



UNIVERSIDAD
EL BOSQUE
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ISSN: 2027-7911

HOJAS DE ADMINISTRACIÓN



Contenido

Editorial

Formación para la investigación
Mario Hernán González Briñez

Reflexiones

Detrás del milagro económico surcoreano
Juliana Valenzuela Prada.

Academia y conocimiento

Informe sobre la compañía Global Milk,
Diplomado en Simulación Gerencial y
Liderazgo Situacional
Cárdenas Rueda María Juliana, Forero
Feliciano Danna Valentina, Mantilla Guerrero
Wilson, Velásquez Fernández Yamid,
Zambrano Daniel Alejandro y Parra Paola
Andrea.

Notas Informativas

Organizaciones Inteligentes: La transición
de procesos productivos convencionales a
prácticas basadas en Objetivos de Desarrollo
Sostenible (ODS), en los diferentes sectores de
la economía de Colombia.
Manuel Felipe Rojas Orozco.

Diplomado en Gobierno Corporativo
y Gestión de Inversiones

HOJAS DE ADMINISTRACIÓN

Vol. 26 - No. 04 Oct. Dic. 2020 | ISSN: 2027 - 7911

Universidad El Bosque

Rectora

María Clara Rangel Galvis

Vicerrectora Académica

Rita Cecilia Plata de Silva

Vicerrector de Investigaciones

Miguel Otero Cadena

Vicerrector Administrativo

Francisco Falla Carrasco

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Antonio Alonso González, Decano

Director

Antonio Alonso González

Editor

Mario Hernán González Briñez

Comité Editorial

Antonio Alonso González, Pedro Nel Valbuena
Hernandez, Mario Hernán González Briñez

Concepto, diseño y diagramación

David Ramírez

Facultad de Creación y Comunicación

Centro de Diseño y Comunicación

hojasdeadministracion@unbosque.edu.co

Editorial

Formación para la investigación



Mario Hernán González B.

Coeditor, Profesor
de la Facultad de
Ciencias Económicas y
Administrativas

La educación superior posee un alto valor y significado social en buena medida, debido a que es considerada como el último escalón en la ruta del conocimiento certificado, esta afirmación cobra mayor valor hoy en día, debido a fenómenos como el de la globalización, que se caracteriza no solamente por una mayor movilidad de capitales y bienes, sino también de conocimiento y capital intelectual. La universidad es la institución por excelencia que ha sido llamada a facilitar el tránsito del conocimiento teórico al práctico, incluidos los procesos investigativos que permiten a la ciencia un mayor avance.

En este orden de ideas, las realidades propias de nuestra condición geopolítica, social y cultural demandan preparar a las nuevas generaciones con sentido crítico, haciendo uso de los avances tecnológicos no solamente en materia de comunicación, sino también en el campo mismo de la educación y la investigación. La universidad es un actor protagónico en la solución de los problemas tanto en el orden mundial como nacional y local, de allí la importancia de coordinar esfuerzos dirigidos al fortalecimiento de la formación para la investigación.

Sin embargo, es necesario resaltar por lo menos dos características pedagógicas de la formación para la investigación; en primer lugar, su estrecha relación con la creatividad y la innovación, frente a una pregunta de carácter científico, el aprendiz debe hacer uso de estas competencias, desde la misma formulación del problema sin dejar de lado el diseño que responda de la mejor manera a su propuesta investigativa. En segundo lugar, el rigor metodológico, puesto que el abordaje científico justamente se caracteriza por el aseguramiento de las afirmaciones que se hagan al concluir un ejercicio investigativo.

(Restrepo, 2002), propone tres acepciones de la investigación formativa; aquella de orden exploratorio, una segunda que se dirige a formar en la lógica y las actividades naturales de la investigación científica y, por último, aquella referida a la investigación-acción, en cuyo caso el noble investigador aprende haciendo, gracias a la auto reflexión y retroalimentación continua durante el ejercicio.

Variadas son las acciones que se pueden emprender -o continuar reforzando- desde nuestra Facultad para afianzar las competencias investigativas de los estudiantes, entre ellas, la promoción de los semilleros, que afortunadamente han aumentado en los últimos años, sus intereses giran en torno a las finanzas, los asuntos de género, los negocios internacionales, el liderazgo organizacional y el emprendimiento. Otras acciones por desarrollar tienen que ver con el inicio temprano en el proceso formativo, dirigido a la familiarización con la investigación y el ejercicio escritural y de comprensión lectora.

Dentro del amplio portafolio de opciones de grado con el cual actualmente cuenta la Facultad, la investigación asegura en aquellos estudiantes que asumen el reto, el fortalecimiento de un sistema de pensamiento riguro-

Si usted no tiene un
objetivo justo, con el
tiempo se verá afectado.

Al hacer lo correcto,
por la razón correcta, el

resultado correcto espera.

Chin Ning Chu.

so, de aproximación objetiva a la realidad, con afianzamiento de competencias lecto escriturales que el mundo del trabajo y de la investigación demandan.

Referencias

Restrepo, B. (2002). Conceptos y aplicaciones de la investigación formativa, y criterios para evaluar la investigación científica en sentido estricto. In Documento CNA. <http://www.cna.gov.co>

La cultura corporativa importa. Cómo elige la administración tratar a su gente impacta en todo- para bien o para peor.

Simon Sinek.



Mario Hernán González B.

Coeditor, Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Reflexiones

Detrás del milagro económico surcoreano

*Juliana Valenzuela Prada.
Estudiante del Programa Negocios Internacionales.*

Corea del Sur es conocido por ser un milagro económico puesto que “superó los 30.000 dólares de renta per cápita, nivel de ingresos que el consenso de los economistas califica de economía absolutamente desarrollada” (Nieves, 2017, parr. 1) es debido a esto, que en este artículo se tratara de analizar algunas de las causas por las cuales este país logro recibir ese nombre, pero más allá de un análisis histórico sobre la toma de decisiones que lo llevaron a eso, se eligió este país debido a que se opina que lo interesante es la estructura que utilizo, dado que estuvo más enfocada en el desarrollo económico es decir se enfocaron más que todo en la educación, en mejorar la infraestructura y en darle apoyo a las empresas nacionales y no solo en el crecimiento de este, en otras palabras no solo se interesó por generar riqueza sino por avanzar como país.

Este desarrollo económico fue el resultado de un esfuerzo conjunto por parte del pueblo como de sus gobernantes, claro está que fue un proceso complicado y que los trabajadores tuvieron que laborar arduamente, tanto que, hasta se podría considerar como sobreexplotación, sin embargo sus esfuerzos fueron muy exitosos, un ejemplo de esto es el hecho de que en 1953 la agricultura era el fuerte del país dado que representaba el 48,9% y la industria era solo del 5,9% y casi 30 años después la industria representaba el 38,2%, los servicios el 50,9% y la agricultura bajo al 10,9% una gran evidencia del desarrollo que este país logró Brañas y Lemkow (2002).

Para empezar, se hablará sobre los inicios de este país que se dio una vez finalizó la Segunda Guerra Mundial cuando Japón perdió el control sobre Corea, abriendo paso a Estados Unidos y la Unión Soviética para tomar control sobre la península. Dado que ambas potencias querían tener poder sobre ella, esta fue dividida, sin embargo, esta separación tuvo graves consecuencias, puesto que años después, en 1950 se dio una guerra civil, esta guerra no tuvo un ganador debido a que terminó con un acuerdo de armisticio en 1953 sin embargo, dejó alrededor de 3.500.000 de muertos (Tovar, 2018).

La zona sur de los coreas estaba poco desarrollada y gran parte de su economía estaba dedicada a la agricultura, por lo cual, desarrollar su industria fue todo un desafío, los primeros años fueron gobernados por el expresidente Syngman Rhee sin embargo, no tuvo un gran gobierno en parte porque la economía estaba en una etapa recesiva y unido a ello se dieron diferentes protestas estudiantiles que hicieron que se generara una dimisión y exilio de este presidente, dando lugar a la Segunda República con el presidente Chang Mion que no controló la situación, a pesar de la creación de la policía secreta (KCIA) y las purgas administrativas, su debilidad fue la excusa para el golpe del 16 de mayo de 1960 del General Park (Españeira, 2002). No fue sino hasta

el gobierno del General Park, que el país empezó a tener verdaderos avances con periodos muy diferenciados en su política y con las transformaciones económicas más espectaculares. Estableció diferentes objetivos para lograr mejorar la economía surcoreana, implementó entidades gubernamentales, las cuales fueron el Consejo de Planificación Económica, el Ministerio de Industria y Comercio y el Ministerio de Finanzas, además creo un plan quinquenal para potenciar la agricultura del país y desarrollar las industrias básicas (Leander, 2018)

Con los ingresos de orden nacional comenzó la inversión en refinerías de petróleo, hierro y acero, entre otras, al mismo tiempo, invirtió grandes sumas de dinero para realizar obras públicas a gran escala, mejoró sus relaciones con Japón, incentivando así la importación de productos al país, para conseguir lo mismo con sus productos en otros países, invirtió en educación, y empezó a contribuir a las grandes empresas para hacerlas crecer, brindándoles ayudas económicas, permitiéndoles exenciones tributarias, dándoles así herramientas para potenciar su crecimiento, así mismo impulso el desarrollo de chaebols, (Leander, 2018), “Un chaebol es un modelo empresarial basado en grandes conglomerados que tienen presencia en diferentes sectores económicos. Normalmente, los conforman compañías con un alto crecimiento económico y desarrollo tecnológico. Son empresas que optan por la diversificación” (Méndez, 2019, pág. 1).

No obstante, para hablar del crecimiento de Corea del Sur es también fundamental hablar sobre el movimiento Saemaul Undong, que fue fundado en 1970 durante la presidencia de Park Chung-hee con el cual se educaron más de 60.000 líderes sociales para crear comunidades que se sustentaran por mano propia, de manera que lograran levantarse de entre los escombros de la guerra, esto con el fin de que los pueblos campesinos mejoraran su calidad de vida. Este movimiento fue tan exitoso que logró extenderse a otros países como un ejemplo de superación y compromiso por parte de las comunidades. (Duarte, 2016)

Sin embargo, pese a que el desarrollo de esta nación tuvo aspectos negativos como la explotación hacia la mano de obra, con largas jornadas de trabajo mal pagas, gracias a la fuerza laboral que se tuvo y de alguna forma a la pobreza en recursos naturales que se tenía dado que, el país se salvó de la codicia de las transnacionales y de los Estados Unidos los cuales lo consideraron como una zona estratégica militar para hacer frente al bloque “comunista” y lo protegieron, debido a que no lo tenían como una fuente esencial de materias primas. Si el país hubiera tenido importantes reservas de petróleo o de otras materias primas estratégicas, habría sido diferente dado que sería considerado como una zona de aprovisionamiento y con ello no hubiera gozado del mismo margen de maniobra para conseguir dotarse de un poderoso aparato industrial. (Toussaint, s.f.)

La cultura corporativa importa. Cómo elige la administración tratar a su gente impacta en todo-para bien o para peor.

Simon Sinek.

La superioridad numérica no tiene ninguna importancia. En la batalla la victoria será para el mejor estratega.

Robert Lynn Asprin.

Dado esto, Estados Unidos empezó desde 1953 con un tratado de defensa mutua y el país logró crecer económicamente en un tiempo récord, puesto que en el año 1955 habían 8.891 empresas y en 1987 el número ascendió a 250.917, entre muchas otras comparaciones positivas que se dieron en los años de mando de Park Ghung Hee no obstante su mandato llegó a su fin cuando en el año 1979 fue asesinado por el jefe de los servicios secretos coreanos, debido a esto fue sustituido por su primer ministro Choi Kyu Hali. (Españeira, 2002)

En los años posteriores a su muerte la economía se mantuvo estable y se dieron muchas mejoras, sin embargo, el país colapsó debido al peso de una elevada cartera de préstamos irregulares y una moneda debilitada, es por ello que para solucionar esta crisis, los habitantes del país en un gesto patriótico empezaron a donarle al gobierno sus joyas, con ello en tan sólo los dos primeros días el gobierno recaudó más de 100 millones de dólares y lograron obtener un préstamo masivo de US\$58.000 millones del (FMI) pero también debieron aceptar las duras condiciones que el préstamo trajo consigo. (BBC, 2012)

Aunque hay mucho más sobre lo que se puede hablar de lo que es Corea del Sur hoy en día, el principal foco de este artículo subyace en los años de mandato de Park Chung Hee dado que es en este periodo donde más cambios radicales se evidencian en el país asiático, cambios dados no solo por un buen mandato sino por la forma en la que el pueblo tomó tanta fuerza que en un esfuerzo conjunto lograron salir adelante. Puesto que los habitantes lograron ver más allá de sus intereses personales y se dedicaron a mejorar la calidad de vida tanto la de ellos como la de su comunidad de forma inteligente sabiendo aprovechar los recursos que se les estaban dando.

Aun así, cuando varios países han logrado mejorar su economía de manera significativa pocos o casi ninguno se podrían comparar a la forma en la que lo ha hecho esta nación, con un amor a su patria que era más fuerte que cualquier sentimiento de debilidad o cansancio que se podría presentar en las largas jornadas laborales. Este es un ejemplo de cómo la disciplina junto con una buena motivación puede lograr grandes cambios y como una frase tan sencilla como “lo podemos y lo haremos” puede hacer tanto para el desarrollo económico de un país.

Para concluir se cree que Corea del Sur es un modelo por seguir, y aun cuando varios escritores defienden la postura de que no es posible lograr un crecimiento como este, la reflexión que se puede obtener se da cuando se presta atención a la posición de los habitantes, los cuales tuvieron un papel fundamental en este proceso, demostrando al mundo la importancia de tener un buen ideal para de manera conjunta con el trabajo duro y el apoyo por parte del estado se pueda lograr alcanzar el éxito. Más allá de un artículo sobre la historia de esta nación es una invitación a considerar como nuestra mentali-

dad es un punto clave en cualquier logro que se quiera conseguir, y como los grandes cambios empiezan desde uno mismo y desde saber aprovechar de manera inteligente los recursos que tenemos.

Referencias

- BBC Mundo (Julio 2012). Lecciones de Corea del Sur para la eurozona. BBC noticias. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120710_corea_del_sur_eurozona_ms
- Duarte Torres. J (diciembre, 2016). Saemaul Undong, la iniciativa coreana para levantar el campo de los escombros. Colombia. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/saemaul-undong-la-iniciativa-coreana-para-levantar-el-campo-de-los-escombros/>
- Brañas, J., y Lemkow, L. (2002). *El crecimiento económico de Corea del Sur: 1961 – 1987. Aspectos Sociológicos*. <https://core.ac.uk/reader/13278054>
- Leander. A (2018) De país pobre al primer mundo en menos de 20 años - El caso de Park Chung-hee. <https://www.youtube.com/watch?v=APvf7H-N8e6E&t=308s>
- Maglio. F (2006) La guerra de Corea. Fmmeducacion. <https://historiauniversal748.files.wordpress.com/2016/12/la-guerra-de-corea.pdf>
- Méndez, D (junio, 2019) Chaebols los grandes conglomerados coreanos. Economía simple. <https://www.economiasimple.net/chaebols-los-grandes-conglomerados-coreanos.html>
- Nieves, V. (2017). El milagro de Corea del Sur: de ser más pobre que Ghana a superar a España. *el Economista.es* <https://www.economista.es/economia/noticias/8817530/12/17/El-milagro-de-Corea-del-Sur-de-ser-mas-pobre-que-Ghana-a-superar-a-Espana.html>
- Toussaint, E (s.f) Corea del Sur y el milagro desenmascarado. CADTM. <https://www.cadtm.org/Corea-del-Sur-y-el-milagro-desenmascarado>
- Tovar, A (2018) La guerra de Corea. *Cambio 16*. <https://www.cambio16.com/guerra-de-corea-puede-llegar-a-su-fin/#:~:text=La%20Guerra%20de%20Corea%20caus%C3%B3,y%20el%20sur%20pro%20occidental.>

Todo lo que es inteligente puede haber sido ya pensado siete veces. Pero replantearse de nuevo en otro tiempo y en otra situación, no es la misma cosa.

Ernst Bloch

Academia y conocimiento

Informe sobre la compañía Global Milk, Diplomado en Simulación Gerencial y Liderazgo Situacional

*Cárdenas Rueda María Juliana, Forero Feliciano Danna Valentina, Mantilla Guerrero Wilson, Velásquez Fernández Yamid, Zambrano Daniel Alejandro y Parra Paola Andrea.
Estudiantes de Administración de Empresas y Negocios Internacionales*

Resumen

El presente informe está enfocado en la simulación gerencial y el liderazgo de Global Milk, una compañía del sector lácteo. Somos un grupo de estudiantes de último semestre de Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Universidad El Bosque, que decidió realizar este diplomado con el objetivo de afianzar nuestras habilidades y conocimientos en las áreas que se pueden encontrar en una compañía, además de poner en práctica los conocimientos adquiridos en un entorno semi-real.

El diplomado presta especial atención a la toma de decisiones enfocadas al sector lácteo, por medio de las cuales podemos determinar cómo estas afectan a la compañía tanto de manera interna como frente a la competencia en el mercado y se desarrollan a partir de diferentes estrategias, las cuales se crean mediante un estudio previo de los años anteriores y de la información con la que recibimos la empresa.

Los roles fueron asignados teniendo en cuenta las habilidades y fortalezas de cada uno de los integrantes del equipo, pensando en el bien de la compañía. Por esta razón se decidió desde el inicio de la realización del trabajo, delegar diferentes funciones a los integrantes con el objetivo de tener un apoyo constante, obteniendo resultados satisfactorios a lo largo de las decisiones.

Palabras clave: Gestión empresarial, estrategias, decisiones, canales de distribución, segmentos de mercado, sector lácteo.

Abstract

This report is focused on the management simulation and leadership of Global Milk, a dairy company. We are a group of students in the last semester of Business Administration and International Business at El Bosque University, who decided to do this diploma with the aim of strengthening our skills and knowledge in the areas that can be found in a company, in addition to putting in practice the knowledge acquired in a semi-real environment. It consists of making decisions focused on the dairy sector, by means of which we can determine how these affect the company both internally and in the face of competition in the market and are developed from different strategies, which are created through a previous study of the previous years and of the information with which we receive the company.

The roles were assigned considering the abilities and strengths of each of the team members, thinking about the good of the company. For this reason, it was decided from the beginning of the work, to delegate different functions to the members to have constant support, obtaining satisfactory results throughout the decisions.

Key words: Business management, strategies, decisions, distribution channels, market segments, dairy sector.

¿Quiénes somos? Gestión estratégica

Global Milk es una empresa del sector lácteo que nació en Colombia en el 2018, dedicada al procesamiento, comercialización y distribución de productos lácteos adaptables al mercado. Nos enfocamos en tres grandes categorías de producto: Leche, Yogur y Queso, en los cuales contamos con diferentes gamas y referencias para los mismos. Nuestra actividad comercial está dirigida a tres segmentos clave, los cuales cumplen unas características particulares además de gustos y preferencias diferentes. El primer segmento de mercado son niños y jóvenes, los cuales tienen una gran preferencia por el sabor, la nutrición y la calidad de nuestros productos. Sin embargo, tenemos en cuenta que a pesar de que son nuestro segmento de mayores ventas, son los padres quienes tienen la decisión final.

El segundo segmento de mercado son adultos que buscan calidad y nutrientes que aporten a su salud.

El tercer segmento de mercado, healthy correspondiente a personas con estilos de vida saludables.

Adicionalmente contamos con diferentes canales de distribución que nos permiten llegar a nuestros clientes de manera exitosa, estos son:

Grandes superficies, canal moderno o los espacios de gran oferta de productos y diferentes marcas los cuales están presentes y más al alcance en la sociedad.

Tiendas tradicionales o comercios que ofrecen un servicio más personalizado pero que a su vez son más limitados en su oferta.

Hostelería, incluyendo restaurantes, hospitales, colegios y hoteles.

Misión

Somos una empresa eficiente e innovadora, enfocada en llegar a nuestros clientes con productos balanceados y saludables, fidelizando y contribuyendo a una alimentación de alta calidad en cada uno de nuestros clientes y consumidores, a partir de la mejora continua de nuestros procesos productivos y el posicionamiento en el mercado.

La administración es la eficiencia en escalar la ladera del éxito; el liderazgo determina si la ladera está apoyada en la pared correcta.

Stephen Covey.

Si conoces al enemigo
y te conoces a ti mismo,
no necesitas temer el
resultado de cien batallas.
Si te conoces a ti mismo,
pero no a tu enemigo, por
cada victoria te espera una
derrota.

Sun Tzu.

Visión

Para el 2023, el compromiso de Global Milk es la mejora constante de nuestras estrategias para la toma de decisiones pertinentes que den como resultado la calidad e innovación en los productos de su portafolio y la fidelización y satisfacción de sus clientes y consumidores, además de mantener una visión de sostenibilidad y compromiso ambiental. Todo esto con el fin de marcar una diferencia en la industria y el mercado.

Valores corporativos

Cumplimiento: “Bien y a tiempo” Controlamos el óptimo desarrollo de nuestros procesos, garantizando la entrega oportuna de los productos de la manera más adecuada. Nos enfocamos en tener los mejores procesos logísticos, para ser los mejores en el mercado y poder tener como gratificante resultado, la satisfacción de nuestros clientes.

Equipo y Talento: Nos basamos en las habilidades personales para asignar las tareas, con el objetivo de motivar a nuestros colaboradores, generando de esta manera sentimientos de compromiso, cooperación e integridad entre los entes fundamentales de Global Milk.

Calidad: Por medio de este valor podemos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, logrando cumplir con sus más altas expectativas. Por lo tanto, las diferentes actividades que se realizan a lo largo de los procesos para el procesamiento y distribución de Global Milk están encaminadas hacia nuestros clientes, quienes como punto clave de la compañía, son los encargados de determinar nuestro éxito.

Integridad: Actuamos con honestidad y respeto, teniendo la capacidad de entender, tolerar, comprender y aceptar el criterio de los demás. Liderando desde el ejemplo personal, encaminando nuestras acciones de manera recta y transparente.

Sostenibilidad: Estamos enfocados a la sostenibilidad de la empresa desde el primer momento de la actividad de procesamiento hasta la entrega satisfactoria a nuestros clientes de nuestros productos terminados. A partir de la compra de materia prima generamos desarrollo en nuestros proveedores para así comenzar con el procesamiento de calidad en las fábricas. En este proceso impulsamos a todos los actores del mismo para generar una operación eficiente e íntegra tanto para la compañía como para la actividad de los mismos, buscando generar un impacto positivo a nuestros proveedores, clientes, colaboradores, socios y accionistas por medio del mejoramiento de hábitos de consumo y alimentación balanceada para los mismos, sin dejar de lado nuestro objetivo medioambiental de generar conciencia de cuidado y bienestar al planeta, además de participar con diferentes campañas verdes en nuestra gestión empresarial.

Factores clave: Para lograr sobrevivir en un mercado tan competitivo como al que nos estamos enfrentando, tuvimos que establecer algunas estrategias y factores clave que nos permitieran tener unos resultados de gestión favorables. Por lo tanto, establecimos como factores clave: la distribución y a calidad de nuestros productos, incluyendo la gama y los empaques; la priorización en los diferentes segmentos y por último, la cobertura del mercado.

Desde el principio de la toma de decisiones, determinamos que tendríamos buenos resultados si las decisiones las inclinamos a fortalecer el campo logístico, mejora del producto (empaque, gama y calidad), priorización de segmentos (niños-jóvenes y healthy) y cobertura del mercado. Todo esto con el fin de aumentar volumen de ventas y, por ende, ingresos, además de lograr un posicionamiento en el mercado y un reconocimiento de marca.

Nuestros productos



“BEBE SANO ; HUESOS SANOS”

Portafolio



Somos Global Milk

Desde 2018 Global Milk se ha establecido bajo la filosofía solidaria de ofrecer excelentes productos como muestra de que le es importante el bienestar de nuestros clientes y consumidores. Por ello el slogan **“BEBE SANO, HUESOS SANOS”** es una forma de expresar nuestro interés en el bienestar como resultado del consumo de productos lácteos.

Nuestra leche proviene de humildes campesinos de zonas rurales de Cundinamarca garantizándoles la compra de toda su producción al mejor precio, Global Milk agradece la colaboración de las 37 alianzas con las que cuenta la empresa.

Global Milk procesa los mejores derivados lácteos y cuenta con una participación en el mercado de un 21% y por esta razón cuenta con el siguiente portafolio: tres gamas de leche entera pasteurizada, deslactosada y descremada, de sabores a chocolate, fresa y vainilla. Para el yogur contamos con diferentes sabores (fresa, melocotón, mora), también una variante que es el yogur griego entre otros. Por último el queso fresco bajo en grasa, mozzarella, quesillo, campesino, cuajada.

Los productos son fabricados bajo estándares de calidad internacionales, con la certificación ISO9001 y registro INVIMA.



“BEBE SANO ; HUESOS SANOS”

Juana, la vaca es portadora de nuestra marca, la reconocerás por su agradable sonrisa. Ella está presente en todos nuestros productos.

Figura 1.

Primer portafolio de productos Global Milk

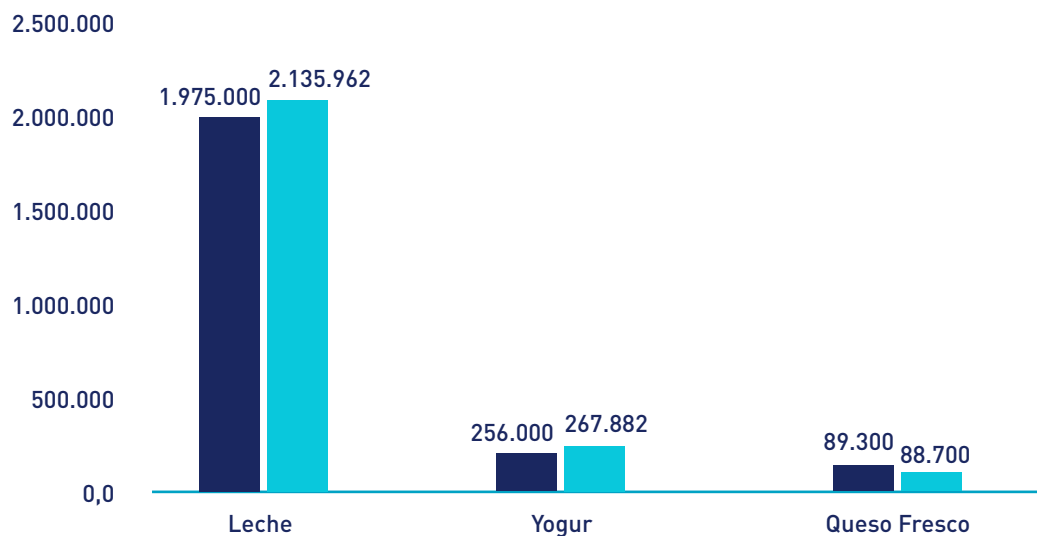


Figura 2.

Segundo portafolio de productos Global Milk

¿Cómo se percibe la empresa?

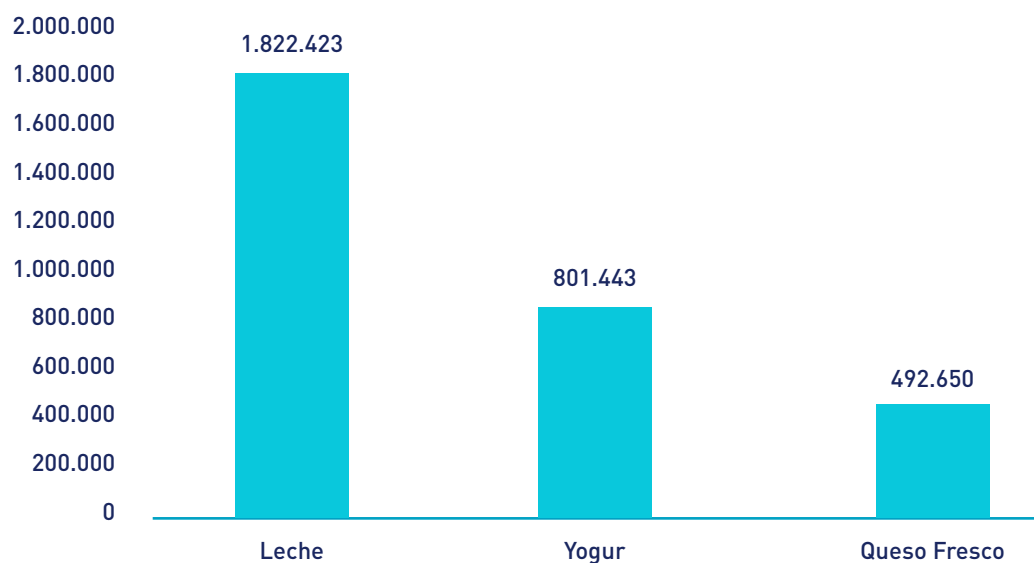
Para el año 2018 teníamos unas ventas de producto, como lo vemos en la figura 3 dividida por la línea de producto, en donde podemos ver claramente que la leche es nuestro producto estrella siendo este el que más unidades vendidas tiene. Sin embargo, pudimos notar que con relación al año 2017 hubo una caída en las unidades vendidas en la línea de queso de 600 unidades.

**Figura 3.**

Unidades vendidas por producto
2017 - 2018

En cuestión de los productos, recibimos la empresa con el proveedor Frisona, el de menor calidad y, por ende, el más económico, además de tener una gama de producto inicial para la leche de 1, para el yogur de 3 y para el queso 2. Teniendo en cuenta que nuestros niveles de empaque para todos los productos estaba en 1, llegamos con un reto considerable, el cual era reducir inventarios ya que estos nos representa pérdidas sobre las unidades producidas de un 14% para la leche, y un 2,60% para yogur y leche, motivo por el cual estábamos teniendo inventario acumulado desde el comienzo.

Nuestros ingresos para la leche eran de 1.822.423 unidades monetarias, 801.441 unidades monetarias para el yogur y el queso eran 492.650 unidades monetarias. Es decir, que la leche es nuestra línea de producto que mayores ingresos representa para la empresa.

**Figura 4.**

Ingresos por producto 2017-2018

En términos de competitividad en el mercado, debemos tener en cuenta que todas las empresas iniciamos con los mismos valores en cada una de las secciones y eso se ve representado en la participación de mercado, con 20% respectivamente y valor de marca, cada una con 36 puntos sobre 100. Todo esto lo observamos en las siguientes figuras 5 y 6.

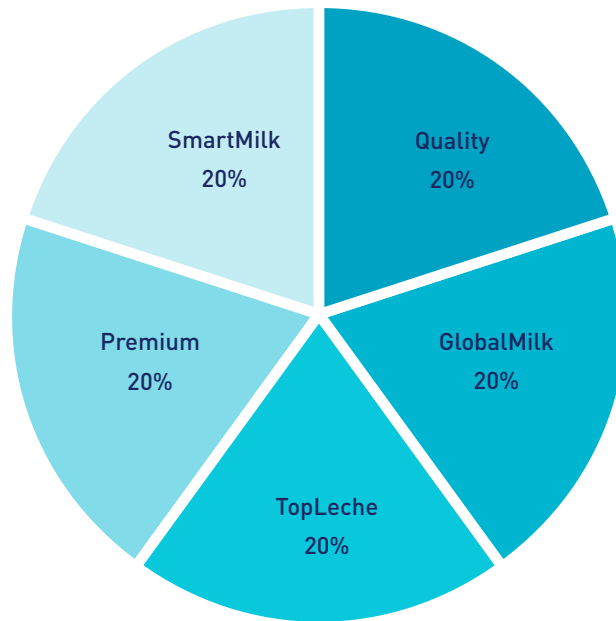


Figura 5.
Participación de mercado 2018

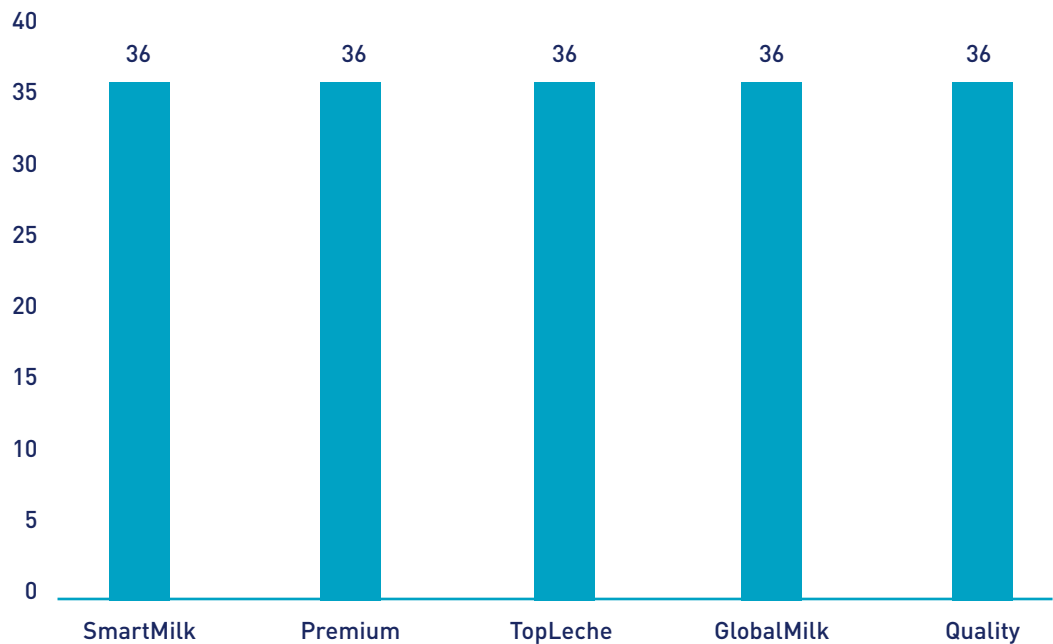


Figura 6.
Valor de marca 2018

Indicadores financieros y económicos de la empresa durante 2018

Razón corriente: Por medio de este indicador podemos verificar el dinero disponible de la compañía para realizar los pagos a corto plazo, al hacer un análisis del primer año observamos que logramos una reducción del 0,09%. Esta reducción en la liquidez de la empresa se debe al aumento de la cuenta de proveedores durante el año 1. Es decir, para el momento en el que recibimos la empresa, teníamos por cada peso, 4.87 para pagar nuestras obligaciones financieras a corto plazo. Por lo tanto, podemos decir que, para el primer año, la solvencia de la empresa es aceptable para cumplir con las obligaciones financieras.

La rotación de cartera: La empresa contaba con una rotación de cartera un poco alta debido a que estábamos en 0.68, es decir, demoramos aproximadamente 68 días antes de recuperar nuestros activos en las cuentas por cobrar.

Margen neto: Este indicador nos muestra las utilidades que tuvimos a partir de nuestros ingresos teniendo en cuenta, gastos operacionales y costos de producción. Como tuvimos un aumento tanto en las utilidades netas como en los ingresos, nuestro indicador de margen neto aumenta de 0,8% para el 2017 a 2,95% para el 2018.

Endeudamiento financiero: Para el año 2017 nuestro indicador era de 51,42% y para el 2018 de 40,93%, esto se debe a que, en nuestro total pasivos, los préstamos a largo plazo disminuyeron un 25% y por esta razón estábamos menos endeudados, es decir, con menos obligaciones. Esto nos representa lo que debemos por nuestros préstamos sobre las ventas que realizamos.

Leverage total: gracias al indicador de apalancamiento total en los dos primeros años antes de tomar el control de la compañía, podemos determinar que el patrimonio de la empresa no estaba comprometido en más de un 50% en cuanto a las obligaciones con terceros que se mantenían. Además, se puede observar que del año 2017 al año 2018 tuvimos una reducción de aproximadamente el 7% del total del apalancamiento. Es decir que el patrimonio estaba menos comprometido en el primer año que en el segundo. Y esto también se puede ver relacionado con el aumento de los proveedores, mencionado en el indicador de razón corriente.

Contexto empresarial

Durante los últimos 5 años el sector lácteo ha tenido altos y bajos en la importación de leche, tomamos como referencia FEDEGAN (Federación Nacional de Ganaderos), que es el representante gremial y se enfoca en recopilar, analizar los temas necesarios en términos de ganaderos y la prestación

Cuando sabemos que nuestro enemigo es invencible, es mejor correr y esconderse...o intentar hacer negocios con él.

Toba Beta.

de servicios de este. En la figura 7 se aprecian los movimientos de los últimos 5 años, las cifras son tomadas mensualmente por toneladas. Adicionalmente, pudimos inferir varios datos de estas, puesto que los picos más altos de importación de la leche se presentaron en los meses de enero, así como se ve la disminución en los meses de abril en cada año.

Enero siempre fue el mes más alto en cuanto a las importaciones, hay factores que afectan directamente estas cifras. El primer factor es que Colombia tiene diferentes tipos de clima, hay meses que presentan más lluvia que otros y esto definitivamente afecta los volúmenes de producción.

Otro factor es que a medida que se tenga más producción, las importaciones en los continentes condicionados por un TLC vigente tienden a tener más demanda. Estados Unidos es uno de los compradores potenciales a diferencia de México, Perú Y Uruguay.

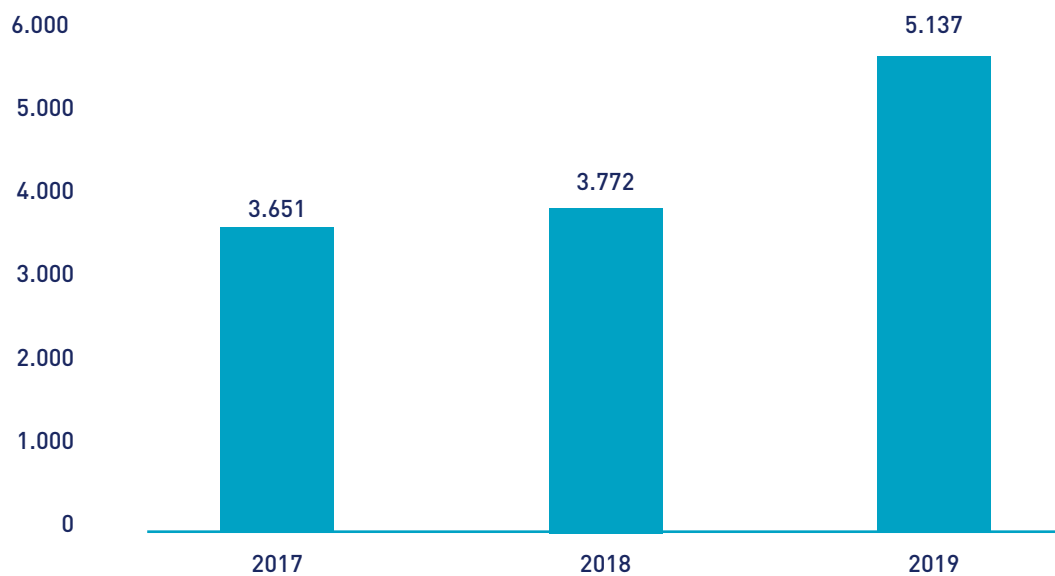


Figura 7.

Importaciones del sector lácteo en Colombia

Fuente: elaboración propia con datos de FEDEGAN 2020.

Para el año 2019 Colombia exportó alrededor de 2.361 toneladas de productos derivados del gremio lácteo. Estas cifras van disminuyendo, ya que si hacemos un comparativo del año 2018 y 2017 veremos una reducción de 3.245 y 3.200 toneladas respectivamente y esto se debe a que se han presentado picos de altas temperaturas y sequías prolongadas en las regiones del país. Esto también se vio en el año 2016 donde el país estuvo golpeado por el Fenómeno del Niño donde hubo una reducción en casi un 88%. Hoy en día podemos decir que las exportaciones toman un valor de 9.662.000 dólares. (Contexto Ganadero, 2020).

El producto con mayor demanda para ser exportado fue el yogur con 534.000 toneladas, el queso con 424.000 toneladas, la mantequilla con 259.000 toneladas para el año 2019. Si hacemos un comparativo con las exportaciones del 2015 podemos decir que el producto con mayor exportación era la

leche concentrada con casi 150 toneladas, lo seguía la mantequilla con 100 toneladas, yogur con 70 toneladas, quesos con 60 toneladas, cifras que han cambiado drásticamente al día de hoy.

Las exportaciones se realizaron a diferentes países latinoamericanos, principalmente Ecuador, Chile y Venezuela. También países como Rusia, Aruba México, y Estados Unidos, quien representa el mayor porcentaje con el 50%, esto debido al TLC vigente que tiene con Colombia. Para que Colombia pueda elevar sus niveles de exportación, se deben tener claros los esfuerzos a realizar, además de tener productos con el Quality Chekd, que le da más credibilidad y enfocarse en que Colombia ya está libre de aftosa y lograr los 70.000 millones de dólares en exportación.

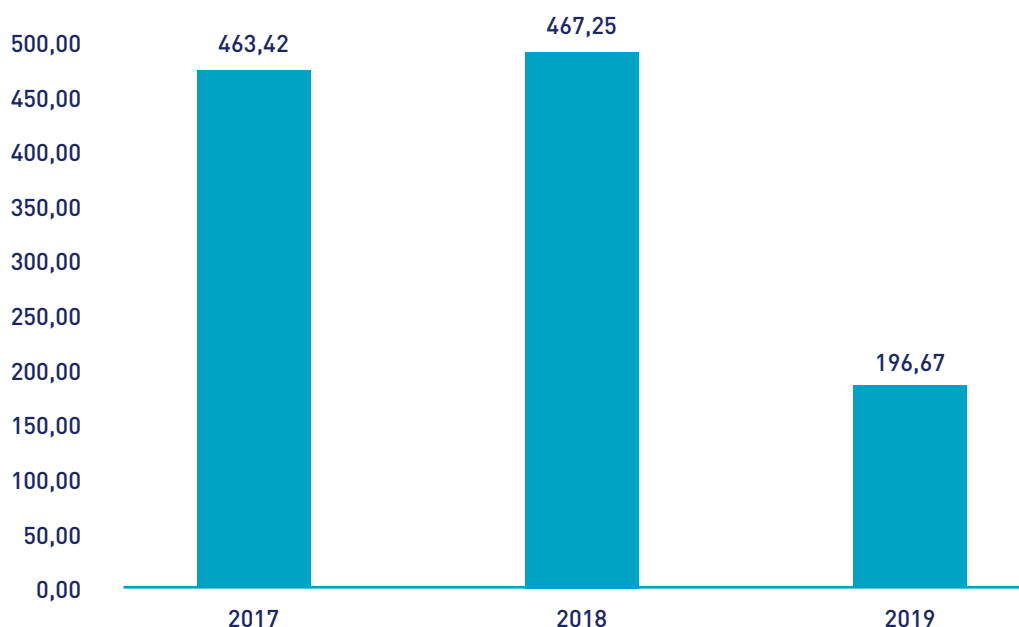


Figura 8.

Exportaciones del sector lácteo en Colombia

Alpina. Es una empresa creada por dos suizos tras la segunda guerra mundial, enfocados en un producto netamente artesanal (quesos y mantequillas) deciden radicarse en sopó porque era una zona apta para la fabricación de este. Empezaron con 3 gamas de queso (parmesano, gruyere y emmental) y se posicionaron como pioneros de este. Años después construyen una planta con capacidad de procesar casi 3.000 litros al día e incluyen la gama de yogur y mejoran su tema logístico, adquiriendo vehículos propios para la distribución del producto a Bogotá.

Alquería. Nació con un solo propósito: llevar nutrición a través de un vaso de leche a los colombianos desde 1959. Su primer punto de fabricación fue en Rionegro, Antioquia. Años más tarde recibe el reconocimiento de innovación al hacer cambios de empaque para la leche, cambiando las bolsas convencionales de plástico por cajas con cartón parafinado.

Parmalat. Parmalat es una empresa que nació en Collecchio - Italia, “Leche de Parma” era en español lo que nosotros conocemos como Parmalat Spa. Llega a Colombia con un par de gamas de producto, una leche larga vida y una leche pasteurizada, sus operaciones entran a funcionar en 4 grandes regiones a lo largo del territorio nacional: la Costa Atlántica, Medellín, Cali y Bogotá.

Estas empresas son las más reconocidas en Colombia; para el 2016 Alquería tenía una participación del mercado nacional de un 16,2%, Colanta contaba con 29,9%, Alpina con un 9,6% y el otro porcentaje lo tenían empresas como Parmalat, Recreo, entre otras.

El Volumen de ventas en Colombia para este año era de 1.6932 millones de litros que representaba alrededor de \$1.455,9 USD para un consumo per cápita de 134,8 litros, siendo el segundo en Latinoamérica. Países como Brasil y México ocupaban la primera y segunda posición, respectivamente en cuanto al volumen de ventas para el 2016.



Figura 9.

Consumo de leche en el mundo en 2016

Fuente: (Guevara, 2017)

Estado del arte

La economía colombiana tiene una gran afectación por las actividades que se llevan a cabo en el campo y una de estas es la ganadería productiva, ésta es denominada así por el Ministerio de Agricultura de Colombia, cabe resaltar que la leche es rica en nutrientes para los seres humanos y más para los niños que en su etapa de crecimiento, consumen mucho este producto.

El calcio en la leche está aproximadamente en 300 miligramos por toma de vaso, claro está que la cantidad de calcio varía entre las gamas de leche que se manejen; entera, descremada, semidescremada y el nivel de grasa que manejan, Colombia lo explota y se cataloga como el país 11 en producción de leche a nivel mundial.

El pasado primero de junio se llevó a cabo el día mundial de la leche, además de ser una fecha comercial e implementada para la elevación de ventas del producto dentro de las empresas, es una oportunidad de crear consciencia en los clientes para introducir estos productos dentro de su canasta familiar. Según la revista Dinero (2019), el Gobierno de Colombia busca mejorar los estándares de acopio de este sector, analizando el procesamiento de la leche y mejorando la calidad sanitaria e higiénica, ya que el sector lácteo para el 2019 representó un 2.07% de la producción industrial del país llegando a los \$8,8 billones golpeado la economía nacional.

Todo esto también se vio influenciado y presentó cambios en consecuencia a los Tratados de Libre Comercio o acuerdos comerciales. En este caso el sector lácteo tuvo una apertura a otro país con reducción de las barreras arancelarias, regulado por la OMC (Organización Mundial del Comercio). Colombia cuenta ya con unos acuerdos comerciales: Colombia – México (1994). Comunidad Andina de Naciones – Mercosur (2005) Colombia – Chile (2009)

Colombia – Canadá (2011) Colombia – Estados Unidos (2011). Colombia – Unión Europea, Corea (2012)

Este último acuerdo se llevó a cabo en dos fases, la primera enfocada en llegar a los parámetros establecidos a los que aspiraban las partes, teniendo en cuenta la participación o ganancia y determinando si se iba a continuar con la negociación o no. Y en la segunda se dio conclusión a la negociación de estos parámetros teniendo como resultado: diálogos políticos, programas de cooperación y libre comercio. (Pardo,2015). Cabe hacer la aclaración de que este es uno de los mayores productores de lácteos, con empresas propias, con una capacidad de producir alrededor de 153.000 millones de litros de leche por día. En comparación con Colombia tenemos una capacidad de 4.1 litros por vaca al día, esto quiere decir que el sector lácteo está disperso entre la producción informal y formal según las cifras de FEDEGAN, (2020), lo cual representa un 1,23% del PIB nacional.

Un hombre puede plantar un árbol por un sinnúmero de razones. Tal vez a él le gusten los árboles; tal vez quiere un refugio; o tal vez él sabe que algún día necesitará leña.

Joanne Harris.

Alquería es acreedora de uno de los sellos de calidad otorgados por una organización americana que se encarga de brindar asesoría y capacitación, con el fin de garantizar localización de los productos lácteos. Esto permite generar una mejor percepción en los clientes e innovación al producto. (Moran, 2018)

Día a día la industria se encarga de mejorar las buenas prácticas de procesamiento de los productos con sistemas tecnológicos e innovadores que generen un valor agregado al mismo. (Moran, 2018). Un ejemplo de esto es Australia y la empresa Chobani, la cual ha innovado con el yogur griego en bolsas pouches, con un contenido neto de 140 gramos y un compromiso ambiental, ya que no necesita cuchara para su consumo y es práctico para el cliente. (Hometester Club, 2015).

Este compromiso ha tenido más fuerza desde el 2010 con los envases Tetra Pak compuestos por tres capas de polietileno el cual es renovable, a partir de fuentes de origen vegetal y el Tetra Rex basado en un material 100% renovable.



Figura 10.

Empaque yogurt griego

Fuente: Hometester Club (2015)

“El lanzamiento de lácteos indicados específicamente para la nutrición especializada en enfermedades afluentes como el déficit de memoria y formulado a base de carbohidratos, aceite de pescado, proteínas, nucleótidos, colina, vitaminas y minerales, que son precursores nutricionales específicos y cofactores que favorecen la formación de sinapsis.” (Moran, 2018).

Los estudiantes de ingeniería ambiental de la Universidad El Bosque, mencionan que un gran aporte a la economía del país es el sector lácteo, dado que aporta al PIB un porcentaje entre el 2,3% y el 2,4%. Promedio de este artículo se puede tener presente una gran parte de la normativa legal del sector lácteo en Colombia, así como la forma en la cual el óptimo cubrimiento de las necesidades del mercado lácteo mejora la calidad de vida de las personas, permitiendo aumentar la efectividad del sector. Adicionalmente se presenta el nivel de especialización de diferentes zonas del país en la producción y distribución de este tipo de productos. (Rodríguez & Sánchez, 2018)

Gestión de marketing

¿Quiénes son?

El primer segmento de mercado son niños y jóvenes los cuales tienen una gran preferencia por el sabor, la nutrición y la calidad de nuestros produc-

tos. Sin embargo, tenemos en cuenta que, a pesar de ser nuestro segmento con mayores ventas, los padres son quienes toman la decisión final.

El segundo segmento de mercado son adultos que entre lo que buscan se encuentran la calidad y los nutrientes que aporten nuestros productos para su salud.

El tercer segmento de mercado, el Healthy correspondiente a personas con estilo de vida más saludable.

Determinación de los objetivos:

¿Qué buscan?

Un producto alimenticio de buena calidad que sea un elemento fundamental de su dieta diaria y que aporte nutrición y bienestar. Teniendo en cuenta esto, mantendremos una presencia sólida de nuestros productos dentro del mercado.

Necesidad de la categoría: Fortalecer tus huesos y brindarte una alimentación balanceada.

Motivación: Generar bienestar dentro de los consumidores mediante la promoción de los beneficios de una alimentación balanceada.

Conciencia de la marca: Creada principalmente mediante el uso de redes sociales. Actitud hacia la marca: El objetivo de la estrategia es que los consumidores se sientan parte de la familia de Global Milk, consolidándose como una marca que brinda alimentación balanceada y satisfacción a sus clientes en diferentes regiones del país. Además de ser una compañía comprometida con mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores.

Diseño de comunicaciones:

Estrategia: Contamos con un atleta promoviendo el consumo de un producto lácteo achocolatado y, por ende, las propiedades que benefician a los deportistas como una fuente nutritiva y natural, útil para la recuperación después de una sesión de actividad física.

¿Qué debe decir?: “¿Cansado después de ejercitarte? Los entrenadores recomiendan consumir leche

achocolatada para la recuperación. Mi favorita es de Global Milk que me ayuda a la restauración después de una sesión de actividad física. Y lo mejor es que es deliciosa y nutritiva. ¡Pruébala!”

¿Quién lo dice? Catherine Iburgüen, atleta de alto rendimiento con carisma y con reconocimiento a nivel nacional e internacional. Ella puede generar gran impacto sobre el posicionamiento y un impulso a las ventas mediante la inclusión de su imagen.

Elección de la comunicación y mezcla de medios

Con el fin de establecer estrategias y una forma de estrechar la relación con los clientes y consumidores, somos conscientes de que las personas realizan muchas actividades de su día a día por redes sociales, por tal razón el manejo y gestión de estas es imprescindible. Global Milk necesita ganar visibilidad y para esto se emplearán diferentes medios digitales como: TikTok: Teniendo en cuenta que es una de las redes sociales más populares del momento es fácil llegar a niños, jóvenes y adultos de una forma más personal y sencilla. Así que es importante establecer un perfil dentro de esta red social. Una estrategia para complementar el plan de comunicaciones sería el uso de la imagen de Ibargüen que incluya música y algún baile del momento. Paralelo a esto, crear un numeral promoviendo nuestros productos. Esta estrategia mediante el uso de menciones y hashtags aparecería en el feed de otros usuarios de la red.

Facebook: Se puede utilizar para hacer que el vídeo de Ibargüen llegue a otros usuarios presentes en la red y compartan sus propias versiones del video.

A su vez esta plataforma permite la interacción más cercana entre usuarios y empresas como también promoción de otros productos con el tráfico generado a partir de TikTok.

Instagram: Permite promover aún más el contenido por el uso de menciones @ o # de los usuarios, llegando principalmente a jóvenes y adultos. Esta red puede ser utilizada para interactuar con personas mediante la distinción de usuarios particulares que sean mencionados en las historias de Instagram y que participen en la campaña en donde hagan historias con algún producto de Global Milk, ya sea leche, yogur o queso.

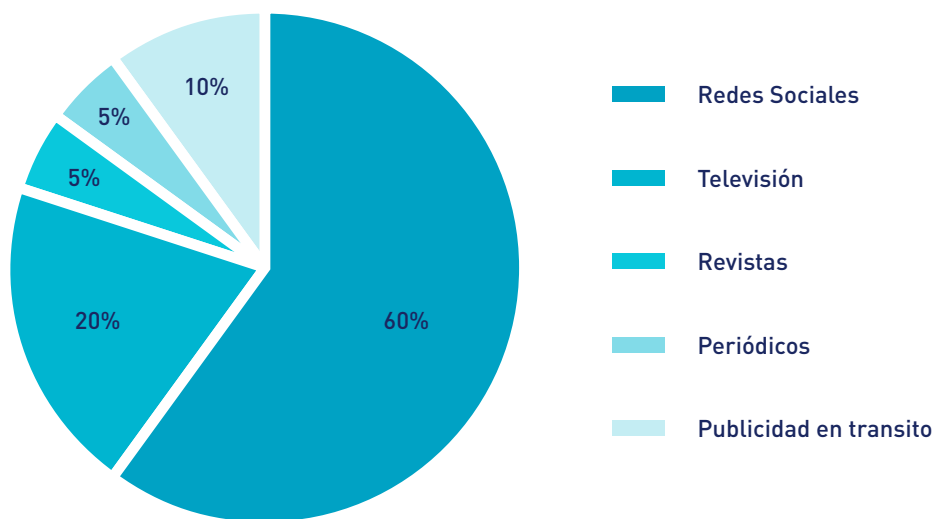
Youtube: Una vez subida la campaña en Youtube llegará a captar un público diverso, para convertirlo en visitas de nuestros consumidores o clientes potenciales en nuestros perfiles de otras redes como Facebook e Instagram. A su vez se puede emplear el uso de ads patrocinadas sobre cualquier producto (queso, leche, yogur).

TV: Que permite llegar a un público diverso en donde se emplee pautas publicitarias referentes a los productos de Global Milk. Revistas y periódicos: Puede hacerse énfasis mediante un artículo dentro de una revista o periódicos, abordando temas sobre los beneficios que brinda la leche a niños, jóvenes, adultos y personas healthy.

Publicidad en tránsito: Vallas publicitarias establecidas cerca de supermercados para que la gente que se encuentre en camino a comprar tengan la imagen presente de los productos de Global Milk. Por otra parte, también se puede pautar dentro de estaciones principales de Transmilenio.

En la preparación para la batalla he encontrado que los planes son inútiles, pero la planificación indispensable.

Dwight D. Eisenhower

**Figura 11.**

Mezcla de medios

Fuente: Elaboración propia con datos de Food Company.

Como empresa sabemos que un buen servicio puede convertir a las personas en clientes potenciales y fidelizarlos con la marca y por tal motivo es importante mantener la comunicación cercana con nuestros consumidores. Esto con el fin de poder monitorear sus gustos, necesidades, inquietudes y recepción de sugerencias.

Para el empleo del servicio al cliente se tienen diferentes medios como:

Correo electrónico: Donde los clientes pueden mandar PQRS. Chat: Por medio de redes sociales tales como Facebook e Instagram. Teléfono: línea Nacional gratuita con un horario de atención de lunes a viernes en horario de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 6:00p.m., sábados de 8:00 a.m. a 2:00 p.m.

Ventas, las ventas totales se ven afectadas de forma positiva o negativa, por la inversión que se le haga a la promoción de la marca y los canales de distribución.

Distribución, nuestra meta es tener la mejor distribución posible debido a que así lograremos una mayor participación en el mercado y a su vez una mayor probabilidad de ventas. Eso se logra debido a que la empresa tiene una alta modalidad de logística con un valor de 5.

Innovación, nos propusimos desde el inicio a diversificarnos, por tal motivo aumentamos la calidad del producto, calidad del empaque y gamificación.

Teniendo en cuenta lo anterior, se tienen diferentes productos tales como: Leche entera, descremada, deslactosada y leche de sabores. Yogur con diferentes sabores y yogurt griego. Queso fresco, campesino, cuajada, y tipo mozzarella.

Gestión financiera

En cuanto a indicadores de liquidez en la figura 12 se observa la razón corriente y el capital neto de trabajo en la figura 13, que van relacionados entre sí. En la primera toma de decisiones (año 1), en donde se ve un aumento considerable de estos indicadores, a pesar de que se realizó un préstamo a corto plazo de 100.000 unidades monetarias, nuestros activos corrientes aumentaron en aproximadamente un millón de unidades monetarias, motivo por el cual no se vio afectada la liquidez de la empresa y por el contrario fue el año en que mejor estuvieron estos indicadores, ya que al momento de pagar las obligaciones en este periodo teníamos para trabajar 2.003.625 unidades monetarias y por cada peso que debíamos en el corto plazo podíamos respaldar las obligaciones con 5,63 pesos.

Sin embargo, como podemos ver para los años siguientes fuimos disminuyendo la liquidez de la empresa. Esto se debe a varias razones:

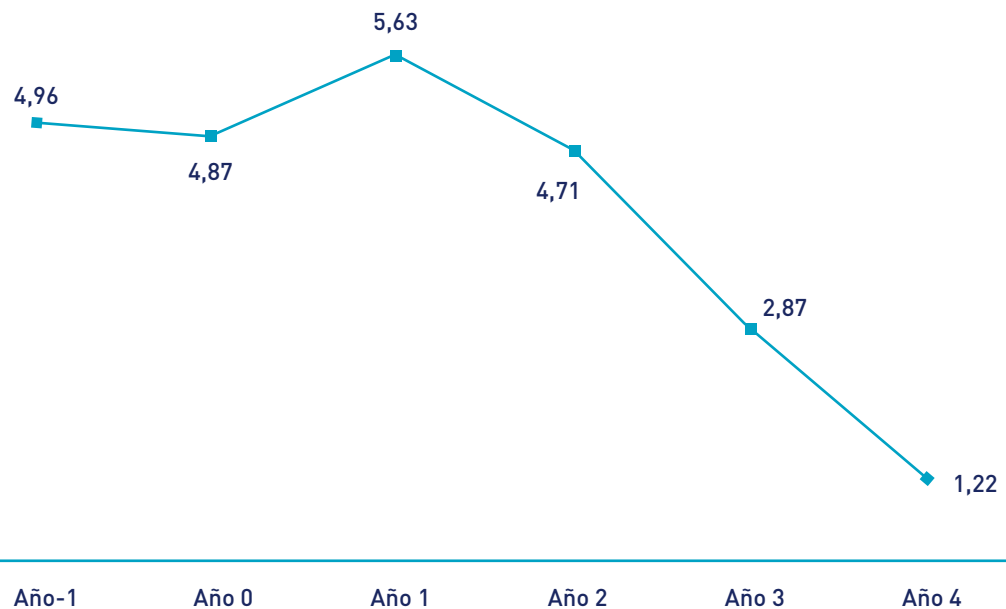
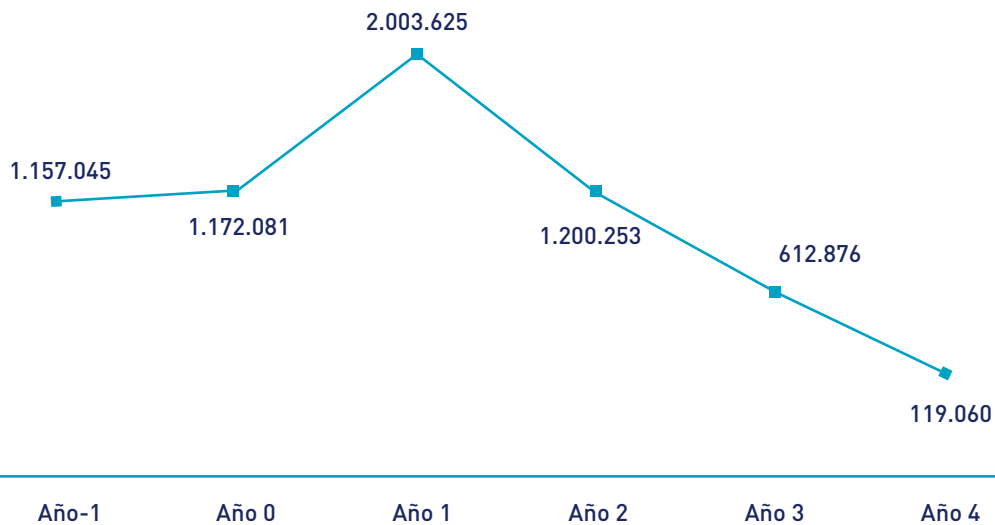


Figura 12.
Razón corriente

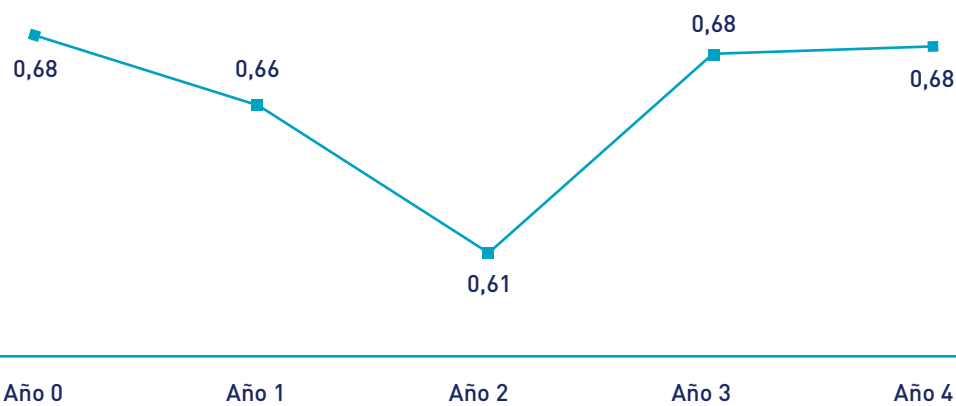
Debido a que estamos pagando nuestras obligaciones y además del préstamo a corto plazo de 100.000 unidades monetarias y otros a largo plazo de 1.500.000 unidades monetarias que pedimos. El pago de estas obligaciones se vio reflejado en la disminución de esta cuenta, la cual afecta directamente nuestro activo corriente.

**Figura 13.**

Capital neto de trabajo

A pesar de lo anterior, fuimos teniendo claro que esto era nuestra gran preocupación y ara cada año implementamos estrategias de mejora de producto (en cuanto a la ama, empaque y calidad), de logística y cobertura, de promoción de canales de distribución y priorización de segmentos, las cuales consideramos nos permitieron solventarlos durante todos los años y tendrán mayores impactos positivos para la empresa en los años próximos.

Respecto a la rotación de cartera, -figura 14- podemos decir que a lo largo de los años nos hemos mantenido en un rango de 60 a 70 días para que nuestros clientes nos paguen, dando a entender que tenemos un buen movimiento y el pago de nuestros clientes sigue siendo oportuno para la gestión de nuestra empresa.

**Figura 14.**

Rotación de cartera

Durante la gestión presentamos costos de producción y gastos operacionales más elevados comparados con el crecimiento porcentual de los ingresos. Es por esto por lo que la operación no estaba siendo rentable a pesar de estar teniendo buenos resultados con el volumen de ventas y acogida en el mercado.

Sin embargo, durante los dos últimos años de gestión empezamos a nivelar nuestra rentabilidad. En cuanto al endeudamiento en el primer año hubo un aumento con respecto al año 0 de aproximadamente un 40%. Esto se debe a los dos préstamos que realizamos tanto a corto como largo plazo lo que impactó directamente en nuestros pasivos totales, es decir, en este periodo los pasivos representaban un 80,97% de los ingresos de la operación.



Figura 15.
Margen neto

En el leverage total, el cual es un indicador de apalancamiento, podemos evidenciar la relación del pasivo total con respecto al patrimonio de la empresa. Como podemos ver en la figura 16 en el año 1 aumentamos de 33,8% a 81%, esto también nos refleja que debido a la carga financiera que tuvimos, el 81% del total del patrimonio está comprometido para pagar las mismas y vemos que es un aumento de 47% porque los préstamos fueron también altos.

En el año 2 y 3 vemos que el leverage total disminuye puesto que estábamos apalancando las deudas poco a poco con nuestros ingresos y disponible en caja, sin embargo, por motivos de falta de liquidez para el año 4 tuvimos que realizar un nuevo préstamo a corto plazo de 200.000 para poder solventar la operación y es ahí donde vemos una nueva subida en el indicador.

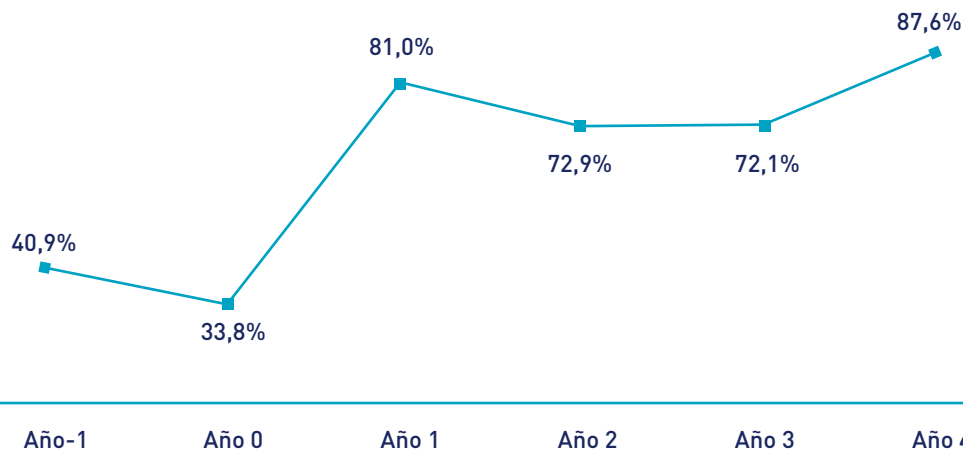


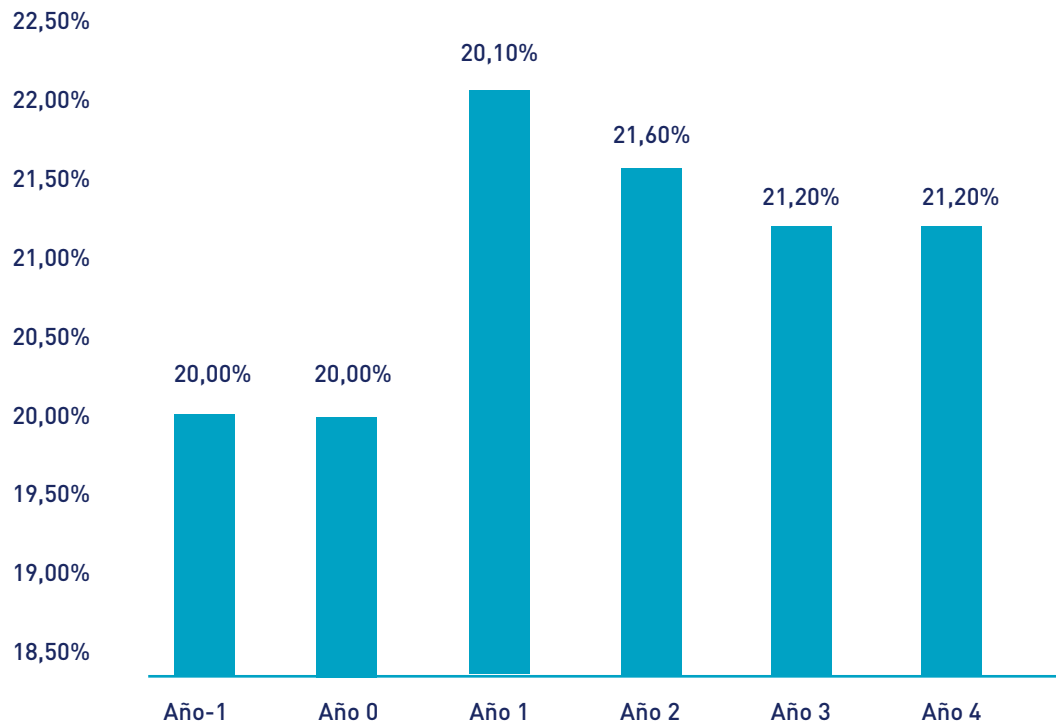
Figura 16.

Leverage total

Gestión de operaciones y logística

Teniendo en cuenta que todas las empresas empezamos con la misma participación de mercado, nuestra meta principal fue aumentar la participación de mercado, por eso durante nuestra gestión empleamos diferentes estrategias para ganarla y, por ende, somos la compañía con mejor participación en el mercado. Esto lo vemos reflejado con los ingresos y las ventas, puesto que ocupamos el primer lugar en ambos campos.

Con relación al último año, para el año 0 teníamos una participación de 20,0%, para el año 1 incrementó a 21,1% y para el año dos disminuye a 21,6%. Para el último año, el año 3 disminuye un 0,4% para cerrar en 21,2%. (Ver figura 17).

**Figura 17.**

Participación de mercado

Resultados de gestión: gestión por períodos

Primer periodo

Ganar mercado con relación al yogur, ampliando la gama, empaque, logística y promoción. En definitiva, nos dejó un aumento de 277.429 unidades a 290.133 unidades y, por ende, el incremento de los ingresos por las ventas en este producto.

En cuanto al queso, decidimos disminuir su precio de 6,50 a 6,25 para reactivar las ventas y como resultado vimos un aumento del 3% en los ingresos. Sin embargo, al no haber realizado una inversión ni en priorización ni en la promoción del producto, los ingresos adicionales que tuvimos por el queso no se vieron reflejados en los ingresos totales.

Subir el precio de la leche ya que pensamos que no se iban a ver muy afectadas las ventas. Sin embargo, este es un producto muy sensible a los precios y la decisión no fue acertada y por lo menos debimos haber realizado de manera conjunta mejoras en los aspectos de empaque, priorización, gama, y promoción para que los ingresos no se hubiesen visto tan afectados, con una disminución del 3%.

Pedir dos créditos, uno en corto y otro a largo plazo. Sin embargo, estos no eran necesarios y debemos tener en cuenta de fuimos la empresa más endeudada en el momento con un 0.8 de ratio de endeudamiento.

Costos de producción resultaron muy elevados. Dado que, a pesar de que nuestros ingresos aumentaron en 65.750 de un año a otro, esto no se compara con el aumento de los costos de producción durante los dos años, la cual equivale a 238.784.

Producir cantidades similares a las unidades vendidas del año anterior, debido a las unidades en inventario tan altas, lo que significan pérdidas.

A partir de las decisiones que se tomaron durante este periodo, se logró aumentar en un 2% la participación en el mercado.

Segundo periodo

Reducir los elevados costos de producción, ya que el aumento porcentual de los ingresos está muy por debajo del de los costos de producción, lo que nos genera pérdidas. Enfocar la priorización de nuestros segmentos en niños- jóvenes y Healthy, los cuales nos generan mayores ventas e ingresos. Notamos que efectivamente las ventas en estos dos segmentos aumentaron. Enfocar esfuerzos en la leche y el queso, ampliando la gama, el nivel de empaque y de promoción. En definitiva, notamos un aumento en los ingresos del queso y del yogur. Sin embargo, a pesar de nuestras estrategias con la leche, pudimos ver que los ingresos no aumentaron a pesar de tener más ventas que en el año anterior. Aumentar los descuentos de gran distribución, debido a que creemos que es el lugar más acertado para atraer mercado. Adicionalmente, aumentamos la publicidad en la tienda que, con relación al año anterior, ya que fue la que más creció a pesar de que el gasto fue menor.

Tercer periodo

Al final de la gestión nuestros gastos financieros se redujeron debido al pago de los créditos contraídos anteriormente y a su vez, porque no se han adquirido nuevos créditos. Mantuvimos la capacidad de producción con una tasa de ocupación al 90%.

Se distribuyó el gasto de promoción por producto del año anterior, puesto que la leche es un producto de consumo diario y se vende solo, mientras que aumentamos promoción al yogur y el queso.

Mantuvimos nuestra priorización en los segmentos de Healthy y niños, siendo estos últimos nuestro principal objetivo y quienes consumen más nuestros productos, además nuestros canales de distribución estuvieron enfocados a tienda tradicional y ha gran distribución. Durante la gestión tuvimos dificultades con disminuir costos de producción y gastos de operación, ya que no nos estaban permitiendo tener utilidades esperadas sobre los ingresos que estamos percibiendo.

Cuarto periodo

En este periodo nuestro principal objetivo fue subir la percepción de la marca y de los productos, en donde aumentamos notablemente el nivel de gama en los mismos y aumentamos las unidades a producir debido a que esperábamos incrementar nuestro volumen de ventas por la diversidad de productos.

Tomar un préstamo a corto plazo se da porque necesitábamos inyectarle liquidez a la empresa para poder producir y cumplir con la demanda estimada, además de tener con qué producir y sacar adelante la operación.

Aumentar la priorización de adultos y healthy para ganar participación de mercado en cuanto a las unidades vendidas, teniendo en cuenta que estamos a tope en la priorización del segmento de niños.

Proyección empresarial

Referente a la proyección que se quiere dar a Global Milk para el futuro, se tiene como propósito realizar una expansión a lo largo del territorio nacional en un mediano-largo plazo. Esto, con el fin de alcanzar un incremento en cuanto a las ventas y los ingresos de la compañía. Para ello, por medio de las tendencias del mercado en el sector lácteo en Colombia, así como el consumo de los productos, podemos decidir hacia qué zonas del territorio colombiano se pueden enviar y en qué magnitud se debe hacer.

El presidente de Alquería, Carlos Enrique Cavalier, manifestó que de 140 litros de productos lácteos consumidos en un periodo de un año en Colombia, aproximadamente del 10% al 15% son marcas o productos importados, que reducen la oportunidad de ganancia y crecimiento del comercio nacional, por lo que la primera proyección de Global Milk va a ser el territorio nacional colombiano. (Hurtado, 2020)

En consecuencia, dadas las tendencias que se presentan con la búsqueda del consumo de la leche, el yogur y el queso en Colombia, según Google Trends, se decide realizar primero una expansión hacia los departamentos que presentan mayor consumo y una mayor relación con los productos en cuestión.

Responsabilidad social empresarial

En Global Milk queremos formar la "Fundación GM" con el fin de comenzar nuestros proyectos de responsabilidad social empresarial, siendo esta nuestra forma más sincera y agradecida de aportar a la sociedad, la cual que nos permite crecer cada día como empresa. Entre los proyectos de La Fundación GM se quiere principalmente buscar la forma de llegar a niños de bajos recursos por medio del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, para generar un plan de alimentación balanceada para ellos y aportar nuestros

productos de calidad en forma de donaciones periódicas, contribuyendo así a la mejora de su nutrición y sano crecimiento.

Adicionalmente queremos favorecer y agradecer el trabajo de nuestros colaboradores por medio de un programa de becas al talento dirigido a los hijos de estos, con el fin de permitirles tener un apoyo en su educación. La idea de este programa es premiar el rendimiento académico de los niños en edad escolar y el rendimiento de sus padres en Global Milk.

Vale aclarar que como aún somos una empresa joven en el mercado, estamos trabajando en comenzar a crear estos planes para ponerlos en práctica en un mediano plazo, mientras tanto hemos creado una campaña para idealizar nuestros proyectos.

Conclusiones y aprendizaje

A partir de la gestión realizada en estos 4 años vale la pena concluir que como compañía tomamos algunas decisiones las cuales una vez analizadas entendimos que estas pudieron estar mejor enfocada: El primer ejemplo de esto es la decisión en el año 1 de pedir préstamos a corto y largo plazo, puesto que esto nos generó un endeudamiento innecesario, influyendo directamente en todas las áreas de la empresa. De esta situación aprendimos que es necesario realizar siempre un diagnóstico previo a cualquier toma de decisiones, con el fin de conocer los beneficios y/o consecuencias de estas, y comprendimos mucho mejor las diferentes cuentas del balance y estado de resultados implicadas en el endeudamiento de la empresa. Estos aspectos son relevantes también para la formación del negociador, entendiendo las diversas tendencias del campo (Montenegro y Valbuena, 2018).

Lo segundo fue haber aumentado precios en la leche sin tener en cuenta que este producto, al ser de consumo diario y parte de la canasta familiar, es muy sensible a los precios y que además pudimos generar una estrategia de producto más enfocada a la promoción y mejora del mismo, es decir, al momento de subir el precio a determinado producto el ofertante debe hacerlo más llamativo a sus clientes, generando lealtad de marca que estratégicamente es uno de los aspectos más relevantes, de conformidad con Bucheli y Brin (2016), para que estos últimos no sientan la necesidad de buscar un producto sustituto o uno de la competencia, cosa que comprendimos a tiempo e implementamos en los años próximos.

En tercer lugar, entendimos que desde el principio se pudo tener en cuenta en mayor proporción la priorización de segmentos y lo que cada uno de estos buscaba en el producto para haber aumentado las ventas y, por ende, los ingresos desde el primer año.

Acorde a una buena distribución en todos los puntos, desde la fabricación hasta la venta y una buena logística se puede mejorar en gran manera la

Cuando sabemos que nuestro enemigo es invencible, es mejor correr y esconderse...o intentar hacer negocios con él.

Toba Beta.

efectividad de la empresa, esto se puede apreciar y verse reflejado al final de la cadena, para ser más exacto en las ventas, debido a que si tenemos mayor cobertura de distribución seremos los que estaremos mejor ubicados y esto puede influir a la hora de comprar los productos.

Lo anterior va relacionado con un aprendizaje significativo para nosotros puesto que comprendimos además de que siempre se debe hacer un diagnóstico empresarial para entender la situación en la que la empresa se encuentra, también se deben tomar decisiones que vayan acorde a la línea de las estrategias planteadas, como por ejemplo nuestra estrategia clave de mejorar la modalidad logística de la operación y la cobertura de distribución por canales.

Haber cursado este diplomado fue para nosotros una enseñanza clave tanto a nivel profesional y académico como personal, puesto que además de poner en práctica los conocimientos aprendidos durante nuestras carreras profesionales y las clases de este diplomado, desarrollamos y reforzamos habilidades blandas, como el trabajo en equipo, la comunicación asertiva, la flexibilidad y adaptabilidad, que nos servirán tanto en nuestra vida laboral como personal.

Cada uno de nosotros, por medio del desarrollo de la gestión realizada, logró identificar sus debilidades y fortalezas personales y trabajar en ellas, y es por eso consideramos que concluimos este proceso con una visión laboral y profesional más enfocada a la realidad y que más allá de que estamos próximos a culminar nuestras carreras nos damos cuenta de que todo el esfuerzo y entrega que pusimos en cada situación hoy nos deja un fruto incomparable para cada uno de nosotros.

Finalmente, como estudiantes nos sentimos gratamente satisfechos con el trabajo realizado de los docentes que nos acompañaron en el proceso y que fueron un apoyo durante las clases y las tutorías que tomamos, además del buen resultado de la gestión hecha por cada uno de nosotros, puesto que tuvimos la complicidad de integrarnos y querer entregar un trabajo de calidad en donde se viera reflejado nuestro desempeño.

Referencias

- Bucheli, J. y Brin, J. (2016). Relación entre la confianza hacia la publicidad y la lealtad hacia la marca. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. XII, (23). 59-72. <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409650120007.pdf>
- Contexto Ganadero. (2020, febrero 2). Economía. Obtenido de Colombiasolo exportó 2.361 toneladas de productos lácteos en 2019: <https://www.contextoganadero.com/economia/colombia-solo-exporto-2361-toneladas-de-productos-lacteos-en-2019>

"Pienso que está bien el
querer que se me pague al
igual que mis compañeros
hombres"

Emma Watson

- Dinero. (8 de agosto de 2019). Hablan las marcas. Obtenido de Una Historia de innovación: <https://www.dinero.com/hablan-las-marcas/articulo/una-historia-de-innovacion/27537>
- Fedegan. (06 de 2020). Importaciones y exportaciones. Obtenido de Fedegan: <https://www.fedegan.org.co/estadisticas/importaciones-y-exportaciones>
- Guevara, L. (2017, mayo 31). *La República*. Colanta y Alquería suman 46% de participación en el mercado de la leche: <https://www.larepublica.co/empresas/colanta-y-alqueria-suman-46-de-participacion-en-el-mercado-de-la-leche-2515501>
- Home tester Club. (2015). yoghurt. Obtenido de Chobani Oats Cranberry Yoghurt Pouch: <https://www.hometesterclub.com/au/en/reviews/chobani-oats-and-cranberry-yoghurt-pouch>
- Hurtado, L. E. (2020, junio). Consumo de leche en Colombia supera los 140 litros por persona. https://caracol.com.co/radio/2020/06/01/nacional/1591011874_282731.html
- Montenegro, Y. A. & Valbuena, P. N. (2018). Tendencias de investigación en relacionamiento legal en negocios internacionales (2012-2016). *Revista Espacios*, 39(3), sp. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12495/2936>
- Moran, J. (2018). *Innovaciones en el mercado lácteo*. San Antonio Technologies, Ciencias de la Salud. Murcia: Universidad Católica de Murcia.
- Pardo, D. Y. (2015). Acuerdo de asociación entre Colombia y la Unión Europea: perspectiva desde el sector lácteo. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14072>
- Rodríguez, D., & Sánchez, L. (20 de septiembre de 2018). propuesta agroecológica para un sistema de producción ganadero lechero. https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/2754/Rodr%C3%AD-guez_Guerrero_Diana_Camila_2019.pdf?sequence=1

Notas Informativas

Organizaciones Inteligentes: La transición de procesos productivos convencionales a prácticas basadas en Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en los diferentes sectores de la economía de Colombia.

*Manuel Felipe Rojas Orozco.
Estudiante del Programa de Administración de Empresas.
Correo electrónico: mrojasor@unbosque.edu.co*

Resumen

El presente artículo tiene como finalidad analizar la magnitud que un impacto como la adopción y transición de procesos convencionales a sostenibles puede generar en materia de bienestar social, económico, político y cultural, dada la alta contaminación presentada en los sectores económicos del país, en donde la producción de bienes mediante prácticas tradicionales ha generado un alto grado de afectación al medio ambiente, su recuperación y su fertilidad en el corto y largo plazo. La metodología empleada es la revisión de literatura, ya que permite realizar una profundización y análisis de tipo descriptivo con un enfoque correlacional. Lo anterior para hacer una introspección de las operaciones actuales de algunos procesos y extrapolarlos a los ideales y entender su importancia, su metodología y su potencial de optimización y/o reemplazo para concluir si efectivamente estas prácticas tendrían un impacto significativo en la calidad de vida de las personas y un balance entre las utilidades y los costos empresariales.

Palabras Clave: Sostenibilidad; productividad; organizaciones; ambiente, impacto, transición.

Abstract

The purpose of this article is to analyze the magnitude that an impact such as the adoption and transition from conventional to sustainable processes can generate in terms of social, economic, political and cultural well-being, given the high pollution presented in the country's economic sectors, where the production of goods through traditional practices has consolidated a high degree of environmental damage, its recovery and its fertility in the short and long term. The methodology used is the literature review, it allows a deepening and analysis of descriptive type with a correlational approach. The above to make an introspection of the current operations of some processes and extrapolate them to ideals and understand their importance, its methodology and its optimization and/or replacement potential to conclude whether these practices would have a significant impact on people's quality of life and a balance between profits and business costs.

Keywords: Sustainability; productivity; organizations; environment, impact, transition.

Introducción

Los procesos productivos empresariales alrededor del mundo si bien han estimulado la economía en materia de crecimiento y desarrollo, también han generado externalidades negativas a diferentes grupos residentes en áreas circunscritas a la fase de producción. Normalmente, este tipo de complicaciones viene fundamentada por una demanda que cada vez más se incrementa a partir de un consumo desmedido y un crecimiento desorbitado. Varias referencias se han hecho a este fenómeno como en su momento alertó el informe del Club de Roma sobre el predicamento de la humanidad, conocido como los límites del crecimiento. Este documento principalmente menciona una alerta sobre la catástrofe a la que se enfrentaría la humanidad en un futuro cercano, esto como una consecuencia de mantener las tasas de producción y explotación sobre la tierra, utilizando una gran cantidad de recursos disponibles sin discriminación.

El comportamiento de la industrialización, la población y los recursos naturales, en las proyecciones, supone la aceptación y tendencia de prácticas de consumo desmedidas de acuerdo con fenómenos económicos como la globalización, tratados y acuerdos comerciales e intervencionismo de los gobiernos, que mueven a las personas a una constante comunicación e interdependencia entre naciones, promoviendo el comercio exterior, el cual impulsa y asienta tendencias de consumo a favor de las grandes corporaciones. La industrialización ocasiona impactos negativos en las relaciones intrínsecas de aquellos elementos y factores que componen la naturaleza en su máxima expresión. Observamos el impacto negativo de algunas prácticas con fines de riqueza egoísta que afectan al medio ambiente sin brindar o suministrar ningún tipo de compensación. (Meadows y Dennis, 1972).

Frente a lo anterior, Colombia, llama mucho la atención en materia económica, puesto que si bien está economía importa una cantidad alta de mercancías que, en su mayoría, representan material tecnológico, también tiene una industria de exportación que, ante los cambios en la demanda, han implicado optimizaciones y automatizaciones que se han tenido que hacer para poder llegar a ese punto en materia de cumplimiento. El sector primario involucra todas las tareas de obtención de los recursos naturales del entorno local y no bajo supuestos de exportación. Ello se expresa en los subsectores agrícolas, pesquero, minero y forestal. Frente a la producción minera y de extracción de petróleo, es conveniente aclarar que estos procesos hacen referencia a un enfoque secundario que corresponde a la transformación de materia prima en productos industrializados de alto valor agregado, en productos terminados o semielaborados, o en maquinarias y herramientas industriales, y el sector terciario se define como el sector de comercio y prestación de servicios, en él se desarrolla la distribución y comercialización de los bienes tangibles e intangibles, como la oferta de servicios prestados a

Con demasiada frecuencia, un modelo exitoso de nuevos negocios se convierte en el paradigma a seguir de empresas que no son lo suficientemente creativas para inventar el suyo propio.

Gary Hamel.

empresas o particulares. Se destacan en este sector, los servicios comerciales, bancarios, turísticos, etc. (Gómez, 2019).

Estos sectores inicialmente trazan un plan de acción de acuerdo con los factores de producción de la economía y la demanda de los bienes producidos, ya que, bajo supuestos, se ha especulado los procesos productivos a lo largo de los años, si bien han mantenido mecanismos convencionales, han incrementado su impacto gracias a la insostenibilidad de la demanda además de la inclusión de tratados comerciales que si bien abren la puerta a mercados internacionales y reducen déficits en la balanza comercial, suponen presiones a los productores teniendo que duplicar operaciones con el fin de acometer las exigencias pactadas en los acuerdos. Desde procesos productivos en bienes de consumo básico hasta mercancías como el petróleo y la industrial de las flores, tienen su impacto en los ecosistemas que afectan en el corto y largo plazo, el periodo de recuperación de la tierra, su perdurabilidad y productividad.

Es importante mencionar también la incidencia y la dependencia de los ingresos fiscales de Colombia en el petróleo, ya que, bajo las diferentes configuraciones realizadas en materia presupuestal de la Nación, este se realiza a partir de una valoración de aproximadamente \$60 dólares por barril, siguiendo el índice de referencia West Texas Intermediate (WTI), indicador por el cual se basan las cotizaciones del crudo y algunas economías de Latinoamérica en general además de la estadounidense. Lo anterior, para entender la dependencia de Colombia de este commodity en materia fiscal y de configuración de gasto público y de la necesidad de en dado caso, incurrir en prácticas alarmantes por su alto grado de contaminación como el fracking y/o fracturación hidráulica para cubrir sus ingresos, su cuota de mercado y evitar endeudamientos extraordinarios. Esto sumado a las ya contaminantes prácticas de extracción de recursos y la generación de residuos no aprovechables y desestimar alternativas de reciclaje o la inclusión de procesos circulares, genera perspectivas de preocupación a la luz del equilibrio en el orden de lo natural.

Las reflexiones para el escenario anteriormente descrito en materia de sostenibilidad, implican la adopción de directrices y estándares basados en el respeto, la equidad y el cuidado de los recursos a la luz de un crecimiento amigable, como lo plantean los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, 15), que son metas propuestas por la Organización de las Naciones Unidas para dar continuidad a los Objetivos del Milenio en un marco de agenda de desarrollo y producción limpia, qué según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), se entiende como la aplicación continua de una estrategia integrada de prevención ambiental en los procesos, los productos y los servicios, con el objetivo de reducir riesgos para los seres humanos y para el medio ambiente, incrementar la competitividad de la empresa y garantizar la viabilidad económica. (CPRAC, 2014). A continuación, se presenta la relación entre los objetivos que hacen parte de la agenda de desarrollo de la ONU:

La estrategia de mi
entrenador y mía, consistió
en tomar la mejor parte
de todos los saltadores
del mundo y crear un
atleta que nunca hubiera
existido. A continuación,
empezar a trabajar en ser
esa persona.

Sergei Bubka.



Figura 1.

Comparativa Objetivos del Milenio vs Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU)

Fuente: Pérez (2018).

De igual forma, las externalidades generadas en el tema medioambiental son una realidad, por lo que se profundizan estas prácticas para entender como a partir del desarrollo sostenible, la ecoeficiencia, las compensaciones sector productivo, la gestión estratégica ambiental y el macro verde de la economía, pueden estructurar un lineamiento que potencie estos sectores pero que a su vez disminuya el impacto al medio ambiente y le permita a este tomar el tiempo de recuperación necesario y empezar a hablar de autosuficiencia y una consciencia de consumo en la población, lo cual implica la adopción de mecanismos de educación ambiental y la consideración de costos ambientales.

Objetivo General:

- Analizar el impacto de las prácticas de desarrollo sostenible en los procesos productivos convencionales contaminantes del sector industrial Colombia.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar los procesos de producción del sector industrial de acuerdo con su grado de afectación social, cultural, económica, política y ambiental.

- Examinar las prácticas de desarrollo sostenible, sus limitaciones y sus beneficios de acuerdo con la capacidad y necesidades del sector industrial.
- Proponer estrategias de transición a las empresas del sector industrial en cuanto a la adopción de nuevos modelos de producción con optimización de procesos a la luz de la eficiencia y mitigación del impacto ambiental.

Justificación

En la actualidad, la contaminación ambiental ha dado un giro importante desde finales de la década de los ochenta, debido a las políticas implementadas acerca del control de la contaminación ambiental que afecta no solamente a las personas, sino a las industrias y al mundo entero (Fajardo, 2017). Los procesos productivos en Colombia sopesan la utilización de procedimientos que tienen un impacto ambiental negativo y duradero dependiendo del sector de la economía que se estudie. Si bien los sectores de la economía sufren impactos diferenciados, se habla de un efecto negativo conjunto que está generando complicaciones a la luz del bienestar social.

Los ecosistemas como fuente de recursos e insumos para la producción y el abastecimiento, presentan un equilibrio definido bajo su autonomía, periodo de recuperación y fertilidad en sus procesos naturales (The Economics of Ecosystem & Biodiversity, 2019). La preocupación por el desarrollo económico ha limitado estos tiempos exigiendo materias primas cada vez más pronto y en mayor cantidad, por qué si bien se habla de crecimiento económico en los últimos años para la economía de Colombia (Datos Macro, 2019), no se dice lo mismo en materia de desarrollo, ya que, bajo este rubro, se evidencian insuficiencias en el acceso a varios servicios y bienes primordiales en la población más vulnerable de la Nación.

Actualmente dentro los límites de la economía colombiana existe una generación de residuos de carácter bastante alta con afectación directa al nivel de calidad de vida de las personas, lo que en principio, puede no afectar, pero sí desarrollar complicaciones de salubridad a largo y corto plazo, sumado a la extinción de la biodiversidad presentada en la última década gracias las exploraciones y la expansión sin límites del área poblacional, ya que si bien hay restricciones, eso no es ningún impedimento para la generación de residencias no autorizadas, cambuches y/o hogares transitorios. Este crecimiento en parte se debe a la falta de atención por parte de los diferentes entes gubernamentales encargados de crear políticas públicas eficientes en el manejo y conciencia de la integración de un modelo de salubridad eficiente de carácter educativo y de preservación.

A partir de este punto, surge un enfoque en donde se alude a la educación ambiental como mecanismo impartido de cambio frente a problemáticas evidenciadas en sociedades de consumo, ya que, si bien se evidencian complicaciones en el mecanismo y las políticas actuales, no ha habido una retroalimentación y una asignación de contenido programado dirigido a sectores de bajos ingresos que residen en zonas afectadas sin las consideraciones y registros sanitarios solicitados. De igual forma, las afectaciones van más allá del desarrollo de políticas públicas y sistemas eficientes de distribución de los recursos y servicios públicos.

El sector público contempla prácticas enfocadas hacia la producción en la agricultura, la ganadería, la pesca y minería entre otros. Algunos de los impactos medioambientales más representativos se encuentran en la generación de gas metano por los procesos biológicos en vacunos, la pesca excesiva que altera el orden natural del ciclo de la vida y los procesos de producción agroindustriales que implican la utilización de rociadores que si bien son medidos, poseen alto contenido químico para evitar la propagación de plagas indeseables y mantener aspectos estéticos que potencien su proceso de compra por los intermediarios de mercadeo como los consumidores finales.

El sector secundario en materia de impactos tampoco es la excepción, ya que al igual que el sector terciario se expone a riesgos asociados con el ambiente en su cuidado y la consolidación de políticas que preserven la naturaleza y control el daño ocasionado. La transformación de materias primas a la luz de la generación de residuos y/o desechos derivados del proceso siempre han estado presentes en estas prácticas. Mientras que, el último fabrica servicios no materiales que de igual manera buscan satisfacer de una manera efectiva las necesidades y deseos como el turismo, que, si bien no implica transformación de insumos y obtención de materias primas, implica un efecto negativo al entorno por las prácticas y la infraestructura que esto implica.

Diferentes alternativas se han venido desarrollado frente a este tipo de problemáticas generadas por un sistema de consumo basado en la productividad y la competitividad bajo un enfoque local que permita destacar a nivel internacional, esto último para desarrollar acuerdos y alianzas comerciales a la luz del crecimiento económico. Conceptos como la producción limpia, la integración de los objetivos de desarrollo sostenible, el desarrollo y la consolidación de la responsabilidad empresarial, etc.

La mitigación del impacto de la contaminación ambiental y sus efectos contraproducentes en el nivel de la calidad de vida de las personas y los ecosistemas es por lo que se debe trabajar para garantizar la proliferación de la vida de generaciones existentes sin desperdiciar los recursos. Lo anterior considerando los costos ambientales, la economía verde, la autosuficiencia ecológica, el respeto hacia la biodiversidad y el potenciamiento de la educa-

La verdadera medida del valor de cualquier líder y gerente es el rendimiento.

Brian Tracy.

ción ambiental y la restructuración de sociedades de consumo masivo que alienten el mercado y demanda hacia las empresas. Lo anterior, bajo la implementación de metodologías claras y concisas que supongan una interacción y correlación entre los ideales y los actuales en materia de efectividad, eficiencia y perdurabilidad.

De igual forma, se alude a conceptos enfocados en este aspecto que, si bien tienen el objetivo de preservar el medio ambiente y sus recursos, mantienen rangos de producción requeridos por industrias movidas a partir de cotizaciones, resultados y volumen producido a partir de la demanda agregada del país. Estos conceptos van ligados con el desarrollo sostenible mediante los objetivos planteados por la ONU, la integración de procesos eficientes como la producción limpia y la implementación de la responsabilidad social empresarial a la gestión estrategia ambiental que las organizaciones deberían considerar con el fin de reducir y desarrollar bienestar social, económico, político y cultural que incremente la calidad de vida y sea consciente de las limitaciones y tiempos de la naturaleza de acuerdo a la economía de sus sistemas y su biodiversidad (The Economics of Ecosystem & Biodiversity, 2019).

Marco Teórico y/o Conceptual

El método empleado para el presente estudio se realiza a partir de una revisión de la literatura, sobre temas tales como la sostenibilidad en las empresas, la transición de los procesos productivos a prácticas más eco amigables y la inclusión del desarrollo sostenible como concepto. Asimismo, se incluyen diferentes tipos de producción para el presente análisis como lo es la producción más limpia, ya que favorece y desarrolla nuevas categorías y líneas de producción a partir de estimaciones de gases y afectaciones directas al medio ambiente.

Zambrano, S. Acosta, B. y Cortés, L. (2016), tienen como finalidad el análisis hecho desde las dimensiones de la ética y el gobierno corporativo. La metodología empleada fue la investigación histórica y descriptiva con estudios correlacionales específicos entre el gobierno y las empresas. En lo referente a los resultados, se concluye que se ha avanzado poco en el tema y que es necesario desde el gobierno departamental, implementar políticas que mejoren las prácticas que las empresas han realizado y esperan seguir realizando.

Por otra parte, Figueroa (2005), presenta como objetivo general la comparación de los enfoques de la economía ambiental y ecológica con respecto a la valoración de la biodiversidad frente al contexto del desarrollo sostenible, empleando una metodología de investigación documental, arrojando resultados que señalan que los métodos de valoración ambiental recogen una mínima parte del valor de los bienes y servicios asociados a la biodiversidad y, en los casos donde son aplicados, los supuestos necesarios tienen alto grado de

arbitrariedad. Además, se concluye que cualquier metodología de valoración debe incorporar información de otras disciplinas con fundamento en sistemas de valores, para que tenga lugar una interacción adecuada entre los sistemas socioeconómicos y ecológicos que garanticen una gestión sostenible de la biodiversidad.

En la misma vía Fonseca (2017) tiene como finalidad mostrar una de varias posibilidades que tienen las empresas manufactureras y de producción en el sector lácteo de prevenir la contaminación desde su origen empleando una metodología de investigación histórica y descriptiva. Los resultados aluden a que surge la Producción Limpia como la práctica que toda organización debe llevar a cabo en sus procesos industriales para minimizar los efectos de contaminación de sus propios residuos y producir productos respetuosos con el medio ambiente, implementando mejores prácticas en cada uno de los ciclos de vida de estos.

Por otra parte, Haro-Martínez, y Taddei-Bringas (2014) tienen como objetivo la realización de una revisión crítica de la teoría económica convencional asociada al desarrollo sustentable empleando una metodología de investigación correlacional. En lo referente a resultados, se destaca la necesidad de asignar valores a los servicios ambientales para una mejor toma de decisiones, en la que se consideren las preferencias individuales y las sociales, con lo que se avanzaría hacia las metas centrales del desarrollo sustentable: eficiencia económica, justicia social y sustentabilidad ecológica.

Así mismo, Gutiérrez, Asprilla y Gutiérrez (2014), exponen como finalidad el afianzamiento del papel que cumple el emprendimiento en la formación profesional y de la investigación en la capacidad de innovación empresarial, empleando una metodología de investigación descriptiva y correlacional, arrojando resultados inferidos en la relación Universidad, Empresa y Estado (UEE), tienen la capacidad de orientar el emprendimiento la investigación hacia los fines expresados. Es hora de procurar la formación y la innovación hacia la materialización de resultados tangibles y aplicación directa con enfoque empresarial, requerida para internalizar ambos procesos en el ámbito profesional.

Carreño (2013) tiene como objetivo analizar, según la metodología de la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial), el sistema agroindustrial del departamento de Boyacá, mediante la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual y su composición. De igual forma, mediante el benchmarking, y con instrumentos de diagnóstico diseñados y convalidados, se caracterizan los sistemas al interior de las microempresas agroindustriales. La metodología empleada es de la ONUDI (2019), en donde se caracterizan los sistemas al interior de las microempresas agroindustriales. Se obtiene un diagnóstico del estado competitivo de las

Mostrar a todos los competidores lo que se está haciendo. Ellos aprenden muy pronto de todos modos. Eso sí, no les digas lo que estás pensando.

Bill Hewlett (fundador de Hewlett Packard)

microempresas en sus diferentes componentes (administrativo, técnico /productivo, financiero etc.). Los resultados permiten determinar los niveles de desempeño y contrastarlo con la mejor práctica empresarial en cada uno de los sistemas analizados y frente a otras microempresas, a través de un diagnóstico individual y posteriormente sectorial. Se proponen estrategias para que las microempresas de bajos desempeños logren nivelar sus estructuras administrativa y productiva. Con los resultados obtenidos se diseña un modelo de integración para las microempresas agroindustriales que permite aumentar los niveles de competitividad.

En relación con la integración de herramientas de gestión ambiental como práctica sostenible en las organizaciones Rodríguez y Godínez (2012), tienen como finalidad presentar un instrumento metodológico que permite abordar el proceso de integración y que este se estructure a modo de una práctica de sostenibilidad. La metodología parte del modelo ISO 14001:2015, que se estructura en ocho pasos en los cuales, se especifican las normas a integrar, los resultados a alcanzar y los métodos y técnicas a aplicar. Ésta se puede aplicar a cualquier tipo de organización independientemente de su tamaño, tipo y naturaleza.

Oliveira, Bernal, Gorrochategui, Garzón, Michel, Durán y Gisela (2019), tienen como finalidad entender el funcionamiento de los objetivos de desarrollo sostenible y mirar su viabilidad de implementación de las organizaciones productivas de los diferentes sectores económicos de la economía, los resultados varían dependiendo la regulación local, la flexibilización en cuanto a políticas y demandas generadas así las obligaciones en el sistema.

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018), sustenta un análisis referido a la infraestructura, la política y los procesos actuales que recibirían esta iniciativa en la agenda de desarrollo de la organización internacional. Esto evalúa la capacidad bajo 17 objetivos y toma como referencia, índices básicos que miden facilidades, trabas, ventajas y desventajas a considerar para lograr los objetivos sin comprometer los recursos de generaciones futuras y alcanzar la eficiencia y sustentabilidad ambiental.

Finalmente, a modo más general e internacional, abordando la razón de ser de la investigación en particular, *The Economics of Ecosystem & Biodiversity (s.f.)*, busca ofrecer respuesta para disminuir las presiones y amenazas a los recursos naturales a través de la incorporación del valor de la biodiversidad y servicios ambientales, en la toma de decisiones económicas tanto en el sector público como en el privado. Para ello emplean metodologías de investigación como la etnografía, la investigación descriptiva y correlacional. Sus resultados infieren a hacer un llamado la atención sobre la invisibilidad de la naturaleza en las decisiones económicas que tomamos en los ámbitos de la formulación de políticas a nivel internacional, nacional y local, de la adminis-

“Llamar a las mujeres el
sexo débil es una calum-
nia; es la injusticia del
hombre hacia la mujer”

Mahatma Gandhi

tración pública y empresarial. The Economics of Ecosystem & Biodiversity considera esta invisibilidad como un impulsor clave del continuo agotamiento de los ecosistemas y de la biodiversidad.

Discusión

Compensaciones Sector Productivo: La actividad económica de los sectores productivos no puede replantear inmediatamente en sus operaciones un cambio significativo a la luz de la mitigación del impacto ambiental, puesto que son tareas enfocadas y encaminadas al crecimiento del país bajo unos objetivos planteados, por lo que progresivamente, se pueden desarrollar procesos estrictos bajo modelos de simulación que reemplacen paulatinamente el cumplimiento de las mismas funciones de los actuales. No obstante, durante este proceso, se deberían implementar aportes significativos al impacto a los predios afectados, así como a las compensaciones que hay lugar, puesto que se trata de una afectación directa que incide directamente en el bienestar y la preservación del orden natural.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

Bajo el enfoque de que las preocupaciones globales siguen con especial atención en el tardío crecimiento económico, las desigualdades sociales, las preocupaciones de tipo ambiental y el anhelo de la paz en todas sus dimensiones (ONU, 2018). El aparato productivo actual de trascender a nuevos mecanismos que equiparen y desarrollen un alto nivel de competitividad bajo niveles eco sustentables y recíprocos con el medio y recurso ambiental. Si bien todo entra en una cadena de producción, se deben desarrollar separadamente bajo la misma finalidad en dónde se haga efectiva esta transición. Es decir, bajo la integración de objetivos en los modelos productivos y la especializaciones en metas tales como la educación de calidad, la energía asequible y no contaminante, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsables, la preservación por la vida submarina y los ecosistemas terrestres y las diferentes alianzas que den lugar, se puede empezar a trabajar en un cambio orientado hacia la sustentabilidad y respeto del sector productivo bajo la suposición de lo que esto implica (ONU, 2018).

Esta perspectiva enfocada a matrices de ciclo de vida y valoración ambiental permiten la identificación de actividades clave que deben o requieren modificaciones para la mitigación de su impacto. Esto bajo el objetivo de acción por el clima, que, según la ONU en su informe de gestión para el año 2018: *la adopción de medidas para combatir el cambio climático y sus efectos es de carácter urgente, así como la promoción de construcción de infraestructuras resilientes, la industrialización inclusiva y sostenible que fomente la innovación.* Lo anterior fundamentado a la luz de promoción de una calidad de vida excepcional de acuerdo con las necesidades de los sectores y el bienestar de sus trabajadores además de los predios productivos y su biodiversidad.

Respecto a los recursos esenciales, es entender bajo el modelo de consumo actual, que la distribución y las redes instaladas si bien potencian el crecimiento económico, descuidan y no son inclusivos y sostenibles de acuerdo con su utilidad, esto fundamentado en energías fósiles y de combustión que tienen un alto impacto ambiental y están centradas en prever a determinada población esa necesidad. De igual manera pasa con el recurso hídrico y su cadena de producción, ya que, bajo lo implementado, muchas son las áreas afectadas que, bajo modificaciones al sistema natural de flujo del recurso, muchas zonas pierden su fertilidad y se desertifican de acuerdo con el impacto generado (La vida pierde su elixir).

Lo anterior desarrolla y da los pilares básicos en lo que debe estar basado un plan de acciones que sea inherente a los procesos productivos de los sectores económicos de la economía, pues se debe tener consciencia de consumo y uso en los océanos y los recursos marinos así como la detención de la degradación de las tierras para detener la pérdida de biodiversidad, todo bajo procesos y modalidades de consumo y producción disponible que la integración y adopción de un marco verde construido a la luz de la producción más limpia, la educación y los objetivos de desarrollo sostenible pueden brindar.

Diferenciación Verde: Los lineamientos ambientales bajo este rubro sopesan en muchas ocasiones, la culminación de actividades principales como lo es el tema del petróleo, porque si bien su impacto está regulado en materia de afectación con el modelo tradicional de extracción, no se debe optar por nuevas prácticas sino potenciar otras actividades que reemplacen esa entrada de capital. Es de entender que el debate frente a esta situación es de carácter ambiental vs económico, pero bajo supuestos, la vida misma y la coexistencia entre los recursos de calidad y los seres prima sobre la ganancia. De aquí la estrategia principal de crear valor y generar ese aspecto fundamental, como lo es la preservación y el cuidado de la vida bajo un modelo productivo consciente y respetuoso del orden y equilibrio natural.

Transición Procesos Desarrollo Económico y Sociedades de Consumo: Bajo la configuración de política públicas y el entendimiento de la necesidad de cambios a nivel educación y consumo, el nivel o la capacidad para generar riqueza en el país está sujeta a procesos en donde todo se mide a partir de su valor, pero realmente bajo esa línea no se induce que bajo necesidades primarias de los organismos vivos, prima más el recurso hídrico o la seguridad alimentaria que el mismo oro dorado o negro (Crudo), lo que invita a reflexionar y priorizar como las sociedades de consumo afectan el equilibrio productivo entre los ecosistemas y las organizaciones además que generan mercados masivos que si bien traen rendimientos, golpean a la biodiversidad y el orden natural. En este caso, la educación ambiental es clave para erradicar este tipo de pensamiento, intención y comportamiento de las personas.

Responsabilidad Social y Sostenibilidad y Sustentabilidad en la Organización: La gestión de este pilar va centrada en adición como valor agregado a la organización, por qué si bien se entienden implícitamente en los procesos ambientales desarrollados o reflexiones que abren paso al cambio, el direccionamiento estratégico encaminado a coaccionar lo que cada concepto brinda trazará canales de comunicación y desarrollo de mecanismos que optimicen y potencien prácticas armonías respecto al medio ambiente.

El efecto de las diversas políticas que en la actualidad se proponen para fortalecer o modificar el comportamiento del sistema. El modo general del comportamiento en el tiempo del sistema mundial es de "crecimiento y colapso", siempre existen "fuerzas" que frenan el crecimiento, tales como el aumento repentino de la contaminación, provocado por una sobrecarga de la capacidad natural de absorción del medio ambiente, con lo cual la tasa de mortalidad se eleva abruptamente a partir de la contaminación y usualmente también la falta de alimentos. Al mismo tiempo los recursos se agotan agudamente, a pesar de que el monto disponible de ellos se ha duplicado, simplemente porque unos pocos años de más de crecimiento exponencial de la industria bastan para consumir estos recursos adicionales. (Meadows, Randers & Behrens, 1972).

Esto fundamentalmente va ligado con el excesivo y desproporcionado crecimiento poblacional que tiene una incidencia negativa en el ambiente y perjudicial en la naturaleza. Los recursos provistos por los ecosistemas con el desenfrenado aumento de la población no están dando abasto y frente a esta situación, se expresa crudamente el no poder ser reversible, sino se actúa de manera inmediata y eficiente para frenar esta alteración tan abrumadora que la especie humana representa para el mundo en general. Se debe hacer un cambio basado en la responsabilidad social y el desarrollo sostenible, con un nuevo marco y mucho más definido en cuanto al respeto hacia otras especies y nuestro entorno en general. Generar esa responsabilidad y cuidado hacia la naturaleza además de brindar reciprocidad para reestructurar un rumbo con la coexistencia y estabilidad en las interacciones del hombre con su entorno y otras especies. De igual manera, el verdadero problema, lo genera el hombre, porque la naturaleza en sí es perfecta y se puede aprender de ella para encontrar soluciones a problemas que se generan o son derivados de pensamientos consumistas o altamente individualistas, egocéntricos y de ambición en general.

Conclusiones

La economía colombiana en sus diferentes procesos productivos ha evidenciado un potencial eje productor y exportador en materia agroindustrial y *commodities* como el petróleo y sus derivados, la dependencia de este último

en materia fiscal, si bien representa un peligro por sus diferentes fluctuaciones en los precios de cotización bajo la referencia WTI, apunta hacia una cumbre entre la insostenibilidad ambiental y la inversión destinada al gasto público y la configuración de políticas fiscales (Olivera, 2013). Si bien este recurso es finito, la implementación de procesos autosuficientes y sostenibles a la larga lo hará trascender a nuevas modalidades de generación de recursos. No obstante, se plantean retos en cuanto a la capacidad para innovar y crear valor en los procesos, no por ende pasa a ser menos importante el potenciamiento y la optimización de las prácticas convencionales a lo largo de las actividades, se trata de empezar a desarrollar estrategias a la luz del desarrollo sostenible que permitan mitigar el impacto ambiental ocasionado y hagan entender que bajo modelos actuales de consumo masivo, la insostenibilidad y el agotamiento e infertilidad de las tierras estaría más cerca de lo que se piensa.

Asimismo, se resalta el poder de la educación, ya que bajo la estructura actual no contempla la enseñanza y preservación de los recursos actuales que suministran insumos al aparato productivo, además de que se observa el orden natural y la biodiversidad como un elemento aparte del ejercicio cuando en realidad están incluidos en este. Un ejemplo de esto es la tala indiscriminada o la contaminación del recurso hídrico como se evidencian en las curtiembres de cuero. Por eso, es necesario empezar a incluir en la estructura de gestión, los costes ambientales, pues se trata de entablar relaciones basadas en el respeto y la reciprocidad y lograr un equilibrio entre la producción demandada y el periodo de recuperación de la tierra para proveer nuevos insumos para su transformación en bienes finales de consumo. Lo anterior también para los servicios ofertados como los turísticos, pues suponen riesgos considerables que pueden ser mitigados y controlados dependiendo de cómo se piensen y se reestructuren las soluciones a la luz de la sostenibilidad ambiental.

La población y la producción globales no pueden seguir creciendo indefinidamente, puesto que se ponen en juego factores que tienden a limitar semejante expansión, entre ellos el agotamiento progresivo de los recursos, el posible aumento de la mortalidad y los efectos negativos de la contaminación. Hacia mediados del siglo XXI será necesario haber logrado un equilibrio que permita sostener un nivel dado de población en condiciones materiales estables. De otra manera se corre el peligro de un colapso que incluye un descenso brusco de la población. Por definición desarrollo sostenible es tratar de hacer lo mejor con los recursos naturales que se reciben, siempre y cuando no se dejen menos recursos para el beneficio de las generaciones venideras. Esto tiene el germen de la búsqueda de un equilibrio global, debido a que si no se pueden aumentar los recursos naturales que actualmente existen en la Tierra, al menos se debe tratar de conservarlos y mantenerlos constantes.

Se debe hacer un cambio basado en la responsabilidad social, con un nuevo marco y mucho más definido en cuanto al respeto hacia otras espe-

cies y nuestro entorno en general. Generar esa responsabilidad y cuidado hacia la naturaleza además de brindar reciprocidad para reestructurar un rumbo con la coexistencia y estabilidad en las interacciones del hombre con su entorno y otras especies de manera que los sectores económicos puedan mantener rendimientos y hasta potenciarlos con prácticas eco amigables y sostenibles en el corto y largo plazos incrementando la eficiencia de lo que lo anterior implica.

A partir de lo anteriormente descrito, a modo de opinión, acordamos que el planeta ahora más que nunca necesita un cambio y un esfuerzo de nosotros como sociedad lo más pronto posible. Se está atravesando una de las épocas más biodiversas de la historia de la humanidad y se está desperdiciando, estamos acabando e infravaloramos día a día por la ambición y el deseo consumista que infiere que nunca nada es suficiente, sumado al constante deseo de adquirir más y más cosas (Acumuladores). Es cuestión de tiempo para que el daño causado no pueda tener un retroceso y el impacto sea irreparable, por lo cual, se deben unir las individualidades de cada uno y generar la conciencia necesaria (Educación), en las comunidades para empezar a mitigar este efecto negativo y así lograr una recuperación de nuestra casa, para que al igual que nosotros, futuras generaciones puedan disfrutar de la tierra tanto como, en cierta medida, nosotros lo hacemos. Debemos ser resilientes y empezar a implementar el impacto ambiental (Tener en cuenta los costos ambientales en el análisis costo beneficio), como una variable más dentro de cualquier tipo de proyecto o finalidad que pueda tener repercusión en la política, en la economía y la parte social de las sociedades y trascender a procesos productivos sostenibles con un mayor marco de desarrollo y conciencia ambiental.

Declaración Ética

Los autores declaran que este trabajo de grado se acoge a los principios, preceptos, definiciones e indicaciones establecidos en la "Política de propiedad intelectual" vigente en la Universidad El Bosque (Acuerdo No. 12746 de 2014), así como la Circular No. 06 de 2002 de la Dirección nacional de derechos de autor.

Al tenor de lo anterior los autores de este trabajo ratifican que su trabajo es original y cumple con todo lo reglamentario sobre derechos de autor, siendo los autores los único) responsables del contenido y las ideas planteadas en el presente manuscrito.

Referencias

Carreño, J. A. F. (2013). Integración de microempresas lácteas del corredor central del departamento de Boyacá (Colombia). *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 4 (2), 117-133.

- CPRAC (2014). Sostenibilidad: Producción más limpia. <http://www.cprac.org/es/sostenible/produccion/mas-limpia>.
- Figuroa, J. (2005). Valoración de la biodiversidad: perspectiva de la economía ambiental y la economía ecológica. En: *Interciencia*, 30(2), 103-107. <http://ezproxy.unbosque.edu.co:2048/login?url=https://search-proquest-com.ezproxy.unbosque.edu.co/docview/210136081?accountid=41311>.
- Fonseca, H. (2017). La producción más limpia como estrategia ambiental en el marco del desarrollo sostenible. En: *Revista de Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*. Vol.: 4(8). P. P: 47-59. <http://dx.doi.org/10.21017/rimci.2017.v4.n8.a32>.
- Gutiérrez, J. A., Asprilla, E., & Gutiérrez, J. M. (2014). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (76), 144-157.
- Haro-Martínez, A, & Taddei-Bringas, I. (2014). Sustentabilidad y economía: La controversia de la valoración ambiental. En: *Economía, Sociedad y Territorio*, 14(46), 743-767. <http://ezproxy.unbosque.edu.co:2048/login?url=https://search-proquest-com.ezproxy.unbosque.edu.co/docview/1628574132?accountid=41311>.
- Meadows, D, Randers, J. & Behrens, W. (1972). Exposición de Los límites del crecimiento (Remasterizado). <https://previa.uclm.es/area/amf/Antoine/Energias/ClubdeRoma.ppt>.
- Olivera, M. Cortés, S. & Aguilar T. (2013). Ingresos Fiscales por Explotación de Recursos Naturales en Colombia. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Ingresos-fiscales-por-explotaci%C3%B3n-de-recursos-naturales-en-Colombia.pdf>.
- Oliveira, V. Bernal, A. Gorrochategui, N. Garzón, L. Michel, L. Durán, M. & Gisela, M. (2019). Responsabilidad social de las organizaciones (RSO): Aportes teórico-prácticos para lograr los objetivos de desarrollo sostenible en América Latina. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/9684>.
- Rodríguez Córdova, R., y Godínez, C. L. (2012). Manual de Gestión Ambiental organizacional. Caracas: Ediciones del Consejo Directivo de la Universidad Politécnica Territorial Andrés Bello.
- The Economics of Ecosystem & Biodiversity. (s.f.). <http://teebweb.org/>
- Universidad del Rosario (2018). Legislación Ambiental Colombiana <https://www.urosario.edu.co/jurisprudencia/Investigacion-en-Derecho-Ambiental/ur/Linea-de-Investigacion/Legislacion-Ambiental-Colombiana/>

Zambrano, S. Acosta, B. & Cortés, L. (2016). Análisis de responsabilidad social empresarial en empresas productoras de derivados lácteos: En: JOURNAL OF STRATEGIC STUDIES JOURNAL OF STRATEGIC STUDIES. Revista Ciencias Estratégicas, 24(35), 211-229. Recuperado de: <http://dx.doi.org.ezproxy.unbosque.edu.co/rces.v24n35.a13>.

Notas informativas

Diplomado en Gobierno Corporativo y Gestión de Inversiones

Para ver el contenido de la presentación **haz click sobre la imagen**



Programa de Administración de Empresas*

Información:

Carrera 7 B Bis No. 132 - 38 Casa A3 - W3
Edificio Bosque del Condado
Teléfonos: (57+1) 274 84 34 - (57+1) 648 90 21
Fax: (57+1) 648 90 07
Correo: secretaria.administracion@unbosque.edu.co
Bogotá, D.C. Colombia

Misión

El Programa de Administración de Empresas de El Bosque construye conocimiento administrativo conjunto entre profesores y estudiantes, dándole prioridad a la vida, al individuo y a la cultura del grupo social en que trabaja.

Visión

Ser en el mediano plazo uno de los Programas más destacados, llevando a sus egresados a ocupar espacios importantes en el país, por medio del aporte desde sus propias empresas o desde la organización a la que se encuentren vinculados ya sea de carácter público o privada.

Objetivo General

Construir conocimiento con los estudiantes de la facultad, utilizando para ello los referentes históricos, filosóficos y epistemológicos de la administración, con el fin de alcanzar estándares de desempeño profesional acorde con las necesidades que el entorno de los negocios exige a los Administradores de Empresas, dándole prioridad a la vida y a la cultura del grupo social en que trabaja.

Objetivos específicos

El Programa de Administración de Empresas de la Universidad El Bosque persigue los siguientes objetivos:

- Incorporar en el proceso formativo de los estudiantes, los valores y principios de la Universidad, en su enfoque bio-psico-social y cultural, y que estos se vean reflejados en el desarrollo de la profesión del egresado.
- Desarrollar en los estudiantes la capacidad analítica y crítica del entorno y la realidad del país y el mundo, de tal forma que puedan actuar y tomar decisiones en la búsqueda del beneficio común, alcanzando estándares de desempeño profesional acorde con las necesidades que el entorno de los negocios exige a los Administradores de Empresas.
- Preparar a los estudiantes para que se desempeñen en los sectores público y privado, desde la perspectiva de la alta gerencia, creando empresas y desarrollando actividades de consultoría e investigación.
- Fortalecer los vínculos actuales con universidades del exterior y establecer otros, para el aprovechamiento mutuo de estudiantes, profesores y egresados de la Facultad.
- Trabajar ligados a la realidad empresarial, investigando continuamente las necesidades del mercado y de esta forma garantizar el fácil acceso de nuestros egresados al medio laboral.