inversión, generan cierta incertidumbre, por ello se realizan planeaciones estratégicas, y se proyecta que se tiene que hacer, pedir, ordenar a nivel financiero, análisis de rentabilidad, requerimientos, declaraciones de renta, entre otros. Por esta razón, si la organización volviera a iniciar desde cero,

desde la gerencia se piensa que todo se haría de la misma forma pese a los errores, ya que han llegado hasta donde están, y eso es fruto de que han sabido trabajar. Pero muchas veces no solo es invertir, sino también afrontar las crisis que se presentan en el camino.

- Momentos de crisis

Respecto a estas crisis, la organización ha atravesado por algunas, la primera que vale la pena mencionar fue cuando las abejas tuvieron una muerte en masa, y la producción que tenían no alcanzaba a abastecer la cartera de clientes, y tuvieron que recurrir a unas estrategias financieras y sacar los productos demandados. El segundo, cuando les dijeron que necesitaban un registro Invima, una gestión de calidad, organizarse de la manera adecuada, y contar con una planta estructurada. Esto era algo que no tenían implementado, porque no tenían como hacerlo, por ello buscaron asesorías, apoyo financiero y lograron las soluciones integrales y eficaces.

Otra importante crisis que marco el camino de Distriapicola fue cuando el cliente que representa el mayor porcentaje de sus compras se retira, esto genera dificultades económicas y lleva a la organización a reinventar su forma de mercadeo. A causa de esto, en algunos de esos momentos han pensado en cerrar, por las crisis financieras, y muchas veces han sentido confusión e incertidumbre, pero siempre han dado soluciones inteligentes y a tiempo lo que ha permitido tener el barco siempre a flote.

Trayendo temas más cercanos como el covid-19, la afectación de este no fue mucha, puesto que han trabajado con normalidad, y sin dificultad, antes las ventas incrementaron porque el sector de alimentos se fortaleció aún más. En contraposición de ello, el paro nacional del 28 de abril del 2021, sí afectó en gran manera, ya que generó retrasos y detuvo la distribución de los productos generando así inconformidades de clientes, porque no llegaba el producto a tiempo.

- Proyecciones

Ahora bien, en la actualidad Distriapicola, tiene muchos sueños, expectativas y metas, la primera es ser la primera planta de miel de abejas certificada a nivel alimentario, ha sido una meta a mediano plazo y está casi materializado; además ser la planta más grande del país y poder llegar a muchos más clientes. Algo que le hace ilusión de la empresa es poder concientizar a las personas del papel

importante de las abejas, en el medio ambiente y el rol fundamental que juegan para la supervivencia de los seres del planeta. También, proyectar el cuidado del medio ambiente, por medio de publicidad como comercial, vallas, y diversos canales, y darse a conocer ellos mismos. Otra meta es posicionarse a nivel nacional, crecer financieramente, y exportar a diversos países del mundo.

Otro punto importante del contexto actual de la empresa, es el pago de tributos, así, algunas políticas tributarias han ayudado y fomentado fortalezas en los procesos financieros, se comprende desde la organización, en materia de impuesto, que todo parte de la visión técnica que se tenga, además, con una buena asesoría integral se puede lograr una buena gestión financiera. En sentido figurado, la DIAN debe semejarse como un socio más de la organización. Esto demuestra la responsabilidad como empresa ante entidades administrativas del estado, como también, poseen responsabilidad y especial atención a sus colaboradores.

6.2.2 Productos Jardín Sevilla S.A.S.

- Origen

Productos el Jardín es una empresa familiar, fundada por el Señor Julio Cesar Campuzano, en el año 1971 en el municipio de Sevilla Valle, él y su esposa Luz Elena Herrera iniciaron con un pequeño proyecto de vida enfocado a la producción de miel de abejas, el cual hoy por hoy se consolida como una de las compañías más importantes del municipio.

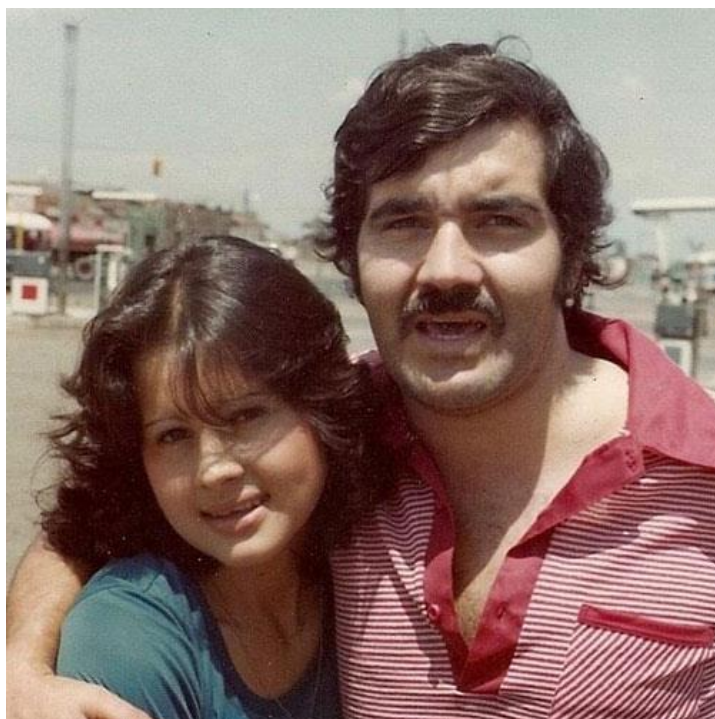
Ilustración 20. Julio cesar Campuzano con su mama y hermanos.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Todo se remonta al año 1963 donde el señor Juan Manuel Campuzano Echeverry padre de Julio Cesar, era el propietario de una finca cafetera, ubicada en el municipio de Sevilla Valle, llamada El Jardín. En ese año el Comité de Cafeteros con la intención de diversificar al gremio inició un proyecto que tenía como finalidad incentivar la apicultura y por consiguiente beneficiar los cultivos incrementando su productividad mediante la polinización brindada por las abejas, donde claro está el señor Juan Manuel Campuzano Echeverry hizo parte. Aproximadamente en el año 1967 y tras el deceso del Señor Juan Manuel Campuzano Echeverry sus hijos e hijas tomaron las riendas de la familia, uno de sus hijos llamado William Campuzano era el encargado de manejar la finca, esto le sirvió para consagrarse como un reconocido caficultor de la zona, no obstante, y a pesar que aún se encontraba estudiando ingeniería mecánica en la universidad de Las Américas en Bogotá, su hijo Julio Cesar quiso continuar con la apicultura. No fue sino hasta su graduación y después de la bonanza cafetera que la familia Campuzano tuvo los recursos suficientes para retomar la apicultura, Julio Cesar fue quien lidero este proyecto, en un principio únicamente viajaba los fines de semana a Sevilla, pues trabajaba en Cartón Colombia y después en Fruco, pero al visualizar la apicultura como proyecto de vida decidió concentrar todos sus esfuerzos en este.

Ilustración 21. Julio cesar Campuzano y luz helena herrera, Fundadores de la empresa Productos el Jardín Sevilla.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

En esa época en colombiana la apicultura se realizaba con abejas europeas, las cuales llegaron al país en el siglo XIX mediante un proyecto del Ministerio de Agricultura que involucraba las importaciones de las razas italianas, alemanas y holandesas, estas razas presentaban docilidad y fácil manejo por lo que la apicultura como empresa rentable fue tomando auge. No fue sino hasta el año 1971 que la abeja africanizada ingreso a nuestro territorio por la frontera venezolana, esto ocasionó una crisis al interior del país, pues al surgir un híbrido de las razas ya existentes y la africana el nivel de agresividad de la abeja incremento y la apicultura se convirtió en un trabajo complicado de ejecutar, es por esto que muchos apicultores desertaron de esta actividad, al ver la problemática del país y de la región, el comité de cafeteros en el año 1979 decidió iniciar un proyecto para apoyar a los apicultores en lo referente al manejo, producción de esta nueva raza, para esto el comité envió a un grupo de apicultores, entre esos al Señor Julio Cesar Campuzano y su esposa, a Brasil para así conocer y estudiar la forma y el manejo correcto de estas abejas.

- Evolución

En el año 1971 Julio Cesar contaba con aproximadamente 80 colmenas, no solo en la finca el jardín sino en diferentes veredas del municipio y dada la producción de miel que estas generaban, se hizo necesario que alguien se encargara de su comercialización en un principio esta actividad fue realizada por uno de sus sobrinos, pero luego de su matrimonio con la Señora Luz Elena Herrera (lo conoció en el año 76), fueron consolidando la empresa de las abejas, y fue ella quien se hizo cargo de la comercialización en la ciudad de Cali y las finanzas y mantenimiento económico financiero; fue así como decidieron que era prudente realizar la matricula mercantil de la compañía, para así poder llegar a clientes con un nivel mayor de formalidad, en un inicio la compañía se registró con el nombre “Miel El Jardín”. Esta decisión rindió frutos, pues para el año 1976 iniciaron las relaciones comerciales con “Almacenes la 14”

Al ver los resultados del mercadeo con diversos establecimientos comerciales, el señor Julio Cesar decide renunciar al trabajo que tenía en Fruco en el año de 1976, en el tiempo que estuvo en Fruco pudo aprender procesos de la industria alimenticia, como lo era la pasteurización, pues en ese tiempo la información no estaba al alcance de todos, lo que ayudo mucho en la parte de producción. De esta manera, junto con su esposa se dedican aún más a la producción de miel, y se dieron a la tarea de empezar a innovar, de esta manera, promovieron el sellado del producto de forma innovadora, como los sachet, por este motivo, se dedican a producir maquinaria propia, mejora en procesos, como centrifugar la miel, por lo

cual decidieron recoger puntos de recolección de abejas, y se hizo un apiario más grande.

Ilustración 22. Producción de miel de abejas, apiarios propios.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Paralelo a ello, en el año 1985 como aun la finca era una herencia familia se empezaron a presentar algunos inconvenientes, pues la bonanza cafetera duro del 68 al 72 pero después de eso llegaron tiempos difíciles para la familia, no tenían recursos monetarios pues el hermano de Julio Cesar, quien era el encargado de manejar la finca invirtió gran cantidad de las ganancias de la bonanza cafetera en bodegas para almacenamiento de café en infraestructura, renovó cafetales y no salieron las cosas como era pues en el año 1985 llego la broca y acabo con gran parte de los cafetales.

- Desarrollo

Pese a la situación anterior, el señor Julio César ya estaba con la empresa, en el año 1985 se realizó el montaje de la planta, la cual se encuentra a 1200 metros de la zona urbana de Sevilla Valle, y así inicio una producción más formal y en diversas presentaciones de cada producto. Actualmente, tienen más de 150 referencias de productos, siendo la mayoría derivados de la miel.

De esta manera, con la planta ya instalada, se comenzó con la diversificación de productos, se empezó con productos lácteos (dulce de leche), también, la señora Elena en su proceso de mercadeo se percató que en el Valle se vendía muy bien las brevas, el desamargado, el quemado, manjar blanco, entre otros, y empezó a ensayar sabores y texturas con personas conocidas antes de lanzarlos al mercado. Cabe anotar, que algunas de estas ideas de producción, se deben a que ella recordó experiencias de infancia, donde iba a una finca en Berlín ubicada en Barragán frío, en temporada de diciembre donde los regalos eran los desamargados y las brevas. Además, con estas experiencias tradicionales, también, empezaron a evidenciar que en diciembre era un mes en donde se movían mucho más los productos, pues es una tradición del Valle del Cauca regalar esta clase de cosas.

Ilustración 23. Planta de producción de la empresa Productos el Jardín.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

En este mismo enfoque de diversificación con productos lácteos, uno de los inconvenientes fue que la producción de miel se tornó complicada, por la africanización de las abejas, pues la personas que les prestaban los lugares para poner las abejas se volvieron reacias, entonces, si querían tener abejas debían de comprar los terrenos, por lo que se tornó insostenible. En ese entonces quedaron con solo 3 apiarios en la finca el jardín. Igualmente, la producción de miel disminuyó,

por lo que se debió buscar alternativas en productos y empezar a realizar estudios de mercado para determinar qué era lo esperado por los clientes.

A causa de esto, se empezaron a enfocar en la producción de dulces típicos, de hecho, el mayor rubro de la empresa son los productos a base de lácteos y azúcar (lácteos procesados). Puesto que el señor Julio Cesar Campuzano, en ese momento compro 30 unas vacas lecheras, (a cada una le tenía un nombre y todas respondían a su llamado), se empezó a cuestionar que se podía hacer con la leche que producían estas vacas, y así, se inició la gestión de procesos basada en lácteos.

Del mismo modo, al laborar con ganado, recibió la visita de un alemán el cual le propuso poner un biodigestor con el estiércol del ganado ponerlo a funcionar y que este le diera gas para poder cocinar, y funciono por un tiempo, pero no fue tan efectivo pues el estiércol del ganado no tiene la misma potencia que el del cerdo. Conviene destacar, es que el señor Julio Cesar, ha sido un hombre visionario, por lo cual, pretende dar valor agregado a sus productos mediante la tecnificación de la finca y el aprovechamiento de todos los recursos a su disposición, lo cual, fueron estrategias muy avanzadas a la época.

Más tarde, hubo un momento en el año de 1999, donde se empezó a revisar que el proceso era muy costoso, porque la mano de obra empezó a subir, y para sostener este sistema se necesitaba mucha mano de obra para producir la leche. Por esta razón, se vendieron las vacas y se pasó a comprar leche en la región, en aquel momento, se contaba con 30 vacas en ordeño en estado joven, en un terreno de 12 cuadradas.

En ese mismo momento, el señor Julio, logra titularse como ingeniero mecánico, siendo un destacado estudiante, se dedicaba a gerencia y, sobre todo, ensamblar y construyó las diversas máquinas de la producción. También, implementaba la calefacción, centrifugadora, entre otros. Dentro de la filosofía de don Julio Cesar afirmaba “tenemos que transformar lo que tenemos para darle un valor agregado”, por ello era una persona creativa e ingeniosa al ensamblar sus máquinas. Sin embargo, al comparar este modelo con la actualidad, es más fácil implementar la tecnología, que hacerla, por lo cual el modelo del señor Julio ya no están vigente. Ciertamente, procesos como el empaque, rotulado, fecha de vencimiento, se requiere de unos procesos más formalizados, y por ello se debe generar la aplicación de tecnología existente que construirla.

Otro factor clave de la forma de pensar de Don julio, es que incitaba a las personas de su alrededor a ser independientes y lograr metas empresariales, y en ese contexto a emprender desde el negocio familiar, la forma de trabajar se transforma

en una filosofía práctica familiar, por ello, la unión familiar y la pasión ha sido un pilar fundamental incluso para para un relevo organizacional. A esto se suma, la constancia, perseverancia en el mercado y el equipo de trabajo siendo la visión que empuja la empresa.

En efecto, la organización ha desarrollado diversas estrategias para la supervivencia del mercado, considerando que el mercado fluctúa y aparecen nuevas necesidades de demanda, se debe responder con productos actualizados y sofisticados, por medio de un capital humano y maquinaria eficiente.

Por consiguiente, la empresa quiere retomar el trabajo de las abejas, y explotar un mercado mucho más grande, ya que la demanda es mayor a la oferta en muchos sectores, de hecho, en la finca tienen un apiario principal, así también, como en zonas aledañas, como Morro Azul, Totoro, y San Antonio, por medio de un buen manejo se puede lograr un mayor control de producción, de este mismo modo, se integran con otros apicultores, aunque también, se encargan de comercializar y distribuir, como lo es proveer de diversos materiales a otros apicultores en un taller de fabricación que tienen, como lo son las piqueras, tapas, cajones, marcos, ceras, etc. Sin embargo, dentro de los obstáculos de que se han presentado son las diversas fumigaciones, ya que afectan el entorno de las abejas. Y sobre todo, la normatividad es muy rígidas para las empresas, por los altos requerimientos. También, por la competencia, mercados informales y falta de capital.

Ilustración 24. Logo de la empresa Productos el Jardín



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Respecto a este enfoque del desarrollo de organización, en la distribución de planta y trabajo han logrado avanzar en cambios significativos, algunos productos como los quesillos, postres, tortas y otros, se hacen en el municipio de Sevilla, en una cocina especializada en ello. También, tienen una línea de productos, especializado

en confitar las frutas y hay un operario encargado de ello; otro producto es el manjar blanco y leche condensada, que tiene otro encargado.

De esta manera, la producción se divide en cuatro sectores, fruta confitada, lácteos, productos que se derivan de los dos anteriores, y por último las panelitas, donde se empacan de diversas maneras. Allí juega un papel importante la variedad, por ello la diversificación es un factor indispensable, pero requiere una buena planificación de lo que se realizará, por ejemplo, no pueden manejar alto número de productos en inventario, más bien, se comunica con los clientes de Cali para asegurar los números de productos a producir, siendo la experiencia y el modo de laborar un principio básico en la operatividad. Lo anterior hace referencia al recurso humano como eje central de la organización.

Ilustración 25. Diversificación en la producción.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

En este contexto, la empresa hoy día, cuenta con 21 personas colaborando formalmente en planta, por prestación de servicios se tiene de 3 a 4 personas, haciendo labores y trabajos de detalle, y también, trabajos por destajo. Cabe anotar, que en algunos momentos de temporada alta se han visto involucrados en planta hasta 65 personas. También, desde Cali se maneja un mercadeo, como una unidad de negocio independiente. Por lo tanto, la empresa ha organizado los procesos por medio de manuales, estableciendo su misión, visión y estructura, estandarizándolos, y corriendo la información y conocimientos a través de cada colaborador, así se logra una mejora continua. A manera de ejemplo, el manjar blanco, permite crear nuevos productos y líneas de producción, pero como muchos otros tipos de productos, se estandarizan los procesos y la maquinaria, por medio de fórmulas y manuales, para poder realizarlos.

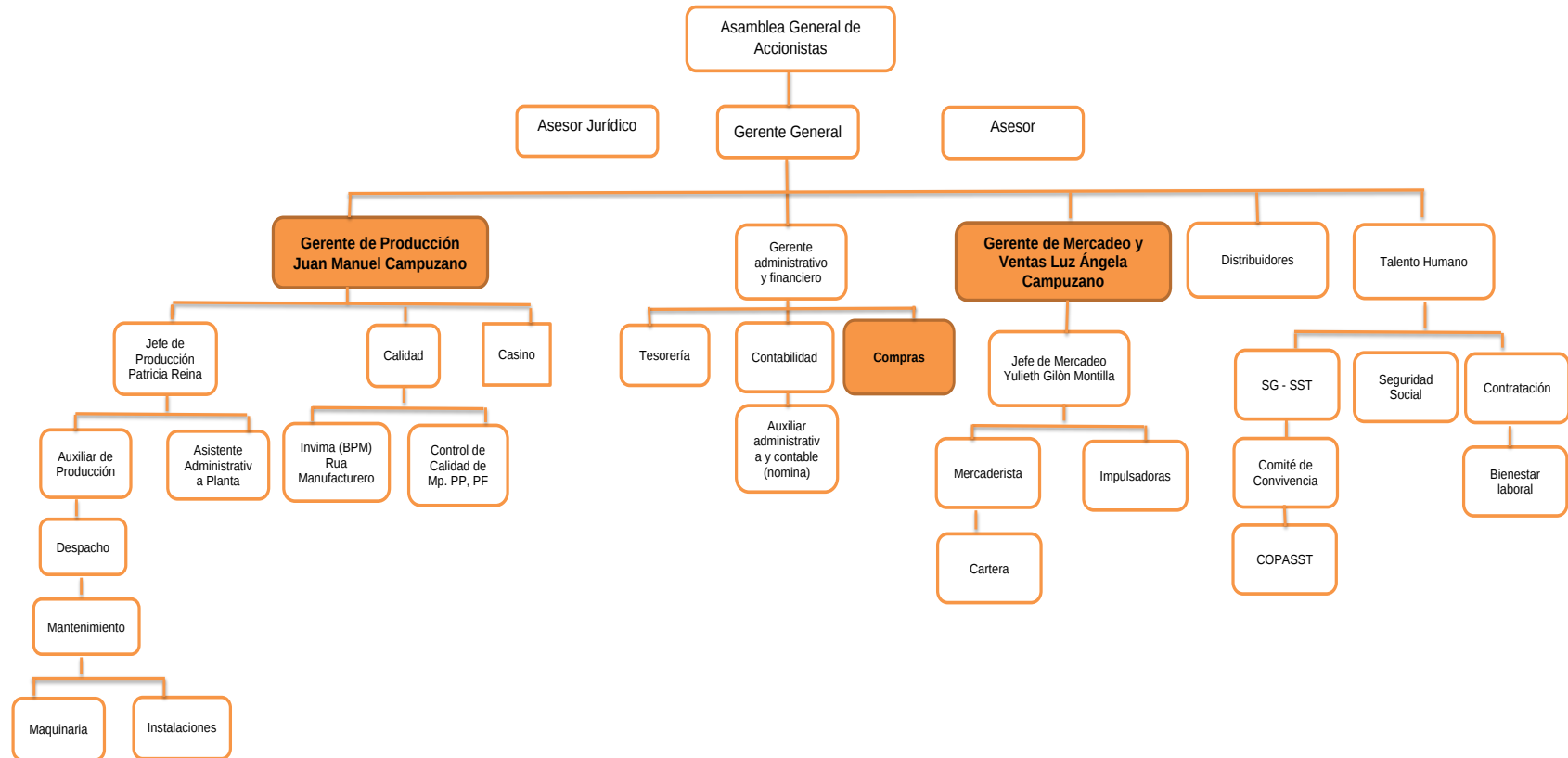
Ilustración 26. Colaboradores de la planta de producción.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

A continuación, se presenta la misión, visión y organigrama general de Productos el Jardín Sevilla S.A.S.

Ilustración 27. Organigrama Productos Jardín Sevilla S.A.S



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Misión

Organización destacada por hacer productos tradicionales y saludables de la más alta calidad en el mercado. Trabajamos con derivados naturales de apiarios propios, cultivos sostenibles y productos lácteos para la elaboración de postres e insumos para otras empresas. Somos proveedores mayoristas de líneas institucionales de productos e insumos para la fabricación de alimentos. Estamos comprometidos con el buen servicio a nuestros clientes, constante innovación, el medio ambiente y responsabilidad social.

Visión

Para el 2030 queremos seguir siendo una empresa reconocida por su alta calidad y variedad en nuestros productos. Ampliar nuestra presencia en el mercado nacional e incursionar en el internacional. Mantener y aumentar la mano de obra local generando un impacto sostenible para la región del Valle del cauca. Seguir siendo una empresa líder en el mercado reconocida por su competitividad e innovación.

De manera análoga, en la misma área de recursos humanos, se realizaron diversos cambios, y ya se ha implementado un 80% de los requerimientos legales, como la contratación de la asesoría con un profesional de salud en trabajo, y otro tipo de profesionales. Por medio de los cuales se facilitó diversas herramientas como formato de entrevista de la empresa, formatos de sistemas de seguridad y salud en el trabajo, objetivos empresariales estructurados, mejoras en la señalización para evitar riesgos, entre otros.

En cuanto a certificaciones por este tema, la empresa implementa buenas prácticas de manufactura, pero implementar un ISO requiere muchas mejoras y de una alta inyección de capital, por ello, aún están en el proceso. Para la empresa, la comunicación es importante en todos los niveles, por esta razón, cada mes se sientan mensualmente con la contadora, y así auditar todos los procesos financieros y direccionar los recursos y metas empresariales, con asesoría de los demás profesionales acompañantes.

Dentro de los principios y valores del recurso humano en la organización, se tiene muy en cuenta el papel de la mujer en los procesos. A saber, el papel de la esposa de don Julio, como mujer ha sido intachable, ella es una visionaria, y fue así que empezó en Cali a vender la miel, siendo la parte esencial de mercadeo, donde aprendió a negociar, y comunicarse con las personas. Se destaca, porque tiene una idea y la ejecuta, así, esto fue un apoyo de producción y es buen canal para llegar al cliente. También, se ha reconocido por la organización para llevar el dinero.

Igualmente, ella no tenía conocimientos en diseños y temas de publicidad, pero se enfocó en buscar diseñadores, y ella contacto para que le plasmaran la idea de etiqueta, siendo algo presentable, novedoso y de buena calidad, lo cual evidencia la pro actividad en el hacer. La esposa de don Julio ha transmitido, disciplina y dedicación, independientemente de diversas situaciones, es perseverante y emprendedora, donde a los problemas siempre les analiza una salida. De esta manera, la empresa considera que el papel de la mujer empresaria, es importante y existe una admiración por ello, como todas las colaboradoras internas de este éxito empresarial.

- Momentos de crisis

Por otro lado, toda organización ha cruzado ciertas dificultades y Productos el Jardín no ha sido la excepción. Una de las primeras crisis, fue cuando la DIAN empezó a exigirles mucho más, y tuvieron que acomodarse mejor contablemente, esto sucedió a raíz de una contabilidad errada, ya que los multaron por una facturación mal realizada, y pese a que no sabían manejar la contabilidad, se basaron con cursos guías y ayudas profesionales, y se logró llegar a una solución. Por esta causa, la contabilidad fue un reto, para también, pudieron aprender e introducirse mejor en el tema.

La segunda crisis, fue cuando almacenes la 14, hace cuatro años, pasó por algunos problemas financieros y tuvieron que suspender ventas que eran aproximadamente el 50% del ingreso empresarial.

La tercera crisis, fue en un éxito de San Fernando de la ciudad de Cali, allí tenían un local de una buena extensión y estaban ubicados en la entrada con los productos como el manjar blanco y otros, sin embargo, el local lo trasladaron a otro más pequeño, pero el valor de arriendo era el mismo, y las ventas disminuyeron en porcentajes notables ya que después de un tiempo la competencia fue creciendo dentro de la misma estructura comercial , por lo tanto, no se logró seguir sosteniendo el local.

En paralelo en tema de crisis, es evidente la situación de la pandemia, sin embargo, el Covid no los afectó tanto como lo de Almacenes la 14, ya que cuando empezó la pandemia, la gente incremento el consumo, y por supuesto las ventas subieron, hasta agosto del 2020 que mermaron las ventas porque ya había pasado un poco el estruendo social; antes esta situación, les sirvió de ayuda, ya que se reinventaron como medios de publicidad (redes sociales), nuevos mecanismos de

comercialización digital y formas innovadoras de distribución. Por esto son los momentos difíciles los que permiten tener más experiencia, pero sobre todo les ha ayudado a visionar hacia donde direccionar sus objetivos organizacionales, y pensar en el futuro.

- Proyecciones

Por lo tanto, a corto plazo se proyectan teniendo franquicias, siendo muy organizados el tema del diseño del local y productos, que sea congruente con lo que se va a vender y trabajar, incluso, desean poner un plan piloto de franquicia para Palmira para este proyecto, también, desean fortalecer las ventas para llegar al cliente final sin intermediarios, y llegar a un distribuidor en Bogotá.

Además, a largo plazo, desean incrementar ventas por medio de esas franquicias, y estar en varias ciudades de Colombia, y sobre todo explotar ese mercado en Bogotá. Pese a que están centrados, en Cali y Valle del Cauca, con distribuidores en Popayán y Pasto, ellos quisieran expandirse y buscar un distribuidor autorizado en Bogotá, para tener una atención de manera directa y personal, por este motivo, se deben consolidar estrategias para llegar a un mercado más grande, y poder hacerlo con un distribuidor, la idea está en proceso.

Actualmente, están gestionando una línea saludable, partiendo de lo típico, pero siendo algo beneficioso a la salud, la idea es crecer y adaptarse en las tendencias. Asimismo, la empresa es innovadora el surgimiento de sus nuevos empaques, pero sobre todo las nuevas tendencias de alimentación como bajo en dulce y saludable, y así desean incursionar tratando de innovar hacia un mercado saludable, o conocidos también, como los mercados verdes (salud y alimentación). De esta manera, es ofrecer todo lo típico agregando y fortaleciendo esas propuestas de valor, con diferentes canales y franquicias, y ajustarlo respecto al consumo de cada zona.

Ilustración 28. Locales de comercialización de la empresa Productos el Jardín, ubicados en Sevilla Valle del Cauca



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Dentro de este proceso visionario, en el largo de plazo, este proyecto saludable tiene un buen apunte porque se desea tener una mejor adaptación al entorno, como lo son productos con valor agregado, vitaminas, bajo en azúcares, etc., es decir que sean más naturales y así ajustarse tendencias a las tendencias saludables.

De esta forma, Luz Alejandra (hija de don Julio), se visiona a largo plazo, liderando los procesos de los productos naturales, como incluir la macadamia, en un empaque atractivo, y granizada con miel de abeja, también, en trocitos para avena, batidos, y vender esta idea, porque la gente se quiere cuidar. Y así la empresa ayude a personas a adelgazar y cuidarse. Por ende, la innovación es parte inherente de la empresa, es decir, crear nuevas líneas de productos, para que salgan al mercado, y tener nuevas formas de hacerlo y presentarlo.

Del mismo modo, el mercado internacional, lo observan como una gran oportunidad ya que residen personas de Colombia en el extranjero, y estos productos se podrían vender por allí. Sin embargo, es algo viable, pero es costoso, por causa de esto, aun se tiene meta lejana.

Dado, que el negocio es familiar, y ellos mismos la dirigen, en el momento no han pensado en tener otras personas diferentes en la dirección, ya que reemplazar las actividades que hacen alguno de sus miembros, es muy complejo, por la experiencia y perfil, pero son conscientes de que será necesario en algún momento este relevo.

Siguiendo el enfoque de proyecciones, la organización, desearía tener puntos de ventas y fábrica Cali, ya que muchas personas quisieran tener una cercanía y poder

contactarlos directamente a ellos. Por el momento, están pensando en ampliar la fábrica actual, que sea más automatizada con maquinaria moderna y más eficiente. Sin embargo, la empresa ha visto los procesos en muchos años más, con la fábrica nueva e innovadora, siendo más eficientes; los empleados tengan más beneficios, y más apasionados por la empresa; puntos de ventas estratégicos en las ciudades turísticas fuertes con sus puntos de ventas propios, los cuales hagan una relación de imágenes de Colombia, y transmitir un sentimiento de orgullo de ser colombiano. Incluyendo otros productos típicos, el coco de buenaventura, gelatina blanca y negra, macadamia en turrone, entre otros.

También, en las proyecciones de marketing, les gustaría tener un jefe de ventas, y fortalecer los canales digitales y así llegar a los clientes con el producto final. Así se podría ampliar otros canales, como puntos de venta directos, franquicia, distribuidor y virtual a nivel nacional.

Respecto a esta ampliación en ventas, hoy día, tienen como tal acuerdo comercial con supermercados en Cali, Cartago y otras ciudades, pero se quisieran dar a conocer en cada departamento, y aprender del proceso. Para llevar a cabo estos proyectos, han reconocido que los factores claves de éxito, son lo típico, innovación, servicio, calidad, acceso, y las diferencia de las demás. Y aún más la calidad, la cual quieren mejorar en fórmulas, presentaciones biodegradables, enfocarlas a lo ambiental y las nuevas tendencias. Por lo tanto, estos productos saludables, son llamativa, y buenos para las personas en salud, lo cual es una cartera a futuro para el desarrollo de la organización.

Tratando temas de la actualidad, el señor Julio Cesar lideró la empresa en compañía de su esposa por aproximadamente 40 años, pero dada su avanzada edad tomo la decisión de retirarse formalmente de la compañía, aunque nunca perdió el contacto con esta, por el contrario, siempre estuvo al tanto de su situación, hasta hace aproximadamente unos dos años, pues lamentablemente el señor Julio Cesar Campuzano falleció; pero su legado ha continuado desde entonces, ahora es doña Luz Elena quien lidera la compañía, quien a pesar de los años, aún conserva la visión con la que un día iniciaron este bonito proyecto, y sus hijos se han involucrado cada vez más, Juan Manuel se encarga de las actividades de producción y Luz Ángela se enfoca en el área de mercadeo y posicionamiento de la marca.

Ilustración 29. Señor Julio Cesar Campuzano, fundador de la empresa.



Fuente. Información suministrada por Productos Jardín Sevilla S.A.S. (2021)

Con el objetivo de seguir este sueño, desean seguir conectados en el foco, aprender a trabajar en familia con más unidad, y tener colaboradores, los cuales quieran trabajar en equipo y constancia. Por esto la organización es el resultado de la filosofía y conocimientos transmitidos hacia cada colaborador. De hecho, cuando el joven Juan Manuel, llegó a la empresa identificó que su padre había capacitado a los colaboradores, y los formó, en cuanto a innovación y desarrollo en maquinaria.

6.2.3 Panadería y Pastelería Ukrania

- Origen

La historia de la Panadería Ukrania, comienza en el municipio de Caicedonia – Valle del Cauca en el año de 1983, siendo fundada por tres primos que en ese entonces aun eran estudiantes de colegio, llamados Javier Aguilar, Jairo Contreras y Rodrigo Aguilar.

Debido a la falta de experiencia en la creación de empresa y la falta de una asesoría asertiva de los tres fundadores, no desarrollaron de una manera idónea su emprendimiento, es por esto que decidieron vender el negocio al Señor Euclides Sierra, quien era el esposo de Ana María Contreras, tía de uno de los jóvenes. En aquella época, el señor Euclides inició este negocio siendo empírico algo difícil para

él pues se dedicaba a la zapatería, sin embargo, al tener la oportunidad de adquirir este negocio despertó a él una visión de desarrollo empresarial la cual le permitió dar un cambio en el modelo de negocio que desempeñaba hasta el momento.

Una vez Euclides adquiere la Panadería decide trasladarla a la Carrera 16 # 9:61, a sólo unos pasos de donde actualmente se encuentra ubicada. Asimismo, cuando se trasladaron a este lugar, se dieron cuenta que no era una instalación adecuada para una panadería, debido a que el local estaba dividido en dos, en uno se encontraba ubicado un reconocido almacén de zapatos del municipio de Caicedonia, y en el otro, se ubicó la Panadería estos locales se encontraban contruidos en bahareque, siendo este un sistema de construcción tradicional y cultural, a base de esterillas de guadua, para lo cual el Señor Euclides a pesar de su corta experiencia, considero realizar renovaciones de infraestructura con la finalidad de contar con un espacio adecuado para la producción de sus productos, lo que fue un factor clave para consolidar su negocio.

- Evolución

Tras el deceso del Señor Fabio Giraldo, propietario del almacén de zapatos colindante, el señor Euclides, tuvo la oportunidad de tomar en alquiler aquel local y así ampliar la panadería.

Es de importancia resaltara que la visión de negocio del Señor Euclides a pesar de su corta experiencia no solo como emprendedor sino como administrador, le ayudo a tomar decisiones claves, que no solo le permitieron ampliar su negocio temporalmente hacia el local colindante, sino que le ayudo a tomar la decisión de adquirir el solar que se encontraba en la esquina. La compra de este terreno al largo plazo le otorgo un lugar propio y definitivo a la pandemia, pues es allí donde se encuentra ubicada en la actualidad.

Otra de las características importantes de la panadería que la diferencia de otras es que cuenta con un administrador desde hace 33 años, el señor Hernán Betancur quien se desempeña como administrador de la panadería, ingresó cuando el local comercial llevaba al menos 3 meses de fundación y ha estado en ella desde entonces, él ha sabido sobrellevar los altos y los bajos del negocio, convirtiéndose en un pilar fundamental para el desarrollo y éxito de la panadería a través de los años.

Pero es importante denotar que muchos emprendimientos comienzan a funcionar sin establecer una misión, visión, objetivos y estrategias corporativas que le permitan operar con un norte, esto sumado a que la mayoría de nuevos emprendedores olvidan o desconocen el impacto positivo que brinda a su negocio la definición de una cultura empresarial; Esto sumado a que el señor Euclides no contaba con la experiencia ni la asesoría en desarrollo de negocios, termino por darle un manejo inadecuado a la compañía por lo que después de 18 años de operarla como único dueño tuvo que realizar una inyección de capital a su negocio, lo que lo llevo a iniciar una sociedad con el señor Jorge Ríos, en donde a cada uno le correspondía el 50% del negocio. Con la inyección de dinero y el aporte intelectual de un nuevo socio se logró iniciar una reestructuración del negocio la cual conllevó a la reingeniería en el área de producción, con lo que se logró disminuir los tiempos de producción y mejorar el ambiente laboral de los operarios.

Posteriormente, surgieron algunos inconvenientes con el propietario del local donde se encontraba la panadería, pues el decidió incrementar excesivamente el precio del alquiler, esta situación llevo a los socios a tomar una decisión que terminaría por ser unos de los factores claves en el desarrollo de organización, en efecto llevó a la construcción de un local comercial para su negocio, esto fue posible gracias al señor Euclides, ya que años atrás había adquirido el lote que colindaba por aquel momento con la panadería, pese a que la propiedad no era directamente del negocio, allí se facilitaba realizar la construcción ya que pertenecía a uno de los socios.

Dado el establecimiento de la Panadería Ucrania en su nueva sede, se tuvieron espacios amplios y agradables al público, y poco a poco se convirtió en un lugar de encuentro para los habitantes del municipio, a esto, se suma la modernización de los equipos, posicionándose los productos por medio de la marca, ocasionando una mayor competitividad en el mercado. Esto ayudo a los socios a comprender que unos de los factores claves para el éxito de su negocio es entender las necesidades y expectativas de los clientes, para así lograr la satisfacción del mismo.

Después de algún tiempo, el señor Euclides sufrió algunos inconvenientes económicos llevándolo a necesitar un ingreso significativo de dinero, es por esto que el decide poner en venta la propiedad donde se encontraba ubicada la panadería, y como era de esperarse el Señor Jorge decide comprarla.

Pasado unos días, el Señor Euclides continua con problemas económicos, y como última instancia, decide vender el 50% que le correspondía del negocio, y por supuesto, a la primera persona que le ofrece su porcentaje es a su socio, por ello el

Señor Jorge, hace todo lo posible por reunir el dinero suficiente para comprar dicho porcentaje, de esta manera, solicitó ayuda financiera a los bancos, también, decide vender algunas de sus propiedades entre ellas el porcentaje que le correspondía en el negocio familiar, la cual consistía en una tipografía reconocida en el municipio llamada “La Atalaya”.

Por consiguiente, obtuvo el monto suficiente de dinero, y en el año 2005 terminó por adquirir la totalidad de la Panadería Ukrania. Luego de este acuerdo, el Señor Euclides y su esposa decidieron abandonar el país, en busca de nuevas oportunidades, actualmente, residen en España.

Dentro del desarrollo de la entrevista, al escuchar atentamente la historia de la panadería, se puede percibir el orgullo que el Señor Jorge Ríos siente al ver la evolución que ha tenido su negocio a lo largo de los años, un ejemplo claro, es saber que cuando se construyó la sede, quizás no contaban con los recursos suficientes para construir el área de procesamiento de alimentos bajo los parámetros establecidos, y por esta razón, fue construida gran parte en madera, sin embargo, esta clase de material no estaba permitido para este tipo de establecimiento, debido a la porosidad y el nivel de contaminación que puede tener, a causa de esto, aprovecharon una grandiosa oportunidad y se decidió renovar completamente el lugar, además, se realizó la instalación de equipos en acero inoxidable, pues es el material de preferencia en la industria de alimentos, por lo tanto, se tuvieron que implementar protocolos de limpieza y desinfección los cuales garantizan la inocuidad de los alimentos ofrecidos al público.

Cambios como los anteriormente mencionados se han venido desarrollado a través de los años, y para esto se ha contado con la asesoría contante de UES VALLE (Unidad de Saneamiento del Valle del Cauca), quien es la entidad encargada de regular y supervisar este tipo de establecimientos comerciales; para el señor Ríos las recomendaciones impartidas por esta entidad han sido un derrotero que se debe cumplir, y afirma que han sido un pilar para su desarrollo como empresa, un ejemplo de esto, es que al escuchar su relato el menciona lo siguiente *“Nosotros teníamos un área en Eternit, pero la UES solicitó cielos rasos y a pesar que no teníamos plata en ese momento, hicimos el esfuerzo de construirlo”* dado lo anterior se puede confirmar que unos de los factores claves que utiliza el señor Jorge Ríos para el desarrollo de su negocio es el mejoramiento continuo, lo cual le permite ir evolucionando e innovando a la par de las necesidades de su mercado.

- Desarrollo

De manera análoga, se ha tenido un eficaz desarrollo en el manejo y estructura organizacional, un notorio ejemplo es el caso de los colaboradores, en un principio solo contaban con pocos empleados, y hoy día cuentan con 14 personas, las cuales se distribuyen 7 en el área de producción y 7 en el área de ventas, debido a esto, se cuenta con 2 turnos donde laboran 6 personas más el administrador, en cada jornada.

Actualmente, el señor Jorge ríos expresa que en el momento no tiene intenciones de expandir su negocio con sucursales, ni en el municipio ni en ningún otro lugar, ya que esta decisión se debe a la negativa experiencia que tuvo su anterior socio, es decir, el señor Euclides, además que para el en la actualidad es difícil desarrollar el tipo de negocio, pues para garantizar los mismos productos en todas las sedes se requiere de estandarizaciones precisas de proceso productivo y contar con una planta donde se desarrollen los productos y se puedan distribuir en todas las sucursales, una idea que no descarta del todo pero que en la actualizada y en el corto plazo sería muy difícil de materializar

De forma semejante, para la panadería Ucrania, el cliente tiene un rol fundamental dentro de la empresa, a partir de este mercado, se deciden realizar renovaciones en el establecimiento y en los productos, de acuerdo a las necesidades, expectativas y gustos de los mismos, destacándose por mantener la calidad de la parva, dulcería y demás productos ofrecidos. En ese contexto, es claro que muchas veces el precio de la materia prima pueda tender a subir, y la solución estratégica allí, es cambiar o disminuir el tamaño, más no cambiar el tipo de materia prima.

En ese mismo sentido, hay unos factores claves que inciden para que la clientela actual de la organización, tenga su preferencia, el primero, es por la buena atención, donde se brinda la mayor empatía y carisma por parte de los empleados; cabe anotar, que ellos, reciben en algunos momentos, capacitaciones en atención al cliente y otro tipo de actividades. Un segundo punto a favor, es que estos productos artesanales cuentan desde su preparación con un alto estándar de calidad, y un tercer punto, es la estabilidad de los precios, pese a que la competencia muchas veces hace cambios, pero sacrificando de manera profunda la calidad de los mismos.

Por lo tanto, lo que caracteriza a la Ucrania, es que es un referente sólido dentro de la región, relacionándose con la calidad, la confianza depositada y tradición, dentro de la comunidad Caicedonita, por ello, la intención es consolidar la empresa como marca, por medio de un fuerte y estratégico plan publicitario.

Respecto, a la obtención de la materia prima, es muy complicado, en el contexto de las fluctuaciones de precios, ya que a veces puede ser económico, y en otras situaciones puede tener una tendencia a subir incluso hasta el doble del precio promedio. Dado, que estos productos proceden de materia prima fresca, la empresa no se puede abastecer en gran proporción, porque tendrían el riesgo a que se pueda dañar.

Relacionando la empresa en tiempos de pandemia, aseguran que nunca se han visto afectados por desabastecimiento en materia prima. Sin embargo, en los días más críticos de la pandemia en que no se podía abrir el local, la utilidad disminuyó, y se dejó de percibir cierto porcentaje de ganancias.

Pese a esta situación, hubo algo positivo, y fue el hecho de que se llegó a un acuerdo con los empleados, el cual consistía en que trabajaran medio tiempo, bajándoles una parte del sueldo, para así evitarse molestias de despido. De esta manera, se amortiguaban las utilidades que se dejaron de percibir los domingos y demás días en que se cerraba. Por otro lado, algo positivo fue que por los días que se dejaron de abrir, los servicios públicos (energía & agua) del local disminuyeron en un 40%, trayendo consigo una reducción de costos.

- Momentos de crisis

En términos generales, la panadería no se ha visto afectada por ningún tipo de problemática nacional o local. En contraste a ello, cabe destacar, de la estrecha relación que se maneja con los tiempos de cosecha de café, ya que cuando las personas del campo sacan sus producciones beneficia a la empresa, porque hay un aumento de venta de los productos panaderos.

- Proyecciones

Dentro de las proyecciones de la organización, está el de estandarizar los productos, registrando legalmente las fórmulas, sin perder el toque artesanal, evolucionando en la calidad de los productos, por medio procesos técnicos e higiénicos en la producción. También, se desea manejar facturación electrónica, y sistematizar todos los procesos de la organización. Conjuntamente a esto, don Jorge tiene la intención de desarrollar un plan organizacional, en donde se establezca la misión, visión, políticas, manuales, entre otros.

Finalmente, la organización quiere impulsar ideas creativas y acciones estratégicas que conlleven al éxito, estabilidad y reconocimiento dentro del municipio de Caicedonia, liderando procesos en diversos ámbitos, como gestión del personal, estandarización en procesos, y por supuesto, resaltando la fabricación y comercialización de productos de panadería con los más altos parámetros de calidad.

6.2.4 Asomusaceas, Caicedonia Valle

- Origen

La historia de la Asociación Musáceas Del Valle del Cauca, también conocida como Asomusaceas, surge de la necesidad de tener una comercialización segura para los productores de plátano y banano del Municipio de Caicedonia, pues el municipio de Caicedonia se caracteriza por ser un gran productor agrícola, la economía del municipio se concentra principalmente en la producción de plátano, banano, naranja, limón y mandarina.

Ilustración 30. Nombre y logo de la Asociación Asomusaceas



Fuente: Fotos suministradas por la Asociación Asomusaceas del Valle (2021)

Anteriormente los agricultores de plátano y banano del municipio comercializaban sus productos a través de bodegas de frutas, por lo que no recibían una remuneración justa por su producto y además se encontraban sujetos a la disposición de compra del intermediario; fue así como en un periodo de cosecha que generalmente ocurre en los meses de Julio y Agosto hubo una sobreoferta de los productos y los intermediarios decidieron no comprarlos, lo que generó pérdidas significativas en la producción de ese año, lo cual afectó económicamente a una gran cantidad de familias caicedonitas que subsistían netamente de este sector; es por eso que Asomusaceas nace con la firme intención de agrupar los pequeños, medianos y grandes productores de plátano y banano del municipio de Caicedonia Valle, para así realizar una comercialización segura y sin intermediarios, que les permita asegurar su desarrollo económico y el del municipio.

La Cooperativa Asomusaceas se fundó en Caicedonia Valle en el 26 de abril del 2007 por 16 agricultores y productores de plátano y banano del municipio, fueron ellos quienes mediante un acta de creación suscribieron los estatutos de la empresa ante la Cámara de Comercio, pero en este momento fue creada únicamente en los documentos, y esto se debió a que la persona que en un principio lideraba la iniciativa se ausentó del país, y la organización quedó sin un líder que consolidara la empresa y no fue sino hasta el 01 de septiembre del 2015 donde la organización tuvo vida institucional, fue en este mismo momento donde llegó el señor Alfonso Quiroga a la cooperativa, en un principio como socio productor y después como Gerente general; la apertura oficial de la organización se dio gracias a una convocatoria del Ministerio de Agricultura que se llamó “Oportunidades Rurales”, este proyecto tenía como iniciativa ayudar a las pequeñas y medianas empresas con la compra de equipos, mobiliarios y utensilios que ayudaran a su desarrollo y ejecución mediante la entrega de cuarenta millones de pesos, las empresas ganadoras de este premio debían tener al menos el 10% del monto entregado por el ministerio, lo cual debía ser validado mediante un certificado bancario; la Cooperativa Asomusaceas fue escogida a nivel nacional como una de las empresas ganadoras, pero no contaban con el capital solicitado para obtener el recurso, es por esto que decidieron pedir a conocidos, amigos y familiares los cuatro millones de pesos que se necesitaban en forma de préstamo, pues la idea era consignar este dinero en el banco y solicitar la tan añorada certificación bancaria, luego de obtenerla se retornó todo este dinero; es así como la Cooperativa puede iniciar sus actividades laborales mediante la apertura de sus instalaciones en la Carrera 16 # 1-15 en el municipio de Caicedonia Valle, y es allí donde en la actualidad se encuentran ubicados.

Ilustración 31. Señor Alfonso Quiroga, gerente de Asomusaceas.



Fuente: Fotos suministradas por la Asociación Asomusaceas del Valle (2021)

- Evolución

La organización comienza sus actividades únicamente con dos colaboradores, pero esto no fue un impedimento para que desde la Gerencia se diera pie a la búsqueda de clientes y aliados comerciales, el primer cliente que tuvo la organización fue PepsiCo, las entregas se realizaban en la planta de producción ubicada en Armenia en el departamento del Quindío, posterior a eso se realizó la vinculación con Comfandi en la ciudad de Cali en el departamento del Valle del Cauca, se podría afirmar que en su momento estas empresas fueron un pilar fundamental que permitió el crecimiento y desarrollo de la Cooperativa

A partir de ahí la Cooperativa se ha esforzado en alcanzar grandes logros, en el 2019 consiguió realizar siete exportaciones, dos de estas fueron a Estados Unidos a la ciudad de Miami en Florida y las cinco exportaciones restantes se hicieron al Caribe exactamente a la isla de Aruba; pero para alcanzar esta meta la organización tuvo que realizar un acompañamiento de carácter asistencial a 23 fincas, esto con el fin de prepararlas para obtener una certificación en “Buenas Prácticas Agrícolas con Huerto Exportador”, esta certificación es otorgada por el ICA después de

realizar una auditoría, en esta visita se realiza la verificación de requisitos como el control y registro de datos estadísticos de la producción, la evaluación del nivel de plagas, labores culturales, entre otros aspectos; una vez se obtiene la certificación, el ICA genera un código único para la finca, y este código sirve para verificar la procedencia del producto en cualquier parte del mundo, en el año 2020 no se han realizado nuevamente exportaciones pues la pandemia originada por Covid-19 ha retrasado este tipo de procesos.

Ilustración 32. Proceso de pelado, lavado y empacado de producto.



Fuente: Fotos suministradas por la Asociación Asomusaceas del Valle (2021)

- Desarrollo

Acudiendo a la necesidad de generar ingresos adicionales y teniendo en cuenta que la comercialización nacional en las grandes plataformas especialmente en los supermercados y el comercio internacional requieren de productos de primera calidad, surgió la idea de generar una línea producción y venta de semillas y plántulas de buena calidad, que permitan que sus aliados mejoren los cultivos y por ende se obtengan resultados de calidad en los productos finales, esta idea fue desarrolla con un proyecto del Fondo de Regalías a través de la Gobernación del Valle del Cauca y con la colaboración de la Universidad Nacional y Agrosavia quien es La Corporación colombiana de investigación agropecuaria. Este proyecto consistió en la instalación de una Cámara Térmica Computarizada para la producción de semillas, bajo condiciones de aireación, humedad y temperaturas contraladas, hoy en día este proyecto se encuentra consolidado lo cual genera que Asomusaceas no solo se dedique a la comercialización de fruta fresca sino también a la producción y venta de plántulas específicamente en la variedad Dominico Hartón. Este proyecto no solo ha ayudado al desarrollo de la Cooperativa sino también el de los agricultores, pues con esto se ha logrado asegurar un material biológico sano desde el inicio del cultivo y una excelente trazabilidad y calidad en el producto final. El Señor Alfonso Quiroga expresa que el hecho de culminar este proyecto y obtener el registro ICA para su ejecución y desarrollo ha hecho que la venta y la comercialización de plántulas se distribuya no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, aunque algo que inquieta a la Gerencia es la poca receptividad de los agricultores del municipio, pues datos de la UMATA de Caicedonia relacionan aproximadamente 350 productores de plátano vinculados y en la cooperativa solo se tienen alrededor de 80 productores vinculados, algo cuestionable, pues se podría afirmar que es mucho más rentable para los agricultores del municipio realizar el abastecimiento de plántulas en el mismo municipio y así evitar los gastos de transporte que pueden ser invertidos en productos beneficiosos para la plantación.

Ilustración 33. Semillas y plántulas.



Fuente: Fotos suministradas por la Asociación Asomusaceas del Valle (2021)

Un servicio que surgió a raíz de la producción y venta de plántulas, fue brindar Asistencia Técnica gratuita para el desarrollo del cultivo, para esto se desarrolló un proyecto con FEDEPLACOL que es la Federación de Productores de Plátano de Colombia, AGROSAVIA y ASOHOFRUCOL quienes son la Asociación Hortofrutícola de Colombia. Este proyecto consistió en desarrollar un paquete tecnológico que le pudiese brindar a los agricultores las herramientas y el conocimiento necesarios en cuanto a la siembra, las distancias de siembra, las labores culturales y las buenas prácticas agrícolas; y así maximizar la producción y optimizar el uso del suelo, pero Asomusaceas ha identificado cierta resistencia en las personas de edad, pues ellos consideran que sus métodos tradicionales tienen mejor resultado que los métodos actuales, aunque también se ha identificado una mayor receptividad por parte de los jóvenes, es por esto que se pretende desarrollar un proyecto con los hijos de los de los agricultores sobre sistemas tecnificados que permitan un mejor aprovechamiento de la tierra y los cultivos y que a su vez se asegure un relevo generacional en estas labores.

Asimismo la organización incursiona en la venta de insumos para las actividades de plantación como lo son, bolsas, fertilizantes y el productos de limpieza especializados para el lavado de la fruta; el 2018 que fue primer año de ventas en esta nueva línea aunque obtuvieron un margen de utilidad no fue el esperado, pero,

en el 2019 después de trabajar y consolidar la línea se obtuvieron utilidades hasta por treinta millones de pesos, lo cual resulta oportuno, pues la finalidad de incursionar en nuevos mercados es la generación de ganancias y utilidades, lo que conlleva a tener un flujo de caja que permita un crecimiento potencial de la organización.

En la actualidad por parte de ACODEA quien es la Agencia de Cooperación Española, la cual se encuentra respaldada por el sector agrario español se está desarrollando un trabajo mancomunado para el fortalecimiento en estructura organizacional, administrativo lo que implica la construcción de proyecciones y los planes de negocios para próximos cinco años.

A continuación, se presentan la misión, visión y organigrama de la asociación Asomusaceas.

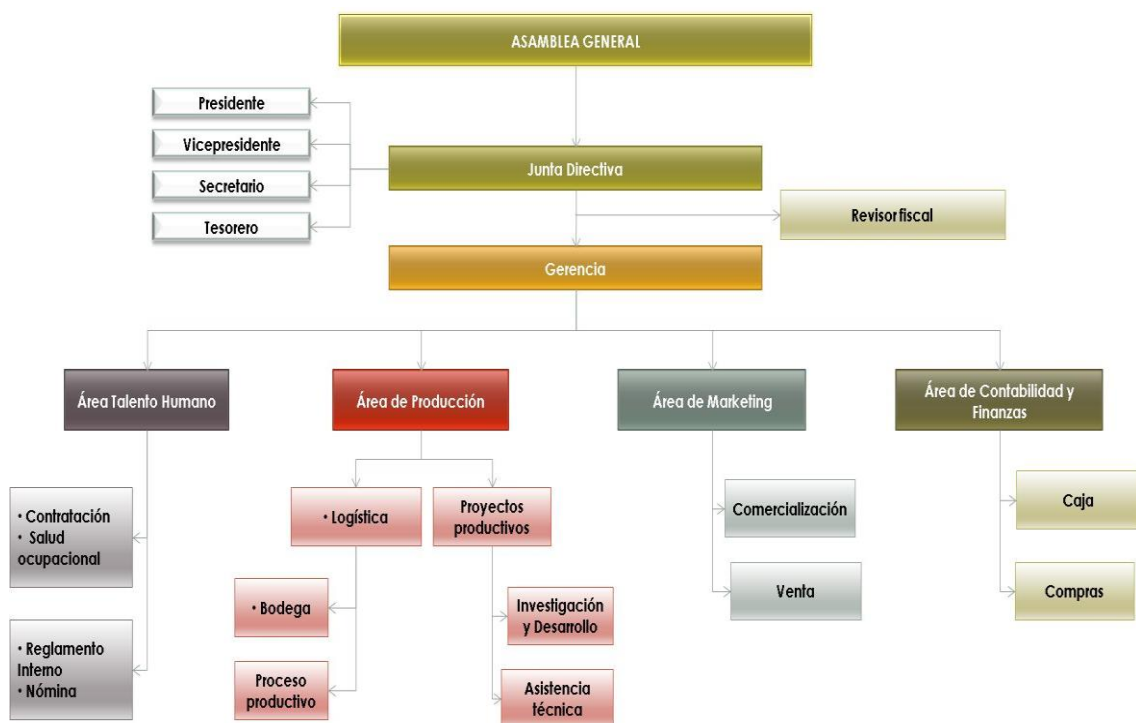
Misión

La Asociación Musáceas del Valle ASOMUSACEAS, es una organización sin ánimo de lucro cuya finalidad es contribuir a mejorar la calidad de vida de nuestros asociados platanicultores y sus familias, promoviendo óptimas condiciones de producción agrícola, comercialización y transformación industrial del plátano, mediante la gestión frente a entidades tanto públicas como privadas, impulsando la generación de empleo en la región y procurando el pleno cumplimiento de los requerimientos de nuestros clientes.

Visión

Para el año 2020 La Asociación Musáceas del Valle ASOMUSACEAS será líder en la promoción de las Buenas Prácticas Agrícolas, comercializando plátano en fresco de primera calidad de acuerdo a los requerimientos y necesidades de nuestros clientes, al mismo tiempo que productos industrializados derivados del mismo, generando más de 60 empleos directos y contribuyendo al bienestar de nuestros asociados.

Ilustración 34. Organigrama Asociación Asomusaceas



Fuente. Información suministrada por la Asociación Asomusaceas de Caicedonia Valle

- Momentos de crisis

Para la organización una de sus mayores dificultades, ha sido la obtención de un producto de buena calidad, que su cascara no presente rayones y manchas, que no se encuentren averiados, que tengan un buen tamaño y además que tenga unas características adecuadas en su interior, ya que para la organización es primordial obtener productos de primera categoría, pues si de calidad hablamos en el plátano se pueden encontrar de primera, segunda y tercera categoría, esto depende de su condición, tamaño y presentación. Es por esto que los productores de plátano en muchas ocasiones prefieren negociar y vender sus producto mediante intermediarios, y así evitar las exigencias de Asomusaceas, estos intermediarios son personas naturales propietarios de bodegas de fruta y verdura que se dedican a comercializar estos productos en todas las plazas de mercado del departamento, por lo cual los productores primarios no se esfuerzan por tener productos de primera calidad, pues en muchas ocasiones los intermediarios sostienen un mismo precio

sin importar el tipo de calidad, por lo que es difícil para Asomusaceas competir, pues estos intermediarios no tienen los costos y los gastos que una organización formalmente constituida presenta; es por esto que al interior de la organización siempre se ha pensado en una estrategia o en un tipo de producto que no incluya la apariencia exterior del producto, sino la calidad dentro del mismo, es así como nace el sueño de Asomusaceas el cual consiste en poderle incluir a sus productos un valor agregado, donde puedan comprar fruta sin importar su apariencia exterior, es por esto que surgió la idea de transformar el Plátano Dominic Hartón en fruta pelada y empacada al vacío, en el momento se han estudiado al menos 6 clases de productos, pero el que ha tenido una mayor aceptación han sido las julianas de plátano, las cuales serían un sustituto ideal de las papas a la francesa; en un comienzo se tiene pensado suplir el mercado local y el nacional en los supermercados como Éxito, Olímpica entre otros, posterior a esto se espera realizar exportaciones que puedan suplir parte del mercado internacional; para el desarrollo de este sueño, Asomusaceas se encuentra participando en un proyecto llamado “Proyecto Frutícola del Valle del Cauca” donde el objetivo es recibir los equipos e insumos para la transformación de este nuevo producto, se espera que en lo corrido del año 2020 este proyecto finalice con la implementación de la planta de producción, pues en el momento ya se encuentran desarrollado el plano y el diseño sanitario que esta debe tener. Una vez estos una vez estos objetivos sean alcanzados, Asomusaceas espera concentrar todos sus esfuerzos para la adquisición de un predio propio, donde puedan construir y adecuar sus instalaciones, para así tener una capacidad de producción superior en cada una de sus diferentes líneas de producción y de servicios.

Por otra parte, hasta principios del presente año, se estuvo realizando una transformación productos que no cumplían con las condiciones de calidad. Es decir, los rechazos, productos de segunda y tercera categoría, este proceso consistía en transformar el plátano en hojuelas deshidratadas y así venderlo a industrias como PAMPA Ltda. que se especializa en producción de cereales a base de harina de plátano, arroz, avena y maíz, esto con la intención de aprovechar cada producto que ingresa a la organización, pero con la crisis generada por la pandemia mundial COVID-19 se encuentran detenidas las ventas a esta empresa.

Otra de las dificultades que se ha presentado en la organización se encuentra arraigada a la pandemia mundial generada por el COVID-19, la cual llegó a Colombia en Marzo del 2020, afectó la adquisición de productos importados, pues en la organización se emplea un producto llamado Ruba proveniente de Ucrania el cual es empleado para la siembra de las plántulas luego de que salen de la cámara térmica, la empresa en su momento intento emplear otra clase de productos, los

cuales no tuvieron los resultados esperados, pero luego de ensayo y error, encontraron un producto sustituto que ayudo a sobrellevar el desabastecimiento de dicho producto; otro de los inconvenientes que surgieron a raíz de la pandemia fue la movilidad al interior del país, aunque la organización contaba con todos los permisos y los protocolos establecidos, algunos transportadores en los dos primeros meses de la cuarentena en Colombia, optaban por no viajar, pues la carreteras se encontraban solas y en muchas partes del país se pudo presenciar el incremento de delincuencia común. Otra de los aspectos que ha detenido el COVID-19 en la organización han sido las exportaciones en lo corrido del año, aunque el gerente muestra gran entusiasmo y esperanza para retomar estas actividades en el segundo semestre del año 2020.

- Proyecciones

Por otro lado e indudablemente unos de los pilares fundamentales que el Señor Alfonso Quiroga considera que tiene la organización que lidera, y que le ha ayudado a sostenerse en el tiempo, es el estar siempre dispuestos a la incursión y desarrollo de nuevos proyectos, lo cual le ha permitido generar no solo obtención de recursos sino también una acreditación y reputación de la organización a nivel local y nacional, es de resaltar que una de la grandes cualidades que tiene el gerente de la cooperativa es la persistencia y las ganas de sacar adelante la organización y esto lo ha llevado a conseguir que el valor comercial de la organización haya incrementado en los últimos años, además de un crecimiento exponencial de la organización, pues a hoy la organización cuenta con aproximadamente 250 productores de plátano y banano, ubicados aproximadamente en 24 diferentes veredas del municipio de Caicedonia Valle.

Para finalizar sería pertinente mencionar que Asomusaceas es una organización que tiene un sin número de oportunidades de crecimiento, y esto se debe a la perseverancia, coordinación de su administración actual, además de su capacidad de gestionar y culminar proyectos a gran escala.

6.2.5 Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle

- Origen

La organización asesorías contables JM fue fundada en Caicedonia Valle del Cauca por el señor Jaime Mejía en el año de 1989, allí, en ese entonces él se encontraba

culminando sus estudios de contaduría pública, y decidido iniciar su propio emprendimiento abriendo una oficina pequeña, la cual se encontraba ubicada en la calle octava entre carreras 15 y 14, cerca de la librería Catedrática, en el año 1990 logro constituir la organización legalmente, esto fue realizado por medio de la Cámara de Comercio como una empresa unipersonal.

Ilustración 35. Señor Jaime Mejía, fundador de Asesorías Contables y Tributarias J.M



Fuente: Información suministrada por Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle (2021)

Por este momento, inició con una auxiliar, y en contraste a ello, se visibiliza el progreso que ha tenido, ya que en el momento cuenta con dos contadores y cuatro auxiliares. La empresa se financió, desde el inicio con recursos propios, ya que él tenía un salario fijo, y con esto obtuvo bienes como los equipos, herramientas, estructura de la oficina, y también, logro fortalecer e inyectar capital con ayuda de los bancos.

Cabe destacar, que, dentro del departamento del Valle y Caicedonia, el proyecto de las asesorías contables estaba tomando fuerza, ya que luego de realizar el estudio de mercado generaba una viabilidad muy alta con los clientes potenciales de la localidad, que en su momento superaban el punto de equilibrio y, por lo tanto, generaban una buena rentabilidad para la empresa recién fundada.

Dentro de las estrategias de don Jaime, fue el de darse a conocer entre los posibles usuarios, y las personas que tomaban sus servicios contaban la experiencia con otros interesados, dando lugar canal de una voz a voz. Otro punto a favor, es que el señor Jaime ya tiene conocimientos amplios en estas áreas, por lo que se hizo un ahorro en temas de contratación de personal, ya que el mismo cumplía dichas funciones.

Transcurría el año 2000 y el señor Jaime se encontraba laborando en el banco Megabanco, llevaba dos años gerente de esta organización, sin embargo, un día cualquiera recibió una llamada, y le informaron que él se encontraba inhabilitado para ser gerente del banco, y al mismo tiempo tener una empresa de asesorías contables, por lo que se le propuso que hiciera un cierre de la empresa para poder continuar en su cargo, a lo que él respondió con una renuncia a su cargo, siendo una decisión determinada, a lo que él consideró que fue sensata y exitosa.

Cabe anotar, que la misma organización en el transcurso de los años, le ha dado el incentivo de formarse como persona y profesionalmente, así, el señor Mejía es contador profesional, tiene posgrado en Tributaria lo que lo ha llevado a posicionarse en diversas áreas laborales, como gerente de banco, secretario de hacienda, administración de la central de sacrificio municipal, docente de educación superior, entre otros.

- Evolución

Por otra parte, desde el comienzo de la organización, la actividad principal se enfocó en las asesorías contables, pese a ello, en un momento de los 30 años de funcionamiento, incursionaron en el negocio de los seguros como actividad secundaria, pero fue algo que no tuvo mayor resultado, ya que el campo de conocimiento siempre han sido las asesorías tributarias y contables, siendo esta la única función comercial.

Asimismo, la atención personalizada juega un papel importante desde la empresa hacia el cliente, por ello, el volumen de atención al cliente debe ser congruente con la capacidad de trabajo de la empresa para no saturarse, cuentan con un magnifico

equipo, existen dos contadoras tituladas, dos del SENA, y dos de la universidad, son seis mujeres en total.

Desde la perspectiva de innovación a través del tiempo, ha sido una variable notoria, ya que a él le toco la contabilidad manual tal como se realizaba tradicionalmente, sin embargo, tuvo que aprender e implementar sistemas, lo cual no ha sido algo fácil pero si necesario y gratificante para el equipo de trabajo, de forma semejante, la empresa hizo un contrato para instalar un programa contable, proveniente de la ciudad de Tuluá (Valle del Cauca), el cual se llama Quality, esta red permite monitorear el trabajo de los empleados, y por supuesto, cumplir funciones básicas y esenciales, de manera organizada y estandarizada, con las empresas asesoradas.

Ilustración 36 Oficina actual de Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle.



Fuente: Información suministrada por Asesorías Contables y Tributarias J.M. de Caicedonia Valle (2021)

A partir del anterior contexto, se reconoce las actualizaciones y el grado de innovación a través del tiempo, por ejemplo, ellos cuentan con facturación electrónica, y el señor Jaime hace monitoreo de cómo van las empresas asesoradas, si requieren de algún documento, soportes, procesos o algo así.

Igualmente, más que una organización prestadora de servicios, es una familia y un trabajo en equipo, considerándolas don Jaime como si fuesen hijas propias. De ahí, se parte de que es un ambiente organizacional que empodera, dinamiza los procesos por medio de las ideas creativas de cada colaborador, también, se les brinda espacios recreativos y cómodos, para una mayor satisfacción en funcionamiento de logros personales y por supuesto, del éxito empresarial. Aquí, se destaca el sentido de pertenencia y es el uniforme una validación a la imagen y propiedad de parte de los colaboradores hacia la empresa.

En ese mismo sentido, para tener un mejor rendimiento por parte de los empleados, desde la parte administrativa utiliza una metodología que consiste en delegar, con unas orientaciones previas de los que se va a realizar, partiendo de la comunicación y con mucha confianza. Como suele suceder, cuando existen personas que no han funcionado de la forma esperada, ellos mismos han optado por irse, por lo tanto, no le ha tocado a la empresa despedir a algún empleado. En términos generales, tiene un buen clima organizacional.

- Desarrollo

Respecto al mercado, han evolucionado, puesto que están incursionando con almacenes de cadena, actualmente, tienen dos, lo que conlleva a establecer una experiencia grata de empresa a empresa, así, en el tema de las ventas, se consolidan como los clientes más grandes en el momento. Además, estas empresas manejan un amplio volumen de venta, lo que requiere de unas asesorías integrales y más amplias, también, se les ayudan a resolver conflictos laborales, ya que en estos grandes grupos se manejan diversos problemas internos.

De hecho, el señor Jaime afirma que la estrategia recomendada para crear una buena cartera de clientes, primero, es tener la capacidad de organizar al cliente, ya que la gran mayoría, saben comercializar, pero no tienen buena organización, por ello, hay que saberle llegar al cliente y ubicarse al nivel del él. Hay que resaltar, algunas situaciones donde debido a el estudio de las personas, se le habla al cliente de forma muy técnica, y muchas veces no se logra una eficiente comprensión, en

efecto, desde la ideología de asesorías contables JM, no se trata de solo impresionar, más bien es asesorar eficientemente.

Sin lugar a dudas, hay que conocer al cliente, y saber tratarlo, hablarle en el lenguaje de él, que sea comprensible. Naturalmente, en el campo de las asesorías debe ser un trabajo que tenga todo tipo de conocimiento, que sea algo holístico, respecto a las áreas y actividades en que se ubican los clientes. De esta manera, no se hace excepción de clientes, ya que todos contribuyen al desarrollo de la organización.

Desde el nivel gerencial, para manejar la incertidumbre y tomar decisiones en el momento de asesorar a un cliente, primeramente, desde el área de la asesoría tributaria y contable, hay que realizar un estudio de mercado, hacer proyecciones, y definir fechas de rescate de inversión, ciertamente, la incertidumbre pasa a un segundo plano, porque ya hay un plan de trabajo, por ejemplo, había un negocio que era relativamente nuevo, llevaba tres años, cuando se asesoró estaba en quiebra, pero se le hizo un plan de trabajo y se estabilizó y se logró rescatar la inversión. Por ese motivo, los clientes ejecutan y la empresa los asesora, para así analizar informes y hacer ajustes necesarios y acciones requeridas.

Asimismo, la empresa lleva 30 años en funcionamiento, sin embargo, si él empezara otra empresa, afirma que tendría un estudio de mercado sólido, también, proyecciones que busque resultados positivos. Por esta razón, recomienda no ingresar a una empresa sin conocer el modelo de negocio ya establecido, sería un error grande, ya que no se tendría conocimiento, del producto o servicio, el cómo hacerlo, comercializarlo, o atributos que tenga.

- Momentos de crisis

Por otro lado, dentro de las crisis que ha atravesado la empresa, es que hubo una época, en que los clientes, tuvieron una baja importante en las ventas, y por ello se atrasaron en el pago de los honorarios, sin embargo, todo se recuperó y se tuvo un desenlace exitoso. Inicialmente, la crisis se originó, por el alto pago de impuestos. También, algunos tuvieron cierres por motivos personales o jurídicos.

De manera similar, este negocio nunca lo han llevado a reinventarse ya que siempre se está actualizando con lo que se implemente constantemente, entre lo que se encuentra surgimiento y modificaciones de decretos, para poder dominar temas de interés y del área a asesorar, siendo algo constante y dinámico desde todos los niveles de la organización.

Dentro del contexto actual, el COVID 19 afectó algunos días, para ser precisos 17 días la empresa cerrada sin recibir ingreso, y sobre todo, el no poder ver y entablar esa relación presencial y directa con los clientes, ya que todo es virtual. Por este motivo, la empresa es un acompañamiento al cliente, por medio de una red de trabajo.

Desde la perspectiva, de él la pandemia sí ha afectado la economía de comerciantes y así. Hay tres líneas que se han sostenido, como lo son las asesorías, los supermercados y los que venden productos para animales, veterinarias. Algunos, como ropa, calzado, restaurantes, han estado mal económicamente, cafeterías, entre otros.

- Proyecciones

Dentro de las metas a mediano plazo, está el construir la propia sede, ya que hay un lote para adecuar, diagonal a la iglesia central de Caicedonia. También, hacer reconocer a la empresa en la región, por medio de diversas personas conocidas, desde el municipio, y crear una confianza sólida, estando actualizándose constantemente.

Por el momento, no hay nuevos productos, en cuanto a los nuevos mercados, ya que la empresa se basa en las asesorías y esa responsabilidad le compete al señor Jaime.

Finalmente, dentro de la visión y proyecciones de la empresa, don Jaime la ve en diez años, como una organización estable en el mercado, y con clientes potenciales en diversos campos de la asesoría.

6.3 Aporte socioeconómico

En la tabla 5 se muestran los aportes que han realizado Distriapicola S.A.S., Productos Jardín Sevilla S.A.S., Asesorías Contables y Tributarias J.M., Asociación Asomusaceas y Panadería Ukrania. Dichos aportes se enfocan en cinco aspectos como son: La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), cantidad de empleos generados, el aporte al crecimiento y bienestar de sus empleados, entre otros.

Tabla 6. Aporte socioeconómico de las empresas al municipio.

Organización	Aspectos				
	Responsabilidad Social Empresarial	Empleos generados	Aporte al crecimiento de sus empleados	Jornada laboral	Otros aportes
Distriapicola S.A.S.	Se cuenta con la certificación SA8000 y SGE21 dada por Bureau Veritas en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por su gestión ética, ambiental, económica y socialmente responsable.	13 empleos formales directos Empleos indirectos: se cuenta con 100 apicultores que solo les vende la miel a Distriapicola, es decir que indirectamente sus necesidades son suplidas por la venta que le realizan a Distriapicola.	Se realizan actividades como integraciones, celebraciones de fechas especiales, reconocimientos verbales hacia labores bien realizadas. Además, se han realizado viajes a San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Ladrilleros, el costo de estos viajes es asumido en gran parte por la empresa y la otra parte con facilidades de pago (a cuotas) a los colaboradores.	8 horas diarias, antes se trabajaba con horario de oficina y con un descanso de 2 horas al medio día, pero con la pandemia se decidió implementar la jornada continua con descansos para desayunar y almorzar, y al ver la receptividad de los trabajadores por salir a las 3 pm se decidió dejar el horario de jornada continua permanente, pero siempre cumpliendo las 8 horas.	Se tiene como proyección conseguir una certificación en FSSC22000 la cual es un esquema busca garantizar la inocuidad alimentaria y se basa en la ISO NTC 22000 y la ISO NTC/TS 22002-1. Los beneficios de obtener esta certificación otorgan ventajas competitivas y comparativas en el mercado, pues sería la primera empresa de Miel de Abejas en certificarse en un esquema internacional.

Fuente. Elaboración propia tomando como base la información proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Organización	Aspectos				
	Responsabilidad Social Empresarial	Empleos generados	Aporte al crecimiento de sus empleados	Jornada laboral	Otros aportes
Productos Jardín Sevilla S.A.S.	No se encuentran certificados en responsabilidad social empresarial pues tienen como enfoque primero en estandarizar el proceso productivo	21 empleos formales directos En diciembre y a mitad de año realizan una contratación por lo menos de 20 personas más, las cuales se contratan por destajo (día)	No se proporcionó información al respecto	8 horas diarias	Se cuenta con una visita de INVIMA que acredita el buen uso de las buenas prácticas de manufactura
Panadería Ukrania	No se encuentran certificados en responsabilidad social empresarial y hasta el momento no se aspira el tener una, pues en el momento se están implementando temas contables como el software y otros aspectos que demandan tiempo	14 empleos no formales	No se proporcionó información al respecto	8 horas diarias	Instalación de paneles solare

Tabla 5 (Continuación)

Fuente. Elaboración propia tomando como base la información proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Tabla 5 (Continuación)

Fuente. Elaboración propia tomando como base la información proporcionada por Distriapicola S.A.S. (2021)

Organización	Aspectos				
	Responsabilidad Social Empresarial	Empleos generados	Aporte al crecimiento de sus empleados	Jornada laboral	Otros aportes
Asesorías Contables y Tributarias J.M.	No se encuentran certificados en RSE	6 empleos formales directos.	No se proporcionó información al respecto	8 horas diarias	Implementación de sistemas contables que ayuden a agilizar el trabajo y monitorear el trabajo de los empleados
Asociación Asomusaceas	No se encuentran certificados en RSE	19 empleos formales directos 40 mujeres madres cabeza de hogar en modalidad de empleo directo por ejecución de proyecto 250 socios o asociados para quienes realiza gestiones de capacitación y acompañamiento tecnológico, además vende sus productos	Capacitaciones a empleados y asociados en buenas prácticas de manufactura.	No hay información al respecto	

Como se aprecia en las tablas presentadas, de las cinco organizaciones, solo una hasta el momento cuenta con Responsabilidad Social Empresarial, la cual es Distriapicola S.A.S. por otro lado, la organización que más empleos directos formales genera es Productos Jardín Sevilla S.A.S., con 21 empleos bajo estas características; en cuanto a empleos indirectos, la organización Distriapicola S.A.S. 100 empleos, siendo la mayor generadora en este aspecto.

Teniendo en cuenta el crecimiento y bienestar de los empleados, no todas las organizaciones aportaron información al respecto, solo la Asociación Asomusaceas y Distriapicola, la primera por medio de la gestión de capacitaciones para sus asociados, así como el acompañamiento en las buenas prácticas de manufactura; la segunda, por medio de eventos de integración y socialización, creando de este modo una cultura fuerte por medio del sentido de pertenencia.

7 CONCLUSIONES

- Tanto en el municipio de Sevilla como Caicedonia, se establece que la principal actividad económica dentro del contexto empresarial es el comercio, el cual provee la mayor cantidad de ingresos a la población, cabe destacar que en este sector abunda la informalidad en cuanto a los temas de contratación de personal y salario. Por tanto, sería muy importante fomentar el desarrollo económico de otros sectores que impulsen la formalidad y salarios dignos. A pesar de ser municipios agricultores solo se cuenta con 41 registros empresariales de este sector en el municipio de Caicedonia y 43 registros de empresas en Sevilla, es importante invertir en este sector como generador de desarrollo económico de la región. De lo anterior, es fundamental tener en cuenta el contexto empresarial de una región al momento de describir la historia de una organización, pues de este modo se obtiene una visión general sobre el desarrollo de las empresas y posibles oportunidades de crecimiento y diversificación. Cada empresa aporta de una u otra manera al bienestar y crecimiento económico de una comunidad.
- La mayoría de organizaciones que se han fundado y tenido éxito dentro de ambos municipios, son del tipo familiar, empresas donde los miembros de una familia han visto una oportunidad y poco a poco han evolucionado, desarrollando productos necesarios en el mercado, y, sobre todo, actualizando sus procesos de producción, en donde la investigación y el desarrollo han sido fundamental para el sostenimiento y crecimiento de las organizaciones. Además, es importante resaltar que todas las empresas han afrontado momentos de crisis que han marcado un hito en su forma de operar, puesto que, dichos momentos de dificultad han promovido en los empresarios locales la puesta en marcha de solución de problemas, adaptando sus organizaciones a los cambios del entorno y propendiendo a volverlas más competitivas.
- Todas las organizaciones, independientemente de su naturaleza jurídica y actividad económica, realizan un aporte socioeconómico en medio de su comunidad, bien sea por el pago de salarios justos, dinero que las personas pueden invertir o gastar en el comercio local. Horas laborales dentro de lo establecido por la ley, dándoles así la oportunidad a sus empleados de compartir tiempo y espacio con sus familias. Las capacitaciones y formaciones al talento humano, todo lo anterior, se constituye en la base de

crecimiento, las organizaciones más exitosas son aquellas que entienden que es necesario la capacitación, las condiciones dignas y los salarios justos para impulsar el desarrollo.

8 RECOMENDACIONES

- Es importante la implementación de la cátedra de historia empresarial en las universidades, sobre todo en aquellas carreras relacionadas con las ciencias económicas, puesto que se constituye en un escenario de aprendizaje significativo, y aporta grandes insumos para formar profesionales integrales, idóneos y analíticos, dispuestos a mejorar cada día el ejercicio empresarial y no cometer errores del pasado, atendiendo la dinámica de un mundo cada vez más cambiante y exigente como el que se vive en la actualidad.
- Proyectos de investigación como este, se constituyen en una memoria histórica empresarial que permitirá a los futuros profesionales marchar con rumbo y memoria, con una mirada consciente del pasado, analizando el accionar de empresarios exitosos ante diversas dificultades que se les presentaron en la creación y puesta en marcha de sus emprendimientos.
- De hecho, las mismas organizaciones que fueron objeto de estudio tienen una gran oportunidad de conocer su propia historia, pues cuando llega el relevo generacional, es necesario que los nuevos dirigentes, así como empleados y colaboradores, sepan y conozcan cómo surgió la empresa en la cual trabajan, afianzando de esta forma la cultura corporativa y creando lazos de pertenencia que se traducirán en un mejor ambiente laboral.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre Rojas, C. A. (2004). *La Historiografía en el siglo XX*. Madrid: Ediciones de Intervención Cultural.
- Alcandía de Sevilla, Valle del Cauca. (29 de Julio de 2021). *Nuestro Municipio*. Obtenido de Información económica: <http://www.sevilla-valle.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Betancourt Blandón, C. (2010). *Historia Empresarial y Económica: Causas del decrecimiento de la actividad económica y empresarial del municipio de Sevilla Valle del Cauca, durante el periodo 1940-1960*. Caicedonia : Universidad del Valle.
- Cámara de Comercio de Sevilla . (2021). *Informe Socioeconómico* . Sevilla : Cámara de Comercio de Sevilla y Caicedonia .
- Cámara de Comercio de Sevilla. (4 de Agosto de 2021). *Cámara de Comercio de Sevilla*. Obtenido de Nuestra Historia: <https://camcciosevilla.org.co/historia.html>
- Cámara de Comercio de Sevilla. (2021). *Estimación potencial de comerciantes en la zona de jurisdicción*. Sevilla Valle: Cámara de Comercio de Sevilla.
- Castro Gómez, S. (2015). *Historia de la gubernamentalidad I: Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Celis Agudelo , T., Chaguendo, F. H., & Cuervo Romero , F. (2012). La Historia del Valle a través de 100 Empresas. (E. G. S.A., Ed.) *Diario La República*.
- Cohen, F. (2011). *Grandes pensadores de la historia: Las 25 cabezas más influyentes*. Madrid: España Ediciones.
- Constitucion Politica De Colombia. (1991). COLOMBIA.
- Corbelleta Rojas, L. (2015). *Héroes Empresariales: casos de empresas del Valle y la región*. Cali: Universidad Icesi.
- Corredor, C., Kalmanovitz, S., Machado, A., Giraldo, C., Misas, G., Rodríguez, Ó., . . . Ramírez , C. (2021). *Desarrollo económico y social en Colombia siglo XX*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Coy, C. G. (2016). *La historia empresarial: elementos conceptuales, teoría, metodología e incidencias en la formación del administrador de empresas*. Chiquinquirá: Universidad Pedagógica y Tecnológica De Colombia.
- DANE . (30 de Julio de 2021). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de Empleo y desempleo : <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

- Dávila, C. (1996). *Los comienzos de la historia empresarial en Colombia, 1975-1995*. Argentina : Instituto de Investigaciones Históricas y Sociales.
- Dávila, C. (2003). *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX - XX. Una colección de estudios recientes*. Bogotá: Norma S.A.
- Dávila, C. (2012). *Empresariado en Colombia: perspectiva histórica y regional*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. (U. d. Norte, Ed.) *Pensamiento & Gestión*(40), 184-202.
- Departamento Nacional de Planeación. (2 de Agosto de 2021). *Desarrollo económico*. Obtenido de El desarrollo económico del país: sus límites y posibilidades: https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/gaviria_dllo_economico_pais.pdf
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 7.
- Estrada Álvarez, J. (2006). *Las reformas estructurales y la construcción del orden neoliberal en Colombia*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Flick, U. (2004). *El diseño de investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata, S. L.
- García Gómez, O. D. (2019). *Etapas del desarrollo empresarial y capacidades de innovación en empresarios del sector calzado en Bogotá*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Gualteros Forero, M. A. (2010). *Libro de oro centenario de Caicedonia, "el mejor vivero del mundo" 100 años de desarrollo y existencia*. Santiago de Cali: Imprenta Departamental del Valle del Cauca.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hernández Sánchez, J., & Rey Romero, L. (2018). Enseñanza de la historia empresarial colombiana en los programas de administración de empresas, contaduría pública y afines. *Ciencia Unisalle*, 36.
- L. de Guevara, C. D. (2003). *Empresas y Empresarios en la Historia de Colombia. Siglos XIX-XX*. Bogotá: Editorial Norma S.A. y Ediciones Uniandes.

- Lluch , A., Monsalve Zanatti , M., & Bucheli, M. (2021). *Historia Empresarial en América Latina: temas, debates y problemas*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad del Pacífico.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista iipsi*, 24.
- Meiksins Wood, E. (2017). *El origen de capitalismo*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez , A. F., & Villareal, S. (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta. *Departamento Nacional de Planeación*, 54.
- Noreña Ospina, J. (10 de Julio de 2019). *Universidad de Antioquia*. Obtenido de Importancia de la historia empresarial en Colombia: https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticia!/ut/p/z0/fY4xC8lwEIX_ikvHkKg16lgcBHFwEGmzyNkGe5rk0iaKP9-0DuLicrv8e7xuOIIvW6eeIWI5MAkrpQ8r9ab2bTlxV7IXlpCHvLFcradH0-C77j6H0gNeOs6VXBVk4v6FXnpqY9gHo2GTED4pZas_ujhThxFrBFCJsZvhw0N
- Obregón Biosca, S. (2008). *Impactos sociales y económicos de las infraestructuras de transporte viario: estudio comparativo de dos ejes, el “Eix Transversal de Catalunya” y la carretera MEX120 en México*. Barcelona: Universidad de Catalunya.
- Ocampo, J. A. (1952). *Colombia y la economía mundial 1830-1910*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Paisaje Cultural Cafetero PCC. (27 de Junio de 2018). *Caicedonia: De paseo por la ciudad Centinela*. Obtenido de <http://paisajeculturalcafetero.org.co/noticias/caicedonia-de-paseo-por-la-ciudad-centinela>
- Rodríguez Orozco, W. (2012). Historiografía de empresas y de empresarios en el departamento del Cesar. *Gestión y Región*, 14, 21-35.
- Smith, A. (1776). *Investigación de la naturaleza y causas de las riquezas de las naciones*. Londres: William Strahan/Thomas Cadell.
- Universidad Nacional de Colombia . (30 de julio de 2021). *Historelo*. Obtenido de Revista de historia regional y local: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/historelo>
- Valdaliso , J. (2017). La competitividad internacional de las empresas españolas y sus factores condicionantes. Algunas reflexiones desde la historia empresarial. *Universidad del País Vasco*, 41.
- Valencia Llano, A. (2000). *Colonización: Fundaciones y Conflictos Agrarios* . Manizalez: Artes Gráficas Tizán.

- Villacañás , J. L. (2020). *Neoliberalismo como teología política: Habermas, Foucault, Dardot, Laval y la historia del capitalismo contemporáneo*. Madrid: NED Ediciones.
- Zárate, R., & Artesi , L. (2007). *Ciudadanía, territorio y desarrollo endógeno: resistencias y mediaciones de las políticas locales en las encrucijadas del neoliberalismo*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Zuluaga Jimenez, J. C. (2012). Historiografía empresarial e industrial sobre el Valle del Cauca, 1950-2007. (U. Nacional, Ed.) *Historelo*, 4(8), 51.

10 ANEXOS

Anexo 1: FORMATO GUÍA PARA REALIZAR ENTREVISTAS CON EMPRESARIOS.

MOMENTO 1: “EL ORIGEN”

1. ¿Quién o quiénes fundaron la empresa? Quienes la han dirigido
2. ¿En qué año se fundó?
3. ¿Qué hizo encender en usted la mecha del emprendimiento? ¿Cuándo descubrió que tenía una buena idea empresarial y como se le ocurrió?

Nota: Tener en cuenta la vida del empresario:

4. ¿En qué fecha nació usted y dónde? ¿es de familia numerosa? ¿La empresa tiene trayectoria familiar?
5. ¿Qué estudios ha realizado?
6. ¿A qué se dedicaba antes de fundar la empresa?
7. ¿Qué habilidades o cualidades posee?
8. ¿Se dedica a una sola actividad comercial o tiene otros negocios o hobbies?
9. ¿Podría darme una definición de lo que entiende por éxito?
10. Con todo lo que ha vivido y experimentado, ¿qué cree que es lo mejor de ser empresario?
11. ¿Cuál era la actividad económica inicial de la empresa y la actividad actual?
12. ¿Cómo financio la empresa? ¿Cómo obtuvo el dinero para crearla?
13. ¿Cuál era la localización de la empresa en sus inicios y en la actualidad?
14. ¿Cuáles fueron los productos y/o servicios que inicialmente se ofertaron en la empresa y cuáles son los productos que actualmente se ofertan?
15. ¿Cuántos empleados tenía en sus inicios y cuantos tiene en la actualidad?

MOMENTO 2: “EVOLUCIÓN Y DESARROLLO”

16. ¿Cómo ha innovado la empresa?

17. ¿Qué cultura corporativa ha desarrollado en su empresa? ¿Qué motivos le llevaron a optar por esta orientación de su negocio y como lo ha conseguido?
18. ¿Qué reestructuraciones se han hecho en la empresa tanto administrativas como de infraestructura?
19. ¿Qué estrategias ha implementado para hacer crecer su empresa y darla a conocer?
20. ¿A qué mercado vendía y vende actualmente?
21. Al momento de crear una buena cartera de clientes, ¿qué estrategia recomienda adoptar?
22. ¿Cómo maneja usted la incertidumbre? (lo discute con sus empleados, toma decisiones en conjunto)
23. Si volviera a empezar de cero, ¿seguiría el mismo camino o cambiaría algo que hizo?

MOMENTO 3: “MOMENTOS DE CRISIS”

24. ¿Cuáles han sido las crisis o momentos difíciles por los que ha atravesado la organización? Principales problemas: financieros, talento humano, mercado, familiares, competencia, impuestos.
25. ¿Cómo han enfrentado las crisis de la empresa?
26. ¿Cómo ha enfrentado los momentos difíciles por los que ha pasado la economía del país (terminación del pacto cafetero, narcotráfico, aumento del dólar, la crisis de las pirámides DMG, tiempos de violencia en el país, covid-19)?
27. ¿Qué tipo de situaciones han llevado a la empresa a reinventarse?
28. ¿Cómo se ha adaptado a los cambios a través de los años? ¿Ha sido fácil o difícil?
29. ¿Ha pensado en cerrar la empresa? ¿Por qué?

MOMENTO 4: “LA ACTUALIDAD”

30. ¿Cuál es la proyección de la empresa?
31. ¿Qué caracteriza a la empresa en el municipio y en la región?
32. ¿Nuevos mercados? ¿Nuevos productos?
33. ¿Alianzas? Con otras empresas, con otros inversores etc.
34. ¿Mercado externo? Exportaciones o importaciones
35. ¿Cómo aporta la empresa al desarrollo económico de la región?
36. ¿Cuál es el aporte de la empresa a la sociedad?

37. Mirando al futuro, ¿dónde ve a su empresa dentro de diez y veinte años? ¿Y a usted?

Anexo 2. Pantallazo de la base de datos Cámara de Comercio de Sevilla y Caicedonia

A	B	C	D	E	F
Nom_ente_juridico ▼	NOMBRE ▼	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO ▼	Fecha_matricula ▼	Fecha_renovacio ▼	DESCRIPCION CIU ▼
Sociedades por Acciones Simplificadas	SOCIEDAD DISTRIAPICOLA S.A.S.	DISTRIAPICOLA S.A.S.	10-jun-04	31-mar-14	CRÍA DE OTROS ANIMALES N.C.P.
Persona Natural	RIOS VELASQUEZ JORGE ALBERTO	PANADERIA Y PASTELERIA UKRANIA	15-ene-07	24-ene-14	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA
Persona Juridica	ASOCIACIÓN MUSÁCEAS DEL VALLE	ASOCIACIÓN MUSÁCEAS DEL VALLE	26-abr-07	25-feb-14	TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE PLÁTANO
Persona Natural	MEJIA ROJAS JAIME	ASESORIAS CONTABLES Y TRIBUTARIAS J.M.	22-ene-98	25-feb-14	ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURÍA DE LIBROS, AUDITORÍA FINANCIERA Y ASESORÍA
Sociedades por Acciones Simplificadas	PRODUCTOS JARDIN SEVILLA S.A.S.	PRODUCTOS JARDIN	24-mar-09	14-mar-14	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS

Anexo 3: Respuesta a solicitud enviada a la Cámara de Comercio de Sevilla solicitando información.



43.130-22.1

Sevilla Valle del Cauca, 2 de agosto de 2021

Señora
DANIELA PIEDRAHITA NARANJO
danielapiedrahita@hotmail.com

CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA
Radicado: CCSS21-4054
Fecha: 03/08/2021 1:53 PM
Anexos: 2
Radica: Fanny García Betancourt

En atención a su solicitud, nos permitimos informarle que una vez verificados nuestros registros, para la fecha de la presente comunicación encontramos:

- Se inscribieron **452** establecimientos de comercio en el año 1978, en los municipios de Sevilla y Caicedonia, fecha en la cual fue creada la Cámara de Comercio de Sevilla, clasificadas así:

MATRICULAS	No. MATRÍCULAS	No. EMPLEADOS
MA (Matrículas Activas)	51	167
MC (Matrículas Canceladas)	383	
MI (Matrículas Inactivas)	18	

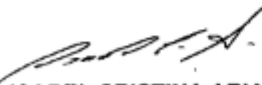
Anteriormente no describían el motivo de cancelación de matrículas, por tal razón no figura la razón por los cuales fueron cerrados los establecimientos de comercio.

Así mismo le comunicamos que en la página web de la Cámara de Comercio www.camcciosevilla.org.co, puede encontrar información de interés para su trabajo de grado.

Adjuntamos base de datos con la información antes relacionada.

"Se le comunica que la Cámara de Comercio de Sevilla en virtud de lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012, hará el tratamiento de la información aquí suministrada garantizando las condiciones de seguridad, confidencialidad y el cumplimiento de los principios de circulación restringida de la información y finalidad exclusiva respecto del cumplimiento de las funciones legales y de conformidad con la solicitud de registro realizada a esta Cámara de Comercio."

Cordial Saludo,


ISABEL CRISTINA ARIAS AGUILERA
Directora Jurídica y de Registros Públicos

Elaboro: Clara Inés Ospina Arias

www.camcciosevilla.org.co
NIT 891902186-5

Carrera 51 No. 51-25
Centro Comercial Sevilla
Teléfonos: 2198837 – 2198531 – 3116095330
Caicedonia: Calle 8ª No. 14-20 Tel. 2162189