

**Generar una Propuesta para la creación de Empresa Dedicada a la Producción y  
Comercialización de Tubérculos Ancestrales en Ventaquemada**

Mario Andrés Velandia Suarez

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

2020

**Generar una Propuesta para la creación de Empresa Dedicada a la Producción y  
Comercialización de Tubérculos Ancestrales en Ventaquemada**

Mario Andrés Velandia Suarez

Trabajo de grado para optar al título de

Administrador de Empresas

Directora de Tesis

María Inés Álvarez Burgos

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

2020

## AGRADECIMIENTOS

*Dedico esta tesis A, Dios , a santo tomas de Aquino, patrono de los estudiantes quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de esta tesis como opción de grado al titulo como administrador de empresas , a mi madre quien me dio la vida infinitas gracias por su apoyo y su incondicionalidad día tras día es usted el pilar de una familia que aunque sea pequeña está llena de valores y sueños día tras día, a mi hermana lida Bibiana Suarez en aquellos momentos difíciles que tuvimos que soportar me enseñaste que a las adversidades hay que afrontarlas con la bendición de un Dios y el apoyo de una familia a mi sobrino juan Felipe Saavedra gracias por sus palabras y su apoyo es el polo a tierra que Conte y cuento para saber afrontar mi día a día a mi amiga Laura medina infinitas gracias por su apoyo y sus palabras de motivación cuando todo parecía que se derrumbaba un aliento era suficiente para sobresalir de las dificultades a un amigo que mi Dios llamo a su reino a mi amigo Daniel Humberto saba Velásquez gracias porque sé que en el infinito cielo ha estado velando por mi día tras día acompañándome gracias por aconsejarme venir a este mundo lindo de la universidad santo tomas a veces escuchar a un amigo lo lleva a uno a los mejores lugares a cada uno de las personas que laboralmente me abrieron las puertas mi Dios se lo pague a mis compañeros de carrera gracias porque día tras día nos apoyábamos luchando por un sueño a mi Directora de tesis quien primero fuera Decana de la facultad mil y mil gracias por acobijarme con este proyecto por creer en mí y por brindarme su confianza y apoyo día tras día por ultimo a la virgen del Carmen madre gracias por guiar a este hijo en el camino hacia un sueño de ser administrador de empresas tomasino.*

## Tabla de contenido

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción .....                                                                                  | 5  |
| Problema de investigación .....                                                                     | 7  |
| Objetivos de investigación .....                                                                    | 9  |
| Justificación de la investigación .....                                                             | 10 |
| Marco teórico .....                                                                                 | 11 |
| Marco conceptual.....                                                                               | 22 |
| Hipótesis.....                                                                                      | 27 |
| Metodología de investigación .....                                                                  | 27 |
| Contenido de la investigación .....                                                                 | 29 |
| Plan de marketing para comercializar los tubérculos andinos de: Rubas, Nabos, Ibias en Boyacá ..... | 40 |
| Bibliografía .....                                                                                  | 44 |
| Anexos fotográficos y presupuestales .....                                                          | 47 |
| Anexo de presupuesto .....                                                                          | 51 |

## Introducción

En los últimos años surge la pregunta de porqué que no se crea empresa. Igualmente, en el proceso de información como administradores de empresas los docentes insisten en que el futuro profesional debe ser creador de empresa ya que las pequeñas y medianas empresas no sobreviven frente a las circunstancias económicas, políticas, sociales, culturales que afronta el país. En este sentido se orienta esta investigación que expresa la realidad del entorno actual y la necesidad de crear empresa con productos que también son importantes rescatar de la cultura regional, que lamentablemente con el pasar del tiempo se han ido perdiendo, como es el caso tubérculos específicamente nabos, rubas e ibias que identifican la cultura ancestral del departamento.

“Según Peter f Drucker como líder de la gerencia del siglo XXI motiva sobre *“la importancia del liderazgo, la creatividad, el trabajo en equipo la tecnología como desafíos para implementar en las empresas, pero también es importante la adaptación al cambio. Drucker considera “*, Que el cambio no se puede administrar, sino que es necesario ponerse delante de el ya no se oye hablar mucho de vencer la resistencia al cambio que hace 10 o 15 años era uno de los temas más tratados de los libros y seminarios de administración, por tanto, un desafío central de la gerencial del siglo xxi es que su organización se convierta en líder de cambio. Un líder de cambio sabe encontrar los cambios acertados y aprovecharlos tanto fuera como dentro de la organización. Los cual exige:

- A) Políticas para forjar el futuro
- B) Métodos sistemáticos de buscar el cambio y adelantarse a el
- C) La manera correcta de introducir el cambio tanto dentro como fuera de la organización
- D) Políticas para equilibrar el cambio y la continuidad

Con estos requisitos se llega hacer un líder de cambio para una organización innovadora. Como lo menciona Jaramillo Restrepo (2012) *“la innovación es una solución con aplicación exitosa que ofrece valor agregado a una organización”*.

“El mundo actual, globalizado cada vez más abierto y con mayores interrelaciones exige de sus organizaciones una gran capacidad de cambio y eficacia. Esto implica que las organizaciones se pregunten con mayor periodicidad cada vez, cual es el **Modelo de Negocio** que mejor se adapta a las circunstancias cambiantes; y como encontrar ese modelo de negocio que en determinado momento es el que más valor produce para los distintos segmentos de clientes, para los accionistas, empleados y otros actores vitales en la empresa. Siendo así una preocupación como futuro profesional indicar cuál es la empresa que debo crear que se ajuste a un modelo de negocio exitoso y que también responda a las necesidades del contexto regional, en el que se visualice el conocimiento la rentabilidad y la cultura que es uno de los grandes compromisos que como boyacense debo empoderar. Por tanto el propósito de esta investigación está orientado a crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de tubérculos: nabos, rubas e ibias para también resaltar el contexto rural del departamento el proceso ha iniciado con el estudio de los hábitos alimenticios siendo esencial para entender la manera en que los humanos se relacionan con su medio ambiente es por esto que entender por qué han cambiado los hábitos alimenticios es una forma de comprender las nuevas formas en que los grupo humanos se relacionan con su medio ambiente y comprender los cambios culturales que ocurren en una región (como sería la integración de estos en un sistema globalizado); con esto se plantea un estudio en la agro-diversidad y declive generalizado de los cultivos tradicionales o ancestrales por lo que se ha despertado en las últimas décadas el interés de investigadores de diferentes disciplinas (pasquini & Young ,2009) para proponer iniciativas de recopilación de información sobre los cultivos ancestrales y su rescate.”

“Seguidamente se ha revisado la geografía para la conservación de la agro-diversidad a través de los estudios de las dinámicas de los sistemas de producción tradicionales, explorando cómo y por qué cambian en el tiempo y espacio. Los geógrafos han hecho aportes tales como la erosión genética, el manejo de germoplasma tradicional, el género y la agricultura, el desarrollo agrícola, la domesticación. Los centros de biodiversidad la agricultura y la evolución de la misma y su rescate.”

“Mediante el proceso de observación se ha detectado la pérdida de los cultivos ancestrales andinos en Colombia más específicamente los cubios, ibias, rubas. razones principales para rescatarlos y mantenerlos en el mercado y la variedad local que se podría llamar en la oferta del mercado para una debida comercialización y así beneficiar a los pequeños agricultores que no tienen acceso a seguros contra pérdida de cultivos (por ejemplo: al cambio impredecible del clima, régimen de lluvia y ataques de peste) cuando el gobierno no tiene voluntad de subsidiarlo cuando se presentan estas circunstancias la diversificación de sus parcelas agrícolas es frecuente la única forma de minimizar el riesgo (MEAB,2005) Al sembrar múltiples variedades y especies, el productor tiene mayores probabilidades de poder cosechar por lo menos una parte de los cultivos tradicionales.”

“Finalmente se involucró a las nuevas generaciones en el presente estudio para promover el emprendimiento, pero igualmente enfocarlos al conocimiento de su cultura para que la valoren y la manifiesten. Boyacá genera ingresos a través del turismo con una línea fuerte en la gastronomía, motivo necesario para incluir en los restaurantes, en los hoteles y en las plazas de mercado platos con estos tubérculos ancestrales “

### **3.Problema de Investigación**

#### **3.1 Problema**

Según (Peter Drucker) el interés por la administración y su estudio comenzó con el surgimiento de las grandes organizaciones, los negocios, el gobierno, el servicio civil y el gran ejercito permanente que fueron la novedad en la sociedad a finales del siglo XIX desde su mismo comienzo hace un siglo el estudio de la organización ha descansado sobre una suposición:

“existe o debe existir una única organización correcta”. Lo que se presenta como “la única organización correcta” ha variado más de una vez. Pero la búsqueda de aquella única organización correcta ha proseguido y prosigue hoy”.

“Las organizaciones de todo tipo cada vez hacen más uso de todos los recursos tanto internos como externos para ser mejor que la competencia y por ende ser altamente productivos acorde a los principios que plantea Taylor que, aunque parecen engañosos son sencillos y de fácil aplicabilidad.”

“El primer paso para hacer productivo al trabajador manual es observar la tarea y analizar los movimientos que lo constituyen. El segundo paso es registrar cada movimiento, el esfuerzo físico que requiere y el tiempo que toma. Luego los movimientos innecesarios pueden eliminarse y siempre que se ha observado el trabajo manual se encuentra que los procedimientos son más sagrados y tradicionales siendo así un desperdicio que no aporta.

Entonces cada uno de los movimientos que quedan como esenciales para la obtención del producto final se disponen de manera que se cumpla del modo más sencillo y más fácil exigiéndole al operario el menor esfuerzo físico y mental de manera que requiera el menor tiempo. Luego estos movimientos se juntan para formar un trabajo en una secuencia lógica. Por último, se rediseña las estrategias necesarias para cumplir los movimientos lo que ha facilitado observar que un trabajo se realice por miles de años encontrando que las herramientas tradicionales son totalmente herradas parra la tarea.”

Ejemplo: con la pala que se empleaba para llevar arena en una fundición (la primera tarea que Taylor estudio). La forma era incorrecta el tamaño era incorrecto y el mango era incorrecto. Ahora bien, se encuentra que lo mismo ocurría con las herramientas tradicionales del cirujano.

Los principios de Taylor suenan obvios como siempre sucede con los métodos eficaces. Pero Taylor tuvo que experimentar durante 20 años antes de plantear el experimento.

Los últimos cien años se han realizado incontables cambios, revisiones y refinamientos adicionales. El nombre dado a la metodología también ha variado a lo largo del siglo. En un principio Taylor llamo su método “*análisis de tareas* “. 20 años más tarde se rebautizo como “*administración científica*” otros 20 años después terminada la primera guerra mundial llego a conocerse “ingeniería industrial” en los estados unidos, reino unido y Japón y como racionalización “en Alemania”.

### **3.2 Formulación del problema**

“El proyecto está orientado a la creación de empresa y al rescate de productos ancestrales que son identitarios de la cultura boyacense para el cual se ha delimitado tres municipios representativos en la producción de tubérculos: nabos, ibias, rubas. dichos municipios corresponden a: Venta Quemada, Villa De Leiva, Santa Sofía ubicados en la región centro del departamento de Boyacá que se caracterizan por que su economía se basa en la agricultura y provee alimentos como: papa, tomate, cebolla, frutas, hortalizas. entre otros productos que son comercializados por intermediarios quienes ofrecen los productos en almacenes de cadena, en la central mayorista de abastos y a los pequeños comerciantes que salen a las

plazas de mercado municipales, visualizando así una pérdida significativa en las ganancias del producto por parte de quien lo cultiva quien en este caso es el campesino boyacense quien termina ofreciendo el producto a precios muy bajos generando una competencia desleal.”

“Se observa un desconocimiento de los mercados, notándose una ausencia total de la academia es decir de la orientación con conocimiento para buscar estrategias que les permitan al productor y al comerciante mejorar la presentación de los productos y la accesibilidad a ellos. Teniendo en cuenta La relación del campesino boyacense con el altiplano andino ha sido milenaria y se construye día a día a través de la producción de alimentos entre los que se puede contar los tubérculos andinos como un claro ejemplo de que si hay una cultura que vive arraigada a sus tradiciones como es el campesino de las regiones cundiboyacenses. Integrando en este proyecto la interacción entre empresa, cultura y población campesina lo cual se refleja la siguiente pregunta.”

**¿Cómo debe realizarse el trabajo para mejorar la producción manual o tecnológica, para promover la empresa rural con productos ancestrales qué nutren la cultura del departamento?**

#### **4. Objetivos de la investigación**

##### **4.1 Objetivo general**

1. Elaborar una propuesta para la creación de empresas dedicada a la producción y comercialización de Tubérculos ancestrales de rubas, nabos, ibias para promover la Empresa rural.

##### **4.2 Objetivos específicos**

- Plantear una estructura administrativa para crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de tubérculos ancestrales.
- Crear estrategias de comercialización ajustadas a las formas de producción y comercialización en los mercados campesinos con relación a los tubérculos

ancestrales en el territorio de ventaquemada por ser un punto geográfico para dinamizar el mercado

- Proponer un plan de capacitación en torno al reconocimiento de productos gastronómicos, culturales, nativos de Boyacá que permitan posicionar la marca – región

## **5. Justificación de la investigación**

“En Colombia el sector rural se ha enfrentado a diversos problemas, entre los cuales se resalta el abandono de tierras como consecuencia de la violencia y la falta de apoyo, garantías y respaldo económico por parte del gobierno nacional hacia los campesinos agricultores, adicionalmente no se cuenta con herramientas técnicas que les permitan mejorar la calidad de los productos o distribuir y comercializar algunos alimentos que por sus características pueden ser considerados exóticos en otros lugares del mundo, por este motivo y teniendo en cuenta que en Boyacá es un departamento por excelencia agricultor, es importante no solo impulsar al sector rural, sino además generar empresa que permita mitigar los efectos del desempleo e impulsar productos agrícolas como los tubérculos.”

“Ahora bien, para la generación de empresa es necesario rescatar la importancia de los productos ancestrales de tubérculos, que en la actualidad poco se comercializan, debido a la aparición de una gran variedad de productos nuevos en el mercado, los cuales son más llamativos al consumidor, bien sea porque provienen de marcas reconocidas o por ser alimentos que tienen un gran porcentaje nutricional. Por lo tanto, es importante resaltar la importancia de los productos agrícolas como los tubérculos, ofreciéndolos como una alternativa sana, en especial hoy en día que el mercado ofrece alimentos saturados de sustancias artificiales y nocivas para la salud “

“Teniendo en cuenta que la agricultura con el paso de los años ha sido abandonada como ya se mencionó anteriormente, de continuar así no habrá un legado para las generaciones futuras

quienes poco a poco también se han ido alejando del sector rural en busca de mejores oportunidades, es por este motivo que se pretende incentivar en los jóvenes la creación de empresas agrícolas que permitan desenterrar del olvido la producción de alimentos como los tubérculos que a la fecha están entrando en vía de extinción por falta de interés de la comunidad, pues no se ve en ello una verdadera oportunidad comercial.”

“La realización del presente proyecto beneficiara además a los habitantes del municipio de Ventaquemada, villa de Leiva, Tunja donde se planea producir y comercializar este producto ancestral, teniendo en cuenta que incrementar e impulsar la siembra y venta de los tubérculos generara una fuente de ingresos para los pobladores, mejorando la calidad de vida de la comunidad en general, de igual forma podría posicionar al municipio como uno de los principales productores de tubérculos a nivel nacional.”

“Finalmente, el proyecto abre paso a la integración entre los conocimientos adquiridos por parte de la academia, los conocimientos agrícolas que posee la comunidad de Ventaquemada y el apoyo de las entidades estatales, pues se requiere trabajar de manera conjunta, especialmente porque lo que se busca es impulsar la producción y comercialización de los tubérculos, para ello se necesita el aporte del gobierno a la hora de impulsar el producto, el interés del sector agrícola y de los estudios realizados para llevar a cabo el proyecto a cabalidad y con éxito. “

## **6. Marco de referencia**

### **6.1 Marco Teórico**

“Según el autor (pablo Adán mico. 2017) resalta que: *“la economía en América latina a pesar de perder impulso durante la segunda mitad del año 2012 a la par de un menor dinamismo de los Estados unidos de América y de una lenta ejecución del gasto público, ha venido acarreado déficit en el desarrollo económico”*.

“La recesión financiera a creado una nueva generación de emprendedores en el país y según la firma “Kelly” *“ de acuerdo con su encuesta internacional de empleo el 74 % de latinoamericanos considera que tienen habilidades necesarias para iniciar su propio*

*negocio.es por ello que a lo largo de los últimos 10 años la organización de estados americanos (OEA),a través del fondo de jóvenes empresarios de las Américas (YABT siglas en inglés ) ha apoyado y capacitado a más de 3000 jóvenes emprendedores de los cuales el 20 % han creado empresa generadoras de empleo”.*

Sin embargo, en la actualidad esa creatividad y buena disposición de la mayoría de latinoamericanos no se ve reflejada por temor a perder “su poca seguridad económica y el derecho a vivienda y salud.

“Según el autor (Mico .2017) lo que sí es claro es que todos los seres humanos sin excepciones son seres sociales, pero no todos los seres humanos son creativos. La creatividad, la innovación, las personas que la han desarrollado han sido las responsables de la evolución humana de lo bueno y lo malo.”

“Paso a paso desde hace 4 millones de años la historia ha dado grandes genios y también pequeños inventores. El arte, la casa, la guerra, la organización social, la religión, el lenguaje y otros grandes momentos de la humanidad han sido posible gracias a mentes especiales, capaces de imaginar lo inimaginable en circunstancias muchas veces de aislamiento y por lo tanto ante la ausencia de todo tipo de influencias.”

Desde hace muchos años se ha estudiado el comportamiento humano ante estas circunstancias con la idea de construir un patrón de comportamiento en las personas que han generado grandes ideas y de ahí han ido desarrollando técnicas de desarrollo creativo.

Desde pequeños se forma para ser iguales, en reprimir la diferencia en lograr una adaptación a una sociedad estructurada y en obligar a jugar en ella un papel secundario y alineado.

“Hoy con un sistema económico y social en decadencia hay alarmas y surge la conciencia de que es imposible disponer de una sociedad emprendedora cuando el desarrollo de la mentalidad creativa nunca ha formado parte del desarrollo del mismo. De hecho, la palabra NO es la que más predomina en la formación del niño y del joven bien sea por el exceso de protección o por el hermetismo educativo.”

“Según el autor (Edward de Bono .1967) se refiere a la técnica que permite la resolución de problemas de una manera indirecta y con un enfoque creativo.

Para Gustavo Palafox la creatividad y su aplicación práctica, la innovación se ha convertido en una condición fundamental de las PYMES como elemento diferenciador vital con respecto a su competencia.”

“Para (Stryker 2004) los ejecutivos eficaces no toman un gran número de decisiones, sino que se concentran en lo que es importante, hallando los elementos prioritarios de una situación empresarial para detectar lo que es estratégico, y genérico por tanto no se dejan impresionar en gran manera por la necesidad de tomar decisiones con gran rapidez, en lugar de eso consideran que la habilidad de operar con un gran número de variables es un síntoma de baja calidad intelectual. Prefieren crear más un impacto que una técnica y buscan más la firmeza de la habilidad.”

Los ejecutivos eficaces saben cuándo una decisión ha de basarse en principios y cuando hay que tomarla pragmáticamente según las circunstancias de cada caso.

“(Jairo Amaya Amaya.2010) hace mención a: *“la toma de decisiones es una de las competencias clave para todo ejecutivo que gerencia empresa, así como lo es en el aspecto personal de cada uno de los seres humanos, pues son los ejecutivos los responsables de seleccionar una entre varias opciones de la empresa. Por tanto, los gerentes deben conocer los procesos y procedimientos para generar y aplicar decisiones efectivas reconociendo que en dicho proceso se involucra tanto lo humano como lo técnico”*.

Lo que hace entender que la toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana que incluye disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia, la lógica y por sobre todo la creatividad.

“Por tanto, un gerente debe tomar muchas decisiones día tras día algunas de ellas son rutinarias mientras que otras tienen una repercusión drástica en las operaciones de la empresa, asumiendo que en algunos momentos se pueden tener grandes ganancias, pero también grandes pérdidas las cuales se deben asumir y estar preparado para afrontar los fracasos como también los triunfos.”

“Con frecuencia las decisiones de rutina se toman rápidamente y en ocasiones hasta de manera inconsciente sin necesidad de elaborar un proceso detallado de consideración, pero cuando las decisiones son complejas, críticas o importantes es necesario tomarse el tiempo para decidir sistemáticamente. Las decisiones críticas son las que no pueden ni deben salir mal o fracasar, uno debe confiar en el propio juicio y aceptar la responsabilidad. Ya que es muy común en el medio empresarial la tendencia de buscar chivos expiatorios o transferir las responsabilidades.”

“Cualquiera que sea el caso se vive una época de transformaciones fundamentales a una escala antes vista en toda la historia. Se resaltan los cambios políticos, económicos, tecnológicos, culturales e incluso climáticos los cuales todos actúan como un enorme huracán que estremece a individuos, organizaciones, países”

“Definitivamente el más fuerte se mantiene en pie en tanto que los otros desaparecen porque el huracán afecta, pero también exige cambios en la conciencia a la altura del desafío. Todos los años mueren más de 8 millones de personas por que son pobres para permanecer vivos. Cada tres segundos muere un niño inanición o por alguna enfermedad curable. Entre tanto se gastan millones de dólares en armas para salvar a los seres humanos unos de los otros.”

“A nivel corporativo muchas de las empresas (500) que figuraron entre las más exitosas no sobrevivieron más de un decenio. Millones de personas han ingresado al ejército de los desempleados por las reducciones de personal emprendidas por las organizaciones durante los últimos 5 años. A nivel individual se ha obligado a desarrollar más competencias solo para conservar el trabajo en momentos de poca estabilidad.”

“Según el autor (Ken O” Donnell .2008) termino la edad dorada de la industria. A pesar del hecho de que la comunidad empresarial se ha especializado en generar empleos y bienestar, obviamente también ha contribuido a las disfunciones de los sistemas del mundo.”

Tratándose de algo con tanto impacto en la sociedad humana no podría ser de otra manera.

En los oídos de las personas resuena el llamado a detener de la pretensión de que: *“son solo negocios como de costumbre “.*

“Contemplando lo anteriormente mencionado es necesario generar un pensamiento, un sentimiento y una ilusión en los emprendedores para que no se confundan con las grandes

oportunidades que se presentan en épocas de crisis y no solamente se resalte los numerosos negocios que fracasan sino que es el momento de impulsar al emprendedor para que estudie la viabilidad del negocio, analice la posible demanda y estime la producción para que construya una estructura organizacional y pueda diseñar planes operacionales. En este sentido es necesario conocer las metodologías para conocer previamente los pasos necesarios para el diseño de nuevas empresas con el propósito de tener las herramientas necesarias para analizar las necesidades reales del mercado como punto de partida para un negocio rentable y sostenible el propósito no es aplicar formulas sino que es pertinente describir un marco conceptual, analítico y metodológico y además practico para identificar las necesidades del mercado y transformarlas en oportunidades de negocio reales.”

“Con cierta frecuencia se tienen buenas ideas pero se carece de la claridad para transformarlas en empresas que ofrezcan productos o servicios reales, necesarios, deseados y rentables.es por ello que antes de generar emoción por una idea es crucial revisar si esta cumple con el criterio de una oportunidad.es decir si efectivamente proporciona una solución a una necesidad insatisfecha, un deseo hacer cumplido, un problema que requiere ser resuelto y si hay un mercado garantizado que consuma el producto como lo menciona el autor (Schnacrh .2014)el marketing no es sinónimo de comercialización o venta sino que es precisamente la función que apoya la identificación de esas necesidades, desarrolla por tanto los productos para satisfacerlas, y ayuda a fijar los precios correspondientes y a ofrecerlos en los lugares adecuados y con buenas estrategias de comunicación y posventa. El marketing orienta todo el proceso mediante el cual las oportunidades se transforman en productos aceptados en el mercado.”

“Por eso la importancia del marketing resulta cada vez más evidente. En las grandes empresas esto se ve reflejado en complejas estructuras, la cantidad de profesionales en esa actividad y el dinero invertido, en las medianas y pequeñas empresas esa necesidad se está comprendiendo y los esfuerzos aumentan incluso en las microempresas el marketing se constituye en uno de los componentes claves para su desarrollo ya que la mayoría de ellas se han creado en torno a una fortaleza de producción y no ante la identificación de una demanda insatisfecha.”

Esto surge de una evolución de la función comercial en las empresas. Dependiendo de las circunstancias y el mercado se pueden dar las tres posibilidades como son:

1. “orientación hacia el producto: se pensaba que lo primordial era tener una buena oferta o producto y que este solo hecho estaría asegurando su venta en consecuencia la máxima preocupación estaría en producción, fabricación, sistemas o diseño. La función del mercadeo estaba reducida a su mínima expresión y prácticamente se limitaba llevar el producto a los mercados.”
2. “Orientación a las ventas: cuando comienza aparecer competencia las empresas se dan cuenta que ya no basta con llevar el producto sino hay que entrar a convencer y motivar a esos clientes potenciales sobre las bondades de la oferta. Hay comienzo a lograr importancia el valor comercial por ello crecen personal y presupuesto, así como se desarrollan técnicas de venta, publicidad y marketing. pero el producto sigue siendo responsabilidad exclusiva de quien produce y los precios son fijados con criterios financieros”
3. “Orientación al cliente: la situación ha evolucionado más aun y actualmente se considera que si es bien cierto que los productos la actividad de venta es fundamental el centro de atención de las empresas debe estar en el cliente, el usuario, el comprador, consumidor, ya que la única garantía que va tener una empresa de estar y progresar en un mercado es satisfaciendo mejor que la competencia las verdaderas necesidades, deseo y expectativa de los clientes. Si aparece otra organización que lo haga de forma superior el cliente se perderá.”

“Los productos seleccionados para este proyecto de investigación son de origen campesino que predomina en la región cundiboyacense y específicamente en el departamento de Boyacá el campesino o agricultor de la región que se ha caracterizado por trabajar la tierra fértil con un azadón en horarios que van desde las 5 de la mañana hasta entrada la noche tipo 6 y 15 pm de la tarde como satisfacción el trabajo de su tierra y de ella el poder obtener algún beneficio que espera recibir en un periodo determinado si las condiciones climáticas y la tierra lo permiten, para ponerlos a la venta en la central de abastos de su pueblo “plaza de mercado “o ya puede ser en la ciudad de Bogotá en “Cora bastos” es decir que se ciñen a las etapas del comercio las cuales se pueden describir de la siguiente manera. “

- “Comercio elemental: el cual se limita a traspasar los productos del productor al consumidor con un margen de ganancia, la atención solamente administrativa lo que quiere decir que las personas abren su negocio venden y al final del día hacen su cierre de caja y anotan en un libro.”
- “Comercio Desarrollado: hace el mismo traspaso, pero se trata de ofrecer un lugar más agradable, prestando un buen servicio y tratando de ayudar a los clientes con el manejo de cierta tecnología e información, sin embargo, centran su esfuerzo más en inversiones de exhibición que en la gestión comercial propiamente dicha.”
- “Comercio superior; se preocupa por satisfacer a sus clientes dándoles el valor que buscan en términos de productos y servicios de calidad al precio adecuado, proporcionándoles una experiencia de compra que llenen sus expectativas de atención, comodidad, seguridad, garantía. esto se logra no solamente alfombrando los lugares de venta sino poniendo decoración apropiada y acorde a los productos para generar una actitud positiva y mejorar el servicio con el propósito de que el cliente se satisfaga y se fidelice.”

“Finalmente, el concepto moderno de marketing permite descubrir deseos y satisfacerlos, no únicamente en crear productos y venderlos. para lograrlo se debe conocer y entender el mercado, no solo que quieren, sino quienes son, como se comportan, cuales son los principales atributos buscados además del entorno y la competencia, es decir que se convierte en una auténtica cultura empresarial en las que se conjuga la filosofía por que integra a todos en la organización basándose en esquemas de gerencia participativa trabajo en grupo y procesos; la estrategia diseñada para satisfacer mejor que sus competidores las necesidades y expectativas de los clientes externos, la cultura por que hace sentir, pensar y actuar en función del cliente, lo que significa que la empresa quiera prestar un servicio de calidad y lo demuestre en todas sus acciones ya que se está en un momento en que la mas naturales estructuras son totalmente diferentes por su forma, contenido y como sujetos sociales que acceden al saber de quienes mejoran la calidad del producto que luego se servirá en una plaza de mercado, en un restaurante gourmet o en una feria popular y gastronómica. La lógica económica de los espacios existenciales también se ha visto atravesada por diferentes cambios. Ya no se trabaja de la misma manera incluso no es posible especialmente para los habitantes del sector rural encontrar trabajo y obtener lo necesario para vivir en condiciones

de igualdad con otros miembros de la sociedad. Se refiere específicamente a la población rural quienes no gozan de la misma igualdad ante la ley y las instituciones públicas e impidiéndoles el acceso a la riqueza producida por el país. Esta fractura socio política limita la constitución de una dimensión nacional, entendida como pertenencia de los individuos residentes en un territorio, subordinados a un mismo poder y aun orden simbólico, económico y político común” (fleury, 1998).”

“De otra parte, grandes innovaciones en las tecnologías mediante en las que interactúa con el ambiente natural y social ha generado un panorama en el que las personas son complementadas y asistidas en las rutinas cotidianas por maquinas con mayor o menor inteligencia artificial. Según el autor (Omar Parra Rozo .2012) nos cuenta que *“el conocimiento parece ser el bien más prestigiado. Las organizaciones sociales se conciben así mismas como clases sociales, etnias, campesinos donde los conocimientos sustantivos a sus que haceres y los referidos al contexto son de vital importancia para sobrevivir en este sistema”*.

“Atraves de la siguiente investigación se recorrieron los espacios rurales de los tres municipios seleccionados observando la transformación de la vida del campo tanto de sus componentes productivos como en la vida cotidiana. Es decir que el campo ni siquiera es el mismo. Según los expertos la falta de intercambio eficaz de información técnica validada y disponible se traduce en un impacto negativo en todo el aspecto de la vida, el trabajo y la renta de los pequeños productores en el mundo rural.”

“(Pérez López .2005) propone que *“se debe gestionar el conocimiento en el sector rural como cualquier política, proceso o practica para la creación, adquisición y uso del conocimiento para estimular y aumentar el aprendizaje y la realización de los objetivos estratégicos de la organización lo mismo que empoderar a los miembros de una comunidad”*.

“En este marco parece interesante retomar la propuesta de (Benencia y Forni .1986) *“respecto a las condiciones de vida y trabajo de campesinos y asalariados que ilustran la cotidianidad de la vida rural. De esta forma el ingreso total se formaría por el ingreso de actividades agrícolas con la participación de mujeres, jóvenes y ancianos y la comercialización que representa la porción del ingreso total que les permite adquirir lo que ellos mismos producen en este caso los tubérculos ancestrales como las rubas, nabos e ibias*

*que son alimentos imprescindibles para la vida, la necesidad de alimentarse que ha movido al mismo ser humano a explotar la naturaleza y a buscar las mejores maneras de usar de los otros seres vivos, fuente de su alimento a la actividad recolectora y cazadora de nuestros antepasados sucedió hace unos 10.000 años el comienzo de la actividad ganadera y agrícola lo que llevo a una revolución social y cultural y a una expansión de la población sin precedentes hasta ese momento”.*

Pensando en lo que hacemos durante un día normal (caminar, correr, saltar, pensar) y en lo que realiza nuestro organismo (respirar, oír, ver) mientras la sangre circula por el cuerpo realizando funciones importantísimas: comprendemos que nuestro organismo funciona continuamente, hasta cuando dormimos. Por esto el hombre, como todo ser vivo necesita alimentarse para:

Reponer las pérdidas de materia viva consumida por la actividad del organismo

Producir las sustancias necesarias para la formación de nuevos tejidos favoreciendo el crecimiento, transformar la energía contenida en los alimentos en calor, movimiento y trabajo

### **Clasificación de los Alimentos por su origen**

Los alimentos se clasifican en tres grupos

- Los de origen vegetal; verduras, frutas, cereales.
- Los de origen Animal; carnes, leche, huevos.
- Los de origen Mineral: aguas y sales minerales.

Cada uno de estos alimentos proporciona a nuestro organismo sustancias que le son indispensables para su funcionamiento y desarrollo.

Estas sustancias son:

- Hidratos de carbono (pan, harinas, azúcares, pastas) de alto valor energético.

- Proteínas (carnes, huevos, lácteos, legumbres) necesarios para el crecimiento y formación de los tejidos.
- Lípidos (grasas y aceites) productores de energía.
- Aguas y sales minerales en proporciones variables para el equilibrio de las
- funciones del organismo.

“Las vitaminas, sustancias químicas complejas, en cantidades mínimas. Pero indispensables para el buen estado del organismo. Una buena alimentación debe ser equilibrada y completa es decir deben estar presentes todos los grupos mencionados y cubrir todas las necesidades del individuo.”

### **Los Tubérculos**

“El cubio (*Tropaeolum tuberosum* Ruiz y Pavón) es un tubérculo básico en la dieta de las comunidades andinas. Es un cultivo rústico, con buena adaptación y usos medicinales. Los agricultores de las zonas altas de Boyacá conservan cultivares de tubérculos como cubios, rubas e ibias, que hacen parte de su patrimonio cultural, sin embargo, en los últimos años, este germoplasma está siendo amenazado por la erosión genética causada por factores ambientales y antrópicos. No existen estudios de caracterización molecular de este germoplasma en Boyacá, por lo cual esta investigación se orientó hacia la identificación de la diversidad de once genotipos de cubios, procedentes de los municipios de Ventaquemada y San Pedro de Iguaque, utilizando siete marcadores Microsatélites Amplificados al Azar (RAMS). El análisis de similitud diferenció a los cultivares en dos grandes grupos, de acuerdo con características relacionadas con el tubérculo (color y forma). Los valores de heterocigosidad estimada estuvieron comprendidos entre 0,25 y 0,42 para los cebadores (CGA y AG) , respectivamente, lo cual es bajo si se compara con los resultados obtenidos en otras especies tuberosas. El valor promedio de heterocigosidad de la población fue de 0,35 y junto con el análisis de varianza molecular y el muestran la existencia de variabilidad

genética en los cultivares evaluados, la cual debe tenerse en cuenta en los programas de conservación y mejoramiento genético de los tubérculos andinos.”

“El cubio es una especie rústica que puede adaptarse bien a bajas temperaturas y suelos pobres (Grau et al., 2003). Es resistente a nematodos, a insectos plaga como el gusano blanco de la papa los tubérculos tienen un elevado contenido de proteína, carbohidratos, fibra, ácido ascórbico (Vitamina C) y calorías. Contiene una elevada concentración de glucosinolatos, los cuales además de darle un sabor amargo al tubérculo le confieren propiedades antibióticas, antioxidantes insecticidas, nematicidas, anticancerígenas y diuréticas (Flores et al., 2003; Grau et al., 2003; Chirinos et al., 2008 a, b; Manrique et al., 2013).”

“A pesar de ser el cuarto cultivo en orden importancia en la región Andina después de la papa (*Solanum tuberosum* L.), la oca (*Oxalis tuberosa* Molí-na) y el ulluco (*Ullucus tuberosus* Caldas), ha sido marginalizado, pues su consumo y producción se limitan a las comunidades rurales, en el marco de una agricultura de subsistencia. Por lo tanto, es un cultivo poco conocido en el mundo y por ende poco valorado. Esta marginalización es debida principalmente a dificultades en el mercadeo del producto, bajo consumo, laboriosos procesos de cocción y bajo retorno económico (Malice et al., 2010). Sin embargo, los agricultores andinos mantienen la diversidad genética a través de las variedades locales las cuales enfrentan varias presiones de crecimiento, tales como el incremento de la población, pobreza, cambio climático, introducción de variedades modernas e integración dentro de economías nacionales de mercado.”

“Con respecto a la ibia (*Oxalis tuberosa* M), se estima que esta fue domesticada en los Andes centrales y septentrionales (Seminario, 2004). Por su parte (Suquilanda .2010) la referencia como un cultivo del Ecuador prehispánico, ya que se han encontrado vestigios de ello en tumbas que tienen 8 000 años de antigüedad. De acuerdo con registros y ejemplares depositados en el Herbario Nacional Colombiano, se estima que su cultivo fue predominante en los territorios que hoy comprenden los departamentos de Cauca, Cundinamarca, Boyacá y Nariño, en donde se han recolectado muestras a altitudes comprendidas entre los 2 700 y los 3 600 m s. n. m. Así, conforme avanzaban los procesos de sedentarización en los páramos cundiboyacenses, se intensificó el cultivo de tubérculos de altura, principalmente rubas, ibias

y cubios (Langabaek, 1985). Simultáneamente, en los valles interandinos se centralizó el cultivo de maíz y papa; en tanto, en las zonas de clima templado había sembrados de maíz, yuca, batatas, ahuyamas y árboles frutales. Cabe reseñar que, según ha sido bien conocido y difundido, los cubios fueron muy consumidos por los muiscas, al igual que la ruba o chugua (Patiño, 1965); un vegetal que, según se presume, fue domesticada alrededor del 5 500 a. C. En ese contexto, los tres tubérculos reportan amplios rangos de adaptación altitudinal; brechas que van desde los 1 800 m s. n. m. hasta los 3 500 m s. n. m., en respuesta a un proceso paulatino de cultivo que se desarrolló en distintos pisos climáticos, como parte de un prolongado proceso de domesticación (Seminario, 2004); (Tapia y Frías, 2007); (Suquilanda, 2010). Así, conforme avanzaban los procesos de sedentarización en los páramos cundiboyacenses, se intensificó el cultivo de tubérculos de altura, principalmente rubas, ibias y cubios (Langabaek, 1985) Cabe reseñar que, según ha sido bien conocido y difundido, los cubios fueron muy consumidos por los muiscas, al igual que la ruba o chugua (Patiño, 1965); un vegetal que, según se presume, fue domesticada alrededor del 5 500 a. C. En ese contexto, los tres tubérculos reportan amplios rangos de adaptación altitudinal; brechas que van desde los 1 800 m s. n. m. hasta los 3 500 m s. n. m., en respuesta a un proceso paulatino de cultivo que se desarrolló en distintos pisos climáticos, como parte de un prolongado proceso de domesticación (Seminario, 2004); (Tapia y Frías, 2007); (Suquilanda, 2010) entonces podemos decir que conforme avanzaban los procesos de sedentarización en los páramos cundiboyacenses, se intensifico el cultivo de tubérculos de altura principalmente de las rubas,ibias,cuvios (Langabaek.1985) Simultáneamente, en los valles inter andinos se centralizó el cultivo de maíz y papa; en tanto, en las zonas de clima templado había sembrados de maíz, yuca, batatas, ahuyamas y árboles frutales. Por su parte, (Rodríguez .1998) asevera que los muiscas tenían en el maíz su sustento principal, además de contar con yucas cocidas, papas de altura y tubérculos andinos.”

## **6.2 Marco conceptual**

“Generalmente los alimentos que se consumen son considerados apetecibles, se reconoce que tienen un valor nutricional y /o sacian la sensación del hambre. Ya que la naturaleza o materialidad de los productos en si no tienden a cambiar es interesante entender las razones

por las cuales el consumo de los alimentos va cambiando vivimos en una sociedad donde resaltar las gastronomías de cada región de nuestro país incentiva a propios y extraños a visitar cada lugar de nuestro país últimamente la tendencia de tener un medio ambiente más saludable hace que muchas personas recurran al canasto de fique aquel que servía como medio de carga de mercado o volver a el agua de panela con limón en un tiempo donde vivimos tan pendiente de la revolución tecnológica las personas se están volcando a llevar una vida más saludable hacer más deporte hidratarse mejor nuestros productos de origen ancestral en el país componen el cocido boyacense el 2 do plato más apetecido en el país de platos típicos de cada región detrás de la bandeja paisa una buena alimentación genera una vida más saludable”

“Una pregunta que me ha nacido junto con esta investigación ¿por qué una población que históricamente ha crecido en un ámbito donde los tubérculos son consumibles y apetitosos empiezan a percibirlos como desagradables o en el mejor de los casos un sabor feo o falta de el apoyo de instituciones gubernamentales del departamento o municipales a la hora de comercializar e incrementar su producción “

“Esta pregunta la podemos también resolver desde el entorno comercial ya que históricamente Boyacá es uno de los departamentos que a nivel nacional genera productos para que sean consumidos en la gran parte de los hogares colombianos siendo estos de vital importancia en la cadena alimenticia de nuestro país pero estos productos que en el mejor de los casos ya están posicionados en las grandes cadenas comerciales como lo es Cora bastos Bogotá han desplazado a nuestros tubérculos andinos por falta de comercialización generar un impacto de su importancia alimenticia y concientizar al campesino principal productor de los mismos que estos productos en el mercado gastronómico no solo en este país “*Colombia*” sino también en el ámbito internacional tienen gran acogida . “

### **La economía política detrás del gusto y pérdida de cultivos tradicionales**

“(Marvin Harris .18987) argumenta que *“las preferencias alimenticias ( que se come y que no se come ) se deben explicar en términos de racionalidades económicas, ecológicas y políticas, asumiendo que el ser humano es primordialmente un ser racional este autor*

*desecha las explicaciones puramente culturales que se proponen para explicar las dietas, en las cuales el significado o simbolismo de la comida se entiende como la variable más importante para explicar el consumo o rechazo de los alimentos En su libro “ Bueno para comer “,( Harris.1985) expone varios ejemplos de comida que se deja comer hasta en convertirse en tabú”.*

*“Al desafiar los enfoques que dan prioridad a los aspectos semánticos y simbólicos de la comida, los materialistas no buscan negar el hecho de que la comida transmite significado, así como nutrientes. Más bien, “la cuestión es que la medida de selección de los alimentos para transmitir significado es un proceso autónomo que puede entenderse aparte del proceso responsable de la selección de alimentos para la nutrición; o bien, en las formas más extremas del idealismo, si la selección de alimentos para transmitir significado realmente domina la selección de comida para alimentarse. Los materialistas encuentran formulaciones de cualquier género especialmente inaceptables si descartan causas infraestructurales o de la economía política sin explorar ninguna de las variables potencialmente relevantes”. (Harris,1985, p 60 - 61).”*

*“Dentro de este contexto encontramos tres razones económicas y técnicas (1).la industrialización del campo y la Revolución verde (2) la globalización del sistema de la comida y su mercado y (3) el reemplazo de variedades locales por especies y variedades exóticas mejoradas (MEAB,2005) la tres se relacionan convirtiéndose en una fuerza que en general causa la pérdida del agro – diversidad desplazando los cultivos tradicionales. La industrialización del campo y la revolución verde solo favorecen cierto tipo de cultivos tales como: (arroz, soya, trigo, maíz) la globalización del sistema de la comida y su mercadeo favorecen los monocultivos que requieren grandes volúmenes para funcionar y las semillas mejoradas desincentivan el uso de semillas o variedades locales debido a que, bajo ciertas condiciones de producción intensiva, pueden aumentar la productividad. Los cultivos de tubérculos andinos en Boyacá también pertenecen a un sistema de producción tradicional que podrían verse afectados por estos “generadores de cambio de producción de cultivos” (MEAB,2005 sección 26.3).”*

“Hay que tener en cuenta que dichos generadores de cambio están ligados a modificaciones en la demanda de estos productos y están vinculados a un crecimiento económico, la urbanización, la exposición a propaganda del mercado y cambio demográfico de las zonas rurales. A medida que las regiones se urbanizan, se presenta un cambio estructural en la alimentación que consiste en un mayor consumo de comida procesada y conveniente un cambio en el estilo de vida que implica el traslado a los centros urbanos exige que cada vez se destine menos tiempo a la elaboración de alimentos o donde es más conveniente comer fuera de casa este cambio lo podemos observar en zonas rurales donde las mujeres se vinculan al sector laboral (monetario ) y lo que buscan es economizar tiempo en la cocina a lo que lleva esta situación es que se obtenga un descenso en la demanda en alimentos básicos tradicionales .como los tubérculos y se incrementa el consumo en arroz , trigo, papa en esta época donde la tecnología es primordial en los medios de comunicación ya se a través de la radio,tv,redes sociales, medios escritos como el periódico o las revistas ,pueden generar hoy en día cambios en el patrón alimenticio.”

“Por lo tanto, a medida que las regiones se urbanizan y / o globalizan se incrementa la posibilidad de que los individuos modifiquen sus hábitos alimenticios y sus preferencias alimenticias es verdad que acá se hace referencia a las zonas rurales de villa de Leiva ,santa Sofía y ventaquemada sin olvidar las zonas urbanas que están cada vez más ligadas a la urbe, la urbanización cambia la demografía de las poblaciones rurales por ejemplo ; pueden cambiar los patrones alimenticios de un hogar el aumentar el poder adquisitivo disponible, Además las nuevas generaciones rurales están vinculadas cada vez más a una cultura global a través de internet, la televisión , la radio , o el sistema Android a través de apps y una importante la visita de los familiares trayendo consigo mismos el saber que día a día le corresponde a las generaciones de antaño no dejar perder las costumbres campesinas. Específicamente lo relacionado con la producción agrícola en Colombia según el archivo de la economía nacional son tan variados como su clima y su topografía. Toda clase de tierras y climas se encuentran en este país desde los tropicales extremos hasta las zonas templadas y la zona fría la cual caracteriza a Boyacá donde se cultiva como ya se dijo antes papa, trigo, cebada, hortalizas, entre otros.”

“Aclarando que la topografía del país afecta significativamente la agricultura por su área montañosa siendo así, el café el producto salvador de la ladera. Por tanto, es pertinente aprovechar las zonas planas para diversificar los cultivos y no continuar con el monocultivo que tanto afecta al suelo ejemplo: arroz, caña de azúcar, papa. Colombia posee suelos fértiles que lamentablemente por las malas prácticas agrícolas se han desnutrido en este sentido es pertinente y apropiado el cultivo de otros productos que recuperen y protejan los suelos en este caso como las ibias, nabos, rubas que además de diversificar ofrecen alternativas de apoyo a la economía regional dado que se puede cultivar a baja escala acorde a los minifundios y micro fundíos existentes en el departamento y pertinentes a la topografía y a las condiciones climáticas de la región.”

“Boyacá presenta limitantes en la infraestructura vial y en la conectividad lo que ha impedido que figure entre los primeros departamentos con alta productividad debido a la falta de transporte, la distancias a los mercados extranjeros las dificultades para encontrar mano de obra calificada y el uso de tecnología apropiada como cosechadoras maquinaria y equipo, tractores entre otros. En verdad son innumerables las dificultades que presenta el campo boyacense, pero igualmente requieren soluciones claras y precisas ya que los campesinos están cansados de confiar en promesas políticas por tanto es pertinente que la academia brinde soluciones a través de la investigación como es el caso del presente proyecto en el que también se resalta la relación con el sector turístico dado que es un gran potencial del departamento. Teniendo en cuenta que en las últimas décadas según la autora (Blanca García Henche.2000) afirma desde las primeras sociedades el hombre se ha manifestado como un ser móvil por motivos comerciales, de salud, religioso o por el simple deseo de descubrir territorios. Se ha observado que el turismo es una actividad muy compleja y requiere de servicios que faciliten el alojamiento, los atractivos turísticos y una gastronomía propia a la vocación del territorio.”

“En los últimos cinco años se ha asistido a una importante expansión de los servicios en la mayor parte de los países del mundo. En los países desarrollados el turismo tiene una alta participación en la economía porque aporta al producto interno bruto “P.I.B” se destacan países como España siendo una de las economías más avanzadas con el sector turístico que permea otros sectores como el educativo, industrial, cultural etc. razón por la cual este tipo

de experiencias significativas son ejemplo para países en evolución turística como Colombia y específicamente ciudades como villa de Leiva la cual es muy visitada por turistas internacionales que buscan conocer la cultura de la región en la cual predomina el cocido boyacense elaborado por los tubérculos ya mencionados.”

## **7.Hipotesis del Trabajo**

- 1.” Con el planteamiento de una estructura administrativa en el sector rural se promueve la creación de empresa y se rescata productos ancestrales propios de la cultura boyacense”
2. “Con la creación de estrategias de comercialización de los tubérculos ancestrales en puntos de ubicación estratégica como lo es ventaquemada se impulsa un mercado más dinámico de los productos ancestrales tales como: ibias, nabos, rubas.”
- 3.” Proponemos un plan de capacitación a las nuevas generaciones donde se promueve el conocimiento de productos ancestrales que se cultivan especialmente por los campesinos boyacenses para mantener la identidad propia de nuestra región “

## **8. Metodología**

“Esta investigación se define por: enfoque Cualitativo, el cual requirió de conocer aspectos culturales, sociales y económicos de la población seleccionada ya que se indago sobre el origen de los tubérculos (nabos, rubas, ibias). También tiene un enfoque Cuantitativo ya que se utilizaron datos estadísticos para cuantificar analizar e interpretar el comportamiento de los productos en los municipios seleccionados (Villa de Leiva, Santa Sofía, Venta quemada). igualmente se observó la frecuencia en su proceso de producción y comercialización. La investigación se realizó en la zona rural en parcelas donde se llevan a cabo la siembra de tubérculos andinos, y el manejo que se le da al producto hasta la puesta en venta o comercialización; apoyada bajo la información documental, local, nacional e internacional como soporte teórico que fundamenta la temática seleccionada”

“Igualmente se observó la comercialización, formas de organización, productos disponibles y que elementos agrícolas se llevan en el departamento de quienes adquieren estos productos para ello el método de medición será la encuesta en ella se detectó claramente los consumidores y hacia donde se puede dirigir y crear una estructura empresarial que promocióne adecuadamente la recuperación de estos tubérculos considerados como ancestrales ya que fueron propios de las raíces identitarias.”

“Los tubérculos andinos producidos en los municipios de ventaquemada , villa de Leiva y santa Sofía se basan en las practicas alimenticias que tienen los habitantes del lugar, la diversidad de las estrategias de comercialización se expresan en los múltiples canales de comercialización que se encuentran en los municipios desde tiendas, eco tiendas, jardines botánicos ,mercados agroecológicos, mercados campesinos y su forma de organización ejemplo : si es con el modelo de cooperativas, asociaciones, redes, personas naturales, colectivos, alianzas entre otros, lo mismo de cómo es la venta de los tubérculos andinos su frecuencia en el mercado si es: Diario, semanal, quincenal o mensual todo con el fin de que la investigación presente claridad en:

- “Darle a entender al campesino de la producción de los tubérculos andinos”
- “Organizar y cambiar el pensamiento de trabajar individualmente a trabajar en equipo con más eficiencia y rentabilidad”
- “Brindar un estudio serio del comercio y recepción que pueden tener estos productos en el mercado para potencializar la economía del departamento especialmente en la zona rural.”
- “Facilitar a las nuevas generaciones la recuperación de productos ancestrales que comercialicen la identidad y la cultura del departamento”
- “Complementar una estrategia turística acorde a la política departamental de turismo para minimizar el desempleo y la pobreza en zonas campesinas”
- “Apoyar al campesino en el uso adecuado del suelo para proteger los recursos naturales.”

“De esta manera se dio cumplimiento a lo planteado en el objetivo general cuyo propósito es la creación de empresa dedicada a la producción y comercialización de tubérculos, ibias, nabos y rubas en la zona rural para beneficio de la población campesina para mejorar el empleo detener la migración de la misma a la zona urbana y promover el desarrollo de toda la región a través de la cultura, el turismo y la gastronomía “

## 9. Contenido de la Investigación

“Instrumentos del proyecto de investigación: *“Propuesta para creación de Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Tubérculos Ancestrales en Ventaquemada “*

“El instrumento que se empleó en este trabajo fue la encuesta electrónica, la cual facilita al encuestador por medio de la implementación de la tecnología se realiza a nivel nacional. La muestra arroja 111 personas encuestadas las cuales se enfoca que la mayor población encuestada ha sido en villa de Leiva, santa Sofía, ventaquemada a su vez también hubo mucha población de la ciudad de Bogotá que fueron encuestadas las cuales pocas conocían los tubérculos andinos por medio de viajes que han hecho a la región.”

1361 sembradores en Leiva/santa Sofía /ventaquemada  $\longrightarrow$  1594 fincas  $\longrightarrow$  1497 hectáreas



30%

Población

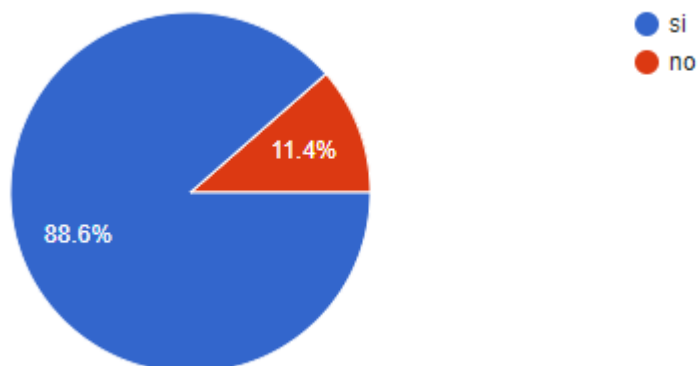
409  $\longrightarrow$  muestra = 112 Encuestados      Formula  $n = z^2 \frac{(p)(q)}{(E)-(N-1) + (Z^2)(p)(q)}$

## CONCLUSION

Que llevada las encuestas en los tres municipios se llevó a cabo un barrido en la zona urbana y rural aprovechando los días de mercado municipal tal cual sucede el día sábado en el municipio de villa de Leiva donde la tradición se mantiene y es otra atracción para turistas extranjeros y nacionales la plaza de mercado de villa de Leiva se lleva a cabo en una zona al aire libre sobre una cancha de micro futbol lo que deja a los vendedores a la intemperie del clima diferente es la situación de la plaza de mercado de santa Sofía cubierta y allí se realiza el mercado los días domingos en el municipio de ventaquemada los días lunes su plaza de mercado presenta mejores condiciones que las dos anteriormente mencionadas bueno de resultado obtenemos que para llevar el presente estudio se obtuvo que de 1497 Hectáreas obtenemos 4 grandes productores que es un total a más de 10 habitantes 17 medianos productores igual a 10 habitantes y 1344 pequeños productores es igual a 5 habitantes .

## **1. COMENZANDO EL ANALISIS CON CADA PREGUNTA**

Pregunta 1. ¿Ha consumido alguna vez: ibias, rubas, nabos?



1

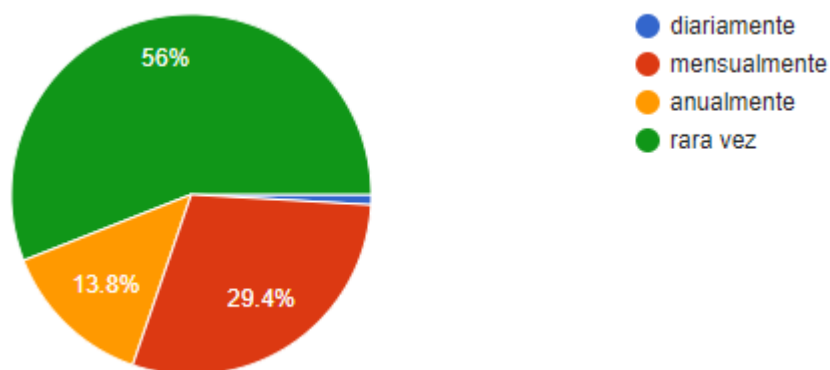
Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

Se comienza a analizar que 11 personas no han comido estos tubérculos, y las 88 personas si han comido habas, rubas y nabos; ya sean por: ser productos nativos y poco conocidos, o que las personas que lo han consumido son por ser de la región boyacense como personas que algún momento fueron de viaje a esta región.

Pregunta 2. ¿Qué tanto consume usted estos productos?



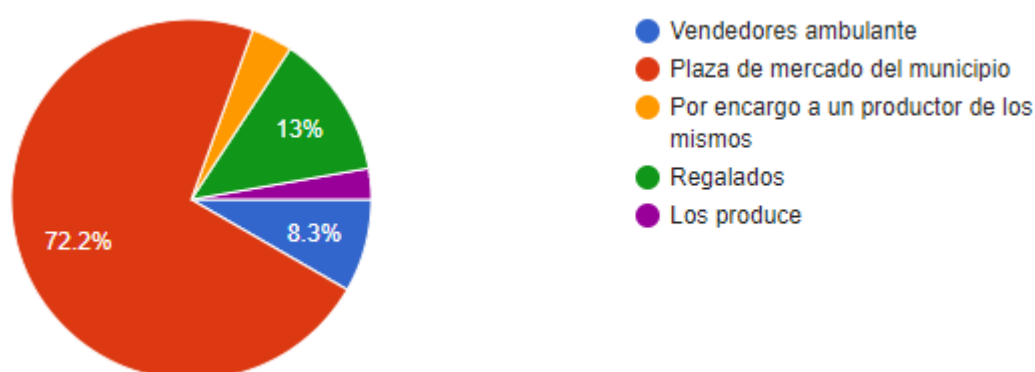
2

<sup>1</sup> Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

En este análisis 29 personas respondieron que consumen estos productos mensualmente asumiendo que son nativas del departamento y 56 personas respondieron que rara vez ya que de pronto en su dieta no está implementada o no son de la región donde se cultivan este tubérculo y 13 personas respondieron que los comen anualmente se puede deducir que consume este producto cuando está en cosecha o solo cuando va de viaje a la región

Pregunta 3. ¿Cómo tiene acceso o en el mejor de los casos como los obtienen?



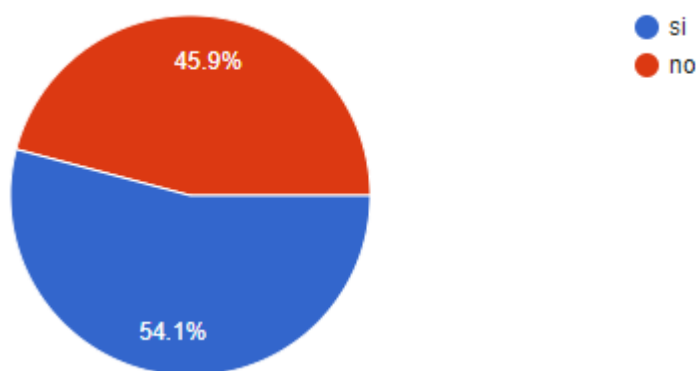
3

Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
 Título website: Google.es  
 URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

Las personas en esta pregunta respondieron que: 72 personas dijeron que estos productos obtienen estos productos en las plazas de mercado municipales, 13 personas respondieron que estos productos los obtiene regalados, 8 personas nos responden que la compra de estos productos son a vendedores ambulantes que también nos hacen conocer esos tubérculos como en las plazas de mercado, y solo una persona respondió que produce estos tubérculos y que enriquece la ancestralidad de estos productos

Pregunta 4. ¿Tiene idea de la riqueza en la cadena alimenticia que contienen estos productos ancestrales propios de nuestra región cundiboyacense?

---



4

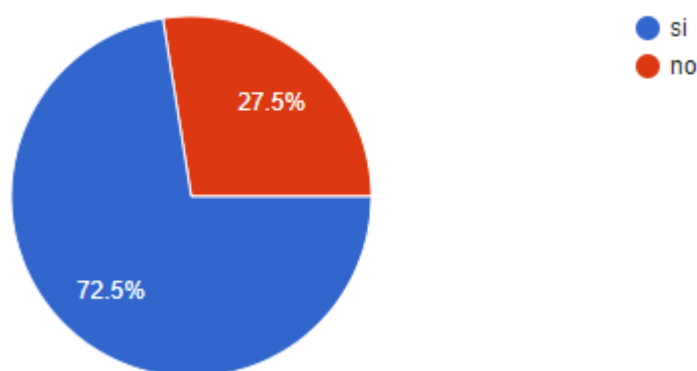
Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
 Título website: Google.es  
 URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

En esta pregunta 46 personas respondieron que no tienen el conocimiento de que estos productos son demasiado importantes en la cadena alimenticia, en cambio 54 personas respondieron que si entienden la importancia de estos productos en nuestra gastronomía.

Pregunta 5. ¿Sabe usted que estos productos conforman el muy conocido cocido boyacense **segundo plato gastronómico en el país?**” según un estudio revelado por el Centro de Orientación Nutricional y Alimentario de la Facultad de Ciencias de la Universidad Javeriana hizo, en el que midieron las calorías de los platos típicos colombianos más conocidos, se demostró que esta delicia gastronómica se ubica en la segunda posición nacional, con 1525 calorías, solo por debajo de la bandeja paisa, que ocupa la primera posición con 1822 calorías en el curioso ranking la nota sobresaliente del delicioso y apetecido plato boyacense, confirma porque los ancestros del altiplano que cotidianamente lo consumen tiene una “salud de hierro” y ánimo trabajar durante largas jornadas,

---

*especialmente en actividades agropecuarias. la presidenta de la Asociación Colombiana de Dietistas y Nutricionistas (Acodin), Lucía Correa, dice; “que en promedio una dieta balanceada debe tener entre 1.800 y 2.200 calorías al día lo que nos deja claro que los tubérculos junto con los demás ingredientes que hacen parte de este plato ancestral y tradicional si le damos importancia en la cadena alimenticia de nuestro país es un plato saludable que contiene vitamina A, hierro, potasio, zinc”.*



5

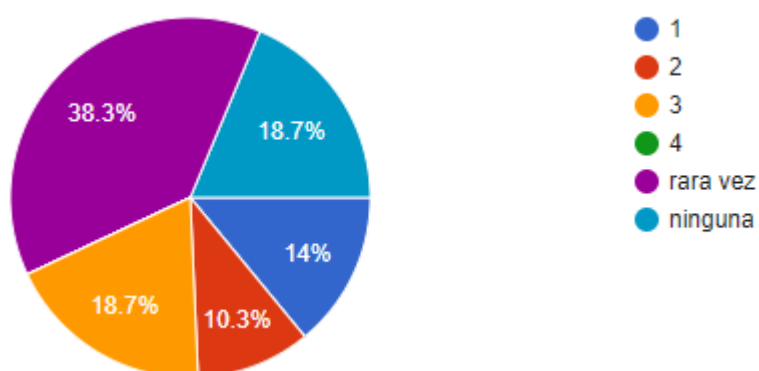
Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
 Título website: Google.es  
 URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

En este análisis 72 personas respondieron que, si tienen el conocimiento que este plato típico boyacense es uno de los más importantes a nivel nacional, y las otras 27 personas respondieron de no haciendo entender que no han tenido la oportunidad de probar este plato típico.

Pregunta 6. ¿Cuántas ferias agroindustriales (FUENTE: ¿CUALES) se realizan en el municipio al año que promuevan estos productos ancestrales? Con respecto a esta pregunta solo dos municipios cuentan con un festival gastronómico como tal en el departamento uno de ellos es el festival del maíz, el sorbo y la arepa en el municipio de ramiriqui y el otro es el encuentro de saberes y sabores que se lleva a cabo en el municipio de villa de Leiva en el mes de junio cabe aclarar que los dos festivales en mención están inscritos Colombia a la

<sup>5</sup> grafico realizado con la herramienta de google encuestas

Mesa que es la red de eventos gastronómicos de Colombia a nivel de Boyacá nos arrojan estos dos municipios lo cual nos indica como tal en la encuesta que de las respuestas son pequeñas ferias de colegio o huertas de san isidro donde las personas tienen conocimiento de estos productos “( <https://regco.co/nuestros-eventos/>)”



6

Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
 Título website: Google.es  
 URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

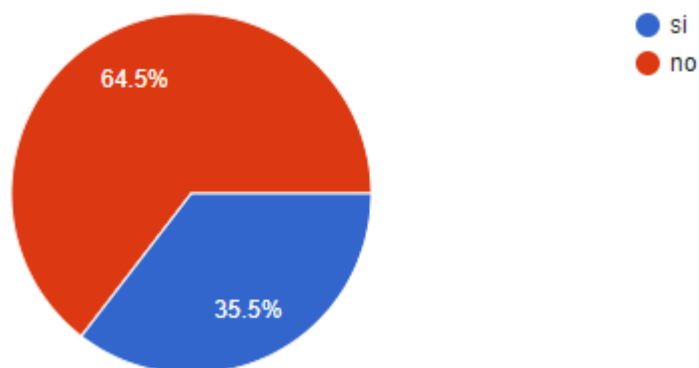
“En este análisis para esta pregunta se enfoca desde las ferias agroindustriales, en las cuales no son eventos populares a nivel nacional; lo cual 38 personas respondieron que ha sido rara vez que han asistieron en estos eventos, en cambio 18 personas respondieron que ninguna vez han asistido en estos eventos. Se puede también enfocar algunas personas han asistido a estos eventos los cuales 14 personas respondieron que solo lo han hecho una vez, 18 personas han asistido tres veces en estos eventos agroindustriales y solo 10 personas como la poca población que han asistido en evento agroindustriales.”

Pregunta 7. ¿Tiene conocimiento de proyectos de producción, comercialización de tubérculos andinos en el municipio de ventaquemada, Santa Sofía, villa de Leiva?

Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
 Título website: Google.es  
 URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

---

<sup>6</sup> grafico realizado con la herramienta de google encuestas



7

Título Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

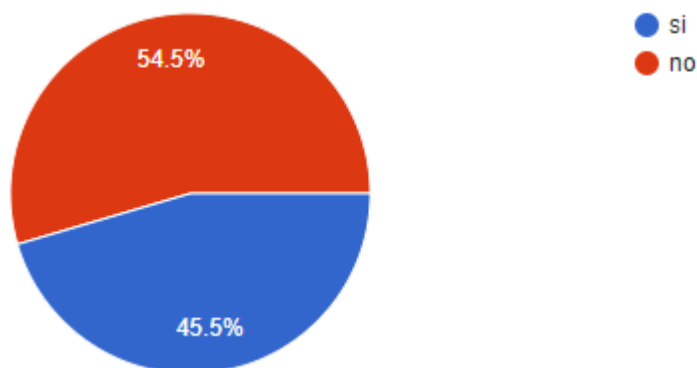
URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

En esta pregunta se genera un análisis evidente, ya que el 64.5 por ciento de las personas encuestadas no tienen el conocimiento sobre el tema ni su producción, que solamente sea el 35.5 por ciento de los que tienen ese conocimiento.

Pregunta 8. ¿En las instituciones educativas les han hablado o les hablaron de estos productos ancestrales de nuestra región boyacense?

---

<sup>7</sup> grafico realizado con la herramienta de google encuestas



8

Título Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

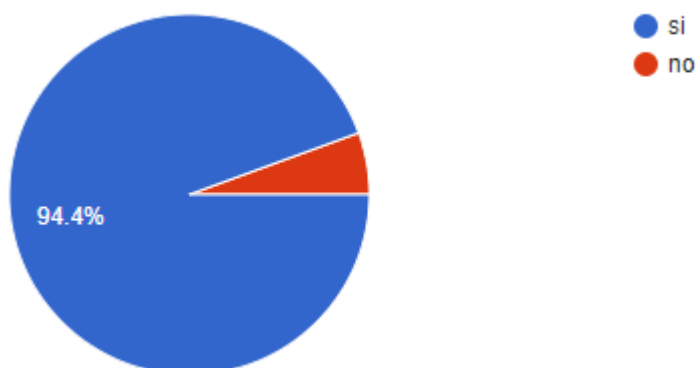
URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

“En esta pregunta el análisis se hace reflexivo, ya que el 54.5 por ciento respondieron que no se tiene conocimiento o que nunca les enseñaron sobre estos productos y su valor ancestral pero el 45.5 por ciento dan respuesta que en su momento si les enseñaron sobre estos productos ya sean en una transversalidad académica en las áreas de ciencias naturales y en ciencias sociales. O son personas que han conocido a fondo la región para tener ese conocimiento.”

Pregunta 9. ¿Cree usted que con más apoyo de entidades públicas y privadas se puede darle el valor que estos productos ancestrales, merecen y posicionarlos en el mercado?

---

<sup>8</sup> grafico realizado con la herramienta de google encuestas



9

Título Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

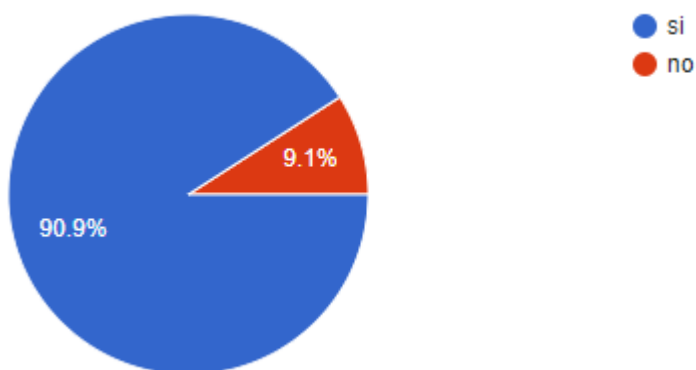
URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

“En este análisis se hace énfasis en el reconocimiento de la población campesina al cultivar este producto en el cual el 94.4 por ciento da respuesta de que, si se les hace ese reconocimiento a su labor, en cambio hay un 5.6 por ciento que no se los han dado y que por ello sea también la falta de posición del mercado.”

Pregunta 10. ¿Cree usted que el campesino boyacense debe recibir capacitación y orientación por parte de entidades privadas y gubernamentales a la hora de producir y comercializar sus productos andinos?

---

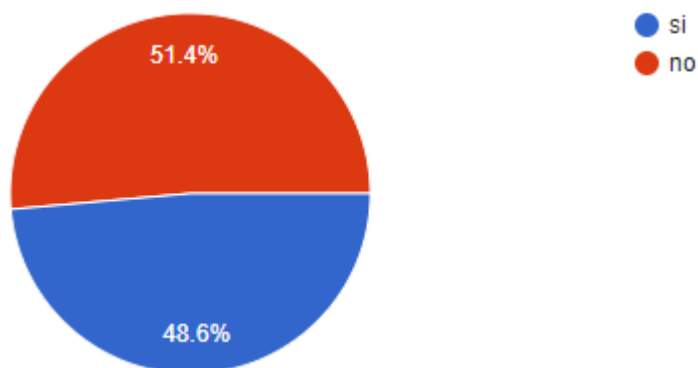
<sup>9</sup> grafico realizado con la herramienta de google encuestas



Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita  
Título website: Google.es  
URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

“También seguimos haciendo hincapié en el campesino colombiano, en este análisis de esta pregunta, el 90.9 por ciento se enfoca que los campesinos boyacenses deben de recibir la capacitación para la comercialización del producto cultivado como las habas, ibias y nabos, pero el 9.1 por ciento deduce que no se tiene la necesidad de hacerle alguna capacitación a la población campesina para la comercialización de su producto. “

Pregunta 11. ¿Sus abuelos cultivan rubas, nabos, ibias?



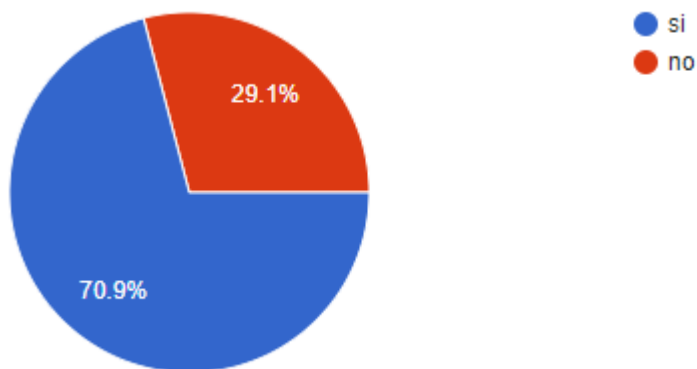
Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

“En esta pregunta se hace el énfasis en la población rural boyacense, en la cual el 48.6 por ciento sus abuelos han tenido cultivos de estos productos y ejerciendo esta labor bonita que es producir lo que nos puede regalar la tierra; en cambio el 51.4 por ciento dijeron que sus abuelos no cultivan estos productos, ya que si nos ponemos analizar son personas de población urbana y de distintos lugares del país donde este producto no es tan conocido. “

Pregunta 12. ¿Conocen algún plato típico que contenga rubas, nabos, e ibias?



Titulo Artículo; Formularios de Google: crea y analiza encuestas de forma gratuita

Título website: Google.es

URL: <https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

“Se puede analizar que a nivel nacional la gastronomía boyacense no es tan conocida como la paisa, la caribeña, la tolimense y demás. Por lo que se deduce que el 29.1 por ciento no tengan ese conocimiento de estos platillos; en cambio el 70.9 por ciento dan respuesta que si conocen. Algunos platos típicos como: el cocido boyacense y también la combinación de estos tubérculos con platillos como el sancocho, la lengua, el ajiaco y hasta es combinados con el queso. Lo que se hace entender que esas personas, que tuvieron la oportunidad de conocerlos han sido personas de la región o personas que en sus viajes se deleitaron con estos platillos.”

Pregunta 13. ¿Qué entiende por cultura ancestral?

| 13. Que entiende por cultura ancestral                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Lo que producían en el campo nuestros                                                |
| Pues que antiguo y que lo comen mucho                                                |
| Lo que nuestros antepasados hacían y que debe ser algo que siga ocurriendo           |
| Lo que se cultivaba antes lo que producían en el campo nuestros abuelos o bisabuelos |
| Que es de nuestros antepasados                                                       |
| Que es de nuestros antepasados                                                       |
| De antes                                                                             |
| Que es de todo lo que viene de nuestros antepasados                                  |
| Yo entiendo que viene de antes de los ancestrales                                    |

|                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Es todo lo que proviene de nuestros antepasados                                                                                                     |
| Las cosas que cosechaban lo cultivaban los ancestros u otros                                                                                        |
| Es lo que han hecho nuestros antepasados y los del círculo familiar los siguen                                                                      |
| Por nuestros ancestros                                                                                                                              |
| Un legado que dejan los ancestros                                                                                                                   |
| La cultura ancestral es un rito muy tradicional de un grupo en específico                                                                           |
| De nuestros antepasados                                                                                                                             |
| Una cultura que se viene de nuestros antepasados desde los indígenas hasta nuestros bisabuelos desde la gastronomía, la cultura y la tradición oral |
| Es lo que viene desde nuestros antepasados y q se debe conservar para las futuras generaciones                                                      |
| Es la cultura que se lleva acabo hace muchos años o siglos                                                                                          |
| Que son costumbres antiguas                                                                                                                         |
| Cultura de nuestros ancestros                                                                                                                       |
| Las costumbres antiguas                                                                                                                             |
| Que son culturas de los antepasados que no se olvidan                                                                                               |
| Costumbres, rituales y creencias de generaciones pasadas!                                                                                           |
| Costumbres, rituales y creencias de generaciones pasadas!                                                                                           |
| Que es antigua esa cultura                                                                                                                          |
| Es la representación de las tradiciones y costumbres que se dan en un determinado sector y que conserva la forma de vida de sus antepasados         |
| Proveniente de nuestros orígenes                                                                                                                    |
| Comida típica de la región                                                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Son aquellas prácticas que se han practicado a través de los siglos, por la cual tomamos como lo es la caza, el cultivo, la pescadería y la ganadería. Prácticas que han sido tomadas por nuestros ancestros. |
| Tradición y cultura                                                                                                                                                                                           |
| Herencia de generaciones del individuo                                                                                                                                                                        |
| Antepasados familiares , tradición , costumbres que dan vida a la sociedad                                                                                                                                    |
| Entiendo que es el saber que se transmite de generación en generación, el cual termina constituyendo una tradición o patrimonio de gran importancia.                                                          |
| La cultura ancestral es algo que permanece a lo largo de los años y lo que hacen es que esa cultura se extienda                                                                                               |
| Algo proveniente de los antepasados                                                                                                                                                                           |
| Cultura de los antepasados                                                                                                                                                                                    |
| Vienes desde nuestros tatarabuelos.                                                                                                                                                                           |
| Herencia de nuestro antepasados                                                                                                                                                                               |

“Para analizar esta parte de la encuesta, se hace entender que es totalmente interpretativa donde todos los encuestados dan enfoque: a la tradición que pasan de generación a generación, a las maneras de alimentación por medio de la gastronomía y algunos en su mayoría hace el énfasis en la agricultura, siendo un punto de partida de este trabajo. Donde las gastronomías de los pueblos hacen ese papel de la muestra de la agricultura y esa tradición oral que nos han dejado desde la población indígena hasta el hoy por hoy.”

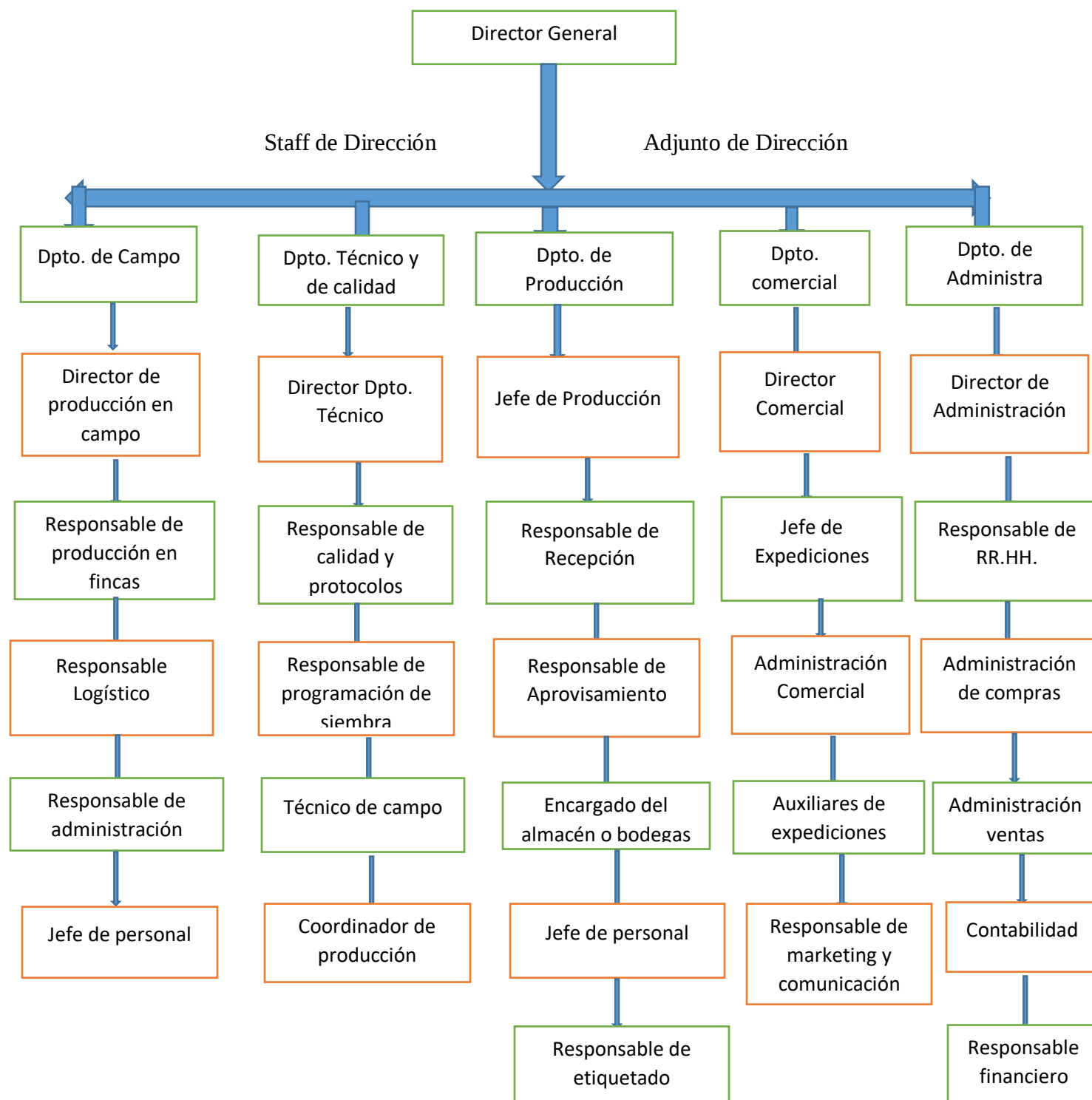
“Además desde el objetivo general *“crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de tubérculos; nabos, rubas e ibias para generar mayor identidad cultural y promover la empresa rural”*. Se hace un análisis con este instrumento en el cual se puede ejecutar desde: el estudio de mercadeo en el saber si los tubérculos producidos en Boyacá son reconocidos y se demostraron que no, pero al mirar la parte del reconocimiento de los productores hace que este desconocimiento y desapropiación de lo nuestro sea el pilar de este

desconocimiento; por ese motivo se hace la apuesta a que al ser comercializado se pueda dar ese reconocimiento a nivel nacional. “

“A su vez el alcanzar este objetivo es posible ya que al hacer esta empresa se comienza a realizarse el reconocimiento al campesinado que tanto se merece; también esto se mostraría viable para anexarlo al plan alimenticio escolar en el departamento de Boyacá para que los estudiantes en su almuerzo escolar puedan reconocer la importancia del cocido boyacense en su alimentación, como ser un motivo para el turismo a nivel regional, nacional e internacional con la compra y venta del cocido boyacense para el reconocimiento a nivel internacional, así demostrar la importancia de la tradición oral desde la gastronomía como eje fundamental de la cultura, la educación y el turismo la apropiación de lo nuestro no solo por parte de los boyacenses sino también de los colombianos.”

Con base a los resultados obtenidos me permito dar respuesta a cada uno de los objetivos formulados en el presente proyecto

## **1.PLANTEAMIENTO ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA PARA CREAR UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TUBERCULOS ANCESTRALES**



## **MISION**

La presente estructura administrativa se ha elaborado con criterios de descentralizar y dinamizar la empresa rural para mejorar el nivel y la calidad de vida de esta población que permanece al margen de las políticas del estado y de las instituciones centralizadas.

## **VISION**

La proyección de esta estructura busca gestionar las políticas agropecuarias originadas en el gobierno central para fomentar la participación y la concertación del gremio campesino en la creación de empresa con productos propios de nuestra identidad cultural como es el caso de las rubas, ibias, nabos.

## **FUNCIONES DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

Esta estructura presenta los cargos que deben cumplir principalmente las funciones a saber

1. “En el campo administrativo como coordinar, planear, dirigir y controlar la producción y la comercialización de los tubérculos ancestrales”
- 2.” Formular y Diseñar estrategias de comercialización de este tipo de tubérculos orientados a la recuperación de su origen cultural y por ende de su comercialización.”
- 3.” Teniendo en cuenta que los tubérculos se pueden producir en los 123 municipios del departamento por sus condiciones climáticas y por ser propias de la cultura ancestral campesina es pertinente dinamizar la producción en todo el departamento “
- 4.” Velar por el rescate de los valores y productos culturales de la identidad campesina rural “
5. “formular proyectos orientados a la cadena de valor de los tubérculos ancestrales “
- 6”. Diseñar estrategias de comunicación asertiva entre el gobierno nacional y el sector campesino para promocionar adecuadamente los productos de este sector “

7.” Articular las políticas gubernamentales tanto del gobierno nacional como del gobierno departamental y local para favorecer la empresa en el sector rural.”

8.” Contribuir al desarrollo y potencialización del campo para fortalecer el gremio rural campesino a través de la economía solidaria”

9. “Velar por la aplicación de las normas y sistemas de calidad tanto en la producción como la comercialización de los tubérculos especialmente con la norma ISO 14000 y ISO 14001”

10.” Crear en el sector rural una escuela de líderes comunales que interactúen con la población a través de redes sociales aprovechando que el gobierno a digitalizado el 80 % de las zonas rurales a través del programa “Pacto por la Ciencia, Tecnología e innovación como un sistema para conectar la Colombia rural plasmado en el plan de desarrollo nacional”

#### • **LAS ORGANIZACIONES EN EL DIA DE HOY Y LA INNOVACION**

“Hoy en día existen un sin número de organizaciones, ya sean estas pequeñas, medianas o grandes corporaciones, públicas o privadas con un reconocimiento a nivel mundial; algunas de ellas con fines lucrativos, otras no, algunas ofrecen productos, algunas otras solo servicios, pero independiente de su tamaño y actividad su común denominador entre ellas es que cuentan con una administración. Así mismo toda organización tiene una estructura, lo cual es un elemento que distingue a las organizaciones se ha considerado que aquellas que realizan exportaciones son más vulnerables a los cambios y adaptan su estructura ya no solo como una manera de cubrir el mercado nacional, sino también la de un mercado extranjero como bien se ha mencionado anteriormente, las organizaciones cuentan con una sola estructura que las diferencia unas de otras donde las estructuras han ido cambiando conforme estas se ven influenciadas por los factores de un ambiente externo”

“La innovación es una importante fuente de crecimiento y un factor determinante para la ventaja competitiva de numerosas organizaciones generar innovación exige los esfuerzos coordinados de muchos participantes distintos y la integración de actividades vinculadas a múltiples funciones especializadas, dominios de conocimiento y ámbitos de aplicación, por ello, la creación organizacional es fundamental en el proceso de innovación (Van de Ven et al... 1999). La capacidad de una organización para innovar es una condición sin la que no puede darse una utilización eficaz de los recursos inventivos y las nuevas tecnologías, a la

inversa, la introducción de una nueva tecnología coloca casi siempre a las organizaciones ante un complejo entramado de oportunidades y desafíos que generan cambios en las prácticas de gestión y favorecen la aparición de nuevas formas organizacionales. Las innovaciones organizacionales y tecnológicas se entremezclan. Para (Schumpeter .1950) los cambios organizacionales son, junto con los nuevos productos y procesos y los mercados emergentes, factores de destrucción creativa.”

“la naturaleza de las organizaciones innovadoras y la relación existente entre los procesos de organización y los de innovación desde tres perspectivas, La segunda sección recurre a las teorías sobre el diseño de las organizaciones y a los trabajos realizados en el campo de la estrategia para analizar los nexos entre la estructura organizacional y la capacidad innovación, donde el proceso de aprendizaje y de creación de conocimiento de una organización y es apropiado generar un análisis de adaptación organizacional y de los retos contemporáneos a los que se enfrentan las compañías que aspiran a ser organizaciones ambidextras para impulsar la innovación.”

#### • ESTRUCTURA Y EMPRESA INNOVADORA

“Los micro economistas especializados en el campo de la estrategia consideran que la estructura organizacional es a la vez causa y efecto de las elecciones estratégicas de gestión que se dan en respuesta a las oportunidades de mercado. Las formas organizacionales se construyen a partir de dos variables: estrategia y estructura. El argumento central es que ciertos tipos o atributos de las organizaciones pueden generar un mayor rendimiento innovador en un entorno dado porque son más adecuados para reducir los costes de transacciones y responder a los posibles fallos del mercado de capital. La forma multidivisional o M, por ejemplo, ha surgido en respuesta al aumento de la escala y complejidad de las empresas y está asociada con una estrategia de diversificación en áreas tecnológicas y de productos relacionados entre sí (Chandler, 1962) puede ser una innovadora eficaz en ciertos mercados de productos, pero tiene una capacidad limitada para desarrollar nuevas competencias.”

“La teoría de la de la empresa innovadora propuesta por (Lazo Nick ,2004,2010) tiene sus razones en el marco ya que se centra en el modo en que la estrategia y la estructura determinan la ventaja competitiva de una empresa. También amplía la conceptualización de (Lawrence

y Lorsch .1967) que formula los problemas de diseño organizacional en términos de diferenciación e integración. La teoría distingue la empresa optimizadora de la empresa innovadora. Mientras que la primera trata de obtener los máximos beneficios posibles para un conjunto dado de capacidades tecnológicas y restricciones de mercado, la segunda aspira a transformar las restricciones tecnológicas de los mercados mediante el desarrollo de capacidades organizacionales distintivas que los competidores no puedan imitar fácilmente. (Lazonick,2000) identifica tres condiciones sociales que contribuyen al desarrollo de una empresa innovadora.”

- **PRIMERA CONDICION: CONTROL ESTRATEGICO**

“Definido como el conjunto de relaciones que aportan a los principales responsables de la toma de decisiones el conocimiento y los incentivos que necesitan para asignar los recursos de la empresa de un modo que permita responder a las amenazas y oportunidades del mercado.”

- **SEGUNDA CONDICION: INTEGRACION ORGANIZACIONAL**

“Es decir, la integración horizontal y la vertical de las destrezas y los conocimientos que posibilitan la acumulación del aprendizaje a lo largo del tiempo.”

- **TERCERA CONDICION: COMPROMISO FINANCIERO**

“Este garantiza que se dedica una cantidad de fondos adecuado al desarrollo de competencias con el fin de impulsar el proceso acumulativo de innovación. La esencia de la empresa innovadora según (Lazonick.2004:34), “es la integración organizacional de una base de personal cualificado que puede participar en un aprendizaje colectivo y acumulativo “la enorme importancia de la integración de las destrezas y el conocimiento como base social de la innovación se subraya también en la obra de autores (Lam,2000; Lam y Lundvall,2006) “

“El termino de estructura organizacional se refiere a la forma en que las tareas de los puestos se dividen, agrupan y coordinan formalmente. Sin embargo, a pesar de ser un término un tanto difícil de definir dado que lo que se observa es la evidencia de una estructura, es decir, es un concepto abstracto que puede plantarse como:

- “La estructura organizacional puede definirse como la distribución de personas, en diferentes líneas entre las posiciones sociales, que influyen en el papel de ellas en sus relaciones a partir de la división del trabajo y la distinción de rangos y jerarquías.”
- “La estructura organizacional es la forma en que la organización ordena sus actividades para lograr sus objetivos, el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas.”
- “La estructura organizacional es la representación formal de las relaciones laborales, define las tareas por puesto y unidad y señala como deben coordinarse.”

“La estructura organizacional tiene como finalidad establecer un control a partir de los distintos niveles jerárquicos que coordinan las distintas tareas de los individuos dentro de las organizaciones a fin de lograr ciertos objetivos establecidos.”

“Cuando se habla de este tema se incluye los diferentes tipos que existen de estructuras, y como estas tienen relación con las actitudes y el comportamiento de los individuos y grupos que forman parte de las organizaciones, pues como se mencionó anteriormente, esta ejerce un control en la forma en que los individuos se desenvuelven, al establecer las políticas; al exigir se realice el trabajo de tal o cual forma, es decir los empleados renuncian a la libre forma de realizar un trabajo por el cual se les paga. La estructura afecta el comportamiento y el funcionamiento de los grupos en las organizaciones, ya que, dependiendo de las configuraciones específicas de los trabajos y departamentos, los grupos en las organizaciones, ya que, dependiendo de las configuraciones específicas de los trabajos y departamentos, los grupos pueden ser más o menos cohesionados y más o menos comunicativos. En este sentido, también es importante mencionar que las estructuras organizacionales no contribuyen positivamente hacia el desempeño organizacional porque los gerentes son incapaces, por capacitación o por intelecto, de diseñar una estructura que guíe el comportamiento de los individuos y grupos a conseguir

altos niveles de producción, de eficiencias, de satisfacción, de calidad, de flexibilidad y de desarrollo.”

*“Por ejemplo, el crecimiento de la corporación industrial norteamericana durante la primera mitad del siglo XX fue impulsado por una eficaz organización de gestión que permitió implantar nuevas tecnologías y emplear a trabajadores con poca o ninguna formación en la producción en serie. En la década de 1970, el formato norteamericano de corporación centrada en la gestión se encontró con el modelo opuesto japonés de empresa innovadora, que superó al estadounidense en muchos sectores industriales como la electrónica de consumo, las máquinas herramienta y los automóviles. Las firmas japonesas han logrado ganar ventaja competitiva en estos sectores gracias a su mayor capacidad organizativa para integrar las destrezas de los obreros y las redes empresariales, lo que les permite planificar y coordinar las divisiones de trabajo especializadas y las estrategias de inversión innovadoras. A finales de 1990 se registró en Estados Unidos un resurgimiento de los sectores de alta tecnología abanderado por lo que (Lazonick.2004, 2010) denomina empresas de la nueva economía de Silicón Valley, cuya capacidad innovadora se deriva de la integración dinámica de las destrezas técnicas y emprendedoras dentro de organizaciones en red abiertas y extremadamente flexibles.”*

*“La teoría de la empresa innovadora postulada por (Lazonick) y por otros investigadores del campo de la estrategia (por ejemplo, Teece et al., 1997; Teece, 2007) subraya la importancia de los procesos organizacionales y de gestión —integración, aprendizaje y reconfiguración— como elementos principales en los que se apoya el rendimiento innovador de estas empresas. Esta corriente de trabajo dedica poca atención, sin embargo, a la microdinámica del aprendizaje dentro de las organizaciones.”*

- **2. CREAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION AJUSTADAS A LAS FORMAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION EN LOS MERCADOS CAMPESINOS CON RELACION A LOS TUBERCULOS ANCESTRALES**

1.” Realizar un análisis y evaluación del inventario de los restaurantes potenciales para vender los tubérculos para de esta manera analizar a través de indicadores el mercado utilizando la matriz de cuadro de mando integral para especificar la competencia y los clientes potenciales “

2. “Formular objetivos entorno al estudio de factibilidad para implementar la venta de tubérculos a un corto, mediano, largo plazo”

3” Posicionar el mercado con el diseño de un logo, la utilización de unos colores corporativos ecológicos para darle un concepto visual a los restaurantes que venden los tubérculos para (implementar y ampliar la oferta gastronómica que como lo manifiesta la investigación está bastante reducida lo mismo incluir recetas nuevas con las rubas, nabos, ibias) “

- “reinventar recetas clásicas que muestre un valor agregado para asegurar que siempre se le compre al campesino quienes son los verdaderos productores y así solucionar y apoyar el desempleo en el sector rural”
- “Incluir acompañantes a los platos con dichos tubérculos que compaginen y complementen la preparación y presentación indicada de los tubérculos en mención “

4.” Activar y potenciar las redes sociales principalmente Twitter y Facebook para segmentar el mercado a la población ejecutiva quienes muestran mayor interés por consumir los tubérculos andinos sin abandonar otra población. Para lo cual es necesario crear un blog dentro de la página web para compartir los intereses de los clientes porque es importante escuchar sus sugerencias y sus aportes en temas culturales.”

5.” Desarrollar una estrategia de promoción “orientada a la voz a voz “mediante la aplicación de encuestas que mantengan activo al cliente y lo mismo para ubicar los nuevos”

6.” Es necesario optimizar el perfil de los restaurantes con visibilidad local, regional, nacional e internacional.”

“Acorde a los objetivos planteados es necesario generar una estructura organizacional especialmente en el sector rural donde se producen los tubérculos andinos para lograr la efectividad de la producción y comercialización de tubérculos esta propuesta está orientada a una estructura sencilla y aplicable como es la constitución de la organización mediante una cultura organizacional constituida por la misión , visión, objetivos organigrama y el manejo de unas finanzas básicas que faciliten a los campesinos apoyarse de manera organizada e instruida. Según el autor Jones la cultura organizacional es el conjunto de valores y normas compartidos que controlan las interacciones entre los integrantes de la organización y con los proveedores, clientes y otras personas externas a la misma. La cultura en la organización está formada por las personas que integran la organización, por la ética de la misma, por los derechos laborales que se otorgan a los empleados y por el tipo de estructura que utilizan en este sentido el diseño organizacional se puede dar mediante el siguiente esquema.”

1.Organizacion y efectividad organizacional

2.Partes interesadas gerente y ética

3.Administracion entorno a un ambiente cambiante

4.Retos de la estructura organizacional

5.toma de Decisiones

6.Innovacion y Espíritu Empresarial

7.Administracion en Zonas de Conflicto del sector rural.

“En el día de hoy las organizaciones se basan en la búsqueda de implementar tecnologías que vayan de la mano con la producción de productos únicos y a la medida del cliente es por ello que los productos que son propios de la región Boyacense que al día de hoy no presentan una trascendencia en el mercado agroindustrial se implemente un proceso de marketing y a

laves de pedagogía para ello es muy importante la toma de decisiones a la hora de producir los nabos ,rubas , ibias y hacia qué mercado lo podemos potenciar su venta y distribución junto con una marca producto como anteriormente lo mencionamos entramos al marketing de innovación y espíritu empresarial en el departamento de Boyacá a través de Twitter,Facebook,Instagram se promoverá los nabos ,ibias, rubas , como productos saludables y nutritivos para su consumo y la de la cadena alimenticia lo que hace que llevemos a cabo un ambiente de cambio en el entorno de la gerencia de nuestro departamento manejando herramientas como lo son las redes sociales de la mano de la cultura ancestral y tradiciones de nuestro departamento para generar impacto no solo en el departamento sino a nivel nacional donde se pueda aplicar proyectos en zonas de conflicto del sector rural todo de la mano de una apropiada administración ya que hoy en día trasciende los intereses políticos de unos pocos sobre el bienestar de comunidades que ven troncado proyectos de generación de empleo en zonas donde el conflicto armado genero mucho daño y que hoy en día están desoladas con una buena gestión y administración sobre los recursos esto sería algo muy diferente es por ello que como lo cita Jones las organizaciones tienden a tratar con contingencias donde esta debe utilizar su diseño como una herramienta eficiente que corresponda a los diversos factores de su ambiente es importante la relación gerente ,restaurante ,colegio, plaza de mercado ,asesor comercial, asesor financiero esto llevado de la mejor manera la organización controla su ambiente que a laves genera como resultado una ventaja competitiva ante las demás organizaciones.”

“Según el autor (schnacrh.2009) en su libro de marketing para emprendedores considera que hay muchos mitos e historias sobre como grandes iconos del empresariado han hecho su fortín. Es frecuente encontrarse personas que buscan imitar a (Steve Jobs), creador de Apple y pixar,otros admiran a (Carlos Angulo sarmiento) empresario colombiano que se convirtió en el banquero más importante del país, también aparecen dentro de estas figuras (Carlos Slim) empresario mexicano , Bill Gates propietario de Microsoft entre otros, sin embargo cuando se revisa la colección de publicaciones periodísticas que se hacen sobre estos multimillonarios se observa una descripción sorprendentemente sencilla y simples sobre como construyeron su fortuna. Todo pareciera indicar que basta con tener una gran idea y mucha perseverancia. Estas concepciones han alimentado mitos sobre lo que significa ser emprendedor a continuación se presenta una síntesis de los modelos sugeridos:”

- **LOS EMPRENDEDORES NACEN, NO SE HACEN**

“Una gran parte de la literatura existente se refiere a los aspectos personales del emprendedor llegando a pensarse que dicha condición es genética y que presentan capacidad creativa e innovadora, de negociador, de independencia, de decisión, de confianza, de autoestima, de persistencia, de tolerancia al fracaso, de planificador y que se adapta a cambios con alto sentido de responsabilidad.

En consecuencia, las personas tienen capacidades innatas, pero indudablemente se requiere de una adecuada formación y cualificación.

Específicamente en Latinoamérica según estudio realizado los emprendedores en Chile se han capacitado en un 42 % en Colombia un 40 % en Perú un 29 % Argentina 17 % y México 15%”

| CHILE | COLOMBIA | PERU | ARGENTINA | MEXICO |
|-------|----------|------|-----------|--------|
| 42 %  | 40%      | 29%  | 17%       | 15%    |

- (Marketing turístico Antonio Escobar, Editorial síntesis S.A )

- **LOS EMPRESARIOS SON SUS PROPIOS JEFES Y SON COMPLETAMENTE INDEPENDIENTES**

“En la cotidianidad se considera que pasar de empleado a empresario se cambian varias rutinas como horarios y responsabilidades, pero no es así dado que el empresario debe darle una mayor dedicación a la empresa porque, aunque no tenga jefe directo implica una responsabilidad mayor que generalmente no da espera y ocupa mayor tiempo”. Notándose la recompensa en ganar más dinero y en la percepción de un estatus con mayor éxito “según un estudio realizado en República Dominicana se considera que el 88.1 % de la población el ser empresario presenta mayor reconocimiento y respeto le sigue Colombia con 77.5 % Uruguay con 75.5 % Brasil 75.2 % Perú 73.3 % Ecuador 71.1 & Chile 70.1 % México 56.6 % Bolivia 54,7 %

| REPUBLICA DOMINICANA | COLOMBIA | URUGUAY | BRAZIL | PERU | ECUADOR | CHILE | MEXICO | BOLIVI |
|----------------------|----------|---------|--------|------|---------|-------|--------|--------|
|                      |          |         |        |      |         |       |        |        |

|        |        |       |       |           |       |       |       |       |
|--------|--------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 88.1 % | 77.5 % | 75.5% | 75.2% | 73.3<br>% | 71.1% | 70.1% | 56.6% | 54.7% |
|--------|--------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|-------|

- (Marketing turístico Antonio Escobar, Editorial síntesis S.A)

- **LOS EMPRENDEDORES DEBEN SER JOVENES Y ENERGICOS**

“Estas condiciones pueden ayudar sin embargo la edad no es una barrera. Aunque la percepción popular muestra a los emprendedores como jóvenes que logran el sueño de comenzar sus compañías detectando un promedio de 39 años “

- **EL INGREDIENTE PRINCIPAL AL INICIAR UN NEGOCIO EL DINERO**

“No siempre es cierto” los datos muestran que los recursos necesarios para iniciar un nuevo negocio no siempre son elevados en Colombia por ejemplo en el año 2008 se generó un nivel de inversión de 16.000 Dólares (Vesga et al., 2009).

A partir de estas premisas se considera que es necesario tener un conocimiento real del empresario al igual que de los clientes para conocer sus deseos y necesidades y es en este punto donde se puede hablar de un marketing ajustado.”

“En este sentido el marketing se convierte en una herramienta de emprendimiento por eso es importante utilizarla en los emprendedores rurales ya que es una función que apoya la identificación de los productos contemplando el contexto cultural, el habitante del contexto y el entorno socio económico. Como lo menciona el autor (Scnarch.2009) el marketing identifica oportunidades que se transforman en productos aceptados por el mercado. Por eso la importancia del marketing resulta más evidente en las pequeñas y medianas empresas para fortalecer la producción y satisfacer una demanda e insatisfecha “.

Considerando contemplar tres enfoques para comercializar las ibias, rubas, nabos que a continuación presento

- “Orientación hacia el producto: para generar una oferta pertinente que garantice la venta en los lugares como plaza de mercado que es el principal centro de negocios de los campesinos, supermercados de barrio donde la población compra al día a día en los restaurantes de comida orgánica y populares, almacenes de cadena.”

- “Orientación a las ventas: este enfoque contempla la posibilidad de percibir la competencia lo cual no es suficiente detener el producto, sino que es necesario convencer al consumidor a partir de la capacitación que se ofrezca del producto en especial este tipo de tubérculos que son de origen indígena y que con el pasar del tiempo se ha ido perdiendo su consumo por el desconocimiento de orden cultural en el departamento. Aunque el producto es responsabilidad del productor es pertinente contar con el criterio también del consumidor para difundir las bondades del producto.”
- “Orientación al cliente: para este tipo de proyecto es necesario contemplar el cliente como lo expresa (Drucker) quien se convierte en la finalidad de toda empresa y en especial en este tipo de organización en la que no solamente se contempla el producto como lo son los tubérculos ancestrales, sino que también se revisa el tema socio cultural”.

“En reunión sostenida con los campesinos se acordó de crearle un diseño cultural a los productos, es decir: un empaque que promocioe el producto de forma autentica y artesanal coherente con los tubérculos ancestrales en el que se visualice los beneficios nutricionales y medicinales para el consumo humano.”

También es necesario crear una etiqueta con los atributos empresariales es decir el aporte que está haciendo el producto al sector campesino.

Para promocionar el producto se utiliza la estrategia de la voz a voz a turistas nacionales e internacionales a población joven principalmente en los colegios de los municipios seleccionados a los clientes potenciales restaurantes, hoteles, centros comerciales y almacenes de cadena.

Con estos elementos se le dará el espacio participativo al sector rural para que a partir de las asesorías prestadas por parte del investigador genere sus respectivos planes de acción para darle acompañamiento al trabajo

### **3.PROPONER UN. PLAN DE CAPACITACION EN TORNO AL RECONOCIMIENTO DE PRODUCTOS GASTRONOMICOS QUE POSICIONEN MARCA –REGION**

#### **Objetivo General**

Proponer un plan de capacitación dirigido a la población joven ubicada en los colegios de los municipios seleccionados sobre el reconocimiento de productos ancestrales como son los tubérculos de nabos, rubas, ibias como elementos que identifican la población boyacense.

#### **Objetivos Específicos**

1. Facilitar el nivel de comprensión de la cultura ancestral en las nuevas generaciones de los municipios seleccionados
2. Desarrollar un espíritu emprendedor que permita a los jóvenes entender la importancia de crear empresa en el sector rural
3. Abrir espacios académicos para explicar la necesidad de consumir productos nutricionales y que son de origen boyacense
4. Ejecutar el plan de capacitación.

#### **METODOLOGIA**

“La metodología que proponemos para el plan de capacitación descrita en este documento es participativa. Sugiere el desarrollo de sesiones grupales, reflexiones, dinámicas de presentación, trabajos prácticos y evaluación, con el fin de dinamizar y fortalecer el proceso de aprendizaje e incentivar nuevas actitudes y valores como: la iniciativa, la creatividad y la

disciplina. Las actividades se pueden llevar a cabo dentro del aula de clase y en el campo vinculando la teoría con la práctica.”

## **CONSIDERACIONES**

Las siguientes son consideraciones generales que permitirán al capacitador/a lograr una mejor comprensión y fijación del proceso de aprendizaje de los estudiantes:

- “Antes de iniciar la capacitación, el capacitador debe informarse del tipo de participantes y su nivel de escolaridad, esto permitirá preparar el material a utilizar en la capacitación según la formación educativa del grupo.”
- “Evitar dar charlas teóricas demasiado extensas, planificando actividades participativas como trabajos de grupos, visitas a parcelas, etc. “”
- “Evitar la utilización de conceptos demasiados técnicos que limitan el aprendizaje de los estudiantes.”
- “Metodológicamente el grupo no debe exceder los 30 participantes. Cada participante debe recibir los materiales de trabajo necesarios para la comprensión del tema.”
- “Capacitar a grupos pequeños permite y asegura”
- “El logro de los objetivos de la misma”
- “Mayor captación durante el proceso de aprendizaje”
- “El cumplimiento de los tiempos de agenda hace eficiente el proceso de capacitación “

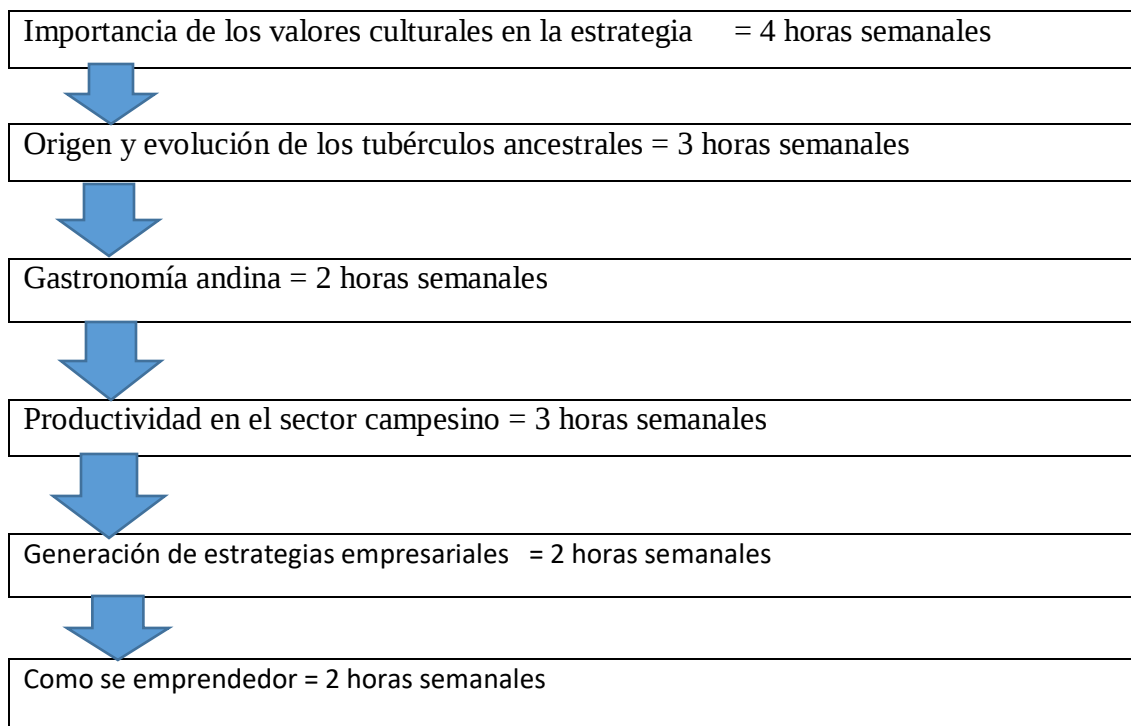
## **RESPONSABLES**

- Alcaldías municipales de los municipios mencionados
- Rectores de los colegios
- Docentes de ciencias sociales y biología.

Estos responsables son autoridades competentes para generar e implementar la propuesta de capacitación y hacerle seguimiento y evaluación al impacto generado

dado que es deber de la Educación transmitir la cultura ancestral a las nuevas generaciones para generar identidad en el departamento.

- **CONTENIDO**



## 10. Bibliografía

### Bibliografía

**Camargo, D. P. (2015). *los alimentos nativos en el saber tradicional de los habitantes del municipio de toca, tunja*. tunja boyaca : tesis de grado de pregrado escuela de ciencias sociales universidad pedagogica y tecnologica de colombia .**

**Ponce, N. C. (2011). *estudios ambientales*. Bogota : universidad javeriana .**

- **4). Tubérculos andinos y conocimiento agrícola local en comunidades rurales de Ecuador y Colombia. Cuadernos de Desarrollo Rural, 11(74), 149-166**
- **Rodríguez, W. C., Agudelo-Cely, O. I., & Tejedor-Estupiñán, R. A. (2018). Las exportaciones y el crecimiento económico en Boyacá-Colombia 1980-2015. Apuntes del CENES, 37(65), 175-211.**
- **Pérez M.A (2009) Estado del Arte tubérculos Andinos (Oxalis tuberosa, Ullucus tuberosus, Tropaeolum tuberosum) En la provincia de sugamuxi, Tesis de Grado obtenido no publicada universidad nacional abierto y a distancia**
- **Langebaek, C. (1994). Dieta y desarrollos prehispánicos en Colombia. Revista Credencial Historia, 60**
- **Langebaek, C. (1987). Mercados, poblamiento e integración étnica entre los muisca siglo XVI. Bogotá: Banco de la República.2011**
- **Aguirre Forero, S. E., Piraneque Gambasica, N. V., & Pérez Mojica, I. (2012). Sistema de producción de tubérculos andinos en Boyacá, Colombia. Cuadernos de desarrollo rural, 9(69).**
- **Clavijo, N. (2011, abril). Tubérculos andinos en Boyacá. Un caso de**

**Innovación participativa. En Pontificia Universidad Javeriana (Comp.), VII Seminario de Desarrollo Rural. Mundos rurales y transformaciones Globales: desafíos y estrategias de respuesta (pp. 62-71). Bogotá D. C.: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.**

- **Clavijo Ponce, N. L., & Pérez Martínez, M. E. (2011)**
- **amaya amaya , jairo toma de decisiones gerenciales -2ª ed - bogota:Ecoe.ediciones ,2009**
- **Harvard Bussines review La toma de decisiones -1 aed -buenos aires ,grupo planeta,2004**
- **Lidere el cambio Ken O Donnell ,lecciones para tiempos turbulentos panamericana editorial, noviembre de 2008**
- **Marketing para emprendedores /alejandro schnarch/kirberg y David Schnarch gonzales -19ed-bogota:Ecoe ediciones ,2010**
- **historia y memoria /Doctorado en historia,facultad de ciencias de la educacion ,universidad pedagogica y tecnologica de colombia ,(julio-diciembre 2017)tunja uptc 2010**
- **pensar la educación para Iberoamérica editores: Omar parra rozo, Omar Asdrúbal león, Bogotá Colombia ,2012**
- **colombia manual comercial e industrial, Banco de la republica, Bogota,2012**
- **marketing del turismo rural, ediciones piramide.3aedicion, madrid,2011**
- **Franz Terrazas y Rolando Oros, Fundación PROINPA, Casilla 4285, Cochabamba, Bolivia.**
- **Gonzalo Alfaro, Programa de Alimentos y Productos Naturales (PAPN), Casilla 353, Cochabamba, Bolivia.**

**Raúl Delgado, Instituto de Estudios Socioeconómicos (IESE), Cochabamba, Bolivia.**

**Graham Thiele, Proyecto Papa Andina, Centro Internacional de la Papa, Cochabamba, Bolivia.2011**

**Referencias**

**Manual de plantas económicas de Bolivia. Cárdenas, Segunda edición, Amigos del Libro. la paz, 1989**

- **Marketing turístico, Escobar Antonio, Gonzales Yolanda, Síntesis, Madrid ,2011**
- **Cultura y Estrategia de los negocios internacionales Elaboración, negociación e implementación, ediciones pirámide, Madrid España.2014**
- **Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las organizaciones, 5ª edición, Pearson educación, México, 2008**

## **11. Anexos: fotográficos y presupuestales**

### **11.1 ANEXOS FOTOGRAFICOS**



10

---

<sup>10</sup> Foto plaza de mercado del municipio de ventaquemada





11



---

<sup>11</sup> Plaza de mercado de villa de Leiva Boyacá imagen tomada por: Jorge López fotografía e imágenes chip viajero



---

<sup>12</sup> Fotografía tomada por Mario Andrés Velandia plaza de mercado de villa de Leiva Boyacá  
noviembre 23 de noviembre del año 2019



13

---

<sup>13</sup> Fotografía tomada por Mario Andrés Velandia plaza de mercado de villa de Leiva Boyacá  
noviembre 23 de noviembre del año 2019

## 11. 2 ANEXOS DE PRESUPUESTO

A continuación se anexara el presupuesto con el cual se realizó el proyecto de grado, de lo cual fueron suministrados por el estudiante Mario Andrés Velandia Suarez <sup>14</sup>

| <b>PRESUPUESTO PROYECTO ANÁLISIS CADENA PRODUCTIVA DE COMERCIALIZACIÓN DE TUBERCULOS ANDINOS</b>                          | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|
| <b>EQUIPOS</b>                                                                                                            |                 |                   |                     |
| Grabadora de voz                                                                                                          | 1               | \$ 185.900        | \$ 185.900          |
| <b>EVENTOS ACADÉMICOS</b>                                                                                                 |                 |                   |                     |
| Descripción: Participación en eventos académicos                                                                          |                 |                   |                     |
| Propuesta para creación de Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Tubérculos Ancestrales en Venta quemada |                 |                   |                     |
| Cantidad                                                                                                                  | 2               | \$ 300.000        | \$ 600.000          |
| <b>MATERIALES E INSUMOS</b>                                                                                               |                 |                   |                     |
| Descripción: Papelería                                                                                                    |                 |                   |                     |
| Justificación: Son necesarios para la elaboración de encuestas y para la impresión del trabajo de grado                   |                 |                   |                     |
| Encuestas                                                                                                                 | 100             | \$ 100            | \$ 10.000           |
| Empastaje e impresión del libro                                                                                           | 2               | \$ 100.000        | \$ 200.000          |
| <b>PERSONAL INVESTIGADOR</b>                                                                                              |                 |                   |                     |
| <b>Nombre: Mario Andrés Velandia</b>                                                                                      | <b>480</b>      | <b>\$ 15.000</b>  | <b>\$ 7.200.000</b> |
| Dedicación horas semana: 10                                                                                               |                 |                   |                     |
| Función: Investigador principal                                                                                           |                 |                   |                     |
| Dedicación en meses: 12                                                                                                   |                 |                   |                     |
| Tipo de vinculación: Medio Tiempo                                                                                         |                 |                   |                     |
| Dedicación horas semana : 10                                                                                              |                 |                   |                     |
| Función: Investigador principal                                                                                           |                 |                   |                     |
| Dedicación en meses: 12                                                                                                   |                 |                   |                     |
| Tipo de vinculación: Medio Tiempo                                                                                         |                 |                   |                     |
| <b>Publicaciones</b>                                                                                                      |                 |                   |                     |

<sup>14</sup> Tabla de presupuesto diseñada por el investigador Mario Andrés Velandia Suarez

|                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |              |               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------|---------------|
| Descripción: La divulgación del proyecto es importante para mostrar el impacto que genera sobre el sector productivo de tubérculos andinos en el Municipio de venta quemada y el ámbito académico dentro de la comunidad institucional.                                   | 1 | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000  |
| <b>EQUIPO DE COMPUTO Y MARKETING</b><br>Descripción: Compra de equipo de computo implementación de marketing turístico en los municipios de ventaquemada, villa de Leiva, santa Sofía , implementado desde un equipo de computo                                           | 1 | \$ 4.470.000 | \$ 4.470.000  |
| <b>VIAJES+SALIDAS DE CAMPO</b><br>Lugar : Municipio de venta quemada - santa Sofía - villa de Leiva -Boyacá<br>Justificación: Es el punto geográfico de investigación con relevancia de producción y comercialización de tuberculos andinos en el Departamento de Boyacá. | 6 | \$ 73.000    | \$ 438.000    |
| <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                           |   | \$ 7.144.000 | \$ 15.103.900 |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACION Y OPERACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                                               |   |              |               |
| <b>SEGUIMIENTO Y EVALUACION</b>                                                                                                                                                                                                                                           |   |              |               |
| <b>TOTAL DESEMBOLSO</b>                                                                                                                                                                                                                                                   |   |              |               |