

CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS FAMI-EMPRESAS DE LA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS DE LA
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS SEDE VILLAVICENCIO



FRANCY LORENA RAMIREZ UMAÑA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO

2017

CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS FAMI-EMPRESAS DE
LA FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS DE LA
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS SEDE VILLAVICENCIO

FRANCY LORENA RAMIREZ UMAÑA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas
Agropecuarias

Directora
Mg. MIGUEL ANDRÉS RIVEROS ROMERO
M.B.A

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO

2017

Autoridades Académicas

P. JUAN UBALDOLÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICÁ GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Dra. YULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. MIGUEL ANDRÉS RIVEROS ROMERO

Decano Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Nota de Aceptación

MIGUEL ANDRÉS RIVEROS ROMERO

Decano Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

MIGUEL ANDRÉS RIVEROS ROMERO

Directora trabajo de Grado

JESÚS ALEJANDRO GARTNER TREJOS

Jurados

Villavicencio, 1 de agosto del 2017

Contenido

	Pág.
Resumen.....	11
Introducción	13
1. Planteamiento del problema	15
2. Objetivos.....	18
2.1. Objetivo General	18
2.2. Objetivos Específicos	18
3. Justificación	19
3.1. Teórica-administrativa	19
3.2. Práctica	19
3.3. Metodológico	19
4. Marcos de referencia	20
4.1. Marco conceptual	20
4.2. Marco teórico	23
4.2.1. Facultad de administración de empresas agropecuarias.	24
4.2.2. Empresa de familia o Fami-empresa.....	25
4.2.3. Etapas de la empresa familiar	39
4.3. Marco legal de las Fami-empresas en colombia	41
4.3.1. Características de las sociedades familiares	42
5. Diseño metodológico	44
5.1. Tipo de investigación: descriptivo.	44
5.2. Métodos de la investigación.....	44
5.2.1. Inducción:	44
5.3. Población y muestra	45
5.3.1. Población.....	45
5.4. Instrumentos	46
5.4.2. Fuentes Secundarias.....	47

6. Clasificación y caracterización de las fami-empresas de la facultad administración de empresas agropecuarias de la universidad santo tomas, sede Villavicencio.	48
6.1. Clasificación por sector económico.	48
6.2. Clasificación por actividad económica	49
6.2.1. Sector primario.....	51
6.2.2. Sector secundario	54
6.2.3. Sector terciario	56
6.3. Clasificación por actividad económica – CIIU	59
6.3.1. CIIU seccional A – agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.....	60
6.3.2. CIIU seccional C- industrias manufactureras	61
6.3.3. CIIU sección G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	63
6.3.4. CIIU H. Transporte y almacenamiento	64
6.3.5. CIIU sección I. alojamiento y servicios de comida	65
6.3.6. CIIU sección N. Actividades de servicios administrativos y de apoyo	66
6.3.7. CIIU sección R. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	66
6.4. Planta de personal.....	67
6.5. Unidades de negocio	68
6.6. Tamaño de la empresa.....	69
6.7. Ventas mensuales promedio de la empresa.....	70
6.8. Gastos mensuales promedio de la empresa	71
6.9. Gestión organizacional y ambiental	72
6.9.1. Sistema de planeación estratégica.....	73
6.9.2. Sistemas de gestión de calidad ambiental	74
6.10. Gestión financiera.....	75
6.10.1. Tipo de Clientes	75
6.10.2. Servicio de financiación.....	76
6.10.3. Destino del capital.....	77
6.11. Capital social	78
6.12. Tipo de organización	79
6.12.1. Constitución legal de la empresa	79

6.12.2. Registro cámara de comercio.....	81
6.13. Vinculacion familiar	82
6.14. Tipo de parentesco.....	83
6.15. Gestión empresarial	84
Conclusiones	86
Logros	88
Recomendaciones	89
Referencias bibliográficas.....	90
Glosario de términos	90
Anexos	96

Lista de Cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Sector Económico	49
Cuadro 2. Actividades Económicas	50
Cuadro 3. Actividades Ganaderas	51
Cuadro 4. Actividades Agrícolas	52
Cuadro 5. Actividades Avícolas	53
Cuadro 6. Actividades Manufactureras.....	55
Cuadro 7. Actividades Comerciales.....	56
Cuadro 8. Actividades de Restaurantes, Hotelería y turismo.	57
Cuadro 9. Actividades de Transporte.....	58
Cuadro 10. Actividades de Servicio (otros).....	58
Cuadro 11. Clasificación CIIU Seccional A	60
Cuadro 12. Calificación CIIU Seccional C.....	62
Cuadro 13. Calificación CIIU Seccional G.....	63
Cuadro 14. Clasificación CIIU H.....	65
Cuadro 15. Clasificación CIIU I	65
Cuadro 16. CLASIFICACION CIIU N	66
Cuadro 17. Clasificación CIIU R.....	67
Cuadro 18. Planta de Personal	67
Cuadro 19. Unidades De Negocio	68
Cuadro 20. Tamaño de la Empresa	69
Cuadro 21. Ventas Promedio de la Empresa	70
Cuadro 22. Gastos Mensuales Promedio de la Empresa.....	72
Cuadro 23. Planeación Estratégica	73
Cuadro 24. Sistemas de Gestión de Calidad Ambiental	74
Cuadro 25. Tipos De Clientes	76
Cuadro 26. Servicio De Financiación	76
Cuadro 27. Destino Del Capital	77

Cuadro 28. Capital Social	78
Cuadro 29. Constitución legal de la Empresa	80
Cuadro 30. Registro Cámara de Comercio	81
Cuadro 31. Vinculación Familiar.....	82
Cuadro 32. Tipo de Parentesco	83
Cuadro 33. Gestión Empresarial	84

Lista de gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Modelo de Los Dos Sistemas de Las Fami-empresas.....	29
Gráfica 2. La Empresa Familiar según La Teoría de los Sistemas, Modelo de los tres círculos..	29
Gráfica 3. Modelo de Los Cinco Círculos	31
Gráfica 4. Esquema de evolución de los tres ejes.	39
Gráfica 5. Sector Económico	49
Gráfica 6. Actividad económica	50
Gráfica 7. Representación Actividades Sector Secundario.....	53
Gráfica 8. Representación Actividades Industriales o Manufacturera del Sector Secundario	55
Gráfica 9. Representación Sector Terciario	59
Gráfica 10. Planta de Personal	68
Gráfica 11. Unidades De Negocio	69
Gráfica 12. Tamaño de la Empresa.....	70
Gráfica 13. Ventas Promedio de la Empresa	71
Gráfica 14. Gastos Mensuales Promedio de la Empresa	72
Gráfica 15. Planeación Estratégica	73
Gráfica 16. Sistemas de Gestión de Calidad Ambiental	74
Gráfica 17. Tipo de Clientes	76
Gráfica 18. Servicio De Financiación.....	77
Gráfica 19. Destino De Capital	78
Gráfica 20. Destino De Capital	80
Gráfica 21. Registro Cámara De Comercio	81
Gráfica 22. Vinculación Familiar	82
Gráfica 23. Tipo de Parentesco	84
Gráfica 24. Gestión Empresarial.....	85

Lista de Anexos

Pág.

Anexo 1. Encuesta Fami-Empresas	96
Anexo 2. Base de Datos Fami-empresas.....	100

Resumen

El objetivo central de la investigación es clasificar y caracterizar a las empresas de familia de la facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio, con el fin de aportar a esta, una base de datos que permita conocerlas y orientarlas hacia un buen desarrollo empresarial buscando que sean más competitivas, basadas en el trabajo realizado por la estudiante Francy Lorena Ramírez Umaña, titulado Clasificación y caracterización preliminar de las Fami. Empresas de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio bajo la dirección del decano Oscar Berrio Flórez en el año 2017, como guía fundamental para el desarrollo de este proyecto.

La investigación propuesta busca caracterizar y clasificar las fami. empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomás, Sede Villavicencio por sector, actividad económica y constitución física y política para obtener información efectiva, real y confiable de la situación de las empresas de familia, de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio; de este modo adquirir información que permita contribuir a progresos en los procesos administrativos y principalmente lograr excelentes desempeños económicos y familiares, que permitan lograr estabilidad y progreso en el mercado.

Palabras claves: Empresas familiares, Diagnostico Organizacional, economía, Creación de Empresas, Administración de Empresas

Introducción

Las familias colombianas constituyen empresas como medio de subsistencia, de trabajo y como generación de riqueza tanto para ellos, como para toda la sociedad en la cual desarrollan sus actividades.

La libertad y los derechos tanto de mercado como de propiedad privada han hecho que en la mayoría de países del mundo, las sociedades de familia, llamadas así ya que no solo tienen lazos de consanguinidad, sino que también se asocian para conformar distintos tipos de empresas (Lacouture, 2006), están presentes en muchos países, con una mayor participación en el sistema empresarial en unos que en otros.

A medida que va evolucionando el mundo empresarial; podemos ver que las diversas empresas que se están constituyendo pasan por diversas etapas y diversos problemas y la manera de cómo están enfrentando la dirección dichas situaciones posibilitará la supervivencia de las empresas; No obstante, el caso de las fami-empresas es aún más complejo, ya que se combinan factores como la empresa, la familia y la propiedad, en los cuales se involucran los recursos financieros, humanos y de garantías de la empresa, que conjuntamente con las situaciones que se dan en el entorno, hacen que en algunos momentos esto explote, dejando a la deriva sueños e innovaciones importantes, cuyas tomas de decisiones serán importantes para la continuidad de la misma.

Las fami-empresas en Colombia, como en los demás países del mundo, representan una proporción muy importante dentro del total de negocios privados. El tema de las sociedades de familia o fami-empresas ha sido muy poco explorado, algunos estudios (Gaitán Rozo & Castro Velasco, 2001), hablan del 80%, incluyendo las empresas de los grandes grupos económicos; sin embargo, de acuerdo con las cifras

Presentadas por el último informe de la Superintendencia de Sociedades, las empresas de familia o fami-empresas, es decir, las sociedades en las cuales personas de una misma familia poseen más del 50% del capital, representan el 68% del total.

El objetivo central de la investigación es clasificar y caracterizar a las Empresas de Familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, con el fin de aportar a esta, una base de datos que permita conocerlas y orientarlas hacia un buen desarrollo empresarial buscando que sean más competitivas, basadas en el trabajo realizado por la estudiante Francy Lorena Ramírez Umaña, titulado Clasificación y caracterización preliminar de las Fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, bajo la dirección del Decano Miguel Andrés Riveros Romero en el año 2017, como guía fundamental para el desarrollo de este proyecto.

A partir del gran aporte de dicho trabajo a la facultad, podemos encontrar el consultorio empresarial, cuya finalidad es apoyar el surgimiento de las empresas de familia de los estudiantes y de la sociedad en general.

Por tal razón, el presente trabajo pretende ser una guía informativa e interactiva entre las Fami-empresas y la universidad, en donde se toma como campo de acción, la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, se analizará el fenómeno de las Fami-empresas en Colombia, el diagnóstico integral de las Fami-empresas de Villavicencio, el concepto de Fami-empresas, las problemáticas que se presentan, modelos y teorías aplicadas a las Fami-empresas, y por último, el Marco legal de las sociedades de familia en Colombia.

En esta investigación se hará la caracterización y clasificación de las empresas de familia de la Universidad Santo Tomas Sede Villavicencio, Facultad De Administración De Empresas Agropecuarias, donde se conocerá en primera instancia la relación que hay entre los estudiantes y dichas empresas, y como factor importante la caracterización de éstas para poder obtener una base de datos confiable que permitan la realización de estudios posteriores.

La metodología a utilizar será a través de encuestas dirigidas a los estudiantes de la Facultad de Administración De Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas Sede Villavicencio, para conocer el número total de las empresas de familia que están constituidas y que están funcionando actualmente.

1. Planteamiento del problema

La importancia que tienen las fami-empresas en el mundo para el desarrollo de la economía, generan un incremento del nivel económico y social; contribuyendo de tal manera al crecimiento del sector empresarial del país, apoyan de esta manera a los sectores más vulnerables de la economía, convirtiendo en pilar de desarrollo tecnológico, de innovación y capacitación; en general hace que en muchos sectores, tanto en lo económico como en lo social, se hayan convertido en motores del tejido empresarial exponiendo las capacidades empresariales de cada organismo como el familiar.

En Colombia más del 68% de las empresas son sociedades de familia, las cuales en su gran mayoría han tenido y tendrán que superar obstáculos muy particulares, como la sucesión del mando, la evolución estratégica hacia un entorno más competitivo e incluso cambios importantes en la propiedad a través de capitalizaciones o inversiones de terceros para generar capital que fomente el crecimiento.

Según las estadísticas, menos del 13% de las fami-empresas sobreviven a su tercera generación. Por esta razón es importante que todas las generaciones involucradas en una fami-empresa entiendan como se manejan las empresas exitosas en este campo y se preparen con herramientas particulares que debe asemejar a las necesidades de su empresa y de su familia.

Es importante, que en las fami-empresas, al planear su futuro, se haga en base a los objetivos de la familia, lo que espera y quiere como grupo familiar de su o sus negocios relacionados con las posibilidades del negocio y la realidad del entorno en el cual se desempeña.

Entre las principales características de las fami-empresas, se encuentra la consecución que se lleva con el área gerencial pasando esta de generación en generación, lo cual no es conveniente, en algunos casos, para la continuidad y el manejo de la fami-empresa, debido al desinteresado conocimiento de las generaciones siguientes con el correr del tiempo; por ello, es necesario conocer el interior y

la metodología de las fami-empresas, traspasando los conocimientos de manera adecuada para asegurar la continuidad de la empresa de generación en generación.

Entre los principales conflictos que suelen presentarse en las fami-empresas, encontramos la poca capacitación que tienen los dirigentes de la compañía al ser familiares, los cuales no tienen la capacidad suficiente, y por ende, esto conlleva a desencadenar varios problemas, al no tener personal competente para la realización de dichas actividades que llevan a la planificación de objetivos y de metas asegurando el crecimiento y sostenimiento de estas empresas en el mercado competente empresarial, genera una falta de proyección financiera y tecnológica, afectando las otras áreas de la empresa.

Podemos encontrar que otro de los problemas en las fami-empresas es la poca planificación en la sucesión; la propiedad, el control y la dirección o gestión de la empresa son los tres elementos que intervienen a la hora de definir la empresa familiar.

La actualidad y futuro de las fami-empresas, se encuentran enmarcados en un entorno de mayor competencia y de mercados cada vez más abiertos y de mayores exigencias, obligando a los empresarios a buscar esquemas de trabajo que mejoren sus procedimientos y actividades administrativas.

Por ende todas estas situaciones hace que las fami-empresas busquen o necesiten de apoyo y orientación por parte de personal capacitado, estos; ayudándolos a enfrentar los diferentes problemas y condiciones que se presentan en el mundo y mercado actual para la competitividad frente a la diversidad de empresas.

La Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, está conformada por más de 150 estudiantes donde podemos encontrar que el 80% de los estudiantes están vinculados con fami-empresas ya sea de sus padres, del núcleo familiar, propias o que laboran en ellas. Por lo tanto, la investigación propuesta surge de la necesidad que tiene la Universidad Santo Tomas, de contar con una base de datos actualizada, que permita una correcta clasificación y caracterización de cada una de las fami- empresas de la Facultad de

Administración de Empresas Agropecuarias, con el fin de crear un vínculo entre los empresarios y la universidad, mediante asesorías y diversos servicios prestados por el consultorio empresarial, que contribuya mutuamente a la mejora continua en todos los procesos empresariales y académicos.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Clasificar y caracterizar las Empresas de Familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle.

2.2. Objetivos Específicos

- Describir la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, con el fin de conocer su estructura y funcionamiento.
- Recolectar información por medio de encuestas dirigidas a los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio.
- Elaborar una base de datos con las Fami-Empresas de los estudiantes, de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio.
- Clasificar las Fami-empresas de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio.
- Conocer y sistematizar las principales variables de las Fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio

3. Justificación

3.1. Teórica-administrativa

La investigación propuesta busca caracterizar y clasificar las fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio por sector, actividad económica, y constitución física y política, para obtener información efectiva, real y confiable de la situación de las empresas de familia, de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio; de este modo adquirir información que permita contribuir a progresos en los procesos administrativos y principalmente lograr excelentes desempeños económicos y familiares, que les permitan lograr estabilidad y progreso en el mercado.

3.2. Práctica

La investigación propuesta a nivel práctico busca crear una base de datos que permita tener un contacto permanente con los dueños o gerentes de las empresas de familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, para prestar asesorías y desarrollo de actividades empresariales por parte de personal capacitado del consultorio empresarial.

3.3. Metodológico

Para el desarrollo de la investigación se utilizarán encuestas, dirigidas principalmente a los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, con el fin de recolectar información pertinente para la clasificación y caracterización de cada una de las empresas de familia.

4. Marcos de referencia

En la investigación realizada sobre la clasificación y caracterización preliminar de las empresas de familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, se tendrán en cuenta tres marcos de estudio; el marco conceptual donde se describirán los conceptos utilizados con más frecuencia en la investigación; como segunda instancia se tiene la descripción del marco de referencia en el cual describe la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio conociendo su historia, misión, visión, y el concepto de Fami-empresas o empresas de familia, las diferentes características que la componen, refiriendo los modelos y teorías referentes a las empresas de familia, y por último el marco legal.

4.1. Marco conceptual

Entendido el tema de la investigación, se hace imperioso suministrar conceptos básicos que se presentan en el presente estudio. De acuerdo con Méndez: “el investigador define y delimita, según su criterio y de acuerdo con su marco teórico, algunos conceptos involucrados en las variables de investigación.” (Méndez Álvarez, 2001)

BASE DE DATOS: Cualquier conjunto de datos organizados para su almacenamiento en la memoria de un ordenador o computadora, diseñado para facilitar su mantenimiento y acceso de una forma estándar.

CARACTERIZACION: Determinar los atributos peculiares de un objeto de estudio, de modo que claramente se distinga de los demás. (Chiavenato, 2002)

CAPACITACION: Proceso sistémico por el que se modifica la conducta de los empleados para favorecer el logro de los objetivos de la organización. (Ivancevichi, Lorenzi , Skinner , & Crosby , 1997)

CONSEJO FAMILIAR: Es un espacio formal, permanente, para propiciar el dialogo entre los familiares y generar comunicaciones más eficientes. El consejo de familia reflexiona y plantea la misión y la visión de la familia para la empresa, y promueve la definición de los pactos entre los familiares para el manejo de la empresa, materializándolos en el protocolo.

CÓNYUGES (NO PROPIETARIOS): Constituyen una pieza clave en la evolución de cualquier empresa familiar. El papel y las funciones de los cónyuges han sido debatidos con mucha frecuencia, siendo esta una cuestión que ha ido evolucionando en las últimas décadas, debido al proceso de equiparación entre géneros. (Casillas, Díaz, & Adolfo, 2005)

DELEGAR: El acto de asignar a un supervisado la autoridad y la responsabilidad formales para realizar actividades específicas.

DESEMPEÑO: Expresa el grado de perfección con el que un trabajador ha desempeñado la parte de tarea que le corresponde, con objeto de hacer realidad la estrategia de la empresa, bien en términos de alcanzar unos objetivos específicos relacionados con su papel individual, y/o bien en términos de demostrar competencias que se definen como pertinentes para la empresa, ya sea en un papel particular o de modo más general.

EMPÍRICO: Se entiende por empírico algo que ha surgido de la experiencia directa con las cosas. El empirismo es aquella filosofía que afirma que todo conocimiento humano es producto necesariamente de la experiencia, ha sido aprendido de ella y gracias a ella.

EMPRESA FAMILIAR: Las empresas familiares son emprendimientos económicos en donde trabajan una o más familias. Sus integrantes ocupan los distintos puestos, desde los cargos de operarios hasta el director, aunque también suelen contratarse empleados que no pertenezcan a la familia. Estos emprendimientos familiares se encuentran en todas partes del mundo y en algunos países predominan respecto de otros tipos de empresas.

ENCUESTA: Una encuesta es un censo en pequeña escala con un propósito más específico que el censo. Las encuestas tienen por objeto obtener información estadística definida, mientras que

los censos y registros vitales de población son de mayor alcance y extensión. Este tipo de estadísticas pocas veces otorga, en forma clara y precisa, la verdadera información que se requiere, de ahí que sea necesario realizar encuestas a esa población en estudio.

FAMILIA: según Ibarra⁷ (2000), es una comunidad ética de amor y solidaridad que ordinariamente se estructura dentro del esquema paterno-filial y que el creador del mundo estableció como origen y fundamento de la sociedad humana. La familia es por ello la cédula primera y vital de la sociedad. Resulta la organización más importante a lo largo de la historia, en todas las sociedades humanas.

FACULTAD: Cada una de las grandes divisiones de una universidad, correspondiente a una rama del saber, y en la que se dan las enseñanzas de una carrera determinada o de varias carreras afines.

LIDER EMPRESARIAL (FUNDADOR): El fundador de la empresa es el líder en ella y también, en la mayoría de los casos el padre de familia. Él es quien dice la última palabra en la empresa y es el principal responsable de lo que ocurre en ella. (Belausteguigoitia Rius, 2004)

METODO: Proviene del término griego “methodus”, que significa el cambio hacia algo. La palabra método puede significar la ruta o camino que se sigue para alcanzar cierto fin que se haya propuesto de antemano. (Eyssautier de la Mora, 2002)

NORMATIVIDAD: Define la estructura de las normas y clasificación de las mismas. La norma establece las características cualitativas que debe reunir la información de una acción estudiada.

PARENTEZCO: Relación jurídica que se establece entre individuos que descienden de una misma persona (consanguinidad); el que se establece entre un cónyuge y los parientes del otro (afinidad); el que se establece entre el adoptante y el adoptado (parentesco civil). En parentesco no existe entre cónyuges.

PEQUEÑA EMPRESA:

a) Planta de personal entre 11 y 50 trabajadores.

b) Activos totales por valor entre 501 y menos de 5001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

POBLACIÓN: Es el conjunto de unidades o el recuento de todos los elementos que presentan una característica común.

PODER: Es la capacidad de ejercer influencia. Tener poder es ser capaz de modificar el comportamiento o actitudes de otros. (Stoner & Wankel, 1989)

PROPIEDAD: La propiedad de un bien es un tema de orden legal. La propiedad de un bien da el derecho de usarlo para obtener beneficios de él. En el caso de una empresa. Esto implica que puede gozarse de las utilidades que ella proporcione o incluso intercambiarse. (Belausteguigoitia Rius, 2004)

PROTOCOLO: Documento que recoge los acuerdos de los familiares sobre el manejo patrimonial y laboral en la empresa familiar.

SUCESIÓN: Es un proceso familiar total que afecta a todos los miembros de la familia de forma profunda y diferente. Supone un cambio permanente del sistema familiar. (Le Van, 1999)

4.2. Marco teórico

El marco teórico está compuesto por subdivisiones como la parte histórica de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, su misión, visión, objetivos y teorías aplicadas a las empresas de familia.

En primer lugar se encuentra la definición de empresa de familia así como los diferentes tales como el de los cinco círculos modelos de los sistemas familiares y su relación.

Luego se determinan las diferentes problemáticas de la empresa de familia que están ligadas a la propiedad, al negocio y a la gestión entre otras.

4.2.1. Facultad de administración de empresas agropecuarias.

La facultad de administración de empresas agropecuarias es un programa extendido de la sede de Bucaramanga, inicio actividades académicas en la ciudad de Villavicencio, Meta desde 2007.

4.2.1.1.Misión

Formar integralmente administradores de empresas capaces de crear, promover y gerencia agro negocios, en una prospectiva de eficiencia, competitividad, y responsabilidad social, acorde con los principios y valores de la filosofía Tomasina que insp0ira la facultad. (Universidad Santo Tomás, 2007, pág. 5)

5.2.1.2 VISIÓN

En el 2015 la Facultad de Administración De Empresas Agropecuarias liderara desde el campo académico, la creación y modernización de los agro negocios del nororiente colombiano y será promotora de encadenamientos productivos que permitan a las empresas del sector participar activamente en los benéficos de una economía globalizada, a partir de reconocimiento como aliado estratégico del agro negocio mediante la relación con instituciones directivas y de apoyo al sector. (Universidad Santo Tomás, 2007, pág. 5)

5.2.1.3 OBJETIVO DEL PROGRAMA

Formar profesionales idóneos y competitivos en Administración de Empresas Agropecuarias, con gran orientación investigativa, una amplia visión profesional del país y habilidades gerenciales en la búsqueda de la competitividad, que puedan alorar los complejos procesos de una economía fortalecida con el sector agropecuario (Universidad Santo Tomás, 2007, pág. 5)

4.2.2. Empresa de familia o Fami-empresa

“La propiedad y conducción está en manos de uno o más miembros de un mismo grupo familiar, existiendo el proyecto de que la empresa siga en manos de la familia.”

Miguel Ángel Gallo

Las familias como fuente unificadora de personas, no solo tienen lazos de consanguinidad y amistad, sino que también se asocian para construir distintos tipos de fami-empresas. Generalmente los padres son los que tienen la visión empresarial y distribuyen el capital entre ellos y los hijos, al tiempo que son ellos, los hijos, quien también en compañía de sus padres, inicialmente administran la compañía.

El tema de fami-empresas es muy importante por el porcentaje que estas representan en las organizaciones empresariales en cada país, por las dificultades que atraviesan y porque cualquier ayuda que se les pueda prestar sirve para que estas empresas no solo sigan en el mercado, sino que también mejoren sus resultados operacionales, financieros y administrativos.

El tamaño de la empresa no importa, el hecho de ser empresa familiar lo llevan los condicionantes de acuerdo al artículo 6 del Decreto reglamentario 187 de 1975:

1. La existencia de un control económico, financiero o administrativo.
2. Que dicho control sea ejercido por personas ligadas entre sí por matrimonio o parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad o único civil.

Según el Oficio 220-16368 del 21 de marzo de 1997 “para que una sociedad tenga el carácter de familia debe existir entre dos o más socios un parentesco de consanguinidad hasta el segundo grado (padre, madre o hijos y hermanos) o único civil (padre o madre adoptante o hijo adoptivo), o estar unidos entre sí matrimonialmente, siempre y cuando los socios así relacionados, ejerzan, sobre la sociedad un control económico, financiero o administrativo” (Oficio 220-16368, 1997)

Esto traduce que sólo es posible llamar a una Sociedad de Familia entre:

1. Padres y sus hijos.

2. Abuelos con sus hijos y nietos (segundo grado de consanguinidad).

3. Padres e hijos adoptados.

4. Pareja en matrimonio.

En las fami-empresas o sociedades de familia interactúan tres sistemas que son, la familia, la propiedad y la administración de la empresa; sin embargo, en muchas ocasiones las relaciones entre estos sistemas no son claras, lo cual deteriora el entorno familiar y la buena marcha de la empresa.

A pesar de la gran importancia de este tipo de organizaciones, son pocas las que logran sobrevivir a distintas generaciones de sus propietarios, así por ejemplo, en Estados Unidos el 40% de las empresas de familia desaparecen durante los primeros cinco años, 66% del resto pasan a la segunda generación y solamente el 12% pasan a la tercera generación. En este sentido, el 96% de las empresas estadounidenses son familiares, el 71% de las españolas, el 99% de las italianas, y en Colombia cerca del 75% son empresas de familia (Molina Parra, Botero Botero, & Montoya Restrepo, 2017) También es importante resaltar que de este gran número, muy pocas logran llegar hasta la segunda generación. Una de las razones más importantes para que las empresas de familia no perduren es la falta de preparación para la sucesión, tanto en la propiedad como en la administración de la empresa.

En Colombia, de acuerdo con la muestra de 19.109 sociedades, el 70% son sociedades de familia. Por tamaño, en la pequeña empresa se ubica la mayor cantidad de sociedades de familia, representando el 77.4%, seguido de la microempresa con el 73.1%. En las empresas grandes, el 46.8% del total son de familia., según el tipo societario, las sociedades en comandita presentan la mayor concentración de sociedades de familia, seguidas de la colectiva y la limitada. En las sociedades anónimas, el 53.6% son de familia.

Las sociedades en estado de inspección ante la Superintendencia de Sociedades, concentran la mayor parte de sociedades de familia con el 78%, en las vigiladas representan el 49.4% y en las sociedades en control el 47.7%.

Según las fechas de constitución de las empresas, la décadas del 80 y el 90 registraron la mayor participación de las sociedades de familia, es decir, en esa época la participación de las sociedades de familia en el total de sociedades creadas fue mayor.

Las empresas de familia concentran una alta participación de su propiedad en el capital de las Compañías. En promedio general, el 90% del capital pertenece a la familia y el 10% corresponde a terceras personas. Clasificadas por tamaño, observamos una participación del capital de la familia similar en todos los Tamaños. Existe una pequeña diferencia entre las empresas pequeñas que tienen la más alta concentración y las empresas grandes que tiene la más baja participación del capital de la familia; es decir en estas últimas existe mayor democratización de la propiedad.

Por regiones, las empresas de familia localizadas en Bogotá tienen la mayor concentración del capital familiar y las ubicadas en Antioquia presentan menor participación de la familia; sin embargo, el margen de diferencia es pequeño.

4.2.2.1. Problemática de las fami-empresa

La fami- empresas tienen problemas adicionales a los que enfrenta una empresa no familiar. Algunos de estos problemas y los cuales influyen en el desempeño de la organización, son: (Leach, 1996)

- Inacción de los Gerentes / Propietarios de la empresa. El error de no enfrentarse rápidamente a los retos del mercado.
- Los conflictos que surgen entre los intereses de la familia y los de la empresa como tal.
- Problemas de sucesión del poder administrativo y de familia.
- Discordias entre padres e hijos y rivalidades entre parientes que trabajan en la organización.

- ☼ Obsesión por el control, escasa implantación de equipos directivos, e inmovilismo jerárquico. O por el contrario, problemas de liderazgo y legitimidad.
- ☼ Situaciones en las cuales el nepotismo domina la situación, no hay una medida objetiva del comportamiento gerencial.

4.2.2.2. Modelo de los dos sistemas de las fami-empresa

Sistemas familiares y sistemas empresariales

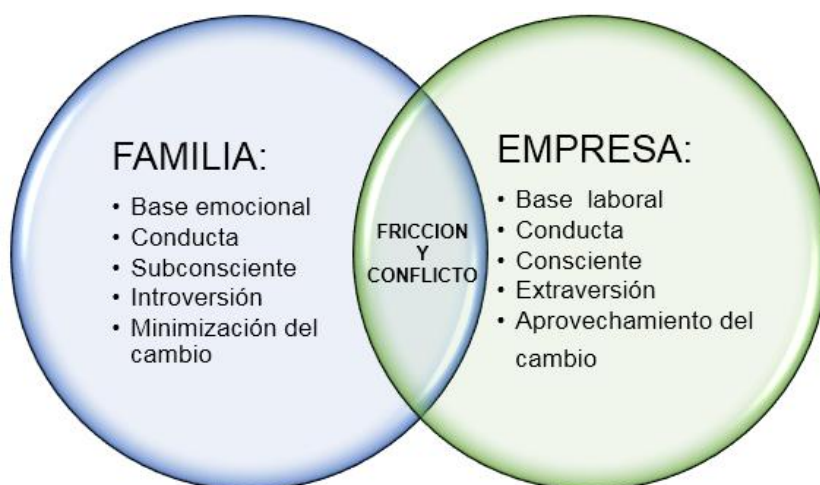
Comenzaremos con definir un sistema familiar y un sistema empresarial

En los sistemas **familiares**:

- ✓ El reclutamiento se da, casi siempre, al inicio, cuando los miembros de la familia deciden montar un negocio.
- ✓ Las evaluaciones tienden a privilegiar a los integrantes de la familia se mira hacia el interior.
- ✓ Las relaciones familiares tienen injerencia directa en la administración de la empresa la dirección recae en puestos vitalicios

Por otra parte, en los sistemas **empresariales**:

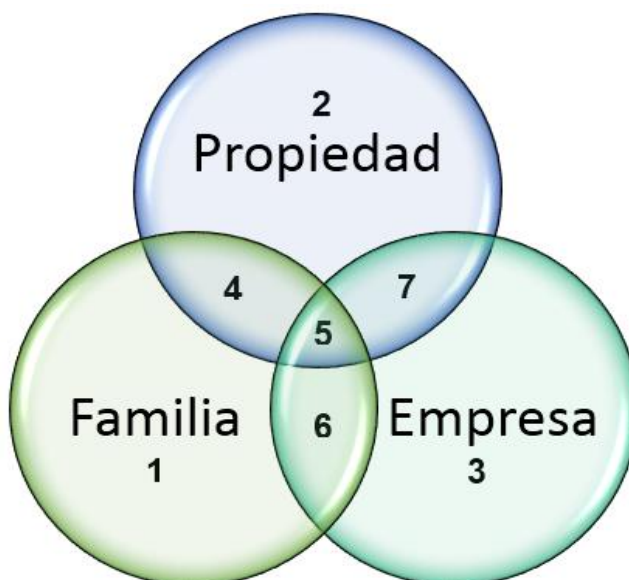
- ✓ Se recluta a los individuos más capaces y competentes para cada puesto.
- ✓ Las evaluaciones son objetivas, con enfoque estructurado y tratan de impulsar a aquellos con alto desempeño.
- ✓ Se tiene una visión hacia el exterior.
- ✓ Se da mayor peso a las situaciones económicas condicionantes que, si bien se encuentran fuera de la empresa, tienen repercusión en ésta.
- ✓ La dirección es temporal y sujeta a resultados



Gráfica 1. Modelo de Los Dos Sistemas de Las Fami-empresas, Adaptado de Davis & Taguris (1980) por Francy Lorena Ramírez Umaña

4.2.2.3. Modelo de las fami-empresas según la teoría de los sistemas²⁰

El modelo de los tres círculos fue desarrollado por John Davis y Renato Tagiuri en 1982²¹. Este modelo explica la forma en que se sobreponen los sistemas de la Familia, la Empresa y la Propiedad, así como el lugar que ocupan cada uno de los miembros que pertenece a alguno de los siete sub-conjuntos que se forman en las áreas de sus intersecciones. En resumen, este modelo busca explicar la interacción que se presenta en una empresa familiar ilustrando la relación entre tres círculos de influencia: propiedad, familia y negocio, tal y como se observa en el **Gráfico 2**.



Gráfica 2. La Empresa Familiar según La Teoría de los Sistemas, Modelo de los tres círculos.. Adaptado de Davis & Taguris (1982) por Francy Lorena Ramírez Umaña

El círculo Familia es aquel al cual pertenecen todos y cada uno de los miembros de un mismo grupo familiar.

El círculo Empresa comprende el conjunto de individuos que laboran dentro de ella y que perciben un sueldo o beneficio económico directo, producto del trabajo que desempeñan y que le agrega valor a la compañía.

El círculo Propiedad determina quiénes son dueños de las acciones de la empresa, lo cual genera toda una serie de deberes y derechos sobre esta. En esta propuesta todas y cada una de las personas que de alguna forma u otra tienen relación con una Empresa Familiar, pueden ubicarse en alguno de estos círculos y subconjuntos.

Como puede apreciarse en el gráfico, las relaciones de esos tres núcleos o círculos dan lugar a siete grupos distintos de personas, cada uno con sus propios intereses. Si los intereses de los siete grupos convergen en la misma dirección, lo que no suele ser fácil, la Empresa Familiar no se verá afectada por este entramado de relaciones; si, por el contrario, y como ocurre con frecuencia, esos intereses son divergentes, se crearán tensiones entre ellos que afectarán inevitable y negativamente a la empresa, y deteriorarán las relaciones familiares.

Dichos grupos de personas son los siete siguientes:

- ✓ (1) miembros de la familia, que no son propietarios y no trabajan en la empresa.
- ✓ (2) propietarios de la empresa, que no son miembros de la familia y no trabajan en la empresa;
- ✓ (3) empleados de la empresa, que no son miembros de la familia y no son propietarios;
- ✓ (4) miembros de la familia, que son propietarios y no trabajan en la empresa;
- ✓ (5) miembros de la familia, que no son propietarios y trabajan en la empresa;
- ✓ (6) propietarios, que no son miembros de la familia y trabajan en la empresa, y
- ✓ (7) miembros de la familia, que son propietarios y trabajan en la empresa.

Las principales ventajas de este modelo son que, además de resultar fácil de comprender, tiene una gran aplicación práctica. Ante cualquier situación conflictiva en una empresa familiar resulta muy

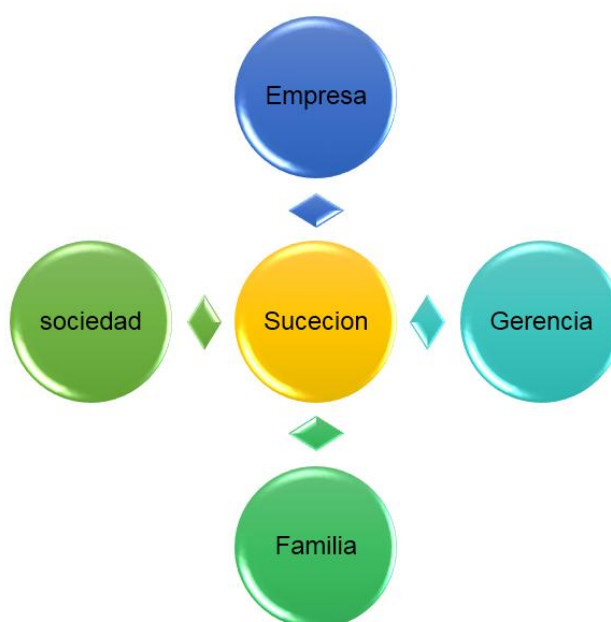
útil tomarse la molestia de dibujar estos tres círculos y ubicar a los individuos implicados en el sector que corresponda, ya que en esta propuesta todas y cada una de las personas que de alguna forma u otra tienen relación con una Empresa Familiar, pueden ubicarse en alguno de estos círculos y subconjuntos.

Si cada persona se ubica en el modelo y entiende cuál es su papel, ayuda a comprender lo importante que es el que cada uno se dedique a su rol pues muchos de los problemas, a veces insospechados y otras veces intrincados, se gestan por la confusión que se presenta entre la propiedad, la familia y la empresa en sí. (Pérez Molina, 2012)

4.2.2.4. Modelo de los cinco círculos

El modelo de los cinco círculos, propuesto por el Profesor y autor español Joan Amat, (2000) es una ampliación del modelo de los tres círculos que agrega dos aspectos más:

- La gestión de la empresa, la cual hace referencia a la dimensión organizativa, a las perspectivas estratégicas y a la competitividad de la empresa en cuanto a productos, mercados y recursos.
- La sucesión que afecta directamente a las otras cuatro áreas.



Gráfica 3. Modelo de Los Cinco Círculos, Adaptado de (Amat, 2000)

A continuación se describen las 5 esferas básicas del modelo; las cuales son básicamente los problemas a los que una fami-empresa debe enfrentarse:

- La Familia: considera factores como los valores, actitudes, relaciones internas, pautas de comunicación, grado de armonía existente y su influencia en la empresa, grado de compromiso de la familia con la continuidad de la empresa, traslado de los temas familiares a la esfera de los negocios, y a viceversa, etc. La familia es el elemento diferencial y a la vez el más problemático de la empresa familiar.
- La Propiedad: estructura accionaria, grado de armonía entre los accionistas, gestión jurídica (civil, comercial y fiscal) del patrimonio, eficacia de los órganos de gobierno (asamblea de accionistas, junta directiva).
- La Empresa: considera la visión estratégica y la competitividad de la empresa familiar. La estrategia debe tener en cuenta el tipo de relación existente entre el mercado y los clientes, el grado de diferenciación de los productos a través de la política de investigación y desarrollo y de promoción y publicidad, el grado de incorporación de tecnologías de proceso y de informática, y la calidad, cantidad y costo de obtención de los recursos (financieros, humanos, tecnológicos y materiales).
- La Gerencia: considera los aspectos relacionados con la administración de los recursos humanos, tecnológicos y materiales. Se debe tener en cuenta el grado de profesionalización de los recursos humanos, el grado de formalización del proceso presupuestario y de control, el grado de formalización de la política de recursos humanos, con una política definida de formación, promoción y planes de carrera y de remuneración vinculada a criterios de mercado y eficiencia.
- La Sucesión: es uno de los procesos más críticos que debe emprender toda empresa familiar para garantizar su continuidad en manos de la familia empresaria. Se deben considerar aspectos como la actitud del líder frente a su retiro, la relación del líder con los posibles sucesores, la planificación de la sucesión, la administración del proceso de sucesión.

El modelo de los cinco círculos, es una buena herramienta para entender la dinámica de cualquier fami-empresa en un momento determinado, ahora bien, algunos de los problemas y conflictos más importantes de la fami-empresa surgen a través del paso del tiempo ya que a través de las generaciones se van sucediendo cambios lentos pero constantes dentro de las áreas mencionadas.

4.2.2.5. Problemática ligada a la familia empresaria

En la Fami-empresa se presentan diversos conflictos, rivalidades y tensiones familiares, efectivamente, los principales problemas que afectan a la Fami-empresa y que, incluso estos, pueden causar su desaparición. Los problemas dentro de una Fami-empresa se producen no solo por la falta de armonía familiar, sino, principalmente, por la ausencia de adecuados instrumentos y órganos de gobierno como son el protocolo y el consejo familiar.

Los conflictos y/o problemas pueden ser de diferentes tipos y pueden involucrar diferentes personas. El conflicto puede ser entre el fundador y su cónyuge por el tiempo, los recursos y el esfuerzo invertido en la empresa familiar; entre el padre y los hijos, en los temas relacionados con la delegación, el estilo de dirección, retribución o la sucesión. Sin embargo, las tensiones y conflictos son normales y suceden en todas las empresas y familias. Además, estas tensiones pueden ser positivas para el desarrollo familiar y empresarial. De hecho, las familias y empresas exitosas son aquellas que generan espontáneamente estructuras para la gestión de estas situaciones conflictivas.

4.2.2.6. Problemática ligada a la propiedad

Según Leach (2000), la fami-empresa está condicionada igualmente por existir una familia que puede poseer y controlar su capital social, ya sea de forma mayoritaria, compartida o minoritaria, y participar más o menos activamente en la gestión de la empresa.

Podemos encontrar también problemas relacionados con la falta de armonía y comunicación, y con las rivalidades intrafamiliares que influyen en el gobierno de la sociedad, en especial, la lucha

por el poder dentro de la familia, esta lucha se suelen manifestar abiertamente en la junta de accionistas y consejo de administración.

En cuanto a la gestión del patrimonio familiar, la podemos poner un segundo lugar ya que hay una serie de problemas en los que las fami-empresas suele incurrir, y es especialmente el riesgo de confusión entre el patrimonio familiar y empresarial, el riesgo entre las finanzas de la empresa y la familia, y la limitada conciencia de la necesidad de realizar una adecuada planificación jurídica.

En un tercer lugar tenemos el problema que puede existir es la difusión del capital en un elevado número de accionistas, es decir, mientras la empresa crece, seguramente de forma progresiva, la familia puede llegar a crecer de forma exponencial. Esto quiere decir la progresiva fragmentación del capital inicial en pequeñas participaciones

Igualmente, y no es exenta, la empresa puede tener problemas vinculados al gobierno corporativo. Estos pueden deberse a la ausencia de las adecuadas estructuras para el gobierno corporativo, realizado a través de la junta de accionistas y del consejo administrativo y estructurado a través de los estatutos mercantiles y el protocolo familiar. La dispersión del capital y/o un elevado número de accionistas, sin que exista un accionista mayoritario, agrava aún más este problema.

Por último, está el problema de la limitada eficacia del consejo de administración. Los comentarios realizados sobre el funcionamiento de este podrían ser generalizables a la junta de accionistas. Además, el hecho de que haya accionistas que han heredado su participación en la propiedad y no están ni preparados profesionalmente ni implicados en la gestión hay un elevado riesgo de que tengan una intervención poco activa cuando no negativa.

4.2.2.7. Problemática ligada al negocio de la empresa familiar

Según Leach (2000), la fami-empresa está, en general, muy poco orientada hacia los mercados internacionales, sus productos tienen tendencia a ser de medio o bajo contenido tecnológico y tiene una menor incorporación de nuevas tecnologías de proceso que la empresa no familiares. Además, la fami- empresa, en especial las de menor dimensión, tiene una limitada formalización de su

proceso estratégico. Sin embargo, las investigaciones muestran que hay dos tipos muy diferenciados de fami-empresas, un grupo más mayoritario que tiene las características que se acaban de señalar y que suelen coincidir en mayor medida con las fami-empresas de menor dimensión y un segundo más minoritario que presenta un modelo estratégico sensiblemente diferente: orientación internacional y con productos de mayor contenido tecnológico.

Dentro del área del negocio hay una serie de factores que son especialmente relevantes. Entra ellos hay que destacar dos, el tipo de estrategia por la que se ha optado y las características de su proceso estratégico. En cuanto al tipo de estrategia, sea pre activo o reactivo, de liderazgo o de seguidor, centra en la innovación en productos o en la adaptación de productos ya existentes.

4.2.2.8. Problemática ligada a la gestión de la empresa familiar

Según Leach (2000), en cuanto a la gestión, también se pueden considerar dos tipos de fami-empresas, igualmente diferenciables según su dimensión, el primer grupo, que son empresas de menor dimensión, se caracterizan por una estructura organizativa mayoritariamente personalista, un sistema de control poco formalizado y una política de recursos humanos poco definida de formación, promoción y retribución y generalmente no vinculada a criterios de mercado y eficacia. Por el contrario, las empresas de mayor dimensión presentan una estructura más profesional, con una mayor descentralización, un sistema de control basado en un control presupuestario, y una política de recursos humanos vinculada a criterios de mercado y eficacia.

Un problema al que se enfrentan la mayoría de las empresas familiares es el de institucionalizar dentro de la empresa familiar tanto unos valores que promuevan la identificación y el compromiso como una cultura orientada al cambio y a la mejora permanente. Muchas empresas familiares renuevan sus estructuras organizativas con una excesiva lentitud frenando su capacidad de crecimiento.

4.2.2.9. Problemática ligada a la sucesión en la empresa familiar

Según Leach (2000), la fami-empresa tiene graves dificultades para afrontar la sucesión. Las resistencias de los líderes a retirarse y a planificar anticipadamente la sucesión en la propiedad y en la gestión, el incremento de la tensión y rivalidad entre padres e hijos, entre hermanos y/o entre diferentes accionistas o ramas familiares, son algunos de los principales problemáticas que tiene que afrontar la empresa familiar para poder superar la transición entre la primera y segunda generación. Las causas que se presentan en el proceso de sucesión son:

- Deseo de mantener la continuidad familiar y la preferencia por elegir un familiar como sucesor puede comportar en algunos casos que la elección del sucesor no sea la más adecuada. O, en otros casos, la dificultad del fundador para no crear agravios comparativos puede retrasar permanentemente la decisión final sobre el sucesor o promover una codirección de hecho con hijos o familiares de diferente preparación y predisposición, pero similar retribución y/o participación accionaria.
- La resistencia de los fundadores a retirarse, ceder protagonismo y poder y, por consiguiente, a preparar la planificación de su marcha, como a los problemas de gestionar la sucesión. Esta resistencia se produce, cuando el líder es el propietario único y gerente de la empresa y, sobre todo si ha sido su fundador.

La continuidad de la fami-empresa depende, fundamentalmente, de educar adecuadamente a los sucesores, principalmente en aquellos valores y actitudes (por ejemplo esfuerzo, ahorro, cooperación) más necesarios.

Para ello es tan fundamental desarrollar en los sucesores la predisposición a comprometerse y entusiasmarse con su vinculación a la familia como ayudarles a desarrollar su competencia personal y profesional para incorporarse y dirigir con éxito la empresa familiar.

4.2.2.10. Ventajas de las empresas de familia²³

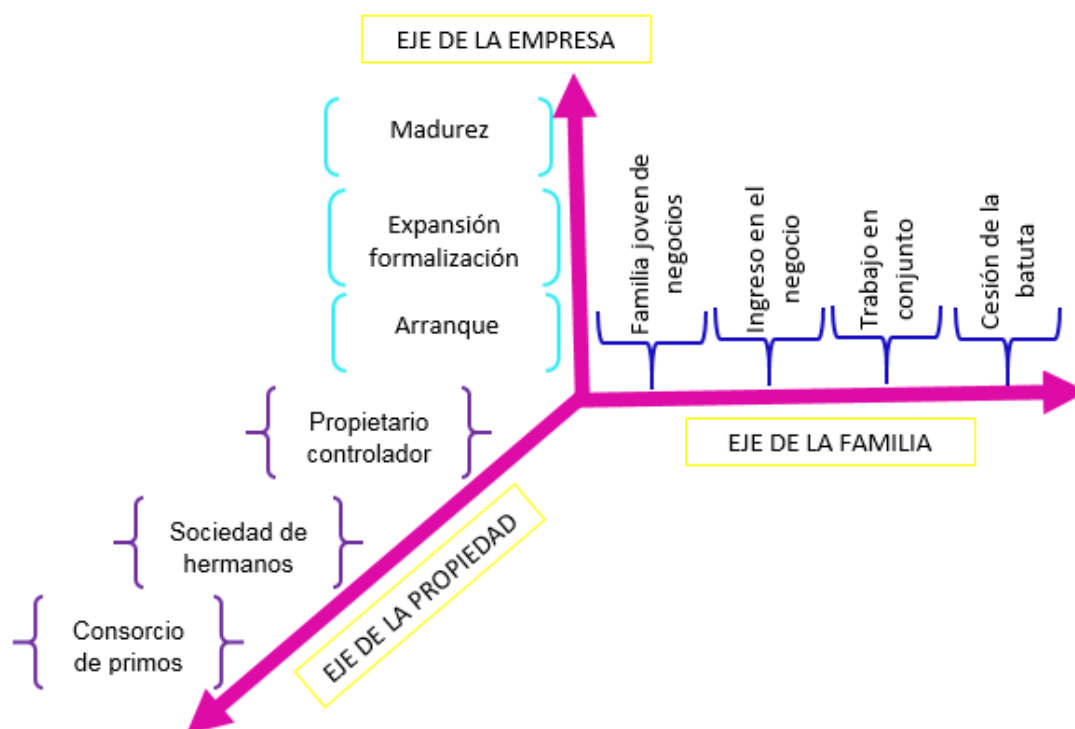
- Las relaciones de afecto: Los miembros de un círculo familiar relativamente sano, están unidos por los lazos afectivos con la flexibilidad necesaria para adaptarse a los cambios y bases de comunicación sólidas.
- La comprensión: El hecho de convivir con una persona desde que se nace, concede la ventaja de conocer y comprender su pensamiento y comportamiento.
- Aceptación de la autoridad: Como una extensión de la autoridad familiar, en la empresa la autoridad (que suele ser la misma) se acepta y refuerza la estructura organizacional.
- Conocimiento: Dentro del mismo ambiente de trabajo en familia, los hijos se han criado escuchando las estrategias del fundador, llegando a adquirir un conocimiento muy profundo acerca de la empresa.
- Compromiso: Por lo general, todos los miembros de la empresa familiar manifiestan en la práctica su consagración al trabajo y una gran responsabilidad y solidaridad, dedicando más energía y tiempo.
- El orgullo de la firma: Se relaciona directamente con la confiabilidad de los clientes.
- La flexibilidad es el trabajo, el tiempo y el dinero: La información de las relaciones familiares que no requieren reglas de comunicación ni trabas burocráticas se traslada a la empresa. Lo mismo aplica para el capital de la empresa.
- Libertad de decisión y acción gerencial: Las empresas de familia, de carácter pequeño y privado, son más libres de seguir sus propias intuiciones.
- Confidencialidad: Las pequeñas fami-empresas mantienen desempeños y detalles relativamente ocultos.
- La inversión en personas: Tanto las grandes como las pequeñas compañías arriesgan capital en formación, sus empleados tienden a generar una lealtad a largo plazo. (Salazar Nava, 2005, pág. 6)

4.2.2.11. Desventajas de las empresas de familia

- Organización y capacitación gerencial: Existe una natural resistencia a confeccionar el organigrama de los cargos y funciones de la compañía, la informalidad en el ejercicio organizado de las relaciones familiares se traslada a la empresa.
- Delegación del poder: Tanto si se trata de la posesión de las acciones como el liderazgo gerencial, traspasar la batuta a la siguiente generación sigue siendo un problema común en la empresa familiar, obstaculizando en muchos casos el avance natural de la organización.
- Toma de decisiones compartidas, soluciones de problemas y manejo de conflictos: En muchos casos la traba de estos aspectos es consecuencia inmediata del punto anterior, sobre todo cuando la concentración de las decisiones ocurren en la figura del gerente autoritario.
- Comunicaciones efectivas: Entendida ésta como la carencia de habilidades verbales, escritas e informáticas que obstaculizan el trabajo en equipo.
- Confección del plan de negocios: Muchos propietarios se resisten a estas planificaciones, acostumbrados a depender de su intuición y experiencia, aun siendo la planificación del negocio fundamental para la supervivencia.
- Criterios de selección y remuneración de familiares y no familiares: Cuando no se han fijado políticas claras de ingreso a la compañía, los gerentes suelen enfrentarse al dilema de emplear a un paciente o asignarle un cargo a un profesional capacitado. Igual ocurre con la asignación de remuneraciones.
- Redacción y cumplimiento del plan de sucesión: Como una extensión de la falta de organización y la carencia de un plan general de negocios, el plan de sucesión no existe siquiera como un hecho pensado en la mayoría de los casos. El plan de la familia dueña de una empresa, involucra y compromete a sus miembros aun incluso si no laboran en ella. (Salazar Nava, 2005, pág. 7)

4.2.3. Etapas de la empresa familiar

Según SERNA y SUÁREZ (2005), el siguiente esquema representa los tres ejes del desarrollo de la Fami-empresa: la empresa, la familia y la propiedad. Estos ejes no son coincidentes. Cada empresa tendrá su propia evolución, independiente de la fase en la que se encuentre la familia o propiedad. Este esquema es una ayuda invaluable para entender la dinámica de cualquier Fami-Empresa.



Gráfica 4. Esquema de evolución de los tres ejes. Adaptado de (Gersick, Davis, Mccollom, & Lansberg, 1997) *Modelo Evolutivo Tridimensional. El cambio como una oportunidad. Gestión 5. Volumen 8. Septiembre-Octubre*

Las distintas etapas por las que los elementos de la Fami-empresa atraviesan son: (Castro Suárez, 2014)

4.2.3.1. Dimensión evolutiva de la propiedad

- Propietario controlador: Control de la propiedad concentrado en un individuo o matrimonio. Si existen otros propietarios, tienen acciones Nominales y no ejercen

autoridad como propietarios. Pretenden obtener capital, elegir una estructura de propiedad para la próxima generación, etc.

-  Sociedad de hermanos: Dos o más hermanos tienen control de la propiedad. Pretenden establecer un proceso para compartir el control entre propietarios, definir la función de los propietarios no empleados, atraer y mantener capitales, controlar la orientación partidaria de las ramas familiares.
-  Consorcio de primos: Existen muchos primos accionistas. Mezcla de propietarios empleados o no empleados. Se pretende administrar la empresa teniendo en cuenta la complejidad de la familia y los accionistas, las diferencias de intereses y necesidades de los primos, etc.

4.2.3.2. Dimensión evolutiva de la Familia

-  Familia joven de negocios: La generación adulta es menor de 35 años. No suele haber hijos y si los hay son menores de 20 años. Se pretende crear una empresa conyugal funcional, tomar las decisiones iniciales sobre la relación entre trabajo y familia, etc.
-  Ingreso de la familia al negocio: Generación de padres con edades entre 35 y 50 años. Generación de hijos en adolescencia o de 20 a 30 años. Se pretende manejar la transición de la edad madura, superar e individualizar la generación de los hijos, facilitar un buen proceso de las decisiones iniciales relativas a la carrera, etc.
-  Trabajo conjunto Generación de padres con edades entre 50 y 65 años. Generación de hijos entre 30 y 45 años. Se pretende fomentar la cooperación y la comunicación entre generaciones, alentar el manejo constructivo de los conflictos, dirigir la familia de la tercera generación que trabaja en forma conjunta, etc.
-  Traspaso del mando: Primera generación tiene más de 65 años y se desvincula de la empresa familiar. Transferencia generacional del liderazgo de la familia.

4.2.3.3. Dimensión evolutiva de la Empresa

- ☀ Arranque – nacimiento: Estructura informal de la organización, con el propietario en el centro de todo un producto o servicio. Ingreso en el mercado. Planeación de los negocios. Financiamiento. Análisis racional frente al sueño del fundador.
- ☀ Crecimiento – expansión – formalización: Estructura cada vez más funcional. Múltiples productos o líneas de negocios. Cambio de la función de propietario gerente y profesionalización del negocio. Planeación estratégica. Sistemas y políticas organizacionales. Administración de efectivo.
- ☀ Madurez: Estructura organizacional que apoya la estabilidad. Base estable o decreciente de clientes. Estructura divisional dirigida por un equipo de Gerentes de alto nivel. Procedimientos organizacionales bien establecidos. Reenfoque estratégico. Compromiso de los directivos y de los dueños. Reinversión.

4.3. Marco legal de las Fami-empresas en Colombia

Conviene precisar que en el Código de Comercio no aparece la “sociedad de familia o fami-empresa” como un tipo sociedad independiente, ni se encuentra una definición al respecto. Sin embargo, el artículo 435 establece la prohibición de formar mayorías en las juntas con personas ligadas entre sí por matrimonio, o por parentesco dentro del tercer grado de consanguinidad o segundo de afinidad, o primero civil, excepto en las sociedades reconocidas como de familia.

Con fundamento en esta norma, la Superintendencia de Sociedades reiteradamente ha conceptuado sobre la noción de sociedad de familia, en los siguientes términos:

“... derogada expresamente la regulación de sociedades anónimas de familia y no habiendo tenido ésta consagración legal dentro de la actual legislación mercantil, se hace necesario acudir respaldados en el principio de la analogía, a lo consagrado en la legislación tributaria, en donde el Decreto reglamentario

187 de 1975 en su artículo 6° determina el carácter familiar de una sociedad con base en los siguientes requisitos:

- a. La existencia de un control económico, financiero o administrativo.
- b. Que dicho control sea ejercido por personas ligadas entre sí por matrimonio o por parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad o único civil.” (Oficio 220-16368, 1997)

4.3.1. Características de las sociedades familiares

La legislación Colombiana no define de manera clara el concepto de sociedad de familia; sin embargo, para el presente trabajo, la sociedad de familia es aquella organización en la cual más del 50% del capital pertenece a una misma familia. En las sociedades de familia interactúan tres sistemas que son, la familia, la propiedad y la administración de la empresa; sin embargo, en muchas ocasiones las relaciones entre estos sistemas no son claras, lo cual deteriora el entorno familiar y la buena marcha de la empresa (Lacouture, 2006)

En Colombia, de acuerdo con la muestra de la Superintendencia de Sociedades de Familia (Lacouture, 2006), de 19.109 sociedades que enviaron estados financieros a 31 de diciembre de 2005, el 70% son sociedades de familia. Por tamaño, en la pequeña empresa se ubica la mayor cantidad de sociedades de familia, representando el 77.4%, seguido de la microempresa con el 73.1%. En las empresas grandes, el 46.8% del total son de familia. Según el tipo societario, las sociedades en comandita presentan la mayor concentración de sociedades de familia, seguidas de la colectiva y la limitada. En las sociedades anónimas, el 53.6% son de familia.

Del análisis de la Superintendencia de Sociedades (2005) en cuanto al tipo de socios se resume que:

- ☀ La gran mayoría de las sociedades de familia en Colombia carecen de junta directiva.
- ☀ Las sociedades de familia generalmente ofrecen resistencia a la posibilidad de abrirse y fortalecer el mercado de valores.

- Los protocolos y códigos de conducta sí pueden tener importantes efectos jurídicos.
- Los acuerdos de reestructuración empresarial (Ley 550, 1999) han constituido una importante alternativa para las empresas familiares. Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.
- Con frecuencia las familias operan negocios a través de una pluralidad de sociedades, utilizando el esquema denominado “control conjunto de personas naturales”. La (Ley 222, 1995) señala importantes consecuencias a este tipo de organizaciones, entre ellas, la inscripción en el registro mercantil y la consolidación de estados financieros.
- Ley 590 julio 10 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
- Ley 905 agosto 2 de 2004. Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción de desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa colombiana.

5. Diseño metodológico

5.1. Tipo de investigación: descriptivo.

Según Méndez (2001), los estudios descriptivos tienen como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación. Por esto es posible: identificar características del universo de investigación, señalar formas de conducta y actitudes del universo investigado, establecer comportamientos concretos y descubrir y comprobar asociación entre variables de investigación.

De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Asimismo los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos elaborados por otros investigadores.

En la investigación se cumplen los argumentos de Méndez, puesto que el núcleo informativo es de un ámbito teórico-práctico, como bien se sabe, la investigación tiene lugar en la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, más específicamente en la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias.

Esta forma investigativa permitirá clasificar y caracterizar a las Fami-empresas de esta facultad, a través de un proceso de recolección de información mediante encuestas dirigidas a los estudiantes de la facultad de Administración de Empresas Agropecuarias.

5.2. Métodos de la investigación.

5.2.1. Inducción:

Para Méndez (2001), la inducción es ante todo, una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación,

tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes.

La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación y concluir proposiciones y, a su vez, premisas que expliquen fenómenos similares al analizado. Así, los resultados obtenidos pueden ser la base teórica sobre la cual se fundamenten observaciones, descripciones y explicaciones posteriores de realidades con rasgos y características semejantes a la investigada.

Este método permite investigar situaciones en la estructura de la organización y concluir proposiciones y a su vez premisas que expliquen fenómenos similares del analizado, llegando a conclusiones del problema de investigación tomando referencias verdaderas a las características planteadas.

En el proyecto se pueden observar los planteamientos de Méndez, con respecto al método investigativo, la investigación parte de situaciones concretas y se espera encontrar información de las empresas analizadas, a través de fuentes primarias.

En este orden de ideas, se tiene el propósito de identificar, clasificar y caracterizar las familias de empresas de esta facultad con el fin de crear un vínculo entre los empresarios y la Universidad, y brindarles asesorías en cuanto al proceso administrativo, para asegurar su permanencia y continuidad en el mercado.

5.3. Población y muestra

5.3.1. Población

Es el conjunto de “todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación”. Aquí debe describirse detalladamente las características propias del conglomerado de sujetos u objetos hacia los cuales se orientó la investigación, es decir, a la totalidad de elementos que podrían ser objeto de medición; se deben definir todas las características del grupo a estudiar. La descripción de la población debe

responder a los interrogantes ¿quiénes? ¿Dónde? y ¿cuándo? (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2010)

Para Ciro Martínez Bencardino (2012), la población puede ser considerada infinita, conformada por un determinado número de unidades, al determinar el tamaño de la muestra en una población finita. La población considerada finita es aquella constituida por un determinado o limitado número de elementos o unidades, considera relativamente pequeña (Martínez Bencardino, 2012)⁹.

En la investigación propuesta la población serán los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio.

5.4. Instrumentos

5.4.1. Fuentes Primarias

Según Eyssautier (2002), las fuentes primarias se refieren a aquellos portadores originales de la información que no han retransmitido o grabado en cualquier medio o soporte la información.

Para la investigación se diseñaron instrumentos como *ENCUESTAS* para la recolección de datos los cuales serán debidamente validados y comprobada su confiabilidad, para identificar cuantos estudiantes de la facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, tienen fami-empresas. Estos instrumentos fueron diseñados a partir del marco teórico desarrollado y con base a los objetivos del proyecto.

A continuación se hace referencia al campo de acción sobre el cual se aplicó el estudio: la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, que tuvo su punto de partida en el año 2007 siendo extensión de la facultad de Bucaramanga, e inició clases en febrero de ese mismo año en la jornada diurna, con 25 estudiantes. En sus primeros 10 años de funcionamiento, el programa ha contribuido positivamente al desarrollo agro empresarial nacional e internacional mediante la labor que adelantan sus egresados del nivel tecnológico y profesional.

5.4.2. Fuentes Secundarias

Según Eyssautier (2002), son todos aquellos portadores de datos e información que han sido previamente retransmitidos o grabados en cualquier soporte y que utilizan el medio que sea, es decir, son textos basados en fuentes primarias, e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación que dependen de las fuentes primarias consultadas sobre el tema.

Para el desarrollo del estudio se tomó como guía el trabajo de grado realizado en el año 2011 por el estudiante Sandra Cristina Días Cubides, titulado Caracterización Socioeconómica de los Estudiantes del Programa de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, bajo la dirección del docente Hernán Giraldo Viatela, enfocado a la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, su Historia, Misión, Visión, las problemáticas que se presentan, modelos y teorías aplicadas a las empresas de familia.

Igualmente se tuvo en cuenta el Taller de Creación de Empresas desarrollados por los estudiantes; Gustavo Adolfo Gonzales Báez y María Alejandra Pulido Quinceno en el año 2015.

Por último, hacemos referencia al consultorio empresarial, cuya finalidad es apoyar el surgimiento de las empresas familiares, teniendo en cuenta la problemática actual de estas y del país.

6. Clasificación y caracterización de las fami-empresas de la facultad administración de empresas agropecuarias de la universidad santo tomas, sede Villavicencio.

6.1. Clasificación por sector económico.

Según Méndez Morales, (Méndez Morales, 1996) el sistema económico es el conjunto de actividades económicas que se agrupan en ramas productivas, las cuales en conjunto forman los sectores productivos.

La clasificación de las empresas por sector económico que se encuentra en el cuadro 1, se llevó a cabo teniendo en cuenta que, según Mankiw (2000), el:

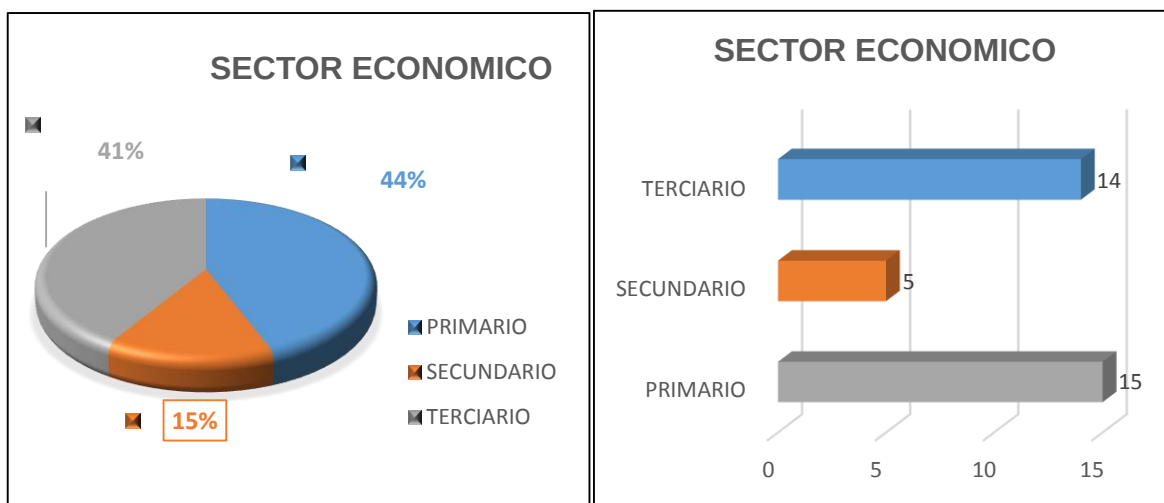
-  *Sector primario* o agropecuario es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca.
-  *Sector secundario* o industrial comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.
-  *Sector terciario* o de servicios que incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Los resultados de las encuestas realizadas revelaron que dentro de la comunidad estudiantil de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias tenemos 34 FAMI-EMPRESAS caracterizadas, según información suministrada por los estudiantes, cuadro 1; de acuerdo con esta información, la clasificación se hace teniendo en cuenta los tres tipos de sectores económicos.

Cuadro 1. Sector Económico

Sector Económico	Empresa
Primario	15
Secundario	5
Terciario	14
Total	34

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 5. Sector Económico, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Dentro de las 34 Fami-empresas encuestadas <<según información suministrada por los estudiante>> el 44% de ellas están dedicadas a las actividades primarias, mostrando de esta manera que dentro de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias es una de las actividades predominantes, y a la vez pauta cómo los estudiantes se pueden ver influenciados por su familia al momento de seleccionar el programa a estudiar.

6.2. Clasificación por actividad económica

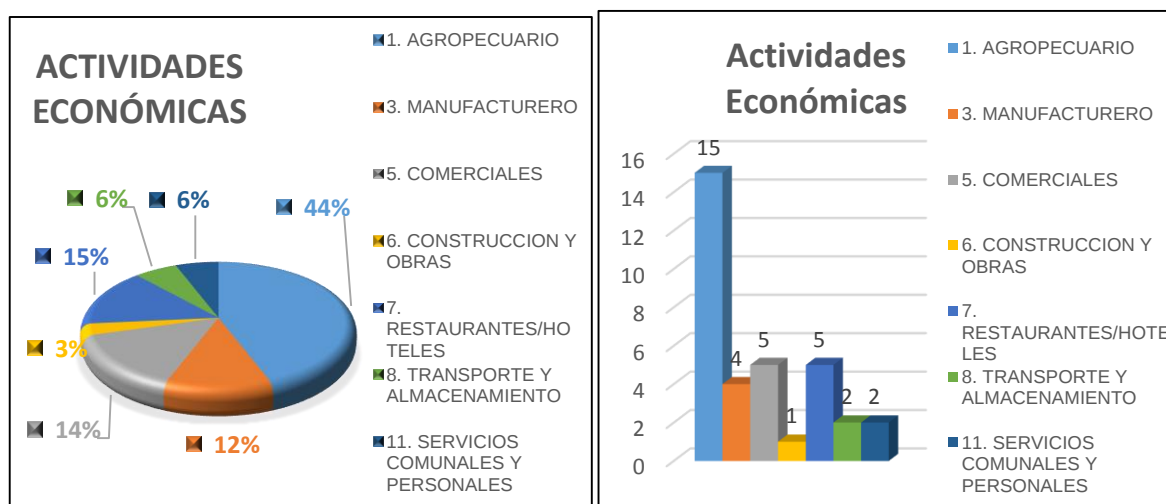
La actividad económica es la actividad que desarrolla el ser humano para satisfacer las necesidades o carencias de la sociedad. Se manifiestan en operaciones como cambiar, prestar, vender, trabajar por una cantidad de dinero.

Dentro de las empresas de familia encuestadas la mayor concentración está en el sector primario junto con el terciario o de servicios.

Cuadro 2. Actividades Económicas

ACTIVIDAD ECONOMICA	
1. AGROPECUARIO	15
3. MANUFACTURERO	4
5. COMERCIALES	5
6. CONSTRUCCION Y OBRAS	1
7. RESTAURANTES/HOTELES	5
8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	2
11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES	2

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 6. Actividad económica, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Según los resultados obtenidos por la encuesta a las Empresas de Familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, Sede Villavicencio, la mayor concentración la vemos reflejada en el sector primario con un 44% o agropecuario y seguidamente el sector secundario con un 15% en la actividad manufacturera.

6.2.1. Sector primario

El sector primario tiene la mayor concentración debido a que las Empresas de Familia en su mayoría están dedicadas al sector de la ganadería y avicultura; por tanto, de las 35 encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, Sede Villavicencio, el 45% pertenece a este sector.

6.2.1.1. Actividades de ganadería

La ganadería es una actividad económica dedicada a la crianza del conjunto de especies animales para sacar provecho al animal y sus propios derivados, así como la explotación del ganado. Tiene como objetivo la producción de animales para obtener carne y derivados, como leche, cuero y lana. La ganadería bovina, porcina, equina, caprina y ovina son las más comunes pero últimamente la cría de liebres, nutrias y otros animales alternativos ha comenzado a aumentar.

Cuadro 3. Actividades Ganaderas

ACTIVIDADES GANADERAS	EMPRESAS
Cría especializada de ganado lechero	1
Cría especializada de ganado vacuno	7
Cría especializada de doble propósito	2

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio se identificaron 10 Fami-empresas con una participación del 67% del sector primario, dedicadas a la ganadería de las 15 pertenecientes a este sector, la cual está subdividida en 3 grupos: cría especializada de ganado lechero con una participación del 10%, la cría de ganado vacuno con un 70% y la cría doble propósito con un 20%, en esta actividad económica.

6.2.1.2. Actividades agrícolas

La agricultura es la actividad agraria que comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras que tienen su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural o por la acción del hombre: cereales, frutas, hortalizas, pasto, forrajes y otros variados alimentos vegetales.

Cuadro 4. Actividades Agrícolas

ACTIVIDADES AGRICOLAS	EMPRESAS
Cultivo de palma africana o de aceite	2
Cultivo de arroz	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio, se identifican 3 Fami-empresas con una participación del 20% del sector primario, dedicadas a la actividad agrícola de las 15 pertenecientes a este sector, la cual esta subdividida en 2 grupos: cultivo de palma africana o palma de aceite con una participación del 13% y el cultivo de arroz con una participación del 7%, en esta actividad económica.

La palma de aceite es la oleaginosa más productiva del planeta; una hectárea sembrada produce entre 6 y 10 veces más aceite que las demás. Colombia es el cuarto productor de aceite de palma en el mundo y el primero en América. Actualmente, el cultivo de la palma de aceite se encuentra en 124 municipios de 20 departamentos. En el departamento del Meta encontramos más de 141.000 hectáreas sembradas en palma de aceite y más de 116.000 hectáreas en producción. (Fedepalma, s.f.)

Entre de las Fami-empresas encontramos a la empresa Semillas del llano S.A.S (SEMILLANO), es una empresa colombiana fundada en 1974, que se dedica a la investigación, producción y comercialización de semillas de arroz, a la vez, distribuye y vende semillas de gramíneas, leguminosas forrajeras, maíz y soya.

En 2016 Colombia tuvo la producción de arroz mecanizado más alta de la historia, el área sembrada fue 570.802 hectáreas y la cosechada 525.957 hectáreas. El rendimiento promedio de arroz mecanizado a nivel nacional en el año 2016 fue 5,7 toneladas/hectárea. (Dane, 2017)

6.2.1.3. Actividades avícolas

La avicultura es la práctica de criar y fomentar la reproducción de aves y de aprovechar sus productos. Dentro de esta cría de aves están los pavos, patos, gallinas, pollo, aves de jaula, palomas, loros y aves exóticas, entre otros.

Cuadro 5. Actividades Avícolas

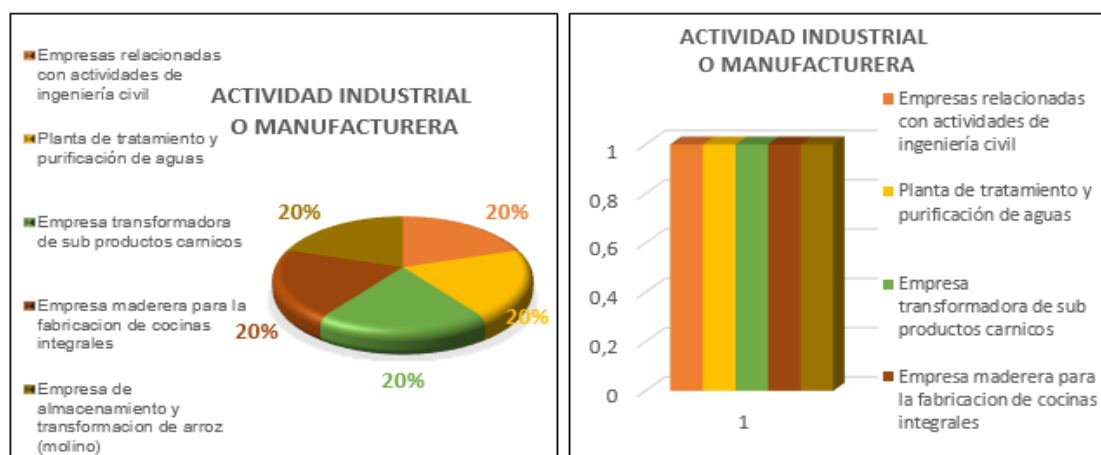
ACTIVIDADES AGRICOLAS	EMPRESAS
Cría especializada de aves de corral	1
Cría especializada de codornices Cotornicultura	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio, se identifican 2 Fami-empresas con una participación del 13% del sector primario, dedicadas a la actividad avícola de las 15 pertenecientes a este sector, la cual está subdividida en 2 grupos: Cría especializada de aves de corral con una participación del 7% y la Cotornicultura: cría especializada de codornices con una participación del 7%, en esta actividad económica.

La avicultura es un sector en constante crecimiento. Durante el 2016 creció 4.4% y para este año se espera alcanzar una cifra superior al 5%. Lo anterior está soportado en la generación de 400.000 empleos de calidad, es el sector más formal del campo colombiano; moviliza más de 12 millones de toneladas entre insumos y producto; que permiten llevar a la mesa de los colombianos más de 2.2 millones de toneladas de pollo y huevo, las proteínas más accesibles y nutritivas. (Fenavi, 2017)

La cotornicultura es una rama de la avicultura cuya finalidad es la de criar, mejorar y fomentar la producción de codornices para aprovechar sus productos: huevos, carne, codornaza, entre otros. Este tipo de explotación ha tenido en los últimos años un gran auge, mostrando unas perspectivas amplias de comercialización e industrialización. La Fami-empresa dedicada a esta rama de la avicultura maneja la raza lassoto. (Codornices de Antioquia, s.f.)



Gráfica 7. Representación Actividades Sector Secundario, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.2.2. Sector secundario

El sector secundario comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos, razón por la cual, de total de empresas encuestadas, el 7% pertenecen a este sector, además estas actividades incurren en menos costos que el sector primario.

En marzo del 2017, la producción real de la industria manufacturera registró una variación anual de 4,8 por ciento, mientras que en el mismo mes del 2016 fue de 0,8 por ciento. Así mismo, de las 39 actividades industriales, 27 registraron variaciones positivas en la producción real de la industria manufacturera.

La producción real de la industria de enero a diciembre de 2016 registró una variación de 3,5 %, frente a la registrada en 2015, que fue 1,8 %, el Dane. De acuerdo con la entidad, este resultado es el más alto desde el 2012. (El Portafolio, 2017)

6.2.2.1. Actividades manufactureras

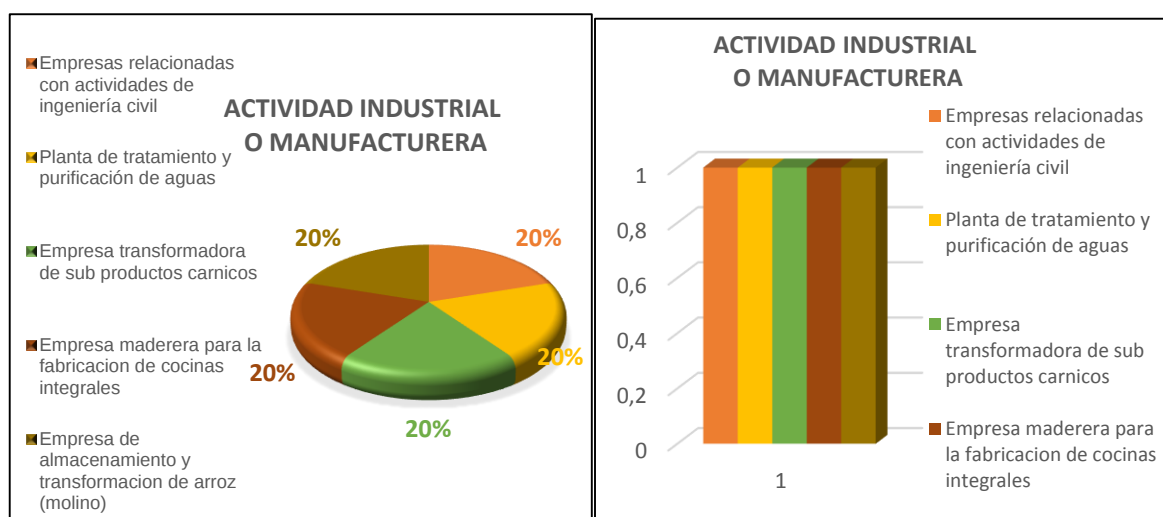
Este grupo comprende las actividades relacionadas con la transformación industrial de los alimentos, materias primas e insumos encontrados en el siguiente cuadro, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

La producción real de la industria de enero a diciembre de 2016 registró una variación de 3,5 %, frente a la registrada en 2015, que fue 1,8 %, anunció el Dane. De acuerdo con la entidad, este resultado es el más alto desde el 2012. El informe destaca el comportamiento positivo de la refinación de petróleo y de los sectores de bebidas, productos de metal, molinería, fabricación de jabones y detergentes y productos de panadería.³⁵

Cuadro 6. Actividades Manufactureras

ACTIVIDAD TRANSFORMADORA O MANUFACTURERA	EMPRESAS
Empresas relacionadas con actividades de ingeniería civil	1
Planta de tratamiento y purificación de aguas	1
Empresa transformadora de sub productos cárnicos	1
Empresa maderera para la fabricación de carnicería	1
Empresa de almacenamiento y transformación de arroz (molino)	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 8. Representación Actividades Industriales o Manufactureras del Sector Secundario, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio, se identifican 5 Fami-empresas con una participación del 15% del sector secundario, dedicadas a la actividad industrial o manufacturero, la cual esta sub-dividida en 5 grupos: Empresas relacionadas con actividades de ingeniería civil, Planta de tratamiento y purificación de aguas, Empresa transformadora de sub productos cárnicos, Empresa maderera para la fabricación de cocinas integrales, Empresa de almacenamiento y transformación de arroz (molino), cada una con una representación del 20%, en este sector.

Cabe resaltar que el sector agropecuario se ha caracterizado por su continuo interés en mejorar sus métodos de producción, buscando así tecnificar más el agro y darle un valor agregado a las materias primas que se dan en nuestra región.

6.2.3. Sector terciario

Comprende todas aquellas actividades en las que el resultado del proceso de producción no es un bien tangible sino un servicio intangible. Entre estas actividades se encuentra el comercio, turismo, restaurantes, comunicaciones, servicios profesionales, el transporte y los servicios financieros, razón por la cual, del total de empresas encuestadas, el 38% pertenecen a este sector, lo que indica que es el segundo sector más representativo en esta clasificación.

6.2.3.1. Actividades comerciales

Según ARANGO (2000)³⁵ el comercio como actividad económica es la prestación del servicio de distribución, canalización y venta de todo tipo de bienes en los campos tanto nacional como internacional.

El sector comercial representa la principal fuente de empleos en la economía local. El sector se ha diversificado y ha adquirido nuevas tendencias para lograr un desarrollo económico, integrado y acelerado, capaz de propiciar un aumento en el número de empleos creados

Cuadro 7. Actividades Comerciales.

ACTIVIDADES COMERCIALES	EMPRESAS
Comercio al por mayor y detal de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria	2
Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados	1
Comercio al por menor de papel y material impreso para oficina en establecimiento especializado	1
Comercio, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios.	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio, se identifican 5 Fami-empresas con una participación del 41% del sector terciario, dedicadas a la actividad comercial tanto al por mayor como al detal, la cual esta subdividida en 5 grupos: Comercio al por mayor y detal de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria, con una representación de 40%, Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados, Comercio al por mayor y

detal de papel y material impreso para oficina en establecimiento, Comercio, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios; cada una con una representación del 20%, en este sector.

6.2.3.2. Actividades de restaurantes, hotelería y turismo

Esta actividad es una de aquellas que no producen una mercancía, pero estas son necesarias y muy importantes como son el expendio de bebidas y comida, servicios de restaurante y hoteles.

Cuadro 8. Actividades de Restaurantes, Hotelería y turismo.

ACTIVIDADES DE RESTAURANTES, HOTELES Y TURISMO	EMPRESAS
Expendio a la mesa de comidas preparadas en cafetería	1
Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante	1
Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento.	3

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

En el presente estudio, se identifican 5 Fami-empresas con una participación del 15% del sector terciario, dedicadas a la actividad de Actividades de Restaurantes, Hoteles y Turismo, la cual está sub-dividida en 3 grupos: Expendio a la mesa de comidas preparadas en cafetería y Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante, cada una con una participación del 20% en este sector; y las Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento, hoteles con una participación del 40% en este sector.

Cabe recalcar que la Gobernación del Meta se ha esmerado y esforzado para que nuestro departamento no solo sea reconocido por el famoso destino turístico de Caño Cristales. Y es una gran tarea que el departamento tendrá que asumir lo más pronto posible. De hecho, el primer paso ya se dio al lograr la caracterización de destinos emergentes en municipios como Uribe, Vista Hermosa, Mesetas, Acacías, Puerto Gaitán, Puerto López y Lejanías que tienen un potencial turístico inexplorado, ahora hacen parte de ese grupo de destinos del mundo que podrían tener un mejor futuro y vivir de esa actividad económica.

En lo que respecta al departamento del Meta, el resultado promedio de ocupación hotelera en el primer trimestre 2017 de estudio fue de 45,6%, tasa muy similar a la observada en igual lapso de

2016, con apenas un aumento de 0,3 pp, y más acentuada respecto a la media de los tres primeros meses de 2015, con un incremento de 6,1 pp, lo que en alguna medida dejó entrever una mejora de esta actividad. (Banco de la República, 2017)

6.2.3.3. Actividades de transporte

Dentro de las actividades de transporte se encuentra el transporte público sobre el que se entiende que los vehículos son utilizables por cualquier persona previo pago de una cantidad de dinero. En el presente estudio esta actividad está representada por la empresa Rápido los Centauros S.A.

Cuadro 9. Actividades de Transporte

ACTIVIDADES DE TRANSPORTE	EMPRESAS
Transporte intermunicipal colectivo regular de pasajeros.	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Del total de las empresas de familia encuestadas tan solo una de ellas se dedica a esta actividad en el municipio de Villavicencio, lo cual muestra la poca incidencia en este sector para el presente estudio.

6.2.3.4. Actividades de servicio (otros)

Las actividades de servicio son acciones que realizan otras personas y que deben ser consumidas en el momento y lugar de su producción. Se refieren a prestaciones humanas que satisfacen alguna necesidad y que no consisten en la producción de bienes materiales. Bajo este parámetro en el cuadro 12 se relacionan dos (2) fami-empresas dedicadas a esta actividad, una de las fami-empresas presta el servicio de seguridad, la cual se denomina Security Perfect Ltda y la otra fami-empresa es una intermediaria de molinos de acero denominad.

Cuadro 10. Actividades de Servicio (otros)

ACTIVIDADES DE SERVICIO (OTROS)	EMPRESAS
Servicio de empresa de vigilancia privada	1
Servicio de intermediación de compra/venta de maquinaria industrial	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Según lo observado en el cuadro anterior, podemos concluir que las actividades de servicio de empresas de vigilancia y de intermediaciones, no son representativas para el sector terciario, pues solo dos (2) fami-empresas se dedica a dichas actividades.



Gráfica 9. Representación Sector Terciario, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.3. Clasificación por actividad económica – CIIU

La clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) (Camara de Comercio de Villavicencio, 2017) es la clasificación internacional de referencias de las actividades económicas productivas (Revisión 4 adoptada para Colombia) que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial.

Esta clasificación es muy importante y brinda ventajas a las empresas, como: tener mayores oportunidades para hacer negocios, ser ubicados con facilidad por los clientes, incrementar sus ventas y contactos comerciales.

Mediante el uso de la clasificación CIIU se puede solicitar base de datos en la Cámara de Comercio de Villavicencio para analizar la competencia, proveedores, mercado potencial y enfocar las estrategias comerciales.

La clasificación se realizó a través de la página de internet de la Cámara de Comercio de Villavicencio, <http://www.ccv.org.co/site/>, por medio del servicio en línea, y en donde la información proporcionada por los estudiantes mediante la encuesta, se aplica para encontrar la clasificación CIIU para cada empresa.

6.3.1. CIIU seccional A – agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

Dentro de este conjunto se identifican las características de la actividad de ganadería, caza, agricultura, silvicultura y pesca, para esto se utiliza la información disponible sobre las empresas dedicadas a esta actividad, según información suministrada por los estudiantes, las cuales se relacionan en el siguiente cuadro.

Cuadro 11. Clasificación CIIU Seccional A

Nº	NOMBRE EMPRESA	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Criadero Los Algarrobos	Cría especializada de ganado lechero	141
2	Arenales	Cría especializada de ganado lechero	141
3	Luna De Miel	Cría especializada de ganado vacuno	141
4	Criadero Entrerios	Cría especializada de ganado vacuno	141
5	Hato Roncador	Cría especializada de ganado vacuno	141
6	Finca El Tíbet	Cría especializada de ganado vacuno	141
7	Ganadería	Cría especializada de ganado vacuno	141
8	Ganadería	Cría especializada de ganado vacuno	141
9	Granja San Camilo	Cría especializada de ganado vacuno	141
10	Altamira De Comercio	Cría de doble propósito	141
11	Inversiones Crismasol	Cultivo palma africana o de aceite	126
12	Karolalejandra	Cultivo palma africana o de aceite	126
13	Semillano S.A	Cultivo de semilla de arroz	112
14	Comercializadora Tropical	Cría especializada de aves de corral	145
15	Codornices J&J	Cotornicultura: cría especializada codornices	145

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Las Fami-empresas Criadero Los Algarrobos y Arenales, se dedican a la Cría de Ganado Lechero, incurriendo en los gastos de comercialización y distribución.

Las Fami-empresas Luna De Miel, Criadero Entrerios, Hato Roncador y Finca El Tíbet, se dedican a la Cría de Ganado vacuno, incurriendo en los gastos de comercialización y distribución. La Fami-empresa Altamira De Comercio, se dedica a la Cría De Ganado Vacuno, incurriendo en los gastos de comercialización y distribución.

Las anteriores Fami-empresas se clasifican según CIIU dentro de la división 1 pertenecientes a la Actividad Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura Y Pesca, seguido por el número 41 que hace referencia a la Cría de ganado bovino y bufalino (0141).

Las Fami-empresas Inversiones Crismasol y Karolalejandra se dedican a las actividades de Cultivo De Palma de Aceite (Palma Africana), se clasifican según CIIU dentro de la división 1 pertenecientes a la Actividad Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura Y Pesca, seguido por el número 26 que hace referencia a la Cultivo de palma para aceite (palma africana) y otros frutos oleaginosos (0126).

La Fami-empresa Semillano S.A se dedica a la actividad De Cultivo De Semilla De Arroz, se clasifica según CIIU dentro de la división 1 perteneciente a la Actividad Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura Y Pesca, seguido por el número 12 Cultivos de Arroz (0112),

Las Fami-empresas Comercializadora Tropical y Codornices J&J se dedica a la actividad de la Avicultura y Cotornicultura, se clasifica según CIIU dentro de la división 1 perteneciente a la Actividad Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura Y Pesca, seguido por el número 45 Cría de Aves De Corral (0145).

6.3.2. CIIU seccional C- industrias manufactureras

Dentro de este conjunto se identifican las características de la Industrias Manufactureras, para esto se utiliza la información disponible sobre las empresas dedicadas a esta actividad, según información suministrada por los estudiantes, las cuales se relacionan en el siguiente cuadro.

Cuadro 12. Calificación CIIU Seccional C

Nº	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Organización. Ing. Civil Y Electrónica	Empresas Relacionadas Con Actividades De Ingeniería Civil	4390
2	Agua Fresh	Planta De Tratamiento Y Purificación De Aguas	1104
3	Eco-Granja Esmeralda	Empresa Transformadora De Sub Productos Cárnicos	1011
4	Cocinas Integrales Anoba	Empresa Maderera Para La Fabricación De Cocinas Integrales	1630
5	Molino	Empresa De Almacenamiento Y Transformación De Arroz (Molino)	1051

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Organización. Ing. Civil Y Electrónica se dedica a la actividad de Ingeniería Civil, se clasifica según CIIU dentro de la división 43 perteneciente a la Actividades Especializadas Para La Construcción De Edificios Y Obras De Ingeniería Civil, seguido por el número 90 Otras actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil (4390).

La Fami-empresa Agua Fresh se dedica a la actividad de Planta De Tratamiento Y Purificación De Aguas, se clasifica según CIIU dentro de la división 11 perteneciente a la Elaboración de bebidas, seguido por el número 04 Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas (1104).

La Fami-empresa Eco-Granja Esmeralda se dedica a la actividad de Empresa Transformadora De Sub Productos Cárnicos, se clasifica según CIIU dentro de la división 10 perteneciente a la Elaboración de productos alimenticios, seguido por el número 11 Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos, producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas (1011).

La Fami-empresa Cocinas Integrales Anoba se dedica a la actividad de Empresa Maderera Para La Fabricación De Cocinas Integrales, se clasifica según CIIU dentro de la división 16 perteneciente a la Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería., seguido por el número 30 Fabricación de partes y piezas de madera, de carpintería y ebanistería para la construcción (1630).

La Fami-empresa Molino se dedica a la actividad de molienda de arroz: producción de arroz descascarillado, molido, pulido, blanqueado y pre-cocido; producción de harina de arroz, se clasifica según CIIU dentro de la división 10 perteneciente a la Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón, seguido por el número 51 Elaboración de productos de molinería (1051).

6.3.3. CIIU sección G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

Dentro de esta sección se identifican las características de las actividades relacionadas con el Comercio al por mayor y al por menor; reparación de Vehículos Automotores, Motocicletas, Efectos personales y Enseres Domésticos, según información suministrada por los estudiantes. Para esto se utiliza la información disponible en el siguiente cuadro sobre las empresas dedicadas a esta actividad.

Cuadro 13. Calificación CIIU Seccional G

Nº	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Distribuidora El Palmar	Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción	4663
2	Surti-equipos Del Llano	Comercio al por mayor y detal de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria	4653
3	Distrilacteos Manantial	Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados	4722
4	D-Impresos	Comercio al por menor de papel y material impreso para oficina en establecimiento especializado	1812
5	Suministros Automotores	Comercio, mantenimiento y reparación de automotores y de sus partes, piezas y accesorios.	4530

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Distribuidora El Palmar se dedica a la actividad de Comercio de ferretería, construcción y demás, se clasifica según CIIU dentro de la división 46 Comercio al por mayor especializado de otros productos, seguido por el número 63 Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción (4663).

La Fami-empresa Distribuidora Surti-equipos Del Llano se dedica a la actividad de Comercio al por mayor y detal de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria, se clasifica según CIIU dentro de la división 46 Comercio al por mayor especializado de otros productos, seguido por el número 53 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo agropecuarios (4653).

La Fami-empresa Distrilacteos Manantial se dedica a la actividad de Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados, se clasifica según CIIU dentro de la división 47 Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas, seguido por el número 22 Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados (4722).

La Fami-empresa D-Impresos se dedica a la actividad Comercio, mantenimiento y reparación de automotores y de sus partes, piezas y accesorios, se clasifica según CIIU dentro de la división 18. Actividades de impresión y de producción de copias a partir de grabaciones originales, seguido por el número 12 Actividades de servicios relacionados con la impresión (1812).

La Fami-empresa Suministros Automotores se dedica a la actividad de Comercio al por menor de papel y material impreso para oficina en establecimiento especializado, se clasifica según CIIU dentro de la división 45 Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios, seguido por el número 30 Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores (4530).

6.3.4. CIIU H. Transporte y almacenamiento

Dentro de esta sección se identifican las características de las actividades de transporte, almacenamiento y comunicaciones, según información suministrada por los estudiantes. Para esto se utiliza la información disponible en el siguiente cuadro sobre las empresas dedicadas a esta actividad.

Cuadro 14. Clasificación CIIU H

Nº	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Rápido los Centauros	Transporte intermunicipal colectivo regular de pasajeros.	4921

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Rápido los Centauros se dedica a la actividad de Transporte intermunicipal colectivo regular de pasajeros, se clasifica según CIIU dentro de la división 49 Transporte terrestre; transporte por tuberías, seguido por el número 21 Transporte terrestre público automotor, Transporte de pasajeros (4921).

6.3.5. CIIU sección I. alojamiento y servicios de comida

En esta sección se identifican las principales características de las siguientes actividades:

- Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes
- Expendio de alimentos
- Expendio de bebidas alcohólicas en establecimientos

Cuadro 15. Clasificación CIIU I

Nº	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Las 3 Marías	Expendio a la mesa de comidas preparadas en cafetería	5613
2	Sashimi Sushi	Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante	5611
3	Juan Paz Campestre	Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento, hoteles	5511
4	Hotel Esmeralda Real	Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento, hoteles	5511

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Las 3 Marías se dedica a la actividad de Expendio a la mesa de comidas preparadas en cafetería, se clasifica según CIIU dentro de la División 56 Actividades de servicios de comidas y bebidas, seguidos por el número 13 Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas, Expendio de comidas preparadas en cafeterías. (5613).

La Fami-empresa Sashimi Sushi se dedica a la actividad de Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante, se clasifica según CIIU dentro de la División 56 Actividades de servicios de comidas y bebidas, seguidos por el número 11 Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas, Expendio a la mesa de comidas preparadas (5611).

Las Fami-empresas Juan Paz Campestre, Hotel Esmeralda Real se dedican a la actividad Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento, hoteles, se clasifica según CIIU dentro de la División 55 Actividades de alojamiento de estancias cortas, seguidos por el número 11 Alojamiento en hoteles (5511).

6.3.6. CIIU sección N. Actividades de servicios administrativos y de apoyo

Cuadro 16. CLASIFICACION CIIU N

N ^o	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Security Perfect Ltda.	Actividades de seguridad privada	8010

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Security Perfect Ltda.se dedica a los servicios de vigilancia y patrullaje de calles, guardianes en edificios, locales, centros comerciales y otros, prestados por particulares, seguridad relacionada con el transporte público, servicios de recogida y entrega de dinero, facturas u otros artículos de valor con personal y equipo adecuados para protegerlos durante el trayecto, se clasifica según CIIU dentro de la División 80 actividades de seguridad e investigación privada, seguidos por el número 10 Actividades de seguridad privada (8010).

6.3.7. CIIU sección R. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación

Este grupo comprende las actividades de una amplia gama de unidades que operan instalaciones o prestan servicios para satisfacer los intereses recreativos de sus clientes, incluido el funcionamiento de una variedad de atracciones, tales como: juegos mecánicos, atracciones acuáticas, juegos, espectáculos, exposiciones temáticas y sitios para picnic.

Cuadro 17. Clasificación CIIU R

N ^o	NOMBRE	ACTIVIDAD PRINCIPAL	CLAS. CIIU
1	Centro Recreacional Barquitos	Actividades turísticas, recreacionales y servicios de alojamiento, hoteles	9321

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

La Fami-empresa Centro Recreacional Barquitos se dedica a la Actividad turísticas, recreacional y servicio de alojamiento, hoteles, se clasifica según CIIU dentro de la División 93 Otras actividades recreativas y de esparcimiento, seguidos por el número 21 Actividades de parques de atracciones y parques temáticos (9319).

6.4. Planta de personal

La planta de personal son los recursos humanos con lo que cuenta una empresa para su funcionamiento, personal es el motor de una empresa, y más aún cuando son Fami-empresas, ya que la mayoría de estas están conformadas en un 50% por los mismos miembros de la familia, los cuales aportan sus capacidades y conocimientos algunos de estos empíricos.

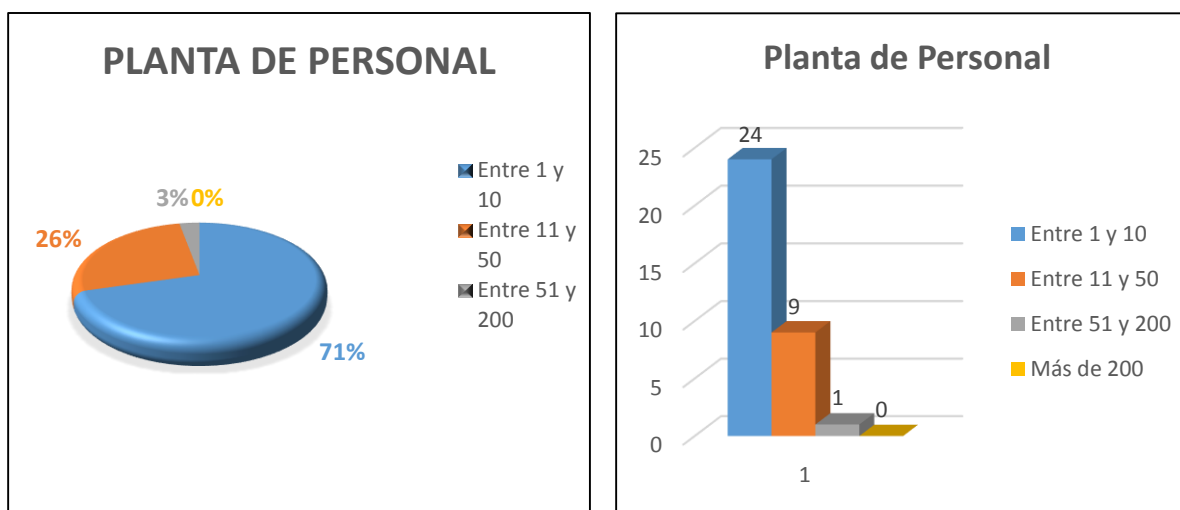
Aunque aún es común encontrar fuerzas de presión grandes en la familia que obligan a sus miembros a decidir e involucrarse en eventos que son de preferencia de otros (sus padres, abuelos, hermanos mayores, etc.) esto se ha ido flexibilizando, y ha trascendido al proceso de vinculación de los jóvenes a la empresa de la familia, pues esta ya no está completamente sujeta a la decisión de los miembros adultos. Se palpa cada vez más una preparación guiada ojalá hermanando la preparación en administración de empresas con la experiencia en la Fami-empresa.

El tamaño de las empresas puede variar dependiendo de factores como actividad a la que se dedica, ubicación, capacidad productiva de la empresa como otras.

Cuadro 18. Planta de Personal

Planta De Personal	
Entre 1 Y 10	24
Entre 11 Y 50	9
Entre 51 Y 200	1
Más De 200	0

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 10. Planta de Personal, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

De la totalidad de las Fami-empresas encuestadas, se determinó que el mayor rango de personal está entre 1 y 10 empleados, lo cual se puede ver en el cuadro 19, y el Gráfico 15 y 16. Determinando de esta manera que la mayoría de las empresas son de carácter microempresario.

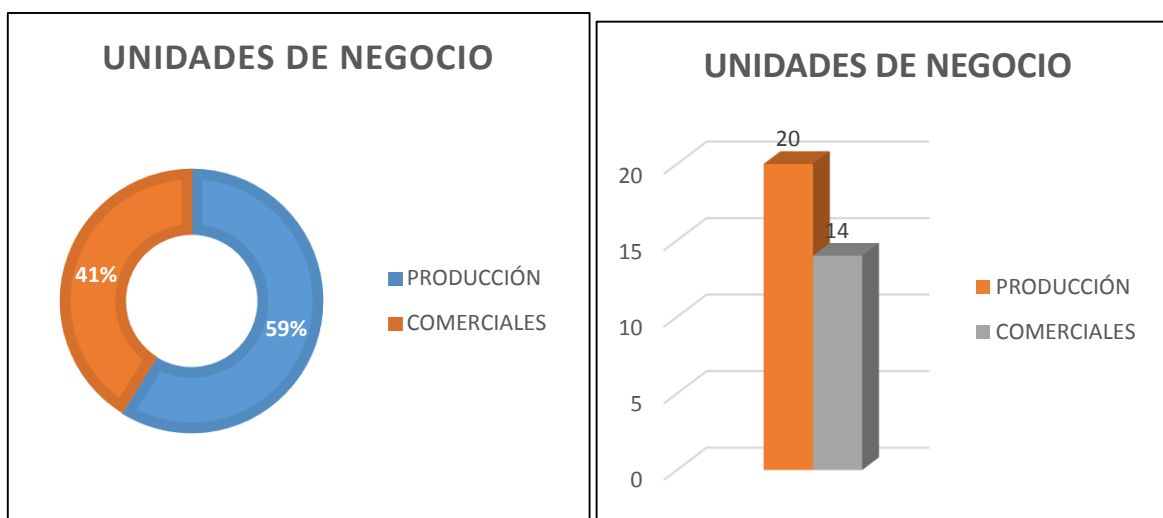
6.5. Unidades de negocio

Las unidades de negocio son aquellas que conforman las Fami-empresas, las cuales pueden ser unidades de Producción tales como las fincas, granjas, cultivos, fábricas y demás, y las unidades Comerciales tales como puntos de venta, locales, bodegas, etc, es decir donde llevan el producto ya terminado para la venta al cliente, las cuales los podemos observar en el siguiente cuadro y el gráfico 17 y 18.

Cuadro 19. Unidades De Negocio

Unidades De Negocio	
Producción	20
Comerciales	14

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 11. Unidades De Negocio, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.6. Tamaño de la empresa

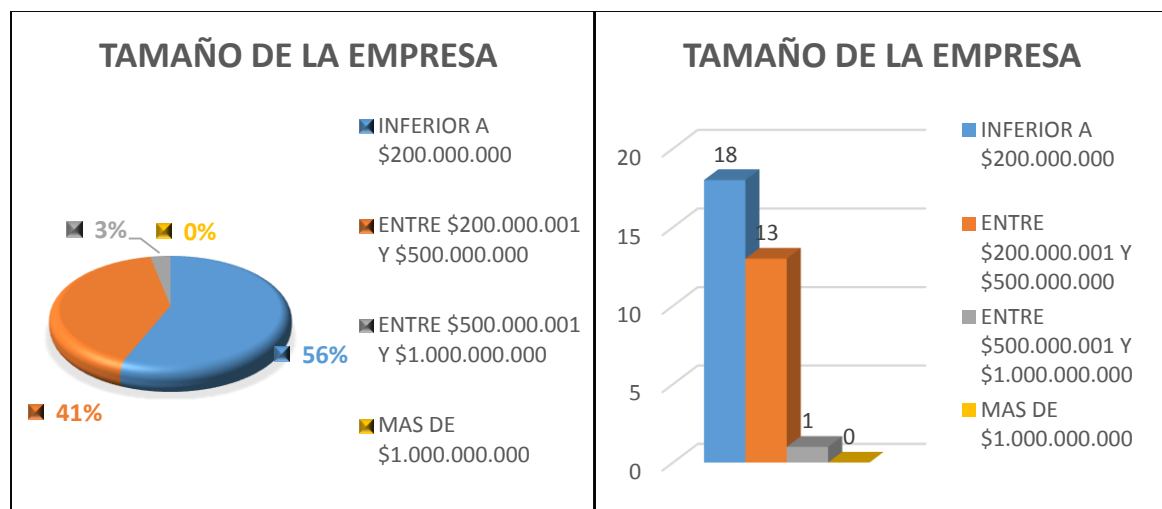
Para determinar el tamaño de la Fami-empresa en esta clasificación lo definimos según los activos totales, los cuales suman los rubros de todos los activos de la empresa, es decir, con lo que cuenta la empresa.

De acuerdo con la encuesta realizada, podemos observar que el intervalo más representativo según el valor de los activos totales de las Empresas de Familia es inferior a \$200 millones, ratificando que la mayor parte de las Fami-empresas son Microempresas, como lo podemos observar en el siguiente cuadro y en el gráfico 19 y 20.

Cuadro 20. Tamaño de la Empresa

Tamaño de la Empresa	
Inferior A \$200.000.000	18
Entre \$200.000.001 Y \$500.000.000	13
Entre \$500.000.001 Y \$1.000.000.000	1
Más De \$1.000.000.000	0

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 12. Tamaño de la Empresa, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

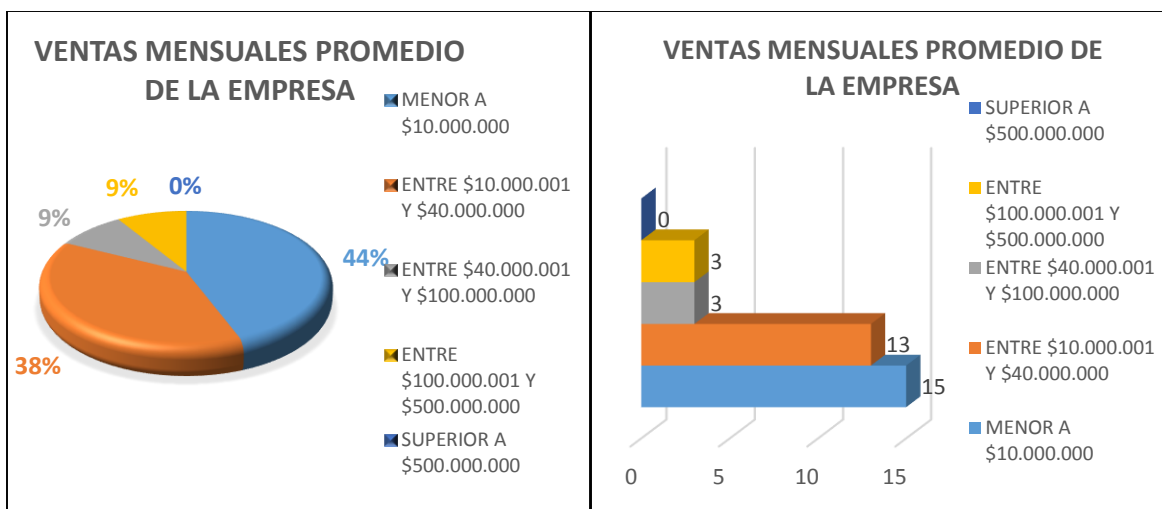
6.7. Ventas mensuales promedio de la empresa

Los objetivos básicos de los propietarios de las Fami-empresas son que sus negocios sean rentables y proporcionar un buen nivel de vida a los miembros de sus familias. Esto, está directamente relacionado con el nivel de ventas mensuales promedio de la empresa, las cuales, para este estudio en su mayoría, registran ventas inferiores a \$10 millones de pesos, como lo podemos observaren el siguiente cuadro y en el gráfico 21 y 22.

Cuadro 21. Ventas Promedio de la Empresa

Ventas Mensuales Promedio De La Empresa	
Menor A \$10.000.000	15
Entre \$10.000.001 Y \$40.000.000	13
Entre \$40.000.001 Y \$100.000.000	3
Entre \$100.000.001 Y \$500.000.000	3
Superior A \$500.000.000	0

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 13. Ventas Promedio de la Empresa, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Los clientes son los que aportan dinero a la empresa a cambio de obtener una satisfacción de sus necesidades o expectativas. Si la empresa no es capaz de satisfacer a sus clientes, incluso desde el momento de la concepción o diseño de sus productos vendibles, aquéllos dejarán de aportar su dinero y lo destinarán a comprar a la competencia o a la satisfacción de otro tipo de necesidades.

Por lo tanto, del total de Fami-empresas encuestadas, 15 de ellas registran ventas menores a \$10.000.000, lo cual indica que nos estamos refiriendo a Microempresas.

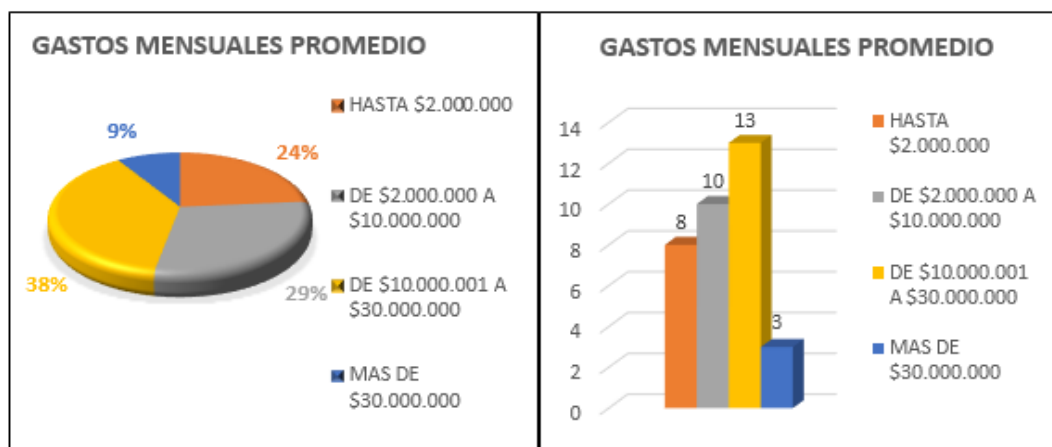
6.8. Gastos mensuales promedio de la empresa

Las Fami-empresas influyen en el entorno, desarrollando una función social y económica, dado que, entre otras funciones, surte a la sociedad de los materiales o servicios que ésta necesita, crea riqueza y puestos de trabajo y requiere las infraestructuras necesarias para su funcionamiento. Por tal razón, la Fami-empresa tiene que incurrir en una serie de gastos necesarios para llevar a cabo todas sus actividades y operaciones, los cuales, en este estudio, del total de empresas encuestadas 15 de ellas están por debajo de los \$2 millones de gastos mensuales, que podemos observar en el siguiente cuadro y en el gráfico 21 y 22.

Cuadro 22. Gastos Mensuales Promedio de la Empresa

Gastos mensuales promedio	
Hasta \$2.000.000	8
De \$2.000.000 a \$10.000.000	10
De \$10.000.001 a \$30.000.000	13
Más de \$30.000.000	3

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 14. Gastos Mensuales Promedio de la Empresa, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.9. Gestión organizacional y ambiental

Una empresa es un organismo que realiza actividades económicas para obtener beneficios. Dichas actividades se enmarcan en diversas especialidades tecnológicas y se desarrollan en ámbitos físicos y sociales que pueden haber sido objeto de una previa ordenación. Una buena gestión empresarial debe estar basada en la mejor preparación de sus componentes humanos, materiales e intelectuales para afrontar los acontecimientos a través de los cuales dicha gestión se desarrolla, teniendo en cuenta su posible grado de variación.

Al hablar de gestión empresarial en las empresas de familia hace referencia al proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar a la empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo. La utilización de esta herramienta facilita el proceso de toma de decisiones al momento de planificar, ejecutar y buscar financiamiento para las empresas de familia.

6.9.1. Sistema de planeación estratégica

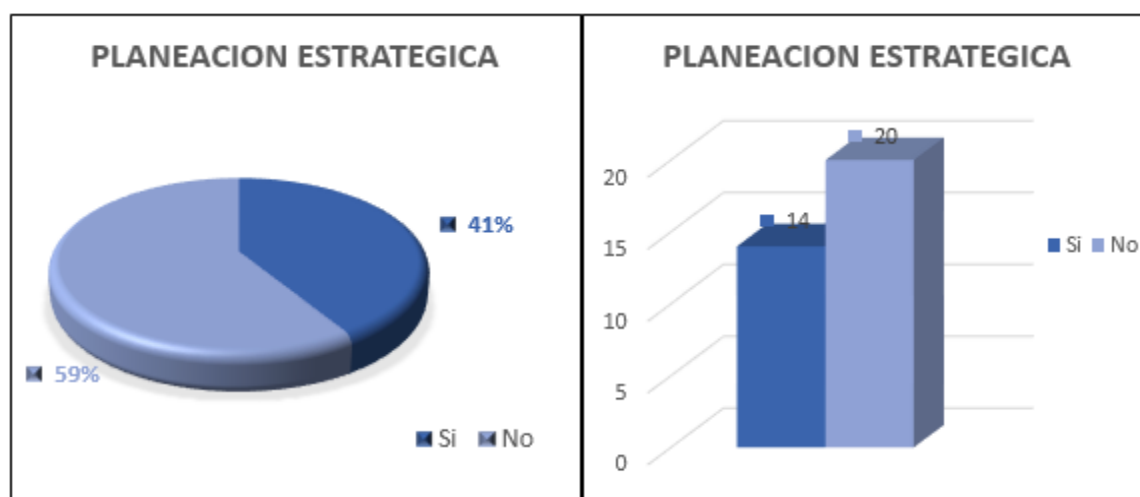
La planeación es un proceso estructurado para la búsqueda de respuesta a preguntas frecuentes para la organización y dirección de las empresas, fijando una visión clara de hacia dónde va a dirigir sus metas y objetivos, como lo podemos observar en el siguiente cuadro y en el gráfico 20 y 21.

Según HILL (1997), la planeación estratégica dentro de una empresa hace referencia a la Misión que es la razón de ser de la organización y especifica el rol funcional que la organización va a desempeñar en su entorno e indica con claridad el alcance y dirección de sus actividades; la Visión que hace referencia a la percepción clara del futuro de una organización; los Valores que son los principios normativos que presiden y regulan el comportamiento de las personas ante cualquier situación y las Políticas que son los Principios que sirven de guía y dirigen los esfuerzos de una organización para alcanzar sus objetivos.

Cuadro 23. Planeación Estratégica

Planeación Estratégica	Empresas
Si	14
No	20

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 15. Planeación Estratégica, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Según la información obtenida por las empresas encuestadas, podemos observar una diferencia mínima entre las organizaciones que cuentan con un sistema de planeación estratégica de aquellas que aún no lo han definido, los directores deben tener claro cuál es su razón de ser (misión), a donde quiere llegar (visión) y sobre qué bases se sustentan cada una de sus acciones (filosofía y cultura organizacional).

6.9.2. Sistemas de gestión de calidad ambiental

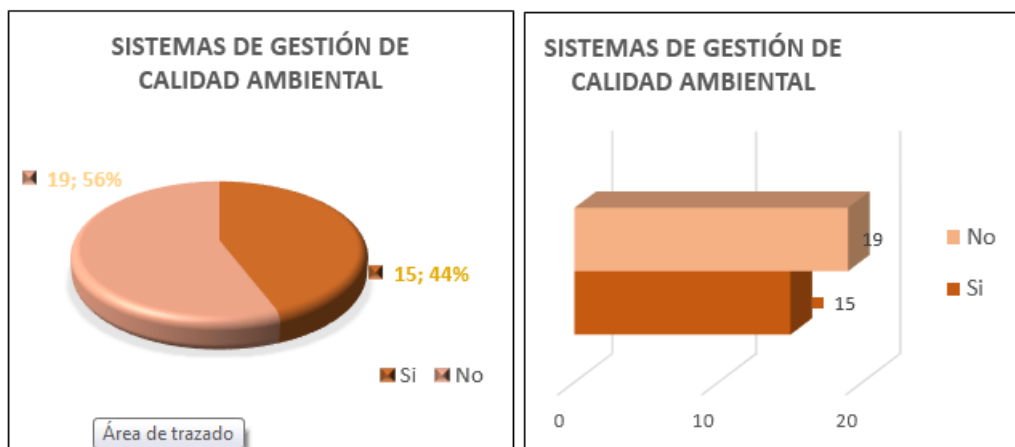
Según el ICONTEC, 2015, la Norma ISO 14001 sistema de gestión ambiental. Provee herramientas prácticas a compañías y organizaciones de todo tipo para el manejo de las responsabilidades ambientales. Fundamentalmente, hace énfasis en el desarrollo y consolidación de la gestión ambiental.

Para ello se han establecido ciertos modelos o normas internacionales que regulan las condiciones mínimas que deben cumplir dichos procedimientos, lo cual no significa que dichas condiciones no puedan ser superadas por voluntad de la organización o por exigencias concretas de sus clientes.

Cuadro 24. Sistemas de Gestión de Calidad Ambiental

Sistemas De Gestión De Calidad Ambiental	Empresa
Si	15
No	19

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 16. Sistemas de Gestión de Calidad Ambiental, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Podemos evidenciar que de las 34 fami-empresas que tenemos en la facultad de administración de empresas agropecuarias, solo el 44%, 15 Fami-empresas manejan y tiene los certificados de gestión de calidad ambiental la Norma ISO 14001.

6.10. Gestión financiera

En este parámetro encontramos las fuentes de financiación y el destino del capital de las Fami-empresas para el efectivo funcionamiento de sus actividades, así como el tipo de clientes que manejan en dichas operaciones.

Dentro del análisis de las Fami-empresas existentes en la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, están dadas bajo los parámetros del destino del capital, tipo de clientes (mayoristas, minoristas y venta directa) y existencia de financiación de sus actividades.

6.10.1. Tipo de Clientes

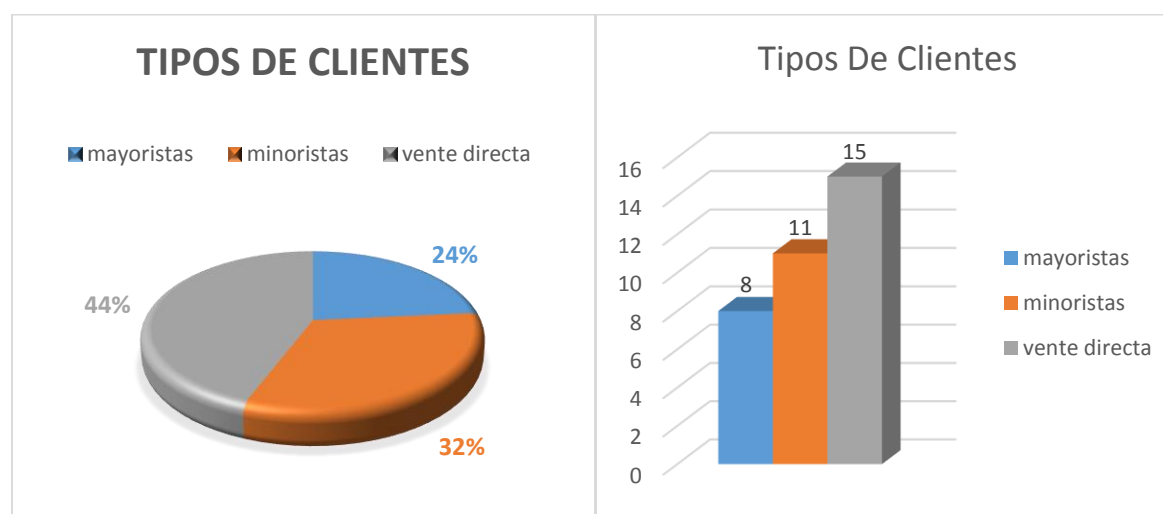
Según Zikmund y D'Amico (1993)³⁷, un **mayorista** es un intermediario que no produce ni consume el artículo terminado, sino que, en vez de ello, vende a minoristas y otras instituciones que utilizan el producto para su última reventa, mientras que el **minorista** es un intermediario que trata con el consumidor final, es decir, compra productos en grandes cantidades fabricantes o importadores, o bien directamente o a través de un mayorista y está relacionado directamente con los consumidores, el cliente de **venta directa** a quien se le distribuye el producto o servicio personalmente. Los clientes de este estudio están divididos en mayoristas, minoristas y venta directa.

En esta clasificación es evidente que en las Fami-empresas la mayoría de sus clientes son de tipo de venta directa, representado por las empresas del sector primario, seguido de los clientes de tipo mayorista, los cuales podemos observar en el siguiente cuadro y en el gráfico 17.

Cuadro 25. Tipos De Clientes

Tipos De Clientes	
mayoristas	8
minoristas	11
vente directa	15

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 17. Tipo de Clientes, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.10.2. Servicio de financiación

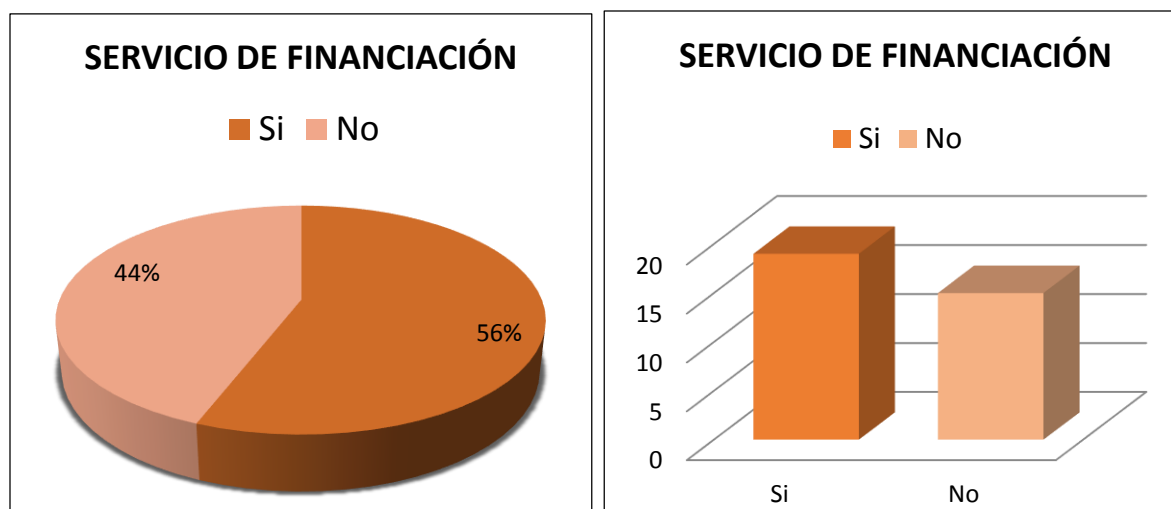
Los servicios financieros corresponden a una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de generación de valor a través del dinero; donde la más común dentro de las empresas de familia es por medio de los bancos.

Las Fami-empresas utilizan algún tipo de servicio de financiación con entidades públicas o privadas, quienes facilitan cierta cantidad de dinero necesario para llevar a cabo sus operaciones, representadas en el siguiente cuadro y en el gráfico 18.

Cuadro 26. Servicio De Financiación

Servicio De Financiación	
Si	19
No	15

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 18. Servicio De Financiación, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Es importante destacar que a pesar que actualmente el país brinda por medio de diferentes entidades financiación tanto para la creación como para funcionamiento, las Fami-empresas prefieren contar con sus propios recursos antes de recurrir a ellos, y toma esta opción como último recurso tanto por el mismo desconocimiento de estos o por el temor de pagar intereses elevados.

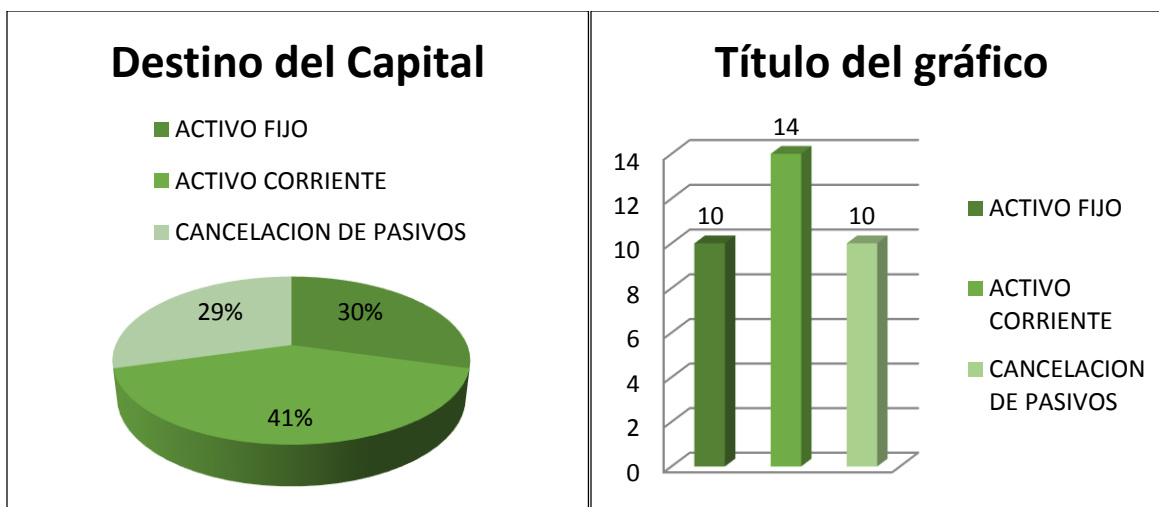
6.10.3. Destino del capital

El destino del capital de las Fami-empresas puede ser utilizado para su activo fijo como maquinaria, equipo, instalaciones; para el activo corriente como compra de materia prima o para la cancelación de sus pasivos tales como acreedores, bancos, tal como se ve en el siguiente cuadro y en los gráfico 19.

Cuadro 27. Destino Del Capital

Destino del Capital	
Activo Fijo	10
Activo Corriente	14
Cancelacion De Pasivos	10

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 19. Destino De Capital, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

De acuerdo con los resultados obtenidos dentro de las Fami-empresas, el destino del capital está dirigido en proporciones casi iguales tanto al activo fijo y cancelación de pasivos con 30% y 29% respectivamente y la gran mayoría dirige a los activos corriente en un 41%.

6.11. Capital social

Para ser definida una empresa como familiar o Fami-empresa esta debe contar con la existencia en ella de miembros familiares ocupando cargos directivos; además los miembros de la familia deben considerar que esa empresa va a ser transferida a las siguientes generaciones, y además su capital social debe pertenecer a los miembros de una misma familia en más del 50%.

Cuadro 28. Capital Social

Capital Social	
Si	34
No	0

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Teniendo en cuenta estos parámetros, las 34 Fami-empresa encontradas dentro de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio

cuentan con ese 50% o más de su capital social, y los miembros de su familiar ejercen funciones tanto directivas como operativas dentro de ellas.

6.12. Tipo de organización

Las organizaciones son sistemas diseñados para lograr metas y objetivos por medio del talento humano y de otro tipo. Están compuestos por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas Mintzberg (1995).

Según Superintendencia de Sociedades (2017), las Empresas de Familia pueden estar constituidas legalmente como: *empresa unipersonal* que es una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil, *sociedades colectivas*, organización empresarial en la cual los socios, *sociedad limitada*, organización empresarial en la cual la responsabilidad de los socios se limita al monto de sus aportes, por los negocios y obligaciones, *sociedad en Comandita*, es aquella sociedad mercantil en la que existen dos tipos de socios: Los *socios colectivos o gestores* que responden con la totalidad de su patrimonio de las actividades sociales (responsabilidad ilimitada y solidaria) y los *socios comanditarios* que responden únicamente con el capital aportado (responsabilidad limitada), *sociedad Anónima*, es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones.

Dentro de esta clasificación observamos que las Fami-empresa en su mayoría, están constituidas legalmente como empresas Unipersonales, seguidas de las sociedades limitadas, como lo podemos ver en el siguiente cuadro y en el grafico 33.

6.12.1. Constitución legal de la empresa

Según Superintendencia de Sociedades (2017), las Empresas de Familia o Fami-empresa pueden estar constituidas legalmente como: *empresa unipersonal* que es una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos

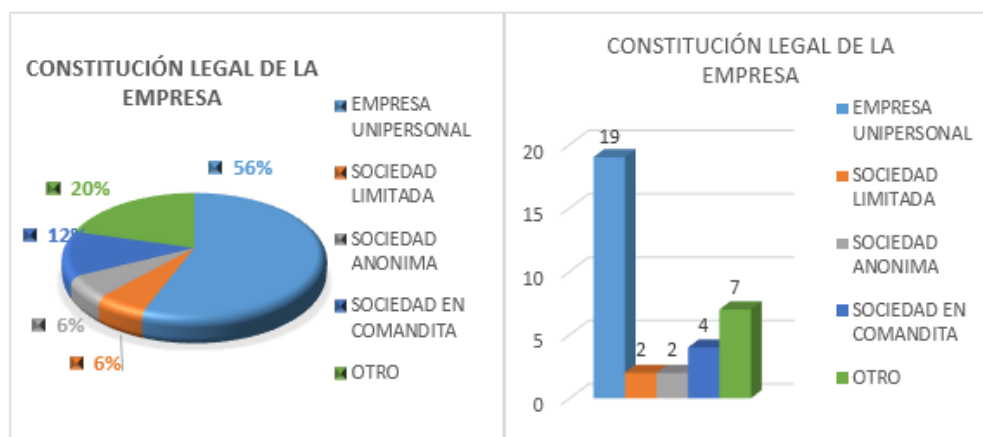
para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil, *sociedades colectivas*, organización empresarial en la cual los socios, *sociedad limitada*, organización empresarial en la cual la responsabilidad de los socios se limita al monto de sus aportes, por los negocios y obligaciones, *sociedad en Comandita*, es aquella sociedad mercantil en la que existen dos tipos de socios: Los *socios colectivos o gestores* que responden con la totalidad de su patrimonio de las actividades sociales (responsabilidad ilimitada y solidaria) y los *socios comanditarios* que responden únicamente con el capital aportado (responsabilidad limitada), *sociedad Anónima*, es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones.

Dentro de esta clasificación observamos que las Fami-empresa en su mayoría, están constituidas legalmente como empresas Unipersonales, seguidas de las sociedades en comanditas, en la opción otro, son empresas que no están legalmente constituidas, como lo podemos ver en el siguiente cuadro y en el grafico 33 y 34.

Cuadro 29. Constitución legal de la Empresa

Constitución Legal De La Empresa	
Empresa Unipersonal	19
Sociedad Limitada	2
Sociedad Anónima	2
Sociedad Colectiva	0
Sociedad En Comandita	4
Otro	7

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 20. Destino De Capital, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.12.2. Registro cámara de comercio

La Cámara De Comercio De Villavicencio Es Una Entidad Gremial De Derecho Privado, Comprometida Con El Desarrollo Integral de la Orinoquia, promueven la gestión empresarial, los mecanismos de solución de conflictos y la administración efectiva de los registros públicos; orientados hacia el mejoramiento continuo y la proyección de la entidad hacia el ámbito internacional.

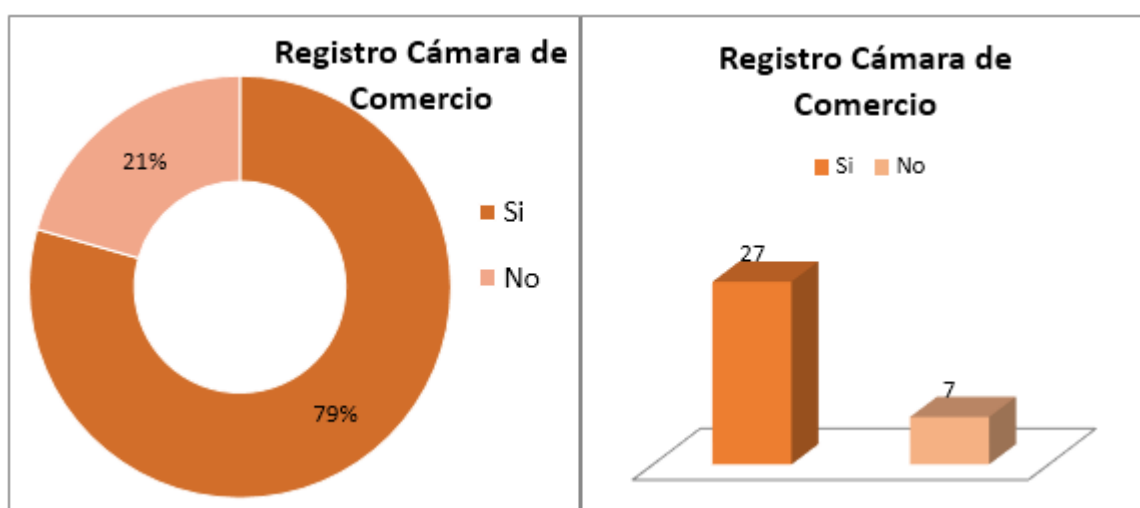
La Cámara De Comercio De Villavicencio tiene jurisdicción en el todo el departamento del Meta, Vichada, Guainía, Vaupés y en el municipio de Paratebueno, departamento de Cundinamarca.

Del total de las Fami-empresa encuestadas, 19 de estas están registradas ante la cámara de comercio y las restantes carecen de este registro, ya que son empresas de tipo agropecuario, como lo podemos observar en el siguiente cuadro y en el grafico 21.

Cuadro 30. Registro Cámara de Comercio

Registro Cámara de Comercio	
Si	27
No	7

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 21. Registro Cámara De Comercio, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.13. Vinculación familiar

La vinculación de familiares dentro de las Fami-empresa es una de las características principales, puesto que en el momento de crear una empresa de este tipo existe la necesidad de generar bienestar no solo particular si no familiar.

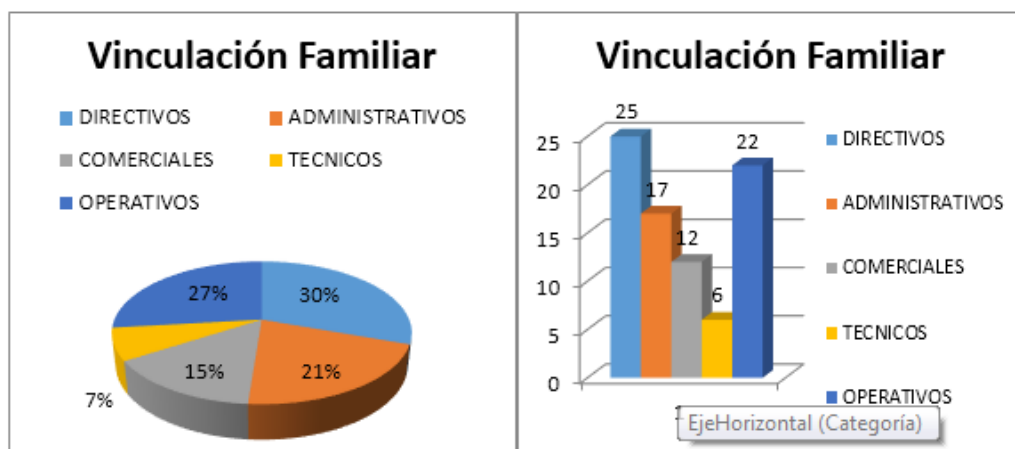
Las Fami-empresa tienden a vincular el mayor número de miembros de la familia, no solo con el fin de brindarles ayuda y un mejoramiento en su calidad de vida, si no garantizar la continuidad de generación en generación de la Fami-empresa creada. Los miembros de la familia pueden ocupar cargos desde el nivel directivo hasta el nivel operativo.

Es importante destacar, en esta clasificación que los cargos en donde hay más vinculación de miembros de la familia son los cargos directivos, pues son quienes manejan la gestión de la empresa, seguidos por los cargos operativos necesarios de todas las actividades representadas en el siguiente cuadro y en los gráficos 35 y 36.

Cuadro 31. Vinculación Familiar

Vinculación Familiar	
Directivos	25
Administrativos	17
Comerciales	12
Técnicos	6
Operativos	22

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 22. Vinculación Familiar, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.14. Tipo de parentesco

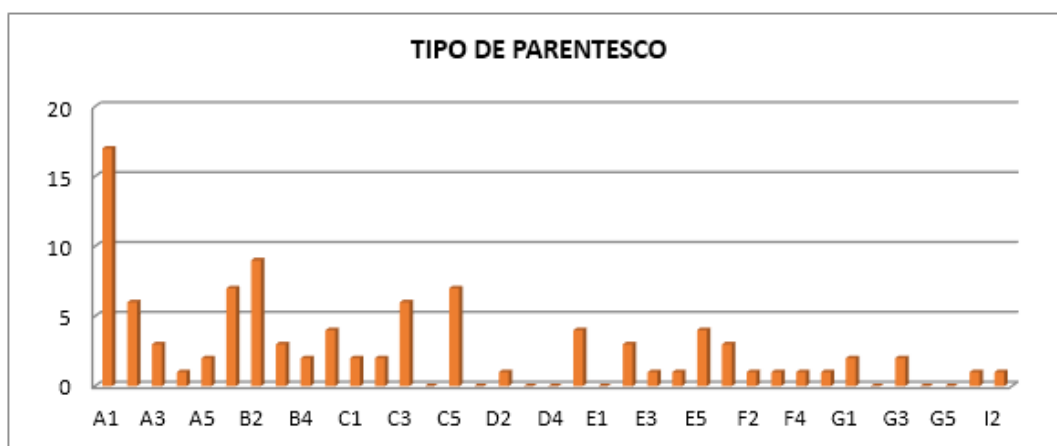
Es importante tener en cuenta que las Empresas de Familia, se forman entre personas que las unen un lazo de sangre, pero también un lazo de confianza y búsqueda de patrimonio.

Por esta razón se debe determinar la relación que existe entre los propietarios de las empresas de Familia, la cual se medirá bajo los siguientes parámetros, en la cual podemos observar que la relación predominante es la de padre en el cargo directivo representado en el grafico 36.

Cuadro 32. Tipo de Parentesco

TIPO DE PARENTESCO		
A1	Padre Directivo	17
A2	Padre Administrativo	6
A3	Padre Comercial	3
A4	Padre Técnico	1
A5	Padre Operativo	2
B1	Hermano Directivo	7
B2	Hermano Administrativo	9
B3	Hermano Comercial	3
B4	Hermano Técnico	2
B5	Hermano Operativo	4
C1	Primo Directivo	2
C2	Primo Administrativo	2
C3	Primo Comercial	6
C4	Primo Técnico	0
C5	Primo Operativo	7
D1	Sobrino Directivo	0
D2	Sobrino Administrativo	1
D3	Sobrino Comercial	0
D4	Sobrino Técnico	0
D5	Sobrino Operativo	4
E1	Cuñado Directivo	0
E2	Cuñado Administrativo	3
E3	Cuñado Comercial	1
E4	Cuñado Técnico	1
E5	Cuñado Operativo	4
F1	Abuelo Directivo	3
F2	Abuelo Administrativo	1
F3	Abuelo Comercial	1
F4	Abuelo Técnico	1
F5	Abuelo Operativo	1
G1	Hijo Directivo	2
G2	Hijo Administrativo	0
G3	Hijo Comercial	2
G4	Hijo Técnico	0
G5	Hijo Operativo	0
H1	Esposa Directivo	1
I2	Tía Administrativo	1

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017



Gráfica 23. Tipo de Parentesco, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

6.15. Gestión empresarial

El Consultorio Empresarial, es una unidad académica e investigativa que apoya la gestión institucional bajo los principios Tomasinos y hace parte integral de las acciones del plan de desarrollo de la Facultad de Administración de Empresas.

Como tal, procura el conocimiento, la creación y la gestión de Fami-empresa, desarrolla asesorías empresariales, consultoría, capacitación y programas de pasantía-práctica empresa. Dentro de esta clasificación observamos que las Fami-empresa, en su mayoría, no tienen pleno conocimiento de la importante labor que tiene el Consultorio Empresarial, y por ende no hacen uso o provecho del mismo.

El Consultorio Empresarial, presta asesorías en temas tales como planeación estratégica, manejo contable, gestión comercial, mercadeo, producción, tecnología, capacitación de personal y asesoría administrativa, como lo podemos observar en el siguiente cuadro y en el grafico 37

Cuadro 33. Gestión Empresarial

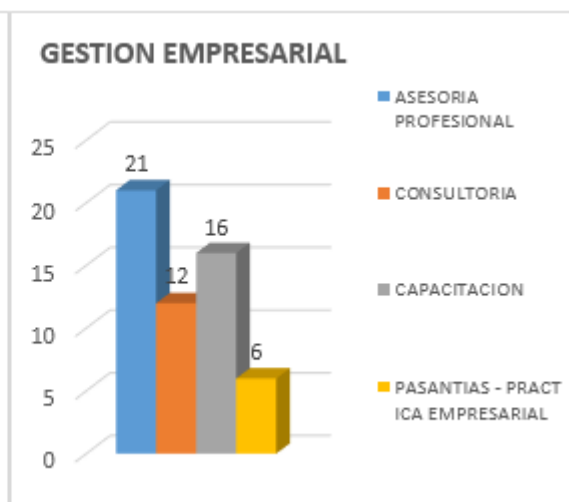
Gestión Empresarial	
ASESORIA PROFESIONAL	21
CONSULTORIA	12
CAPACITACION	16
PASANTIAS - PRACTICA EMPRESARIAL	6

NOTA: Resultado de la aplicación de la Encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Grafico 37: Gestión Empresarial



Grafico 38: Gestión Empresarial



Gráfica 24. Gestión Empresarial, Tabulado de los resultados de la Aplicación de la encuesta a estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Por Francy Lorena Ramírez Umaña, 2017

Conclusiones

- La Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias es una Unidad Académica de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio orientada a la formación humanista Tomasina, científica y técnica de personas para que sean capaces de aplicar conocimientos administrativos contemporáneos y de creatividad empresarial con visión de futuro, en cualquier escenario en el que se desarrolle la vida colombiana y con énfasis en el sector agropecuario y rural considerado como sistema, que les sirvan para:
 - La elaboración, gestión y ejecución de sus proyectos personales de vida empresarial, los de sus familiares y los de los seres humanos de las comunidades a las cuales se vinculan.
 - El mejoramiento continuo de empresas en funcionamiento.
 - El desarrollo empresarial agropecuario y rural en general con base en normas de ética, equidad, sostenibilidad y competitividad.
- Se clasificó y se caracterizó 34 Fami- empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias es una Unidad Académica de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio.
- La base de datos recolectada en el presente estudio arroja información de gran importancia para el Consultorio Empresarial, pues sirve de base para consolidar una cultura de emprendimiento en la comunidad académica en el ámbito de la Fami- empresas.
- El objeto de estudio de esta investigación es una población de más de 150 estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, con la cual se realizó un censo con el fin de recolectar información necesaria para la clasificación y caracterización de las Fami- empresas.

- ☀ Para lograr la eficacia en la clasificación y caracterización de las Empresas de Familia, es necesario tener en cuenta factores tales como, el sector económico al que pertenecen, la actividad económica que desarrollan, su clasificación CIIU, su planta de personal, tamaño de la empresa, su capital social, sus productos y/o servicios, sus clientes y sus competidores. Todos estos factores inciden de forma significativa en su estudio para el mejor desempeño de su gestión empresarial.

- ☀ Las Fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, se dedican en su gran mayoría a actividades agropecuarias, comerciales y de servicios, gracias a que en este sector se presenta el mayor número de oportunidades de negocio, para aquellas personas que deciden hacer empresa con los miembros de su núcleo familiar, aunque, dirigir una Empresa Familiar puede ser una de las actividades más complejas que puedan existir, ya que para su propietario este tipo de empresa es fuente de algunos de los retos más importantes de la vida: Hacer crecer una compañía, dirigir una familia, brindar amor y afecto a los seres queridos. La misma fuente donde se desarrollan la historia de su vida, su seguridad financiera y la de toda su familia.

Logros

- Con la presente investigación se logró plantear las diferentes problemáticas que tienen que afrontar las empresas de familia, no solo a nivel administrativo sino a nivel funcional, de gestión y de sucesión entre otras.
- Se identificaron 34 Fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, las cuales permitieron por medio de la encuesta realizada obtener información a nivel administrativo, legal, socioeconómico, entre otros.
- Se logró obtener información acerca de las falencias que presentan las empresas familiares y como el Consultorio Empresarial, mediante sus programas de acompañamiento y asesorías puede contribuir con el correcto desarrollo y mejoramiento de dichas empresas.
- Se obtuvo una base de datos completa donde está plasmada tanto la información básica como de funcionamiento, y los servicios empresariales en los cuales estarían interesadas las diferentes empresas, información primordial para el Consultorio Empresarial.

Recomendaciones

Algunos de los aspectos que las Fami-empresas de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio deben implementar para mejorar su gestión en el desarrollo de sus actividades y el continuo progreso, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Es importante y necesario crear un vínculo entre la Universidad y los Empresarios con el fin de establecer una cooperación mutua para mejorar el desempeño de su gestión, mediante la colaboración del Consultorio Empresarial.
- Consolidar y establecer una cultura de emprendimiento en la comunidad académica para afianzar la presencia de la Universidad y de los estudiantes en el ámbito de las Fami-empresas.
- Planear la realización de un censo en los egresados de las diferentes facultades de la Universidad Santo Tomas, sede Villavicencio, para determinar el nivel de participación de los mismos en el desarrollo de las pequeñas y medianas Fami-empresas.
- Promover la creación y la gestión de las Fami-empresas en los estudiantes desde sus inicios universitarios con el fin de aplicar sus conocimientos teóricos en la práctica empresarial, que se traducirá en un aporte al desarrollo socioeconómico del país.
- Fomentar la búsqueda constante de nuevas soluciones a la problemática de las Fami-empresas, especialmente en lo referente a separar los ambientes de la familia y la empresa, mantener relaciones de equidad en la empresa, planear estratégicamente, la sucesión y el protocolo familiar, para el logro de su desarrollo sostenible.

Referencias bibliográficas

- Amat, J. (2000). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona: Gestión 2000.
- Banco de la República. (2017). *Boletín Económico regional. Suroriente I trimestre 2017*. Obtenido de [banrep.gov.co: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ber_suroriente_tri1_2017.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ber_suroriente_tri1_2017.pdf)
- Belausteguigoitia Rius, I. (2004). *Empresas Familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación*. México D.F.: Trillas.
- Camara de Comercio de Villavicencio. (2017). *Consulta de Actividad Económica CIIU*. Obtenido de [ccv.org.co: http://www.ccv.org.co/site/servicios-en-linea/consulta-de-actividad-economica-ciiu/](http://www.ccv.org.co/site/servicios-en-linea/consulta-de-actividad-economica-ciiu/)
- Casillas, J., Díaz, C., & Adolfo, V. (2005). *La gestión de la Empresa Familiar*. Madrid, España: Thomson.
- Castro Suárez, C. (Mayo-Agosto de 2014). En busca de la igualdad y el reconocimiento. La experiencia histórica de la educación intercultural en el Caribe colombiano. *Mamorias: Revista digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano*, 10(23), p.180-206. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4784730.pdf>.
- Chiavenato, H. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Bogotá: McGrawHill.
- Codornices de Antioquia. (s.f.). *Cria de la Codorniz*. Obtenido de [codornicesdeantioquia.com: http://www.codornicesdeantioquia.com/index.php/generalidades-codornices](http://www.codornicesdeantioquia.com/index.php/generalidades-codornices)
- Dane. (10 de febrero de 2017). *Según el 4° Censo Nacional Arrocero de 2016 la producción de arroz mecanizado alcanzó 2.971.975 toneladas de paddy verde*. Obtenido de Comunicado de prensa: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/censo-nacional-arrocero/comunicado-4to-censo-nacional-arrocero-2016.pdf>
- El Portafolio. (14 de Febrero de 2017). Crecimiento del sector manufacturero para este año comienza a ser visto con reservas. *Diario El Portafolio*, págs. <http://www.portafolio.co/economia/crece-produccion-industrial-en-colombia-2017-503380>.
- Eyssautier de la Mora, M. (2002). *Metodología de la Investigación. Desarrollo de la inteligencia*. (4a ed.). México: ECAFSA.

- Fedepalma. (s.f.). *La palma de aceite en Colombia*. Obtenido de web.fedepalma.org:
<http://web.fedepalma.org/la-palma-de-aceite-en-colombia-departamentos>
- Fenavi. (10 de Mayo de 2017). "La firma de la paz trae enormes beneficios para el campo".
 Obtenido de fenavi.org:
http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3520:a-la-nevera&catid=454:comunicados-de-prensa&Itemid=1348
- Gaitán Rozo, A., & Castro Velasco, J. D. (2001). *Sociedades de Familia en Colombia*. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.
- Gersick, K. E., Davis, J., Mccollom, H. M., & Lansberg, I. (1997). *Empresas Familiares Generación a Generación*. México D.F. : McGrawHill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, L. M. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). México D.F.: Mcgraw-Hill.
- Ibarra Ramos, R. (2000). *Empresa-Familia. Una relación constructiva*. México D.F.: Trillas.
- Ivancevichi, J., Lorenzi , P., Skinner , S., & Crosby , P. (1997). *Gestión, calidad y competitividad*. Madrid: McGrawHill.
- Lacouture, R. D. (2006). *Sociedades de familia en Colombia año 2005*. Bogotá: Superintendencia de sociedades - Grupo de estadística. Obtenido de
<http://www.supersociedades.gov.co/imagenes/SOCIED.DE.FLIA1.html>
- Lansberg, I., & Mc Collum, M. (1997). Generation to Generation. *Harvard Business Review*, 11(3), p.51-64.
- Le Van, G. (1999). *Guía para la supervivencia de la empresa familiar*. Madrid: Ediciones Deusto S.A.
- Leach, P. (1996). *La Empresa Familiar*. Madrid: Granica.
- Ley 222. (20 de Diciembre de 1995). *Por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio*. Colombia: Diario Oficial No. 42.156. Obtenido de
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0222_1995.html
- Ley 550. (30 de Diciembre de 1999). *Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposicio*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 43.94. Obtenido de
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0550_1999.html

- Ley 590. (10 de Julio de 2000). *Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa*. Colombia: Diario Oficial No.44078. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Ley 905. (2 de Agosto de 2004). *Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*. Colombia: Diario Oficial No. 45.628. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html
- Martínez Bencardino, C. (2012). Estadística y Muestreo. En *Técnicas de Muestreo* (pág. p.729). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Méndez Álvarez, C. E. (2001). *Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación* (3a ed.). Bogotá: McGrawHill.
- Méndez Morales, J. S. (1996). *Fundamentos de Economía* (3a ed.). México D.F.: McGrawHill.
- Molina Parra, P., Botero Botero, S., & Montoya Restrepo, A. (Enero- Marzo de 2017). Estudios de rendimiento en las empresas de familia. Una nueva perspectiva. *Estudios Gerenciales*, 33(142), p.76-86. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.10.009>
- Oficio 220-16368. (21 de Marzo de 1997). *Sociedades de Familia: Composición de la Junta Directiva entre personas ligadas por parentesco*. Bogotá, Colombia: Superintendencia de Sociedades. Obtenido de <https://abogadocolombia.wordpress.com/2016/04/06/sociedades-de-familia-composicion-de-la-junta-directiva-entre-personas-ligadas-por-parentesco/#more-3052>
- Pérez Molina, A. (2012). El modelo de empresa familiar: los cuatro pilares fundamentales. *Revista Empresa: Investigación y pensamiento critico*, 1(3), p.1-12. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4817932.pdf>
- Salazar Nava, G. (24 de Enero de 2005). *Empresas Familiares - Capítulo 6: Ventajas y Fortalezas de la Empresa Familiar*. Obtenido de [biblioferrersalat.com: http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/Curso%20Introdutorio%20EF%20Guillermo%20Salazar.PDF](http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/Curso%20Introdutorio%20EF%20Guillermo%20Salazar.PDF)
- Stoner, J., & Wankel, C. (1989). *Administración* (3a ed.). México: Prentice Hall.
- Universidad Santo Tomás. (2007). *Reglamento particular de la Facultad De Administración De Empresas Agropecuarias*. Bucaramanga: USTA, Facultad De Administración De Empresas Agropecuarias.

Glosario de términos

BASE DE DATOS: Conjunto de registros (unidades de información relevante) ordenados y clasificados para su posterior consulta, actualización o cualquier tarea de mantenimiento mediante aplicaciones específicas.

CONSANGUINIDAD: Según la RAE, Unión, por parentesco natural, de varias personas que descienden de una misma raíz o tronco.

CULTURA ORGANIZACIONAL: Conjunto de las características que identifican a la empresa, incluyendo su personal, objetivos, tecnología, dimensiones, promedio de edad, políticas y prácticas, logros y fracasos, etc.

DESEMPEÑO: Expresa el grado de perfección con el que un trabajador ha desempeñado la parte de tarea que le corresponde, con objeto de hacer realidad la estrategia de la empresa, bien en términos de alcanzar unos objetivos específicos relacionados con su papel individual, y/o bien en términos de demostrar competencias que se definen como pertinentes para la empresa, ya sea en un papel particular o de modo más general.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL: El diagnóstico empresarial es un proceso de investigación que consiste en la evaluación de la situación presente de la organización, en el estudio sistemático y presentación de conclusiones sobre la misión que desarrolla la entidad

EMPRESA FAMILIAR: Según Doderó (2002), en general se suele asociar a las empresas familiares con las pequeñas empresas y poco profesionalizadas; pero en realidad lo que las define no es su tamaño ni la calidad de su gestión directiva, sino el hecho de que la propiedad y la dirección están en manos de uno o más miembros de un mismo grupo familiar y que existe intención de que la empresa siga en propiedad de la familia.

ENCUESTA: Una encuesta es un censo en pequeña escala con un propósito más específico que el censo. Las encuestas tienen por objeto obtener información estadística definida, mientras que los censos y registros vitales de población son de mayor alcance y extensión. Este tipo de estadísticas pocas veces otorga, en forma clara y precisa, la verdadera información que se requiere, de ahí que sea necesario realizar encuestas a esa población en estudio.

FAMILIA: Según Ibarra (2000), es una comunidad ética de amor y solidaridad que ordinariamente se estructura dentro del esquema paterno-filial y que el creador del mundo estableció como origen y fundamento de la sociedad humana. La familia es por ello la célula primera y vital de la sociedad. Resulta la organización más importante a lo largo de la historia, en todas las sociedades humanas.

FENOMENO: Todo cambio producido en un cuerpo, cambio permanente que altera la naturaleza o sustancia misma del cuerpo y, consiguientemente, sus propiedades más características y específicas

GESTIÓN: Según Ivancevichi, Lorenzi, Skinner & Crosby (1997), es el proceso emprendido por uno o más individuos para coordinar las actividades laborales de otra persona con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquiera.

INSPECCION: Proceso de medida, examen, ensayo, verificación o cualquier otra actividad de comparación de una unidad de un producto con las especificaciones exigidas.

LEGISLACION: Conjunto o cuerpo de leyes por las cuales se gobierna un Estado o una materia determinada.

LEGITIMIDAD: Validez que se deriva de concordar con fuentes, criterios y normas de autoridad aceptados. Estos pueden incluir principios morales o políticos, de origen, tradición, religión, duración, así como de la coherencia de procedimientos adecuados con la Constitución y la ley.

MÉTODO DE ENCUESTA: Según Eyssautier (2002), somete a un grupo de individuos a un interrogatorio, invitándolos a contestar una serie de preguntas que se encuentran estructuradas en un cuestionario escrito y previamente preparado.

OBSERVATORIO: Órgano dedicado al estudio y análisis de indicadores en cualquier campo del conocimiento.

PROTOCOLO: Según RAE, Serie ordenada de escrituras matrices y otros documentos que un notario o escribano autoriza y custodia con ciertas formalidades.

Anexos

Anexo 1. Encuesta Fami-Empresas

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA VILLAVICENCIO	Encuesta N° _____
CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS FAMI-EMPRESAS DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SEDE VILLAVICENCIO	
Fecha: DD _____ MM _____ AA _____	
OBJETIVO: Caracterizar las Empresas de Familia de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio.	
INFORMACIÓN PERSONA ENCUESTADA 1. NOMBRE: _____ 2. CARGO: _____ 3. TELÉFONO PARTICULAR: _____ 4. TIEMPO DE VINCULACIÓN: _____ 5. ¿ESTÁ SU EMPRESA INTERESADA EN LA INVESTIGACIÓN? SI _____ NO _____	
DATOS GENERALES DE LA EMPRESA (DILIGENCIE LOS ESPACIOS) 1. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA: _____ 2. NIT: _____ 3. UBICACIÓN: RURAL _____ URBANA _____ 4. MUNICIPIO: _____ 5. ZONA: _____ 6. BARRIO: _____ 7. TELÉFONO: _____ 8. FAX: _____ 9. CORREO ELECTRÓNICO: _____ 10. PÁGINA WEB: _____ 11. FECHA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA: DD _____ MM _____ AA _____	
PLANTA DE PERSONAL (Marque con una X el rango que corresponda al número de trabajadores de su empresa) 1. Entre 1 y 10: _____ 2. Entre 11 y 50: _____ 3. Entre 51 y 200: _____ 4. Más de 200: _____	

UNIDADES DE NEGOCIO QUE CONFORMAN LA EMPRESA. (Marque con una X el negocio que corresponda)

1. PRODUCCIÓN (Fincas, Fábricas, Cultivos, etc) _____
2. COMERCIALES (Puntos de ventas, locales, bodegas, etc) _____

TAMAÑO DE LA EMPRESA. (Marque con una X el espacio que corresponda, según el valor de los activos totales)

1. Inferior a \$ 200.000.000 _____
2. Entre \$ 200.000.001 y \$ 500.000.000 _____
3. Entre \$ 500.000.001 y \$ 1000.000.000 _____
4. Más de \$ 1000.000.000 _____

VENTAS MENSUALES PROMEDIO DE LA EMPRESA. (Marque con una X el espacio que corresponda)

1. Menor a \$ 10.000.000 _____
2. Entre \$ 10.000.001 y \$ 40.000.000 _____
3. Entre \$ 40.000.001 y \$ 100.000.000 _____
4. Entre \$ 100.000.001 y \$ 500.000.000 _____
5. Superior a \$ 500.000.000 _____

GASTOS MENSUALES PROMEDIO DE LA EMPRESA. (Marque con una X el espacio que corresponda)

1. Hasta \$ 2.000.000 _____
2. De \$ 2.000.000 a \$ 10.000.000 _____
3. De \$ 10.000.001 a \$ 30.000.000 _____
4. Mas de \$ 30.000.000 _____

ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA (Marque con una X la actividad(es) que desarrolla su empresa según código CIIU)

- | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------|
| 1. AGROPECUARIO _____ | 2. MINEROS _____ | 3. MANUFACTURERO _____ |
| 4. SERVICIOS PÚBLICOS _____ | 5. COMERCIALES _____ | 6. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS _____ |
| 7. RESTAURANTES/HOTELES _____ | 8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____ | |
| 9. COMUNICACIONES Y CORREO _____ | 10. INTERMEDIACION FINANCIERA _____ | |
| 11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____ | | |

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y AMBIENTAL

1. ¿LA EMPRESA CUENTA CON SISTEMAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (Misión, Visión)? SI _____ NO _____

2. ¿LA EMPRESA CUENTA CON UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD AMBIENTAL DEFINIDO O REGLAMENTADO? SI _____ NO _____

3. DESCRIBA LAS PRINCIPALES ACCIONES DESARROLLADAS PARA ESTE FIN:

GESTIÓN FINANCIERA

1. LA MAYORÍA DE SUS CLIENTES SON DE TIPO: MAYORISTA _____ MINORISTA _____ VENTA DIRECTA _____

2. ¿QUE SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN UTILIZA PARA LLEVAR SUS PRODUCTOS A LOS CLIENTES: _____
TRANSPORTE TERRESTRE PROPIO: _____

3. ¿LA EMPRESA UTILIZA ALGÚN TIPO DE SERVICIO DE FINANCIACIÓN CON ENTIDADES PRIVADAS O PÚBLICAS? SI _____
NO _____

4. DESCRIBA EL TIPO DE FINANCIACIÓN: _____ CRÉDITOS BANCARIOS _____ Y CRÉDITOS DE PROVEEDORES _____

5. ¿CUÁL ES EL DESTINO DEL CAPITAL? 5.1 ACTIVO FIJO (maquinaria, equipo, instalaciones) _____
5.2 ACTIVO CORRIENTE (compra de materia prima) _____
5.3 CANCELACIÓN DE PASIVOS _____

CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA

1. ¿EL 50% O MÁS DEL CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA PERTENECE A UN GRUPO FAMILIAR O A UNA PERSONA NATURAL? SI _____ NO _____

2. ¿CÓMO ESTÁ DISTRIBUIDO EL 100% DEL CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA?

FAMILIA 1	FAMILIA 2	SOCIOS	OTRO*	TOTAL CAPITAL

*ESPECIFIQUE OTROS: _____

TIPO DE ORGANIZACIÓN (MARQUE CON UNA X LA CASILLA CORRESPONDIENTE A SU EMPRESA)

1. ¿CÓMO ESTÁ CONSTITUIDA LEGALMENTE SU EMPRESA?

EMPRESA UNIPERSONAL: _____ SOCIEDAD LIMITADA: _____ SOCIEDAD ANÓNIMA: _____

SOCIEDAD COLECTIVA: _____ SOCIEDAD EN COMANDITA: _____ OTRO: _____

2. ¿SU EMPRESA ESTÁ REGISTRADA ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO? SI _____ NO _____

3. COMO PERSONA NATURAL _____ O PERSONA JURÍDICA _____

4. ¿BAJO QUE DENOMINACIÓN? _____

GESTIÓN EMPRESARIAL

1. SU EMPRESA ESTA INTERESADA EN LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

SERVICIO	SI	NO	EN QUE TEMAS
ASESORIA PROFESIONAL			
CONSULTORIA			
CAPACITACION			
PASANTIAS-PRACTICA EMPRESA			

OTROS SERVICIOS: ¿CUALES? _____

ESPACIO PARA FIRMA Y SELLO DE LA EMPRESA

Vo. Bo. COORDINADOR (Espacio para ser diligenciado por la Universidad)

Anexo 2. Base de Datos Fami-empresas

Conversiones	Significado	Si	No	Opciones
Tel.Part	Teléfono Particular			
Tiempo_Vinc	Tiempo De Vinculación			
Int_Inv	Interés En La Investigación	1	2	
Fecha_Const	Fecha De Constitución			
Planta	Planta De Personal			
	Entre 1 Y 10			1
	Entre 11 Y 50			2
	Entre 51 Y 200			3
	Más De 200			4
Und_Neg	Unidades De Negocio Que Conforman La Empresa			
	Producción			1
	Comerciales			2
Tamaño	Tamaño De La Empresa			
	Inferior A \$200.000.000			1
	Entre \$200.000.001 Y \$500.000.000			2
	Entre \$500.000.001 Y \$1.000.000.000			3
	Mas De \$1.000.000.000			4
Ventas	Ventas Mensuales Promedio De La Empresa			
	Menor A \$10.000.000			1
	Entre \$10.000.001 Y \$40.000.000			2
	Entre \$40.000.001 Y \$100.000.000			3
	Entre \$100.000.001 Y \$500.000.000			4
	Superior A \$500.000.000			5
Gastos	Gastos Mensuales Promedio De La Empresa			
	Hasta \$2.000.000			1
	De \$2.000.000 A \$10.000.000			2
	De \$10.000.001 A \$30.000.000			3
	Más De \$30.000.000			4
Act_Econ	Actividad Económica De La Empresa			
	Agropecuario			1
	Mineros			2
	Manufacturero			3
	Servicios Públicos			4
	Comerciales			5
	Construcción Y Obras			6
	Restaurantes/Hoteles			7
	Transporte Y Almacenamiento			8
	Comunicaciones Y Correo			9

Anexo 2. Continuación

Conversiones	Significado	Si	No	Opciones
	Intermediación Financiera			10
	Servicios Comunes Y Personales			11
Plan_Estrat	Planeación Estratégica	1	2	
Sgca	Sistema De Gestión De La Calidad Ambiental	1	2	
Cientes	Tipo De Clientes			
	Mayorista			1
	Minorista			2
	Venta Directa			3
Financ	Servicio De Financiación Con Entidades Privadas O Públicas	1	2	
Tipo	Tipo De Financiación			
Destino	Destino Del Capital			
	Activo Fijo			1
	Activo Corriente			2
	Cancelación De Pasivos			3
Cap_Soc	Capital Social De La Empresa	1	2	
Distrib	Distribución Del 100% Del Capital Social			
Const	Constitución Legal De La Empresa			
	Empresa Unipersonal			1
	Sociedad Limitada			2
	Sociedad Anónima			3
	Sociedad Colectiva			4
	Sociedad En Comandita			5
	Otro			6
Ccom	Cámara De Comercio	1	2	
Pn_Pj	Persona Natural _ Persona Jurídica			
	Persona Natural			1
	Persona Jurídica			2
Servicio	Servicios			
	Asesoría Profesional			1
	Consultoría			2
	Capacitación			3
	Pasantías - Practica Empresarial			4