

**PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO SOBRE EL
PERFIL PROFESIONAL QUE REQUIEREN EN LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN,
LAS FINANZAS Y LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**

NOMBRE DEL PASANTE:

JUAN CAMILO ALBA ARGEL

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERÍA – CÓRDOBA
2019 – 2**

**PERCEPCIÓN DEL SECTOR TERCIARIO SOBRE EL PERFIL PROFESIONAL QUE
REQUIEREN EN LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN, LAS FINANZAS Y LOS
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRACTICANTE:

JUAN CAMILO ALBA ARGEL

ASESOR METODÓLOGICO:

DANIEL RODRÍGUEZ BERMÚDEZ

TUTOR DE LA ENTIDAD:

ALFREDO ANAYA NARVÁEZ

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA – CÓRDOBA

2019 – 2

CONSTANCIA DE APROBACIÓN TUTORES

NOTA DE ACEPTACIÓN

Asesor

Jurado

Jurado

Montería, 2019

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios, el cual me ha dado la vida, quien me bendijo en un inicio con la oportunidad de iniciar un pregrado universitario y me respaldó día tras día frente a cada adversidad, la honra y la gloria sea para Él.

A mis padres, mi tía, mi abuelo, que durante todo el camino fueron mi soporte, los cuales con su consejo y enseñanza me ayudaron a superar mis límites y que, con su amor y su experiencia, me guiaron en las distintas situaciones de complejidad, y así, puedo hoy darles la alegría de la consecución de un logro en mi vida, con miras a que sean muchos más.

A los docentes que estuvieron desde el inicio hasta el final del proceso, por todos los conocimientos compartidos y brindados que de una u otra forma ayudaron a construir mi propio conocimiento y que estuvieron inmersos en el desarrollo de este trabajo; al equipo de trabajo que con su colaboración y esfuerzo se hizo posible alcanzar la meta propuesta.

A mí, Juan Camilo Alba Argel, el cual estuvo en distintas situaciones durante estos 5 años, momentos de alegría, tristeza, frustración, pero siempre con intención de seguir luchando por este sueño, motivado a alcanzarlo y en busca de mucho más, puede tener la satisfacción personal y la felicidad de decir y sentir “Lo logré”.

Contenido

1. Introducción	8
2. Objetivos	10
General	10
Específicos	10
3. Capítulo I: Descripción de la Entidad	11
3.1 Nombre de la entidad	11
3.1.1 Misión	11
3.1.2 Visión	11
3.2 Estructura Organizacional.....	12
3.3 Actividades de la entidad.....	15
4. Capítulo II: Descripción de la dependencia donde se realizó la práctica	17
4.1 Organigrama	17
4.2 Funciones	18
5. Capítulo III: Actividades realizadas durante la práctica	20
5.1 Descripción del problema	17
5.2 Plan de trabajo.....	26
5.2.1 Descripción de la situación actual y su Diagnóstico	26
5.2.2 Justificación	26
5.2.3 Metodología y Trabajo de Campo	27
5.3 Cronograma de actividades	36
5.4 Descripción detallada de actividades.....	37
6. Propuesta de mejoramiento	39
7. Conclusiones	40
8. Referencias bibliográficas	41
9. Anexos	42

Lista de tablas

Tabla 1. Cronograma de Actividades 37

Lista de gráficos

Gráfico 1. Estructura Organizacional	12
Gráfico 2. Organigrama de la dependencia	17
Gráfico 3. Sectores Empresas	30
Gráfico 4. Conocimiento del programa	31
Gráfico 5. Intencionalidad de contratación	32
Gráfico 6. Componentes del programa	33
Gráfico 7. Habilidades esperadas	56
Gráfico 8. Competencias esperadas	56

1. Introducción

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales es un programa adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas de la Universidad de Córdoba, el cual busca contribuir al desarrollo y crecimiento económico de la región mediante la formación de profesionales integrales con altos valores, actitudes y visión de las empresas en el área de las finanzas y los negocios internacionales, caracterizados por su liderazgo y capacidad de desarrollar habilidades en actividades financieras del orden nacional e internacional, que permitan mejorar los índices de competitividad y la calidad de vida; No obstante, según cifras del ICER (Índice de Coyuntura Económica Regional) se puede evidenciar que el sector exportador de la ciudad no ha sido explotado como se podría esperar, aspecto preocupante teniendo en cuenta que existe un Programa de pregrado universitario enfocado a las Finanzas y el Comercio exterior. Lo anterior permite realizar la conjetura de que no se está aprovechando todo el potencial que tiene la ciudad en cuanto al desarrollo financiero internacional de su sector productivo.

Este programa, busca generar un valor agregado, como distintivo ante la sociedad y como parte activa de la Universidad de Córdoba, por lo que se busca conocer cómo y cuánto está aportando al gremio de las empresas del sector terciario; por lo que se diseñó un cuestionario enfocado a conocer la percepción del sector terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales.

Para el desarrollo de este trabajo, se tomó una muestra de empresas del sector terciario, en dónde se establecieron a cuales se les aplicaría las encuestas, para luego movilizarse donde las mismas y realizar la respectiva actividad, con la cual a través de los resultados obtenidos se buscará encontrar los aspectos académicos y curriculares del Programa que se puedan cambiar, mejorar o reestructurar en aras de atender las necesidades que presente el entorno

empresarial de la Ciudad de Montería, y así proporcionar un crecimiento y mejoramiento constante del Programa, la Facultad y por ende, un reconocimiento a la Universidad de Córdoba en el mundo laboral.

2. Objetivos

GENERAL

- Determinar la percepción de los empresarios del sector terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales.

ESPECIFICOS

- Establecer la población de empresas del sector terciario del departamento de Córdoba y seleccionar aleatoriamente una muestra significativa.
- Aplicar una encuesta a los empresarios correspondientes a la muestra seleccionada de empresas del sector terciario del Departamento de Córdoba.
- Analizar los resultados obtenidos sobre la percepción de los empresarios del sector terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales.

3. Capítulo I: Descripción de la Entidad

3.1 Institución: Universidad de Córdoba

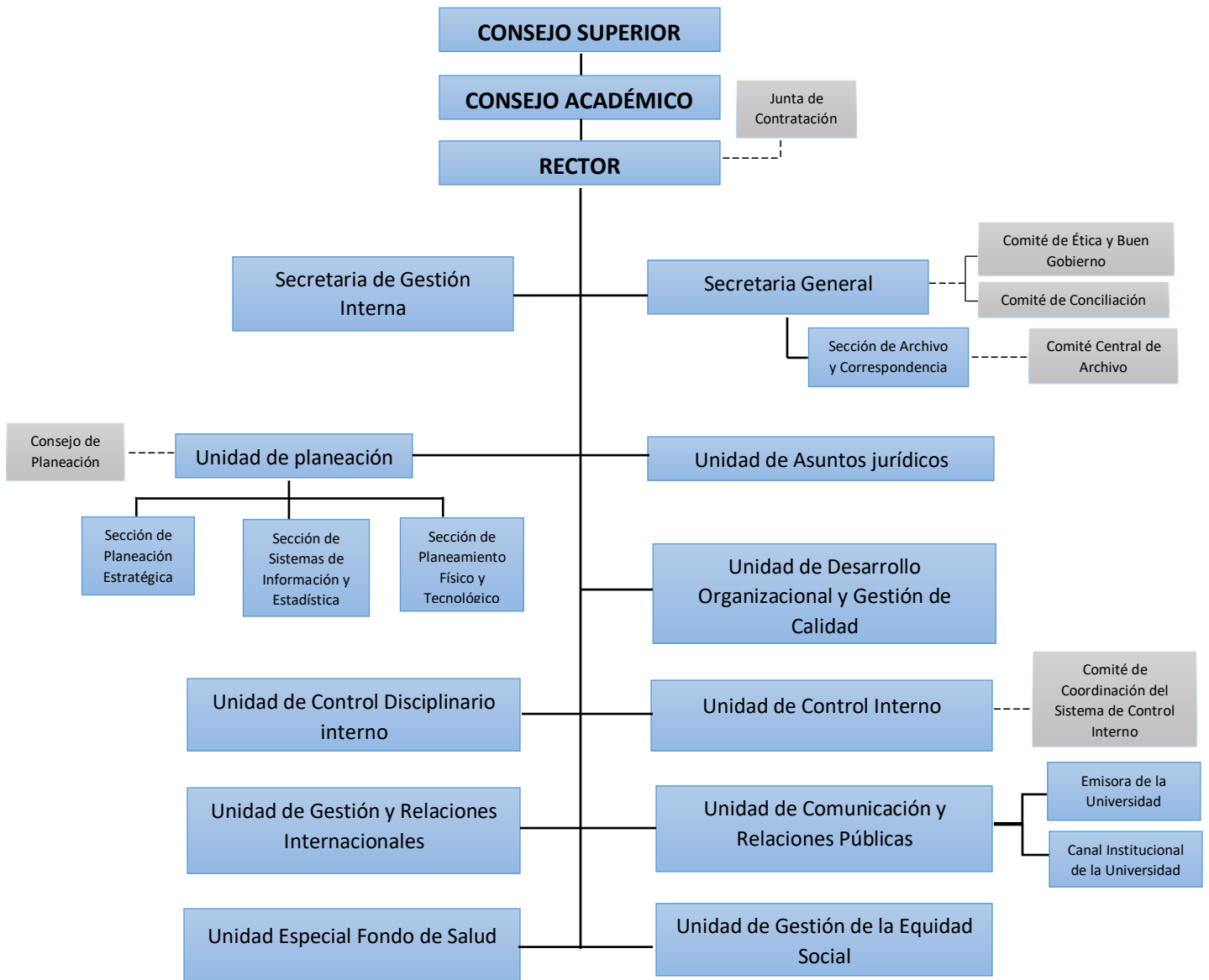
3.1.1 Misión

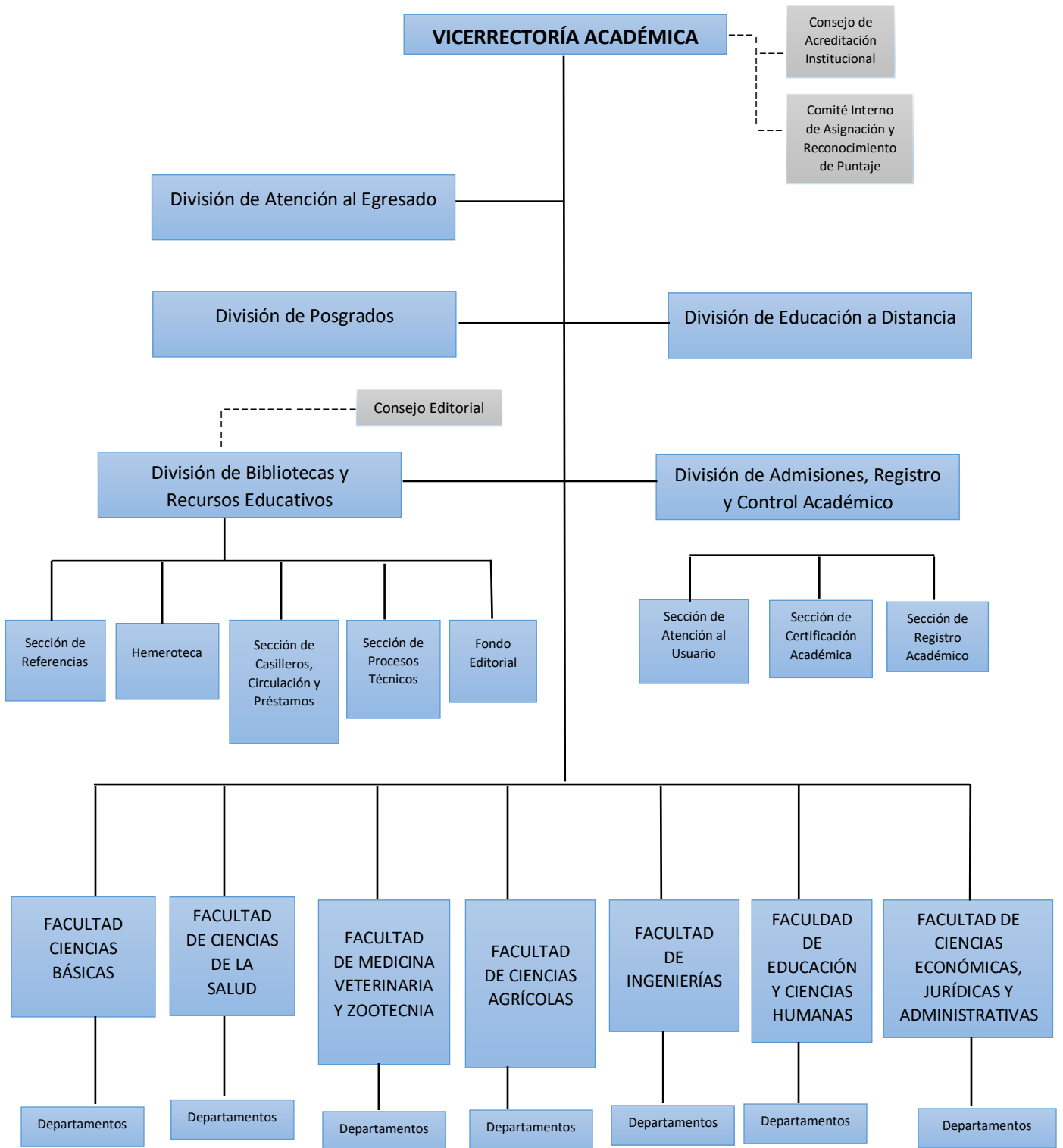
La Universidad de Córdoba es una institución pública de educación superior que forma integralmente personas capaces de interactuar en un mundo globalizado, desde el campo de las ciencias básicas, asociadas a la producción agroindustrial, las ingenierías, las ciencias sociales, humanas, la educación y la salud; genera conocimiento en ciencia, tecnología, arte y cultura y contribuye al desarrollo humano y a la sostenibilidad ambiental de la región y del país. (Universidad de Córdoba, 2006)

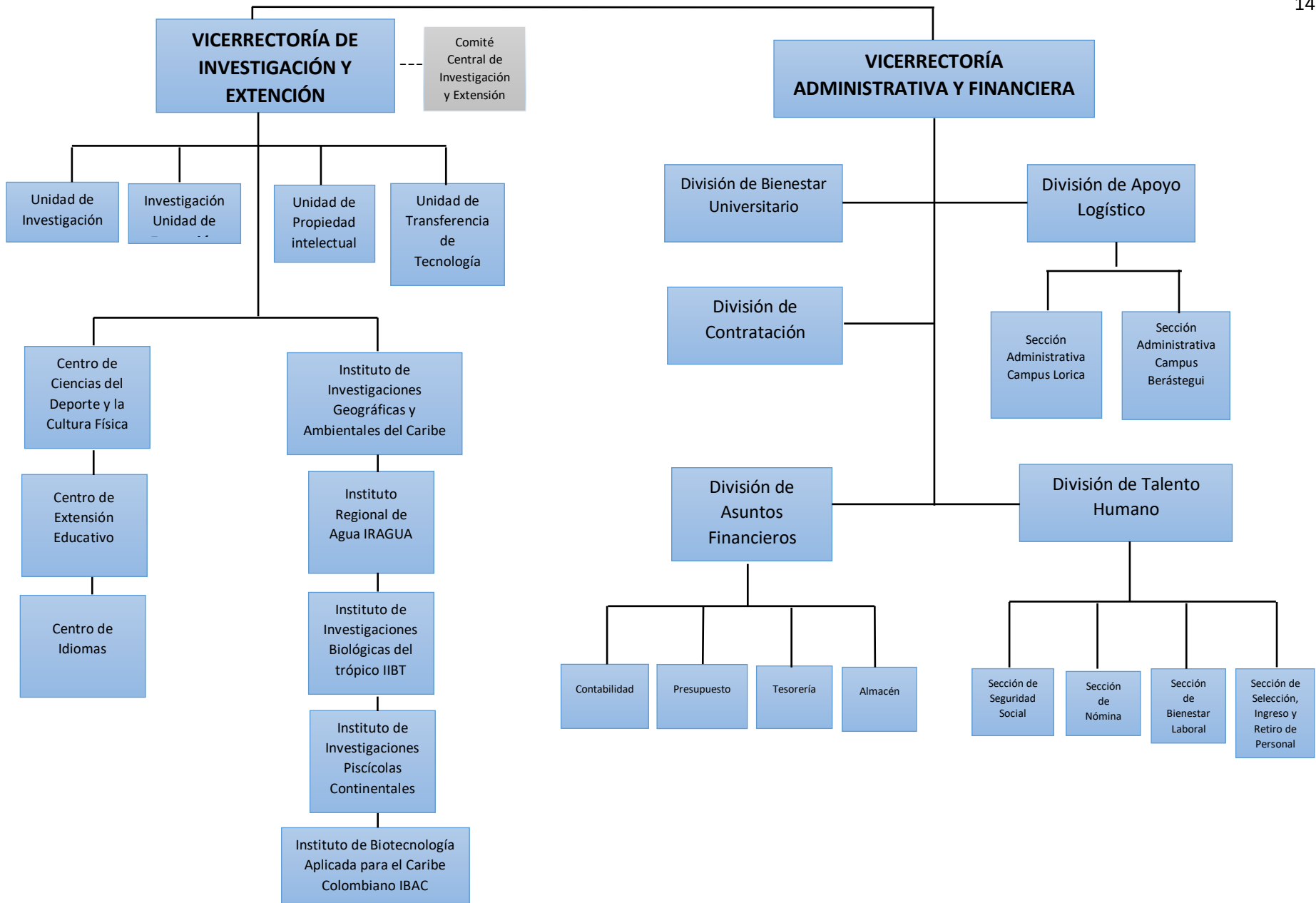
3.1.2 Visión

Ser reconocida como una de las mejores instituciones públicas de educación superior del país por la calidad de sus procesos académicos y de gestión institucional, orientada al mejoramiento de la calidad de vida de la región, mediante la ejecución y aplicación de proyectos de investigación y extensión en cooperación con el sector productivo. (Universidad de Córdoba, 2006)

3.2 Estructura organizacional







Fuente: Universidad de Córdoba

Gráfico 1. Estructura Organizacional

3.3 Actividades de la Entidad

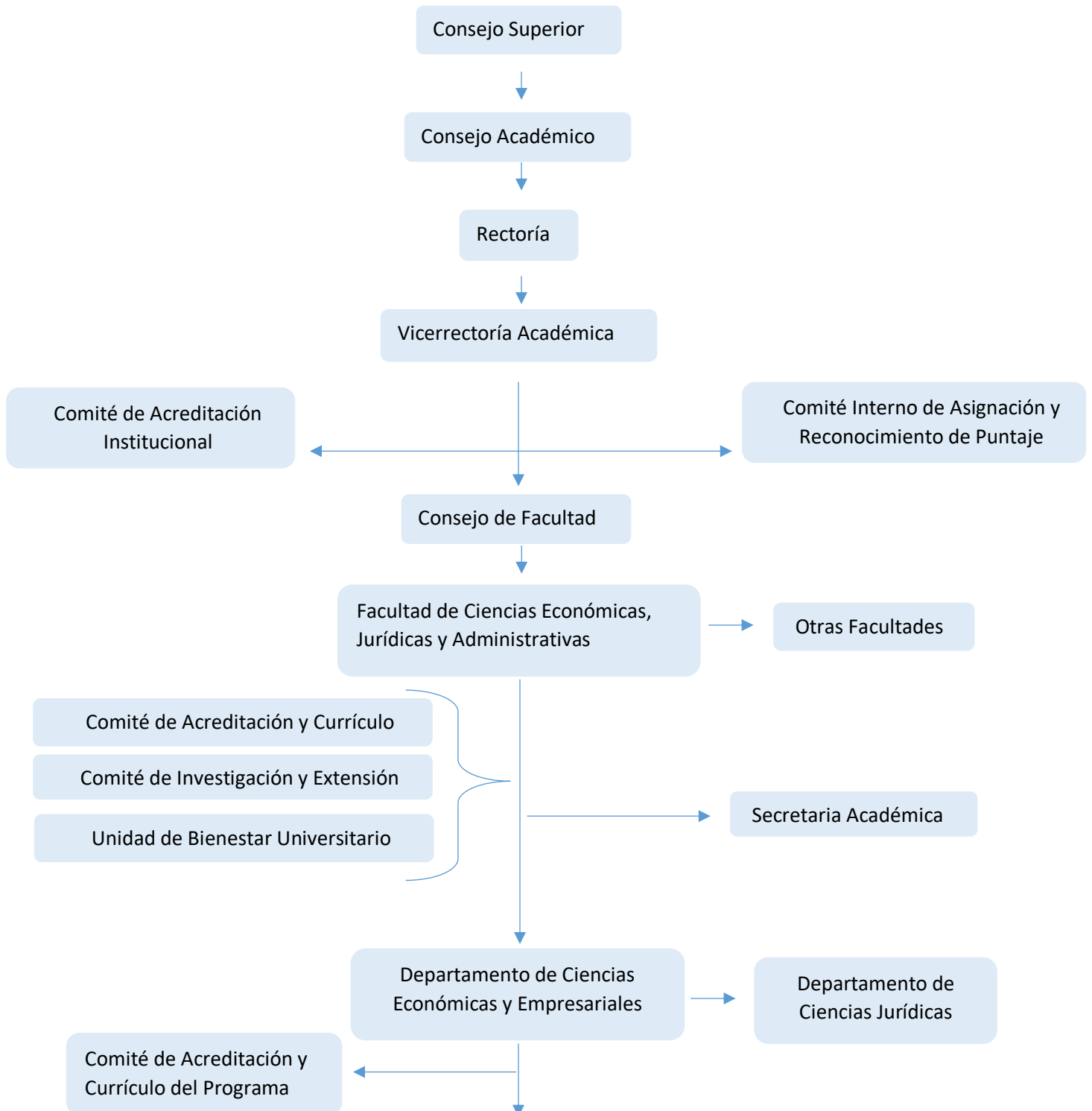
- La Universidad de Córdoba, en su condición de Institución Pública de Educación Superior, responde al compromiso misional de atender la función social de oferta y demanda permanente de formación del recurso humano en el ámbito técnico, tecnológico, profesional y de postgrado con criterios de calidad y excelencia académica, conforme a las exigencias culturales y ambientales de la región y el país.
- La Universidad de Córdoba implementa programas de nivel tecnológico, y organiza sus programas en ciclos propedéuticos, diversificando la oferta en el nivel profesional, a través de las modalidades presenciales y a distancia con el apoyo del componente de educación virtual.
- En su calidad de ente público, la Universidad de Córdoba propicia condiciones que faciliten el ingreso y permanencia de los aspirantes provenientes de los estratos socioeconómicos de menores recursos, bajo los principios de la excelencia académica.
- Ampliar y fortalecer la infraestructura técnica de equipos y laboratorios para el trabajo académico.
- Adecuar las condiciones de la planta física y de los ambientes de estudios.
- Mantener un número de docentes de planta en la Universidad de Córdoba, de acuerdo con las necesidades del desarrollo académico de la institución.
- Adelantar el trabajo de diseño y rediseño curricular en las instancias académicas.
- Capacitar a docentes y estudiantes en investigación y trabajo en equipo.
- Consolidar grupos integrados por docentes y estudiantes dedicados a investigación y/o extensión.

- Proyecto Educativo Institucional – PEI
- Desarrollar programas para fomentar la cultura de conservación del medio ambiente.

Por último, La Universidad de Córdoba tiene como finalidad la formación integral y permanente de hombres y mujeres autónomos, con competencias conceptuales, metodológicas, políticas, éticas, estéticas y de interacción social y cultural; con espíritu crítico – transformador y con una perspectiva sistémica de su proyecto de vida y de su contexto para contribuir al desarrollo sostenible en el ámbito regional, nacional e internacional. (Universidad de Córdoba, PEI, 2006)

4. Capítulo II: Descripción de la dependencia donde realizó la práctica

4.1 Organigrama



4.2 Funciones de

Programa de Administración en Finanzas y
Negocios Internacionales

Gráfico 2. Organigrama de la Dependencia

Fuente: Universidad de Córdoba

- Revisar y evaluar permanentemente los aspectos curriculares del programa, con el fin de mejorar su calidad académica.
- Recepcionar y evaluar conforme a los criterios establecidos por el Consejo Académico las propuestas de Trabajo de Grado.
- Proponer y coordinar las políticas y acciones de acreditación del programa para adoptadas por el Consejo de Facultad, En concordancia con lo establecido en el Artículo Primero Numeral 6 del Acuerdo N° 035 de 2010.
- Examinar y conceptuar la pertinencia y calidad del correspondiente plan de estudios y los criterios curriculares del mismo, En concordancia con lo establecido en el Artículo Primero Numeral 6 del Acuerdo N° 035 de 2010.
- Realizar todas las actividades indispensables para renovación del Registro calificado, la acreditación de calidad del programa y todo lo relacionado con la elaboración, corrección o ajustes de currículo del programa,
- Hacer seguimiento semestral al desarrollo del currículo del programa.
- Conceptuar, ante el Comité de Investigación y Extensión de la Facultad, sobre los proyectos presentados y que son de interés para la actividad curricular del programa.
- Proponer al Consejo de Facultad los perfiles de los docentes que requiere el programa,

- Aprobación de los planes de estudio de cada asignatura o curso, En concordancia con lo señalado en el Artículo del 90 Parágrafo 2° del Acuerdo No. 004 de 2004.
- Conceptuar sobre asuntos curriculares solicitado por otras autoridades Universitarias.
- Elegir el Coordinador del Comité de Acreditación y Currículo del Programa.
- Elegir el representante de los docentes del programa ante el Comité de Investigación y Extensión de la Facultad,
- Acordar las fechas de las reuniones ordinarias. (Consejo Superior, 2016)

5. Capítulo III: Actividades realizadas durante la práctica

5.1 Descripción del Problema

La administración, las finanzas y los negocios internacionales, son tres factores que hoy en día se encuentran inmersos en una gran mayoría de escenarios en el país, desde ámbitos empresariales, sociales, industriales, comerciales, entre muchos más, y esto es debido a que los tres componentes mencionados han tomado con el pasar de los años una gran relevancia en el funcionamiento tanto interno como externo de empresas, entidades, organizaciones, corporaciones, negocios, etc.

El autor Alfonso Ortega Castro define a las Finanzas como: “La disciplina que, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad”. (Castro, 2009)

Siguiendo lo expresado anteriormente por Alfonso Ortega, podemos encontrar que, por ejemplo, las finanzas tienen una gran importancia en cualquier empresa, ya que tiene como objetivo optimizar y lograr la multiplicación del dinero. Por ello, es clave que toda empresa, independientemente de su tamaño, cuente con información oportuna, útil,

clara, relevante y concisa para tomar las mejores decisiones. Y con base en la información con que se cuente, se podrá pronosticar el futuro y se podrá visualizar hacia donde se llevará la empresa, por lo que se requieren de mucha atención y capacidad para poder hacerlo. (Utrilla, 2014)

Por otra parte, se tiene que Hitt, Black y Porter definen la administración como “el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional”. (Hitt, Black, & Porter, 2009)

Con base a lo anterior, se puede afirmar que la administración ocupa un lugar esencial en el desarrollo de una empresa, corporación u organización, puesto que si no se aplicara correctamente el mencionado elemento no, se podrían resolver o solventar las distintas situaciones de adversidad y complejidad tanto dentro como fuera del entorno organizacional, obstaculizando así en gran medida el eficaz y eficiente funcionamiento de cualquier entidad y su respectivo progreso interno y externo.

De igual manera, la negociación internacional es un tema de vital importancia hoy día. La necesidad de incrementar la productividad y posible incursión en otros mercados incentivan a las empresas a modificar los horizontes ya propuestos y a adquirir una mentalidad global. Debido a estas necesidades las empresas buscan gente capacitada que les facilite la inmersión en los mercados foráneos, disminuyendo los riesgos de pérdida y maximizando las oportunidades. (González, 2007) Dicho concepto, tal y cómo se ha visto en la definición anterior permite integrar el posicionamiento y la sostenibilidad en un solo elemento, dando así una visión dinámica y realista del desarrollo de la ventaja competitiva.

Cambiando el enfoque nos centramos en la actualidad económica de la ciudad; La localización privilegiada en el centro del extenso y fértil valle del Sinú convierte a Montería en centro agrícola, ganadero, comercial y turístico. (Ministerio de Comercio y Turismo, 2019)

En la ciudad se cuenta con el Centro de Cultura y de Convenciones de Córdoba, el cual es un escenario moderno y funcional destinado a ser la sede de grandes reuniones nacionales e internacionales.

En el aspecto económico – cultural la ciudad cuenta con importantes ferias y eventos como la Feria Nacional Ganadera, Equina, Agroindustrial y Comercial, el Reinado de la Ganadería, entre otros. Dichas actividades buscan abrir mercados, atrayendo a público de varias regiones del país y del extranjero, dinamizando la economía y promoviendo el desarrollo de la Ciudad y el Departamento.

En el aspecto comercial, Montería reviste un alto grado de importancia, ya que además de atender la demanda de sus propios habitantes, representa el punto de encuentro de la zona rural que la rodea. El aumento de la población y el incremento de sus necesidades han motivado, al igual que en las grandes capitales colombianas, poner en funcionamiento importantes centros comerciales, promoviendo así el proceso de oferta y demanda en la ciudad.

De igual forma, el sector turismo impacta de manera positiva a la economía del departamento de Córdoba y así lo reflejan las cifras de generación de empleo, en el primer semestre de este año. De acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para ese periodo, el departamento registra 263 establecimientos de

alojamiento que tienen alrededor de 5.414 habitaciones y 8.054 camas. Córdoba cuenta con 34 agencias de viajes, seis establecimientos de gastronomía y similares, así como con escenarios para otros servicios que fomentan el desarrollo de esta actividad en la región.

En total, existen 358 prestadores de servicios turístico en el departamento, que generan 1.175 empleos, mientras que solo en Montería hay 149 de ellos, que brindan oportunidades laborales a 710 personas de esta ciudad, evidenciando así todo el potencial que puede ser aprovechado en este campo por el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.

Encontramos que, en el primer semestre de 2019, llegaron 230.076 pasajeros en vuelos nacionales, lo que representó un aumento del 11,01%, comparado con los 207.253 registrados en el mismo periodo del año anterior.

Entre enero a junio de 2019, arribaron a Córdoba 1.439 viajeros extranjeros no residentes, para un aumento del 0,28 %, en comparación con similar tiempo del 2018. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019)

Por otra parte, se reporta un repunte en las exportaciones de productos propios de la región en el departamento de Córdoba durante el primer semestre de 2019, con una cifra de ingresos por US\$270 millones de dólares.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entregó las cifras alentadoras para empresarios de la región durante el Taller Construyendo País número 38 que lideró el presidente Iván Duque en Montería, el pasado sábado 7 de septiembre.

Las cifras revelan que el departamento de Córdoba sigue aumentando sus negocios con mercados extranjeros y señalan que el 11.5% de las exportaciones totales en lo corrido de 2019, es decir, un total de US\$31,1 millones de dólares, corresponden a productos agropecuarios, agroindustriales e industriales, conocidos como bienes no minero energéticos.

De acuerdo con la cartera de comercio, los productos exportados con mayor participación en el departamento son carne bovina refrigerada, apetecida por Jordania y otras naciones en Europa, maderas y tubérculos. El sector de la carne bovina congelada abarcó el 7.5% de las exportaciones del departamento, mientras que madera en bruto el 2.0%.

Desde comienzos de este año los ganaderos de Córdoba vienen haciendo gestiones para llevar su producto hasta Rusia. De hecho, una comisión del Servicio Federal de Control Veterinario de ese país visitó varios hatos en los que corroboró las buenas prácticas sanitarias que permiten desarrollar las relaciones comerciales.

El secretario de Competitividad y Cooperación Internacional de la Gobernación de Córdoba, dijo que este repunte comercial se da en Momentos en que el departamento experimenta nuevas experiencias para fortalecer su economía.

Asimismo, la apertura de la primera ruta aérea entre Montería y Panamá, la inauguración de una nueva sede del Sena en Montelíbano con el apoyo de Cerromatoso y la creación de una nueva agremiación de empresarios bautizada como ProMontería son consideradas alternativas para aumentar la apertura de los nuevos mercados internacionales.

De igual forma, desde la presidencia de la república, el pasado 13 de mayo presentó a consideración de los cordobeses el llamado Pacto por Córdoba, que consiste en una agenda de trabajo para desarrollar planes, programas y políticas públicas que mejoren las condiciones de vida de los cordobeses, pongan orden a las finanzas y le garanticen al departamento un camino de estabilidad, sostenibilidad y emprendimiento en el largo plazo. (Avendaño, 2019)

Teniendo en cuenta lo anterior, se lleva a cabo la actividad en el campo académico que busca proporcionar una respuesta asertiva a las necesidades y carencias que se presentan actualmente en el entorno empresarial del departamento de Córdoba, enfocada a brindar información que permita conocer cuáles son las características, atributos, cualidades, aptitudes, entre otros elementos, que los empresarios del sector terciario requieren en el área de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.

Esto, con el fin de que la Universidad de Córdoba, y más específicamente la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas analice los resultados y lleve a cabo procesos académicos y curriculares que posibiliten la satisfacción de las necesidades encontradas en el entorno empresarial.

5.2 Plan de Trabajo

5.2.1 Descripción de la situación actual y su Diagnóstico

En la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas de la Universidad de Córdoba, no se tiene disponible ningún tipo de documento o registro que permita conocer el impacto social del Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, lo cual dificulta en gran medida reconocer si la oferta que tiene cumple y satisface con la demanda y las necesidades del entorno; razones por las cuales se lleva a cabo la actividad de recolección de información que permita saber de forma más específica cuál es la percepción de los empresarios del sector terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales.

5.2.2 Justificación

La retroalimentación y la autoevaluación no tienen únicamente las funciones de apoyo y soporte en el aprendizaje y la educación, enfocándose exclusivamente en la visión de “feedback”, sino agregando una perspectiva “feedforward”, es decir, no son actividades que solo son para revisar un proceso ya finalizado, detectar y corregir errores o señalar aciertos dentro de este, sino para orientar, apoyar y estimular los procesos de aprendizaje posteriores.

Por lo anterior, se busca que mediante estas encuestas realizadas a las empresas del sector terciario, el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales obtenga un punto de referencia externo que permita conocer de qué forma se puede satisfacer en mayor medida las necesidades de un relevante actor en la sociedad como lo son las empresas del sector terciario, y con base a los resultados el Programa realice una autoevaluación de su proceso educativo con el objetivo de alcanzar una mayor calidad y de conseguir una excelencia académica en cada egresado del Programa, reflejándose en el aumento de la contratación de los graduados en empresas tanto nacionales como internacionales, proporcionando igualmente un mayor reconocimiento a la Universidad de Córdoba, y por ende, al Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.

5.2.3 Metodología y Trabajo de Campo

En este plan de trabajo se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos, la cual fue diseñada con la finalidad de poder determinar cuál es la percepción del sector terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales; Asimismo, la encuesta fue aplicada a las empresas que no cuenten ni hayan contratado con anterioridad graduados del Programa. Se eligieron estas empresas con el fin de obtener objetividad en los resultados, los cuales puedan brindar información provechosa para el estudio.

Para la realización de este trabajo inicialmente se estableció el tamaño de la muestra para así tener la cantidad de empresas a encuestar; la cual se determinó con la siguiente fórmula:

El tamaño de la muestra se puede determinar usando la siguiente formula, la cual fue extraída del libro “Estadística para Administración y Economía”, de los autores David R. Anderson, Dennis J Sweeney y Thomas A. Williams:

$$n = \frac{Z^2 P N P Q}{e^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

Z= Variable de confianza

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

E= Margen de error

Reemplazando la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (45) (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (45-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

n= 40 encuestas

Diseño de la Encuesta

Posteriormente se procedió con la elaboración del cuestionario, el cual cuenta con un número de 14 preguntas que tocan aspectos cualitativos y cuantitativos de la empresa, su estructura consta de preguntas con respuestas cerradas y de selección múltiple; de igual forma las preguntas fueron enfocadas a determinar cuál es la percepción del sector

terciario sobre el perfil profesional que requieren en las áreas de Administración, las Finanzas y los Negocios Internacionales.

Para ver el cuestionario, **Ver Anexo 1.**

Realización de las Encuestas

Luego de diseñar el cuestionario, y tener la muestra a encuestar, se realizó un filtro de las empresas del sector terciario, el cual permitiría establecer las organizaciones que tengan su operación concentrada en alguno de los sectores en crecimiento, como el turismo, la agroindustria o el medio ambiente, entre otras; Esto fundamentado en seguir las tendencias del mercado, estudiando así la demanda del entorno con el objetivo de que el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales pueda satisfacer las necesidades del ámbito empresarial.

Posterior a tener las empresas seleccionadas, se procedió a realizar las encuestas de forma presencial en cada empresa con el administrador o gerente correspondiente.

Tabulación de Resultados

En la siguiente tabulación se analizaron los resultados de las preguntas 3, 4, 9, 10, 11 y 12, fundamentado en que éstas preguntas son las que tienen mayor relevancia al momento de establecer lo que se quiere obtener con la realización del cuestionario; Asimismo, se encuentra el instructivo para la tabulación. **Ver Anexo 2.**

Pregunta 3: ¿A cuál de los siguientes sectores pertenece su empresa?

En el siguiente gráfico se pueden observar el número de empresas por sector que fueron encuestadas, evidenciando un valor mayor en empresas relacionadas con el turismo, el comercio y el medio ambiente, lo cual muestra el gran crecimiento del último tiempo de estos sectores empresariales.

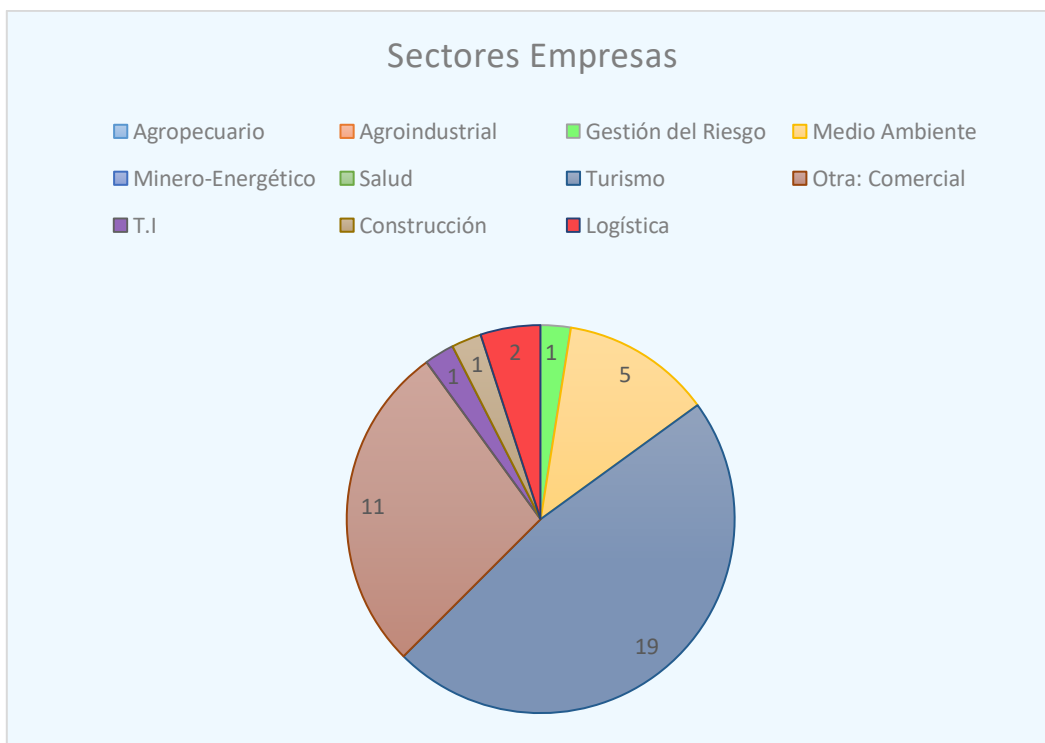


Gráfico 3. Sectores Empresas

Pregunta 4: ¿Conoce o ha tenido alguna información sobre el programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba?

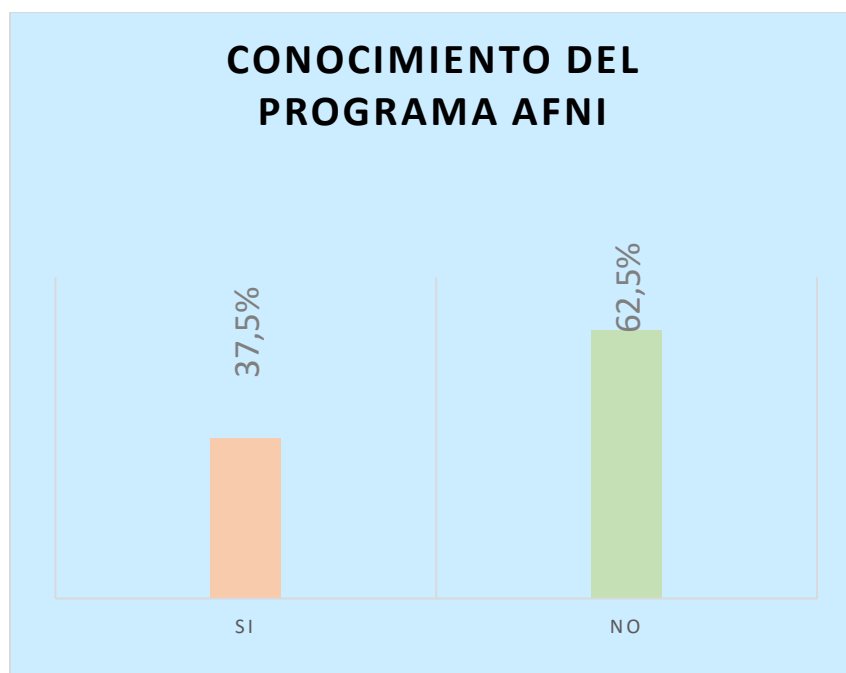


Gráfico 4. Conocimiento del programa

Encontramos que un 37,5% de las empresas encuestadas no tienen conocimiento sobre el Programa, una cifra muy preocupante teniendo en cuenta que, aunque el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales está en funcionamiento desde el año 2009, más de la mitad de las empresas no tienen

conocimiento sobre éste, evidenciando la falta de promoción, publicidad y difusión que ha tenido el programa para con los empresarios del sector terciario de la Ciudad de Montería.

Pregunta 9: ¿Usted tiene pensado, o le gustaría, o necesitará más adelante vincular a su empresa a un profesional de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales?

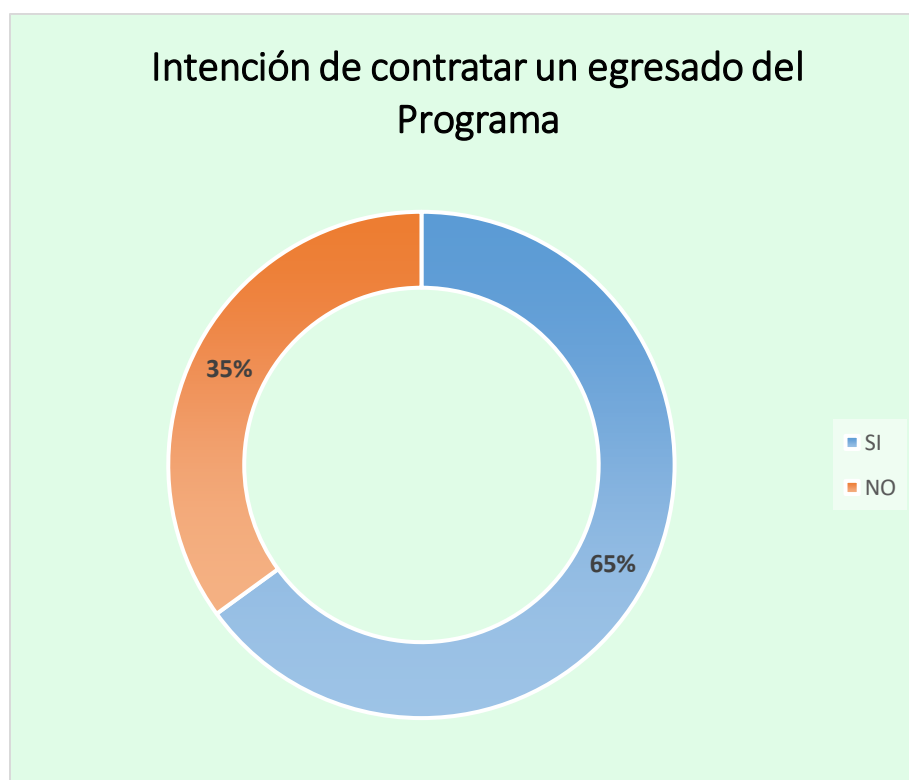


Gráfico 5. Intencionalidad de Contratación

Aquí podemos observar que aún sin tener un amplio reconocimiento el Programa, el 65% de las empresas del sector terciario encuestadas demandan en gran medida

profesionales en el área de la Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, dado que presentan necesidades tanto internas como externas en su organización relacionadas en los campos de Administración, Finanzas o Negocios Internacionales, aspecto que podría ser aprovechado por la Universidad mediante la realización de alianzas estratégicas que impulsen el desarrollo de esta.

Pregunta 10: ¿Para cuál de los tres componentes vincularía el egresado?

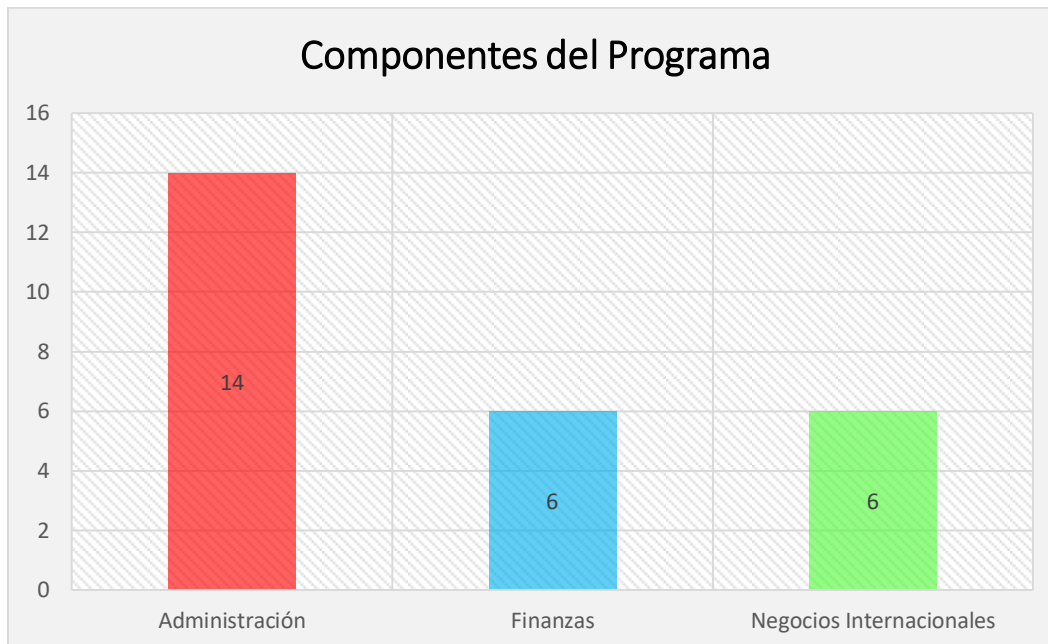


Gráfico 6. Componentes del programa

Se evidencia la necesidad de las empresas de contratar un profesional que su conocimiento teórico y práctico esté enfocado en el área de la administración, atendiendo a los requerimientos de manejo y gestión organizacional de cada empresa, no obstante, no se puede omitir que los componentes de las Finanzas y los Negocios Internacionales presentan resultados interesantes en cuanto a su solicitud, teniendo en cuenta las tendencias internacionales del mercado.

Pregunta 11: ¿Cuáles son las habilidades que buscaría en un egresado del programa?



Gráfico 7. Habilidades esperadas

Se encuentran aspectos bajos, medios y altos, muy poca demanda de habilidades como el comercio internacional, la gestión de proyectos y el desarrollo de la gestión organizacional; aumenta el número en habilidades financieras e idioma extranjero,

demostrando la siempre importante utilización de las finanzas en cualquier entorno empresarial, sin dejar de lado el valor agregado que tienen los profesionales al manejar una segunda lengua. Por último, encontramos los puntos más altos: Liderazgo, Habilidades de Marketing, Habilidades de Negociación y Ventas, lo cual permite dilucidar hacia dónde debería enfocarse el currículo del Programa con el objetivo de generar un mayor impacto positivo en el sector terciario de la Ciudad.

Pregunta 12: ¿Cuáles son las competencias profesionales que buscaría en un egresado del Programa?



Gráfico 8. Competencias Esperadas

Elaboración del Informe																
Otras actividades de apoyo realizadas																

Fuente: Elaboración Propia

5.4 Descripción detallada de las actividades

1. Determinación De La Población De Empresas Del Sector Terciario

Se estableció la población de los empresarios del sector terciario de la Ciudad de Montería.

2. Señalar La Muestra De Empresas Seleccionadas

Se determinó la muestra aleatoria de las empresas del sector terciario a las cuales se les aplicarían las encuestas.

3. Diseño De Encuesta

Se creó el formulario con base a la finalidad del informe, teniendo en cuenta aspectos cualitativos y cuantitativos de las empresas, así como los requerimientos de éstas.

4. Aplicación De Encuestas

Se procedió a realizar las encuestas a las distintas empresas que se seleccionaron, movilizándose hasta su locación y efectuando el cuestionario de forma presencial.

5. Tabulación Y Análisis De Resultados

Luego de haberse efectuado las encuestas, se realizó la tabulación y el respectivo análisis de los resultados.

6. Elaboración Del Informe

Se realizó el informe a la par del inicio de las prácticas, debido a que se deben tener en cuenta aspectos que se manejan durante el tiempo como practicante, así como los resultados y conclusiones obtenidas al concluir la labor dentro de la práctica.

7. Otras Actividades de Apoyo

Se realizaron actividades como el envío de comunicaciones, apoyo administrativo a la secretaria, recepción de formatos de grado, entrega de calificaciones de trabajos de grado, entre otras.

6. Propuesta de Mejoramiento

En el marco de crear un precedente para los futuros semestres, se propone que en el ámbito académico se fortalezca la difusión y el reconocimiento para las empresas del sector terciario del Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, mediante las siguientes actividades:

- Realización de conferencias donde los focos de las invitaciones estén centrados en los empresarios del sector terciario del Departamento de Córdoba, con el fin de promocionar y dar a conocer todo lo relacionado con el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.
- Elaboración de encuestas de forma anual, que permitan conocer cómo y de qué forma ha variado el impacto social en el sector terciario que ha tenido el Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales en el Departamento de Córdoba.
- Revisión del pensum académico, con el objetivo de modificar si es necesario el currículo, con el objetivo de proporcionar las materias o asignaturas adecuadas que

permitan un mayor desarrollo del estudiante y proporcione una mayor satisfacción de las necesidades del entorno empresarial.

- Realización de reuniones con el sector terciario, con la intención de desarrollar proyectos y ejecutar actividades que permitan la proyección del Programa hacia dichos sectores, buscando así fortalecer el vínculo Universidad – Empresa.

7. Conclusiones

En las encuestas realizadas al sector terciario se pudo evidenciar la alta demanda que tienen de profesionales en el área de la Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, sin embargo, manifiestan que debido a los distintos cambios que se presentan en la actualidad, junto a los nuevos problemas que enfrentan dentro de la organización y las variables situaciones del mercado, estos profesionales deben tener características muy dinámicas, acordes con las problemáticas que manejarán en la entidad. Asimismo, se encontró que requieren de profesionales no solo con conocimientos teóricos, sino que puedan desarrollar sus estudios de forma práctica, ya sea con el ingenio y la destreza para desempeñarse en áreas como la de ventas, el uso del análisis crítico-científico de las distintas situaciones que permitan desarrollar planteamientos estratégicos, tácticos y operativos en aspectos de la empresa tanto internos como externos, la aplicación de la lógica y la intuición proporcionada por la experiencia que influya en la capacidad de detectar oportunidades para emprender nuevos negocios o desarrollar nuevos productos.

De igual forma, los empresarios atienden a la variabilidad presentada por los consumidores y el mercado, solicitando así profesionales que se desempeñen de forma eficiente y eficaz en ésta área, utilizando habilidades de marketing, negociación, y que cuenten con un valor agregado como es el del manejo de una segunda o tercera lengua, permitiendo así que se puedan desempeñar en situaciones empresariales con extranjeros.

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesaria la revisión de la malla académica del programa, en busca de establecer lineamientos, cambios, culminación o apertura de nuevos cursos o contenidos que permitan el aprovechamiento al máximo de lo que presenta el entorno, buscando formar profesionales productivos que puedan satisfacer a cabalidad las necesidades expuestas por las empresas del sector terciario.

8. Bibliografía

- Avendaño, G. (9 de Septiembre de 2019). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/exportaciones-crecieron-en-cordoba-en-primer-semester-de-2019-410356>
- Castro, A. O. (28 de Enero de 2009). *Artículos finanzas* . Obtenido de <http://articulosfinanzas.blogspot.com/2009/01/finanzas.html>
- Consejo Superior. (12 de Diciembre de 2016). *Universidad de Córdoba*.
- DANE. (2014). *DANE, información para todos*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/informacion-regional/informe-de-coyuntura-economica-regional-icer>
- DANE. (2018).
- González, J. E. (19 de Marzo de 2007).
- Hitt, Black, & Porter. (29 de Julio de 2009). *Administración en teoría*. Obtenido de <http://administracionenteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>
- ICER, Pág 13. (s.f.). *Informe de Coyuntura Económica Regional*. Obtenido de https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_cordoba_2015.pdf
- Informe de Coyuntura Económica Regional , Pág 21. (s.f.). *ICER*. Obtenido de https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_cordoba_2015.pdf

Informe de Coyuntura Económica Regional, Pág 16. (s.f.). *ICER*. Obtenido de https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_cordoba_2015.pdf

Ministerio de Comercio y Turismo. (s.f.). Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=3b86f9bd-7d31-4725-b0ad-f0c0ceb699f7>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (5 de Septiembre de 2019). Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sector-turistico-de-cordoba-genera-1-175-empleos>

Universidad de Córdoba. (26 de Enero de 2006). *MinEducación*. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-93256.html>

Universidad de Córdoba, PEI. (11 de Enero de 2006). *Universidad de Córdoba* . Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/direccionamiento-estrategico/>

Utrilla, F. J. (04 de 11 de 2014). *Gestiopolis* . Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-de-las-finanzas-y-el-analisis-financiero/>

9. Anexos

ENCUESTA

1. Nombre de la Empresa:
2. ¿Cuál es el tipo de empresa?
Pública ___ Privada ___ Mixta ___
3. ¿A cuál de los siguientes sectores pertenece su empresa?
Agropecuario__ Agroindustrial__ Gestión del Riesgo__ Medio Ambiente__
Minero – Energético__ Salud__ Turismo__ Entidad Gubernamental__
Otra, Cuál:
4. ¿Conoce o ha tenido alguna información sobre el programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba?

Sí ___ No ___
5. ¿Tiene alguna percepción sobre el programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales?

Positiva___ Negativa___ Neutra___
6. ¿Tiene conocimiento o referencia de algún egresado del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales que trabaje en una empresa?

No ____ Sí ____ Cual empresa:

7. ¿Cuántas personas trabajan en su empresa en promedio? R/ _____
8. ¿Indique el número de personas que trabajan en la empresa, según su nivel de estudios? (Puede escoger varios)
 Técnico Profesional ____ Tecnológico ____ Profesional Universitario ____ Bachilleres ____
 Sin estudios medios ____
9. ¿Usted tiene pensado o le gustaría, o necesitará más adelante vincular a su empresa a un profesional de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales?
 SI ____ NO ____
10. Si respondió afirmativamente, ¿para cuál de los tres componentes?
 Administración ____ Finanzas ____ Negocios Internacionales ____
11. ¿De las siguientes habilidades, elija las 3 que considera más importantes y que buscaría en un egresado del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales serían?
 Ventas ____ Idioma extranjero ____ Habilidades de Marketing ____ Habilidades de Negociación ____
 Liderazgo ____ Habilidades Financieras ____ Desarrollo de la Gestión Organizacional ____
 Gestión de Proyectos ____ Comercio Internacional ____
12. De las siguientes competencias profesionales: indique las 3 que considera más importantes y que esperaría que tuviera un egresado del programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.
- Desarrollar un planteamiento estratégico, táctico y operativo ____
 - Interpretar la información contable y financiera para la toma de decisiones ____
 - Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de los recursos financieros ____
 - Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización ____
 - Administrar y desarrollar el talento humano ____
 - Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios o desarrollar nuevos productos ____
 - Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones ____
 - Formular planes de Marketing ____
13. ¿Se brindan alguna de estas oportunidades de desarrollo profesional dentro de la empresa, cuál?
 Diplomados ____ Especializaciones ____ Maestrías ____ Doctorados ____ No se brindan ____

14. ¿Recomendaría la contratación de un egresado del programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales?

Sí ___ No ___ Quizás ___ No lo sé ____

INSTRUCTIVO PARA TABULAR ENCUESTAS

P1. Colocar el nombre de la empresa.

P2. Coloque 1 si la empresa es publica, 2 si es privada y 3 si es mixta.

P3. Colocar del 1 al 9. En caso de ser 9 en la siguiente columna especificar.

P4. Colocar 0 si la respuesta es no, colocar 1 si la respuesta es sí, si la respuesta es no pase a la pregunta 6.

P5. Colocar 0 si la respuesta es negativa, 1 si es positiva y 2 si es neutra.

P6. Colocar 0 si la respuesta es no, 1 si es sí.

P7. Colocar el número de personas que trabajan en la empresa.

P8. Colocar el número correspondiente a la cantidad de cada opción, desde 8A hasta 8E.

P9. Colocar 0 si la respuesta es no, 1 si es sí.

P10. Colocar 1 si la respuesta es Administración, 2 si es Finanzas y 3 si es Negocios Internacionales.

P11. Se colocan los números correspondientes a las tres opciones escogidas, separadas por coma. Los números escogidos van del 1 al 9 que son las respectivas opciones en el orden en que aparecen en el cuestionario.

P12. Se colocan los números correspondientes a las tres opciones escogidas, separadas por coma. Los números escogidos van del 1 al 8 que son las respectivas opciones en el orden en que aparecen en el cuestionario.

P13. Colocar 0 si la respuesta es no se brindan, 1 si la respuesta es diplomados, 2 si es especializaciones, 3 si es maestrías y 4 si es doctorados.

P14. Colocar 1 si la respuesta es sí, 2 si es no, 3 si es quizás y 4 si es no lo sé.

Tabulaciones

Las empresas que están resaltadas con azul son las empresas que no se tuvieron en cuenta para el análisis de los resultados.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	
1	N																				
2	#	P1=NOMBRE	P2	P3	Cual si P3=9	P4	P5	P6	Cual Si P6=1	P7	P8A	P8B	P8C	P8D	P8E	P9	P10	P11	P12	P13	P14
3	1	Agropanorama	2	1		0		0		7		4	2	1		1	2	3,6,8	3,5,7	0	1
4	2	Plastiespumas de Córdoba	2	9	Comercial	0		0		10	2	3		5		1	12,3	3,4,5	14,6	0	1
5	3	Hotel La Casa Dorada	2	7		0		1		8	1	3	2	1	1	1	2	2,4,6	3,6,7	0	4
6	4	Ambielab Ltda	2	4		0		0		10	1	1	7	1		1	1	3,5,7	14,8	1	3
7	5	Coopetraban	2	9	Financiera	1	1	0		12	4	0	8			1	2	15,6	2,3,4	2,3	1
8	6	Cootrasec	2	7		1	2	0		87	7			80		0		3,5,6	14,6	1,2	4
9	7	Sigmplasticos Córdoba	2	9	Comercial	0		0		4			1	3		0		1,3,4	14,8	0	3
10	8	Villegas y Villegas Agroindustrial	2	2		0		0		8				6	2	0		1,4,5	4,5,6	2	4
11	9	Helados Monterrey	2	9	Comercial	0		0		30	2	2	8	18		0		3,7,8	6,7,8	0	1
12	10	Comercializadora Agrohierro	2	2		0		0		9	3		1	5		1	1	3,4,5	2,4,5	0	1
13	11	Hotel Calarca Club	2	7		1	2	0		10	2		2	4	2	1	1	2,3,6	1,5,8	2	1
14	12	Bomberos Montería	1	4		1	1	1		12	3	2		7		1	1	2,5,7	1,5,8	1	1
15	13	Bioresiduos	2	4		0		0		40	10	5	15	5	5	1	2	14,7	14,7	0	1
16	14	Instituto del Riñón de Córdoba	2	4		0		0		34	20		10	4		1	2	4,6,7	1,3,5	2	4
17	15	Aseoservicios	2	4		1	1	1		4			4			0		1,3,6	14,6	0	1
18	16	Truly Nolen Fumigaciones	2	4		0		0		12	4	4	4			1	1	1,3,5	1,3,8	2	1
19	17	Liga de Deportistas de discapacidad física de córdoba - lr	3	3		1	1	0		9	2	3	4			1	1	2,8,9	14,6	1	1
20	18	Diagonal	2	2		0		0		7		1	1	5		0	1	1,2,3	14,6	0	4
21	19	Al Concretos - Garzones	2	2		0		0		20		5	10	5	0	2	2	1,3,6	2,3,7	0	4
22	20	Alimentos Finca SAS	2	2		0		0		150	50	40	40	20		1	1	4,7,9	16,7	1,2,3,4	1
23	21	JV Ingeniería y Construcciones SAS	2	9	Construcción	0		0		20	5	5	10			0		2,4,5	4,5,6	0	1
24	22	Education First EF	2	9	Comercial	0		0		15	5	5	5			1	3	2,3,4	16,8	0	3
25	23	Tigo	2	9	Comercial	1	2	1		60	15	5	40			1	2	1,2,4	4,6,7	0	1
26	24	Brcity E.I	2	9	Tecnología	1	2	1		10		5	5			1	1	1,2,3	2,3,7	4	1
27	25	Gran Fe Agencia de Seguros	2	3		1	2	1		5	4		1			0		2,4,5	1,2,6	0	1
28	26	Hotel Boreal	2	7		0		1		4	1		1	2		1	1	3,5,6	2,3,4	0	3
29	27	Hotel Las Vegas	2	7		1	1	1		20	1		1	16		1	1	5,6,8	2,4,6	0	1
30	28	Hotel La Casa 1	2	7		0		1		8		3		3	2	0		1,3,8	14,8	0	3
31	29	Hotel Gran Diamante	2	7		1	1	1		7	7					1	2	4,5,6	3,5,6	0	1
32	30	Hotel Caribe Real	2	7		0		0		3			2	1		1	3	1,3,9	4,6,8	0	1
33	31	Grupo Empresarial Baroca	2	7		0		0		30		6	6	15	3	1	1	1,2,3	1,3,6	0	1
34	32	Hotel Platinum	2	7		1	2	1		7	2	1	2	2		1	1	3,5,6	2,4,7	0	1
35	33	Hotel Real Capital	2	7		0		0		4	2		1	1		0		1,2,3	4,6,8	0	1
36	34	Agofer SAS	2	9	Comercial	0		0		8	4			1	3	1	1	4,5,7	1,5,6	1,2	1



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
17	15 Aseoservicios	2	4		1	1	1	Banco BBVA	4			4			0		13,6	14,6	0	1
18	16 Trully Nolen Fumigaciones	2	4		0		0		12	4	4	4			1	1	13,5	13,8	2	1
19	17 Liga de Deportistas de discapacidad física de córdoba - Ir	3	3		1	1	0		9	2	3	4			1	1	2,8,9	14,6	1	1
20	18 Diagonal	2	2		0		0		7		1	1	5		0	1	12,3	14,6	0	4
21	19 Al Concretos - Garzones	2	2		0		0		20		5	10	5		0	2	1,3,6	2,3,7	0	4
22	20 Alimentos Finca SAS	2	2		0		0		150	50	40	40	20		1	1	4,7,9	16,7	12,3,4	1
23	21 JV Ingeniería y Construcciones SAS	2	9	Construcción	0		0		20	5	5	10			0		2,4,5	4,5,6	0	1
24	22 Education First EF	2	9	Comercial	0		0		15	5	5	5			1	3	2,3,4	16,8	0	3
25	23 Tigo	2	9	Comercial	1	2	1	Bancolombia	60	15	5	40			1	2	1,2,4	4,6,7	0	1
26	24 Bitcity E.I	2	9	Tecnología	1	2	1	Colpatría	10		5	5			1	1	1,2,3	2,3,7	4	1
27	25 Gran Fe Agencia de Seguros	2	3		1	2	1	Liberty Seguros	5	4		1			0		2,4,5	1,2,6	0	1
28	26 Hotel Boreal	2	7		0		1	Banco Bogotá	4	1		1	2		1	1	3,5,6	2,3,4	0	3
29	27 Hotel Las Vegas	2	7		1	1	1	Proactiva	20	1	1	2	16		1	1	5,6,8	2,4,6	0	1
30	28 Hotel La Casa 1	2	7		0		1	Colpatría	8		3		3	2	0		1,3,8	14,8	0	3
31	29 Hotel Gran Diamante	2	7		1	1	1	Banco Daviviend	7	7					1	2	4,5,6	3,5,6	0	1
32	30 Hotel Caribe Real	2	7		0		0		3			2	1		1	3	1,3,9	4,6,8	0	1
33	31 Grupo Empresarial Baroca	2	7		0		0		30		6	6	15	3	1	1	1,2,3	1,3,6	0	1
34	32 Hotel Platinum	2	7		1	2	1	Banco Caja Soci	7	2	1	2	2		1	1	3,5,6	2,4,7	0	1
35	33 Hotel Real Capital	2	7		0		0		4	2		1	1		0		1,2,3	4,6,8	0	1
36	34 Agofer SAS	2	9	Comercial	0		0		8	4		1	3		1	1	4,5,7	1,5,6	1,2	1
37	35 Ferromateriales Garcés S.A.S	2	9	Comercial	0		0		45	15		5		25	0		14,5	4,5,7	0	3
38	36 Claro	2	9	Comercial	1	1	1	Frigosinú	70	20	10	40			1	1	1,2,3	1,3,8	1	1
39	37 Cabarcas Sarmiento	2	9	Comercial	0		0		4	1		3			1	3	14,5	1,3,4	1,2	1
40	38 Hotel Florida Sinú	2	7		0		0		23		4	5	12	2	1	1	3,6,9	3,6,8	0	1
41	39 Hotel Sabana del Sinú	2	7		0		0		12	8		1	4		1	3	2,3,8	5,6,8	0	4
42	40 Hotel Sama	2	7		0		0		6	4			2		0		3,5,6	3,4,7	0	4
43	41 Easyfly	2	7		0		1	Bancolombia	30	5	5	20			1	1	2,5,7	14,8	2	3
44	42 Centro Empresarial El Triunfo	2	9	Logística	1	1	1	Banco Daviviend	30	6	8	12	4		1	3	2,3,7	14,7	1	1
45	43 Cicloaguila	2	9	Comercial	0		0		15	5	5	5			1	3	14,5	4,7,8	0	1
46	44 Avianca	2	7		1	1	0		30	4	4	16	6		1	1	1,2,5	14,6	0	1
47	45 Bavaria CD	2	9	Logística	1	1	0		200	80	40	50	30		1	3	4,7,8	14,7	2	1
48	46 GHL Hotel	2	7		1	1	0		80	15	30	20	10	5	1	1	2,5,7	4,6,8	2	1
49	47 Winner Group	2	9	Comercial	0		0		60	18	24	15	3		1	1	5,6,7	4,5,8	2	1
50	48 Mac Center	2	9	Comercial	0		0		6	1	1	3	1		0		14,6	1,3,6	0	1
51	49 Amano Mensajería	2	9	Comercial	0		0		15		10	3	2		1	1	5,7,8	2,3,6	0	1
52	50 Hotel Medellín	2	7		0		0		8	1	4	2	1		1	1	2,3,6	2,3,4	0	1

Tabulaciones

