

**Incidencia Socioeconómica En La Trascendencia Generacional De Empresas
Familiares Del Municipio De Acacias, Meta**

Dayan Camila Pulido Rodriguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Programa Administración de Empresas

2023

**Incidencia Socioeconómica En La Trascendencia Generacional De Empresas
Familiares Del Municipio De Acacias, Meta**

Dayan Camila Pulido Rodriguez

Trabajo presentado para optar por el título de Administrador de Empresas

Directora:

Maria Crisalia Gallo Araque

Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Programa Administración de Empresas

2023

Dedicatoria

A Dios, por las capacidades que me ha permitido tener durante el desarrollo de mi carrera y mi vida.

A mamá y papá, porque hicieron hasta lo imposible para que yo alcanzara este sueño.

A mi hermana y mi perrita, por ser fieles compañeras en todas las noches de desvelo.

A mi familia, porque todos en algún momento me dieron una palabra de aliento.

Y a mis personas cercanas, en especial Manuel, Amalfi, Natalia, David, Lorena y Sharith, porque de una u otra manera, hicieron posible que no desfalleciera.

Resumen

En el mundo existe un altísimo porcentaje de empresas familiares que logran hacer un aporte significativo a la economía mundial. En Latinoamérica, según Gómez- Betancourt, G., Ramírez, J. B. B., & Cuervo, N. Z. (2012) estas empresas aportan entre 64% y 75% del PIB. Para Colombia, el porcentaje de empresas familiares alcanza el 86,50%

Este proyecto de investigación pretende identificar la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacías – Meta, el cual hace parte del PIE “Factores que afectan los modelos de las empresas familiares en Acacías (Colombia) y su incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional”, a partir de la identificación de las empresas familiares en el municipio de Acacías determinando sus características y la trascendencia que han tenido o esperan tener, llegando a analizar los factores que inciden en esta trascendencia teniendo en cuenta los factores de administración que aplicaron durante todas las etapas de ciclo de vida de la empresa, y de sus propietarios, contrastando la teoría con la realidad empresarial en estas famiempresas. La metodología se aplicará mediante una investigación analítica descriptiva, en donde se aplicará una encuesta a una muestra poblacional de 200 empresas familiares elegidas por medio de muestreo deliberado o a juicio, de las 4.789 empresas registradas en el municipio de Acacías.

Palabras Clave: Negocio, Empresa, familia, valores sociales, valores morales

Abstract

In world, exists a higher percent of family businesses what makes a significative help to the world economy. In Latin America, as Gómez Betancourt, G; Ramirez, J. B. B;and Cuervo, N. Z. said on (2012) those enterprises help between the 64% and 75% of the PIB. For Colombia, the percent of family businesses reaches 86,50%.

This investigative project pretends to identify the socioeconomic impact on the generational transcendence of the family businesses in Acacias, Meta, and is part of the PIE “Factors what affects the models of the family businesses in Acacias, Colombia and their socioeconomic incidence on the generational transcendence” starting from the identification of the family businesses in Acacias, determining their characteristics and the transcendence what they had or will have, coming to analyze the factors what impacts on this transcendence, taking into account the administrative factors what apply during all the stages of the lifecycle of the enterprise, and of their owners, contrasting the theory with the enterprises reality in this family businesses.

The methodology is applied using a descriptive analytic investigation, where we apply a poll to a population sample of 200 family businesses chosen by a deliberated sampling on trial, from the 4789 businesses registered in Acacias.

Keywords: business, enterprise, family, social values, moral values.

Tabla de contenido

Introducción	9
Planteamiento del problema	11
Pregunta problema:	11
Justificación.....	12
Objetivos	14
Objetivo General	14
Objetivos específicos.....	14
Marco Teórico y Conceptual	15
Empresa familiar	15
Cultura Organizacional	16
Clasificación de empresas familiares	17
Metodología	19
Tipo de investigación	19
Línea de investigación.....	19
Instrumento de recolección de información	19
Resultados	20
Fase uno: Identificación	20
Fase dos: ejecución.....	21
Conclusiones	41
Referencias.....	43

Listado de figuras

Figura 1. Gráfico sectorización de empresas. Fuente. Elaboración Propia.....	21
Figura 2. Gráfico constitución de empresas. Fuente. Elaboración Propia.....	22
Figura 3. Gráfico tipología de la empresa. Fuente. Elaboración Propia.....	22
Figura 4. Gráfico caracterización de empresas familiares. Fuente. Elaboración Propia.....	23
Figura 5. Gráfico cantidad de familiares participantes. Fuente. Elaboración Propia.....	23
Figura 6. Gráfico mujeres de la familia que participan. Fuente. Elaboración Propia.....	24
Figura 7. Gráfico cantidad de hombres que participan. Fuente. Elaboración Propia.....	24
Figura 8. Gráfico nivel de estudio de familias integrantes. Fuente. Elaboración Propia.....	25
Figura 9. Gráfico roles dentro de la empresa. Fuente. Elaboración Propia..... ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 10. Gráfico personas distintas a familia participante. Fuente. Elaboración Propia.....	26
Figura 11. Gráfico personas diferentes a la familia. Fuente. Elaboración Propia.....	27
Figura 12. Gráfico áreas de participación externos. Fuente. Elaboración Propia.....	27
Figura 13. Gráfico tiempo de funcionamiento. Fuente. Elaboración Propia.....	28
Figura 14. Gráfico generación que administra la empresa. Fuente. Elaboración Propia.....	28
Figura 15. Gráfico Trascendencia Generacional. Fuente. Elaboración Propia.....	29
Figura 16. Gráfico de dificultad en la trascendencia. Fuente. Elaboración Propia.....	29
Figura 17. Gráfico factores económicos de afectación. Fuente. Elaboración Propia.....	30
Figura 18. Gráfico afectación por factores sociales. Fuente. Elaboración Propia.....	31
Figura 19. Gráfico afectación por factores familiares. Fuente. Elaboración Propia.....	31
Figura 20. Gráfico consecuencias para el crecimiento. Fuente. Elaboración Propia.....	32
Figura 21. Gráfico contabilidad de actividades diarias. Fuente. Elaboración Propia.....	33
Figura 22. Gráfico importancia de las áreas ya establecidas. Fuente. Elaboración Propia.....	33

Figura 23. Gráfico importancia de estructura administrativa. Fuente. Elaboración Propia.	34
Figura 24. Gráfico importancia de la sistematización. Fuente. Elaboración Propia.	34
Figura 25. Gráfico publicidad y marketing. Fuente. Elaboración Propia.....	35
Figura 26. Gráfico de proyección de metas. Fuente. Elaboración Propia.	35
Figura 27. Gráfico tipos de pago. Fuente. Elaboración Propia.	36
Figura 28. Gráfico de comportamiento de los ingresos. Fuente. Elaboración Propia.	36
Figura 29. Gráfico problemas administrativos. Fuente. Elaboración Propia.	37
Figura 30. Gráfico interés en continuar con la empresa. Fuente. Elaboración Propia.	37
Figura 31. Gráfico proyección de continuidad menor a 10 años. Fuente. Elaboración Propia.	38
Figura 32. Gráfico proyección continuidad mayor a 10 años. Fuente. Elaboración Propia.....	38
Figura 33. Gráfico factores internos de finalización. Fuente. Elaboración Propia.....	39
Figura 34. Gráfico decisión externas de finalización. Fuente. Elaboración Propia.....	39

Introducción

Este proyecto de investigación pretende identificar la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacías – Meta, el cual hace parte del PIE “Factores que afectan los modelos de las empresas familiares en Acacías (Colombia) y su incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional”, a partir de la identificación de las empresas familiares en el municipio de Acacías determinando sus características y la trascendencia que han tenido o esperan tener, llegando a analizar los factores que inciden en esta trascendencia teniendo en cuenta los factores de administración que aplicaron durante todas las etapas de ciclo de vida de la empresa, y de sus propietarios, contrastando la teoría con la realidad empresarial en estas famiempresas.

Esto quiere decir que las familias en el momento en el que se enteran de la llegada de un sucesor, deberán empezar a idear un plan de acción para que este pueda empezar a ver la empresa como su gran oportunidad de negocio de una manera mucho menos compleja y con mayores facilidades que las que tiene crear una empresa desde cero, y además es necesario educar a la nueva generación para tener amor hacia la empresa que está permitiendo su calidad de vida.

Mediante el objetivo general de la investigación, que busca establecer la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacias, Meta, que busca identificar por qué estas empresas deben inculcar valores para poder prevalecer en el tiempo y permitiendo la sostenibilidad de las organizaciones, y las actividades presentadas mediante los objetivos específicos que son: identificar las empresas familiares en el municipio de Acacias, Meta; determinar las características y trascendencia de las empresas familiares en el municipio de Acacias, Meta y analizar los factores que

inciden en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacias, Meta.

Planteamiento del problema

Según estudios, un porcentaje significativo de empresas familiares sufren dificultades de subsistencia en el traspaso de participaciones de una generación a otra, llegando incluso a la desaparición. Como señala Araya, la planificación de la sucesión es crucial para el futuro de estas empresas. Desafortunadamente, pocas empresas se involucran en procesos de planificación de la sucesión, y cuando lo hacen, la planificación suele estar en manos del director general actual. (Araya, 2012).

Por lo tanto, la problemática de la sucesión en las empresas familiares y cómo prevenirla es un factor esencial. La desaparición de las empresas familiares puede ser causada por diferentes factores, como los conflictos familiares que trascienden a problemas de gobierno, problemas de competitividad y rentabilidad, y ahogos financieros que inciden en la aceptación de la nueva generación como posible solución a los problemas de competitividad, pero que se dejan ahogar en los conflictos familiares.

En este sentido, Araya enfatiza en la importancia de promover la transmisión de valores empresariales y familiares antes de la incorporación de los sucesores. La educación y preparación de la siguiente generación debe comenzar desde su nacimiento, promoviendo el desarrollo de valores y actitudes adecuadas para dirigir una organización y una predisposición positiva hacia la empresa. (Araya, 2012).

Pregunta problema:

¿Cuál es la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares?

Justificación

Las empresas familiares son un pilar importante en la economía colombiana, como lo demuestran las estadísticas recientes. Según el estudio de Gómez-Betancourt, Ramírez y Cuervo (2012), en Latinoamérica, estas empresas aportan entre el 64% y el 75% del PIB, mientras que en Colombia, el porcentaje de empresas familiares alcanza el 86,50%. Además, según Colombia Tech Report, citado por la Nota Económica (2022), al menos 1110 empresas familiares surgieron en el país después de la pandemia, lo que incrementó el porcentaje de estas empresas en el país del 86% en 2021 a un número aún mayor.

Sin embargo, aunque estas empresas tienen un papel importante en la economía, muchas no logran trascender a la tercera generación. Según los estudios realizados por KPMG y citados por La Nota Económica (2022), el 62% de estas empresas tiene una generación familiar activa, mientras que el 38% restante reconoce tener más de una generación activa. Es importante destacar que estas empresas enfrentan desafíos únicos que las empresas no familiares no enfrentan, como la gestión de las relaciones familiares, el equilibrio entre las necesidades de la empresa y las necesidades de la familia, y la planificación de la sucesión.

Por lo tanto, el estudio de la trascendencia generacional de las empresas familiares en el municipio de Acacías es importante porque proporcionará información sobre los factores que afectan la capacidad de estas empresas para trascender generacionalmente. Este conocimiento permitirá a los propietarios de las empresas familiares en Acacías y en Colombia en general, tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias para garantizar la continuidad de sus empresas a largo plazo. Además, es importante destacar que las

empresas familiares tienen un impacto significativo en la economía local y nacional, y su desestabilización puede tener efectos adversos en el desarrollo social.

Además de lo mencionado anteriormente, es importante destacar que las empresas familiares tienen un papel crucial en la economía global, ya que según un informe de la consultora PwC, el 80% de las empresas en todo el mundo son familiares, y generan alrededor del 70% del PIB global y emplean alrededor del 50% de la fuerza laboral mundial (PwC, 2021).

Sin embargo, a pesar de su importancia económica, las empresas familiares enfrentan desafíos únicos en comparación con las empresas no familiares, especialmente cuando se trata de la sucesión generacional. Se estima que solo el 30% de las empresas familiares sobreviven a la transición a la segunda generación, y solo el 10% sobreviven a la tercera generación (Forbes, 2021).

Estos datos resaltan la importancia de abordar las dificultades que enfrentan las empresas familiares, especialmente en términos de su continuidad y sostenibilidad a largo plazo. Al hacerlo, se puede mejorar el panorama económico tanto a nivel micro como macro, y evitar los efectos adversos que se derivan de la desestabilización del mercado.

Por lo tanto, el estudio y la implementación de estrategias efectivas para el desarrollo y sostenibilidad de empresas familiares, especialmente en entornos micro como el municipio de Acacias, pueden tener un impacto significativo en la economía y el bienestar social a largo plazo

Objetivos

Objetivo General

Establecer la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacias-Meta.

Objetivos específicos

Identificar las empresas familiares y sus características en el municipio de Acacias – Meta.

Identificar los factores que inciden en la trascendencia generacional de las empresas familiares en el municipio de Acacias – Meta.

Establecer la incidencia de los factores socioeconómicos que determinan la trascendencia generacional de las empresas familiares en el municipio de acacias - Meta

Sugiero el ajuste de los objetivos específicos a estos:

Marco Teórico y Conceptual

Empresa familiar

Burgoa, Herrera y Treviño (2013), citando a Belausteguigoita (2004), definen la Empresa Familiar (EF) como "una organización envuelta por culturas trascendentes y complejas, pues combina atributos de la familia propietaria y de la empresa" (p. 1). Miller, Steier Le Breton-Miller, (2003), citado por Burgoa et al. (2013), señala que el concepto va orientado a una organización diferente a partir de la filosofía, propiedad, negocio y financiamiento, además del relacionamiento entre los miembros. (p. 1).

Por otro lado, según Molina, Botero y Montoya (2016), citando a Dyer (1986), Gallo y Villaseca (1996), Ward y Dolan (1998), entre otros, las características comunes de las empresas familiares son: a) la propiedad de la empresa debe estar mayormente en una familia, b) la gestión tiene participación de la familia propietaria y c) se espera que exista una transferencia generacional. (p.77)

En relación con los valores y la familia, Burgoa, Herrera y Treviño (2013) señalan que las empresas son organizaciones que compiten dentro de un mercado para cumplir y satisfacer a sus clientes y garantizar beneficios para los accionistas mediante administración y trabajo. (p. 2)

En este estudio de empresas familiares, se consideran dos tipos de empresas: las que la familia crea nuevas sucursales, agencias o negocios y las que pasan de familia a sus generaciones. En este último caso, De la Garza et al. (2011), citados por Soto (2011), identifican a los valores de la empresa como infundados por el fundador, y que han sido transmitidos desde la fundación, procurando su paso de generación a generación, haciendo que los estudios señalen la importancia de los valores legados a la empresa por el fundador. (p. 142)

Cultura Organizacional

También es necesario conocer y tener en cuenta lo relacionado con la Cultura Organizacional; según Burgoa, Herrera, & Treviño (2013) citando a Steckel (2006), esta es un conjunto complejo y multidisciplinario de lo que constituye la vida en común de las personas, teniendo en cuenta costumbres sociales y patrones de comportamiento que establece una relación cultural. (pág. 3). Desde lo relacionado con la función de la organización de su trabajo y del tipo de relaciones que establece entre los individuos que la conforman, Rendón (2009) citado por Soto (2011) reconoce la existencia de configuraciones como la organización unitaria, la simple, la departamental, la domiciliaria, la múltiple, la autónoma o en red.

En cuanto a las Empresas Familiares (EF), Daily y Dollinger (1991) citados por Fariños, Martín, & Martínez (2013) encuentran que "las EF son más pequeñas, tienen mayores tasas de quiebra, usan diferentes estrategias y emplean menos sistemas, tiene la particularidad en relación con el capital humano, social y financiero, así como en los objetivos y relaciones que se establecen entre tales recursos" (pág. 204).

Molina, Botero, & Montoya (2016) describen que no hay un consenso en la definición de empresa familiar y describen tres enfoques principales en su definición. Para el presente estudio de investigación, se centra en el segundo enfoque que se basa en la intención (Chua, Chrisman y Sharman, 1999) que es la visión familiar del negocio, además de describir la esencia en cuanto a la finalidad de la familia en el control empresarial, el comportamiento y la visión para crear valor transgeneracional. (Chrisman, Chua y Litz, 2003). Este enfoque se utiliza raramente en los estudios aplicados específicamente en la evaluación del desempeño financiero (Rutherford, Kuratko y Holt, 2008) (pág. 77)

Clasificación de empresas familiares

Según Correa (2010), las empresas familiares se dividen en cuatro factores:

Empresa familiar crítica: son aquellas empresas que tienen una mala administración y no presentan un desempeño económico estable. En Colombia, estas empresas equivalen al 30%.

Empresas familiares astutas: son las empresas que generalmente se han internacionalizado y han mantenido estabilidad económica, pero sus conflictos entre los familiares son altos. En Colombia, estas empresas equivalen al 18%.

Empresa familiar ingenua: son empresas que tienen buena relación familiar, pero son nulas en la innovación y sus estrategias son malas. Se mantienen con una economía estable pero cerrada. Conforman el 34% de las empresas colombianas.

Empresa familiar ideal: son las empresas que tienen una rentabilidad excelente y se manejan muy bien en el mercado. Estas empresas representan el 18% de las empresas en Colombia.

Además, según la revista Semana (2015), a nivel mundial, el 70% de las empresas familiares desaparece en la transición de la primera a la segunda generación, el 20% en la tercera generación y el 7% que logra arribar a la cuarta. El 3% de las sociedades y/o empresas familiares pueden llegar con mucho esfuerzo a la cuarta generación, teniendo en cuenta que las disputas y diferencias entre miembros de la familia involucrados son la causa del fatal desenlace. La renuncia de Ferdinand Piëch, nieto del fundador de Volkswagen, a la presidencia de la junta directiva de la empresa debido a una vieja disputa con su primo Wolfgang Porsche es un ejemplo de ello. (Semana, 2015)

Además, en la página 3 se menciona que una empresa familiar es un ente que pertenece a una persona y con el tiempo pasará a sus hijos y nietos, y que el fundador se

retirá y heredará todo su patrimonio a ellos, lo que llevará a las acciones de la empresa.

En relación a lo que se ha expuesto en la revista *Semana*, un estudio del Instituto de la Empresa Familiar de Colombia para la institución universitaria Ceipa señala que muchas veces las empresas familiares son administradas más con el instinto y experiencia del fundador que con procedimientos racionales. Según el trabajo, la conservación de un negocio familiar es una tarea difícil y crucial para el fundador, ya que es necesario elegir al sucesor, transferir el poder a la generación de relevo y retirarse de la empresa. Este proceso puede llevar más de 10 años y debe fijarse fecha y hora. (Revista *Semana*, 2015)

De acuerdo con Mario Rivas de la revista *Forbes* de México, la falta de planeación y preparación para la sucesión generacional en las empresas familiares mexicanas conduce al 70% de la desaparición de este segmento productivo. Esta situación es preocupante ya que el 90% de las empresas en el país se consideran familiares, y en su mayoría son pequeñas y medianas. (Rivas, 2013)

Acercas del tema, Arias, Jung y Iñaki (2006) señalan que el porcentaje es cada vez más elevado en cuanto a las empresas que dejan de operar pocos años después de iniciar sus actividades, lo que hace un factor importante identificar la evolución en el periodo anterior al cierre para comprender mejor los factores que los llevaron a la salida del mercado. A pesar de la importancia del tema, la literatura que investiga empíricamente los factores asociados al cierre de empresas no es abundante. Según el enfoque de ecología organizacional, del conjunto de empresas que se crean, las que sobreviven y se desarrollan son las mejor capacitadas para competir. (Arias, Jung, & Iñaki, 2006, pág. 39).

Metodología

Tipo de investigación

El proyecto de investigación se desarrollará mediante un tipo de investigación analítica descriptiva, en donde se aplicará una encuesta a una muestra poblacional de 100 empresas familiares elegidas por medio de muestreo deliberado o a juicio y mediante algunos criterios particulares como la ubicación de la empresa en el espacio físico del municipio, el flujo de clientes que este espacio tenga, y que este muestreo será realizado a partir de las 4.789 empresas registradas en el municipio de Acacías según la Cámara de Comercio de Villavicencio. Poder identificar las empresas familiares nos va a permitir mediante el muestreo seleccionado y la aplicación de la encuesta nos llevará a conocer de primera mano cuáles son las empresas familiares, para hacer una inmersión dentro de sus sistemas y responder al objetivo general.

Línea de investigación

La investigación se enmarca en la línea de investigación de la ECACEN: Desarrollo Sostenible y Competitividad, (Desarrollo endógeno).

Instrumento de recolección de información

El instrumento metodológico para la recolección de la información será por medio de la base de datos de la cámara de comercio y una encuesta; el instrumento metodológico para el análisis de la información será por el uso de tablas y de gráficos.

Resultados

Fase uno: Identificación

Acacías cuenta en total con un aproximado de 5.000 empresas que componen el sistema económico, de las cuales se realizó una pre selección para la realización de una primera encuesta que nos permita identificar las empresas familiares del municipio, bajo el criterio principal de la ubicación en la calle más comercial del municipio: la calle 14, la cual en toda su extensión aloja la mayoría de la productividad.

Mediante llamadas, pudimos identificar un total para la muestra de 100 empresas ubicadas en la calle 14 cuya conformación proviene como un negocio familiar, además de la gran acogida con el proyecto y con los estudiantes, ya que han contribuido con su inmediata respuesta. Posteriormente, nos preparamos para realizar un estudio a profundidad de cada una mediante la realización de una encuesta presencial, enfocada en el objetivo general del proyecto, que es establecer la incidencia socioeconómica en la trascendencia generacional de las empresas familiares del municipio de Acacías, Meta, mediante el cumplimiento de tres objetivos específicos que son: identificar las empresas familiares en el municipio de Acacías, Meta; determinar las características y trascendencia de las empresas familiares en el municipio de Acacías, Meta y analizar los factores que inciden en la trascendencia generacional de las empresas familiares en el municipio de Acacías, Meta.

La encuesta se encontraba comprobada por los expertos, garantizando su validez, y fue aplicada durante los meses de noviembre y diciembre de 2022, y enero de 2023, dado que por las festividades, muchas empresas ya no tenían tanta disponibilidad para atender a nuestra solicitud ni a las encuestas. En muchos casos, tuvimos que realizar la encuesta por medio virtual o telefónico para no irrumpir en la actividad comercial.

El proyecto cuenta en la actualidad con un reconocimiento a nivel zonal gracias a las ponencias realizadas durante los últimos dos años en los encuentros zonal, regional y nacional de RedCOLSI, en donde se han obtenido reconocimientos sobresalientes y puntajes por encima del promedio mínimo requerido para la clasificación hacia el siguiente encuentro, en la calidad de propuesta con el semillero de investigación.

Fase dos: ejecución

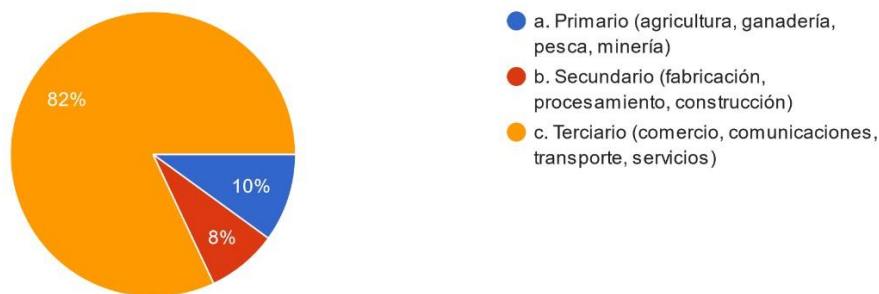
La encuesta podía ser encontrada dentro del link

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdtaAYN2SXyNUsZejtjzuOq3OZOFSsTYOUkA_tZhUfIx85fgw/viewform y como resultados obtuvimos las siguientes respuestas.

Figura 1.

Gráfico sectorización de empresas.

1. El sector al que pertenece la empresa es:
100 respuestas



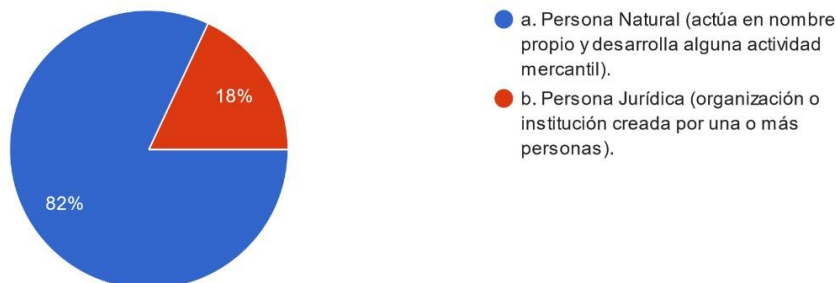
Fuente. Elaboración Propia.

Como primera instancia, nos preguntamos sobre el sector al cual pertenecía la empresa, teniendo en cuenta que en un municipio como Acacías, no existe mucha cantidad de fábricas y/o empresas de transformación de materias primas, y como observamos en los resultados, la mayoría de las empresas se encuentran dentro del sector terciario, dedicado a los servicios y el comercio.

Figura 2.*Gráfico constitución de empresas.*

2. La empresa está constituida cómo:

100 respuestas



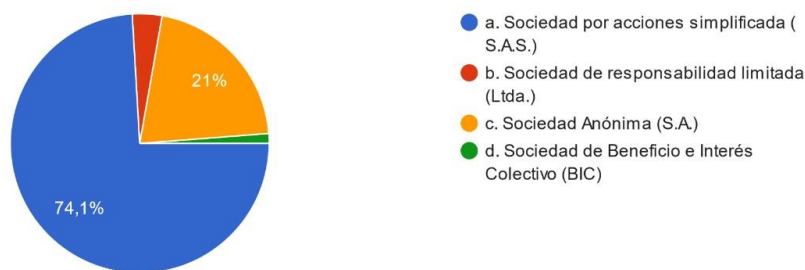
Fuente. Elaboración Propia.

La mayoría de las empresas se encuentran realizadas por personas naturales, demostrando entonces que no se han conformado como grandes sociedades, sino que ha sido una sola persona que quiso crear un negocio.

Figura 3.*Gráfico tipología de la empresa.*

3. Si es persona jurídica, seleccione la tipología de la empresa:

81 respuestas



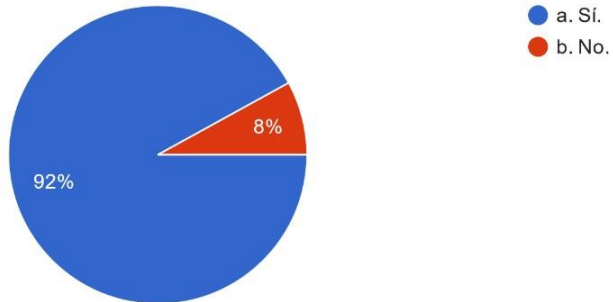
Fuente. Elaboración Propia.

Para los casos de persona jurídica, mayormente se ha optado por el modelo de Sociedad por Acciones Simplificada, que es una figura de sociedad en la que es posible hacer legal que un grupo de personas hagan sus aportes a la empresa y participen de esta, siendo un modelo societario más sencillo y con menos conflictos legales.

Figura 4.

Gráfico caracterización de empresas familiares.

4. La empresa es de carácter familiar:
100 respuestas

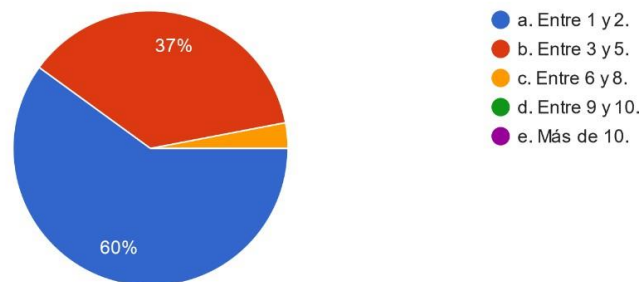


Fuente. Elaboración Propia.

Y esto nos lleva a que el 92% de la muestra se encuentre dentro del segmento de empresas familiares, y que sólo sea un 8% el que se encuentra fuera de la categoría, haciendo que el municipio tenga el ambiente propicio para la ejecución del estudio, y que demuestre las garantías que en la actualidad se tienen para crear empresa y aportar dentro de las economías locales.

Figura 5.*Gráfico cantidad de familiares participantes*

5. Cuántas personas de la familia hacen parte del negocio:
100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

En estas empresas, aproximadamente en el 60% participan entre 1 y 2 personas provenientes de la misma familia, el restante 40% se encuentra entre 3 y 8 personas, es decir que no es del todo necesario que participe una amplia cantidad de personas, porque no

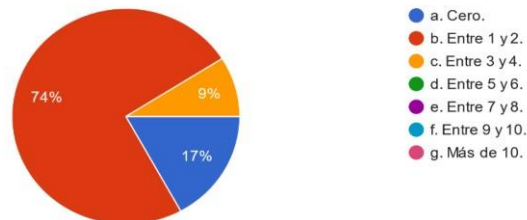
son empresas de gran tamaño.

Figura 6.

Gráfico mujeres de la familia que participan.

6. De las personas de la familia que hacen parte del negocio, cuántas son mujeres:

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

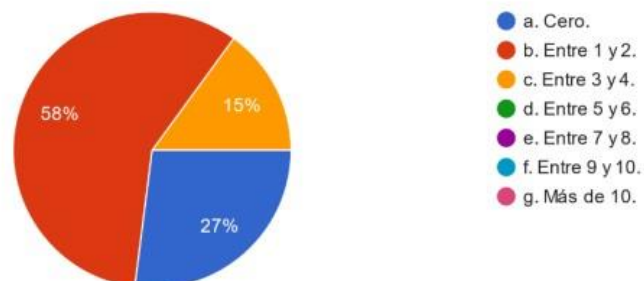
Evidenciamos que el 74% de las empresas indican que entre 1 y 2 mujeres participan dentro de las actividades del negocio, y que un 9% indica que son entre 3 y 4, mujeres, acogiendo la mayoría de las personas que colaboran dentro del negocio. Un 17% por el contrario indica que es de 0 el número de mujeres de la familia que forman parte dentro de las labores de la empresa.

Figura 7.

Gráfico cantidad de hombres que participan.

7. De las personas de la familia que hacen parte del negocio, cuántos son hombres:

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

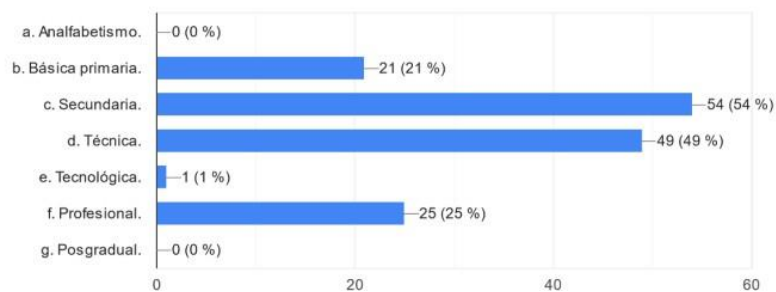
En este caso, evidenciamos que es un 58% de las empresas que cuentan con entre 1 y 2 hombres pertenecientes a la familia que participan dentro del negocio, y es un 15% que indica entre 3 y 4 personas, finalmente un 27% indica que no existe ningún hombre dentro de la familia que participe del negocio. Esto indica una amplia participación femenina dentro de la empresa.

Figura 8.

Gráfico nivel de estudio de familias integrantes.

8. El nivel de estudio de las personas de la familia que hacen parte del negocio es (puede marcar varias opciones):

100 respuestas

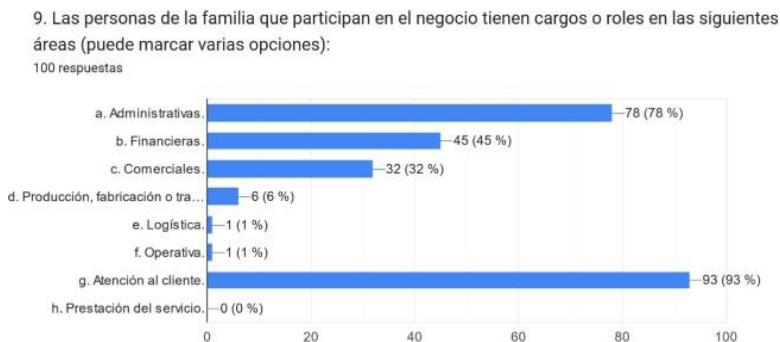


Fuente. Elaboración Propia.

Dentro del cuestionario, conocimos en qué niveles educativos habían estado las personas que actualmente representan las empresas familiares, e identificamos que en su mayoría han cursado hasta educación secundaria, aunque se evidencia un gran número de personas que han efectuado estudios técnicos y profesionales, por lo que podemos deducir un conocimiento básico de la teoría, o un conocimiento a mayor profundidad en el caso del área profesional.

Figura 9.

Gráfico roles dentro de la empresa.



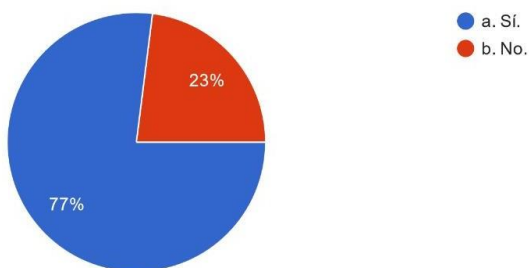
Fuente. Elaboración Propia.

De acuerdo con esta pregunta pudimos identificar que muchos de los negocios se encuentran concentrados en el área de la atención al cliente, pero sin descuidar el área administrativa como fuente de organización, sin embargo, no tienen áreas definidas en el caso de finanzas y comerciales, esto enfocado hacia las personas de la familia que se encuentran colaborando dentro del negocio.

Figura 10.

Gráfico personas distintas a familia participante

10. En el negocio, hay personas distintas a los miembros de la familia:
100 respuestas



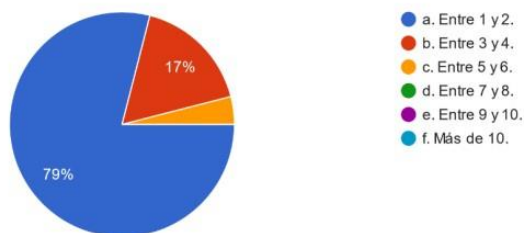
Fuente. Elaboración Propia.

Ahora bien, nos enfocamos dentro de las personas distintas a la familia que colaboran dentro de la empresa, y en esta pregunta encontramos que el 77% de las empresas indican que si existen personas ajenas a la familia dentro de la organización, y que el restante 23% no permitió el ingreso de personas ajenas a la familia dentro de la organización de la empresa.

Figura 11.

Gráfico personas diferentes a la familia

11. Si la respuesta a la pregunta anterior fue sí, cuántas personas diferentes a la familia hay en el negocio:
100 respuestas



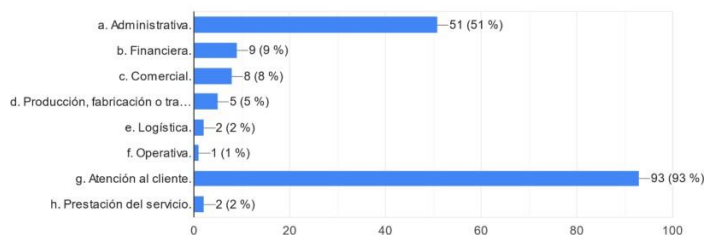
Fuente. Elaboración Propia.

Sin embargo, debemos resaltar que sólo son entre 1 y 2 personas mayormente, esto quiere decir que no se ha permitido el ingreso de una gran cantidad de personas dentro de la empresa, respetando el concepto de empresa familiar, y que en casos es necesaria esta participación por el flujo de trabajo que sucede.

Figura 12.

Gráfico áreas de participación externos.

12. Las personas ajenas a la familia que hacen parte del negocio, en qué área se desempeñan (puede marcar varias opciones):
100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

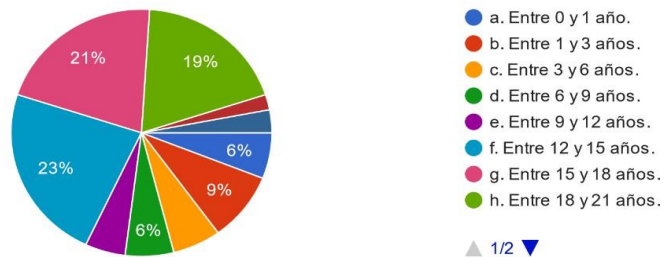
Estas personas son mayormente contratadas para llevar la atención al cliente, dado

que en la mayoría son establecimientos de comercio y que con apenas el personal de la familia que participa no les es suficiente, y el flujo de trabajo es cada vez mayor, sin embargo, evidenciamos que no se permite su participación dentro de las áreas directivas de la empresa.

Figura 13.

Gráfico tiempo de funcionamiento.

13. La empresa, cuántos años lleva en funcionamiento:
100 respuestas



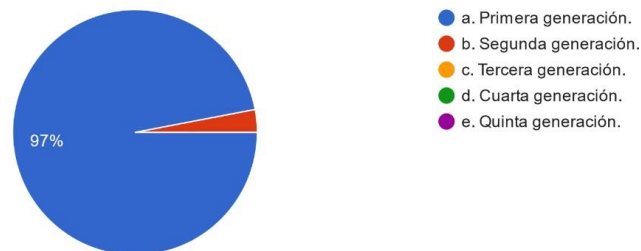
Fuente. Elaboración Propia.

Identificamos una particularidad, y es que la mayoría de las empresas llevan entre 6 y 18 años en el mercado, lo que nos indica un punto positivo dado que pueden considerar una trascendencia generacional por la permanencia del negocio en el mercado, y la necesidad de este.

Figura 14.

Gráfico generación que administra la empresa.

14. La generación que administra o tiene actualmente la empresa es la:
100 respuestas



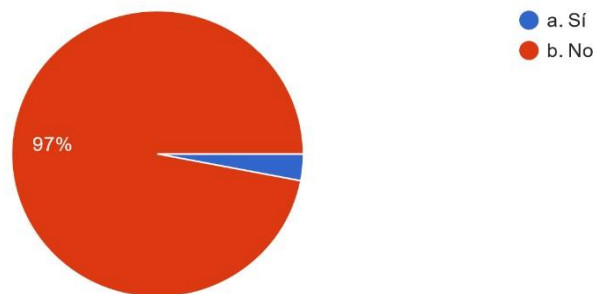
Fuente. Elaboración Propia.

El 97% se encuentran en la primera generación de la familia enfocada en el negocio, quiere decir que aún no se concibe una trascendencia generacional pero que teniendo en cuenta la respuesta a la pregunta anterior, si podemos concebir una posibilidad dentro de las empresas de pasar a segunda generación, cumpliendo con la trascendencia.

Figura 15.

Gráfico Trascendencia Generacional.

15. La empresa ha tenido trascendencia generacional:
100 respuestas



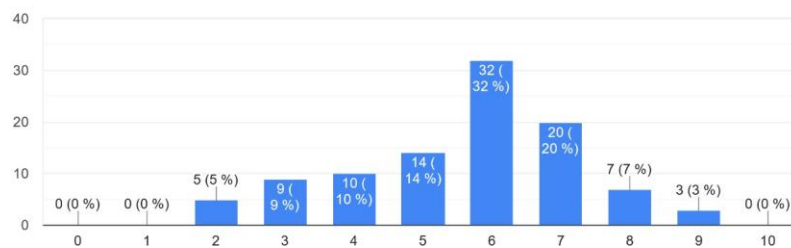
Fuente. Elaboración Propia.

La respuesta a la pregunta anterior se complementa con esta pregunta, en la que se identifica que el 97% de las empresas no ha tenido una trascendencia generacional.

Figura 16.

Gráfico de dificultad en la trascendencia.

16. En la empresa, ha evidenciado factores que dificulten la proyección de la trascendencia generacional en el futuro o, el paso de una generación a otra en el pasado o en la actualidad:
100 respuestas



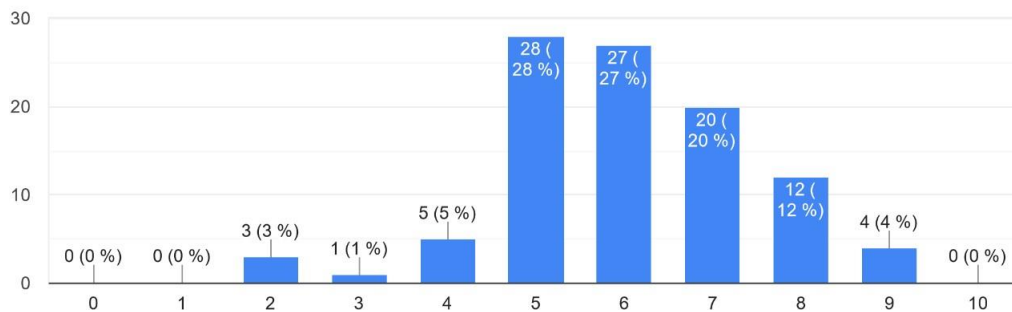
Fuente. Elaboración Propia.

Ahora bien, empezamos a identificar la percepción de los factores que pueden estar impidiendo la trascendencia generacional, y encontramos que la mayoría de los encuestados se encuentra en una posición neutra, pero también encaminada hacia el lado positivo, es decir que han identificado factores que impiden la trascendencia generacional.

Figura 17.

Gráfico factores económicos de afectación

17. Se han presentado factores económicos que afectan la proyección de la trascendencia generacional o de la puesta en marcha de ésta, como...lidad de los productos y/o servicios, entre otros.
100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

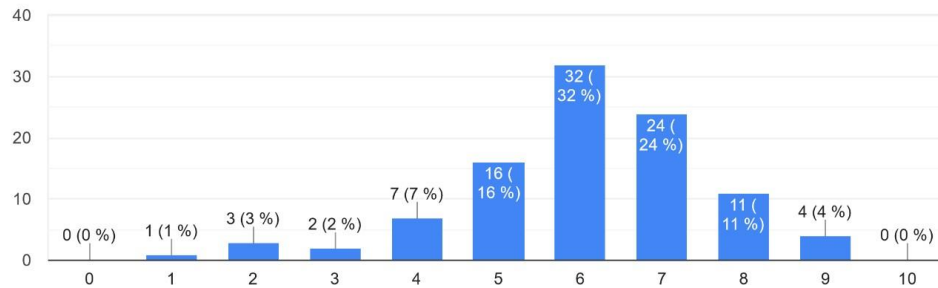
En cuanto al ámbito económico, se preguntó si habían factores relacionados inclusión del capital del negocio en la distribución de la herencia, los créditos se otorgaban al familiar que hizo la sucesión del negocio, pérdidas monetarias por cambio de dueños, disminución de los clientes, disminución de créditos y contacto con los proveedores, disminución de la calidad de los productos y/o servicios, entre otros. La mayoría de los encuestados responde que en efecto es uno de los factores que puede estar afectando la trascendencia generacional.

Figura 18.

Gráfico afectación por factores sociales.

18. Se han presentado factores sociales y/o cualitativos que afecten la proyección de la trascendencia generacional o de la puesta en marcha de los contactos estratégicos para el negocio, entre otros.

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

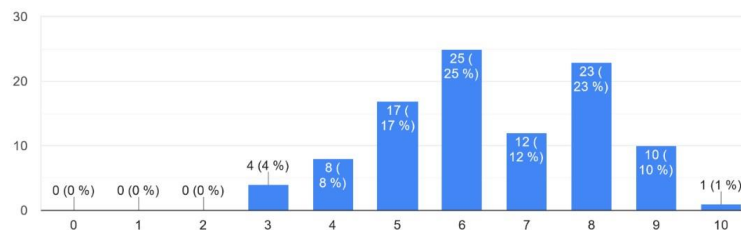
En el ámbito social, preguntamos si los factores estaban relacionados a la pérdida del posicionamiento del negocio en el mercado, presión social, cambio del negocio a otro lugar, pérdida de contactos estratégicos para el negocio, entre otros. Encontramos que la gente opina que aunque no es un factor del todo relevante, si tiene importancia dentro de la decisión de continuar o no con la empresa.

Figura 19.

Gráfico afectación por factores familiares.

19. Se han presentado factores familiares que afecten la proyección de la trascendencia generacional o de la puesta en marcha de ésta, como miembros de la familia, desacuerdos, entre otros.

100 respuestas



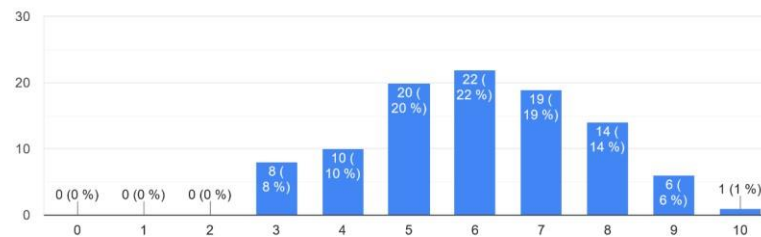
Fuente. Elaboración Propia.

Consultamos información sobre la dificultad para delegar funciones, falta de experticia en el negocio, deseo de la siguiente generación por no continuar con el negocio, diferencias en torno al control y administración del negocio, cambio de domicilio de algunos integrantes de la familia, abuso de confianza entre los miembros de la familia, desacuerdos, entre otros, que son los factores familiares que afectan la proyección de la empresa y la trascendencia, y en este caso, la mayoría de los encuestados menciona que es medianamente relevante, pero no tanto como los dos puntos anteriores.

Figura 20.

Gráfico consecuencias para el crecimiento.

20. Se han evidenciado consecuencias para el crecimiento y buen funcionamiento de la empresa, por la presencia de factores que dificultan la proyección de objetivos y estrategias del negocio, entre otras.
100 respuestas



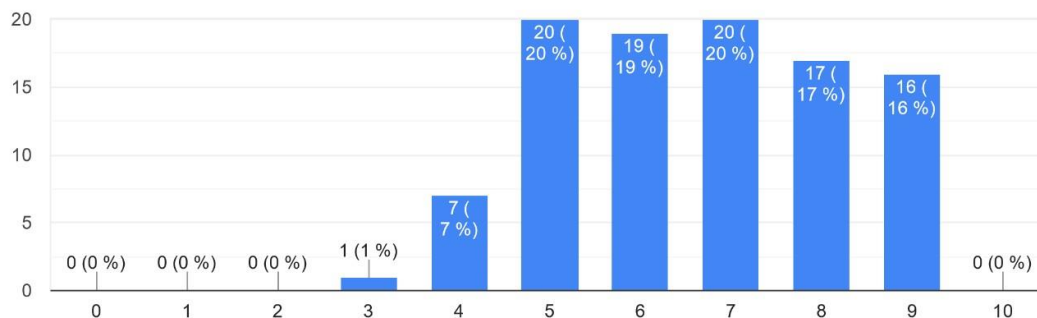
Fuente. Elaboración Propia.

También consultamos las consecuencias que tendría el no poder tener una trascendencia generacional en el negocio, sobre todo las afectaciones en el funcionamiento de la empresa, por ejemplo, disminución del tamaño negocio, proceso de liquidación del negocio, disminución de los ingresos, ingreso de terceras personas al negocio distintas a los miembros de la familia, cambio en los objetivos y estrategias del negocio, entre otras. Los encuestados consideran que en efecto pueden surgir consecuencias respecto a la organización del negocio luego de que no se pueda efectuar la trascendencia generacional.

Figura 21.*Gráfico contabilidad de actividades diarias.*

21. Actualmente llevan contabilidad o registros de sus actividades diarias:

100 respuestas



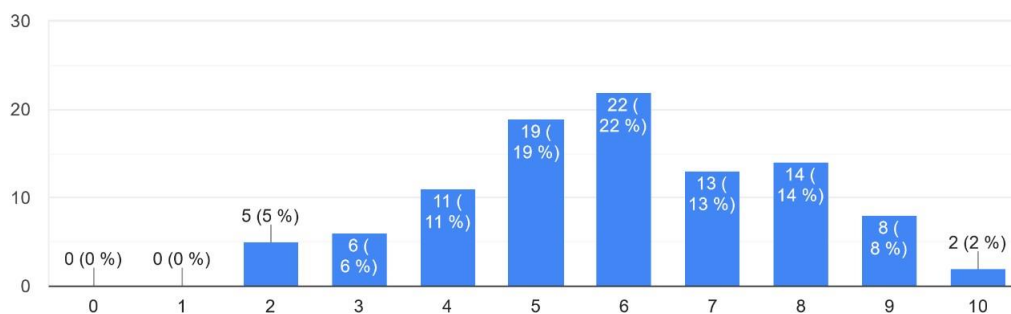
Fuente. Elaboración Propia.

Evidenciamos entonces que aunque si se lleva una contabilidad o registro de las operaciones, no se lleva a profundidad, y esto sólo nos indica una falta de teoría dentro del funcionamiento de la empresa, que puede claramente llevar a que esta entre en crisis por desordenes administrativos y financieros.

Figura 22.*Gráfico importancia de las áreas ya establecidas.*

22. Consideran importante contar con áreas ya establecidas (compras, ventas, contabilidad, servicio al cliente, logística, etc):

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

También mencionan que no es del todo importante tener áreas definidas para cada parte del negocio, lo que lo convierte en un establecimiento de comercio dedicado única y exclusivamente a comercializar, y no enfocado a manera de negocio, en el que sea posible

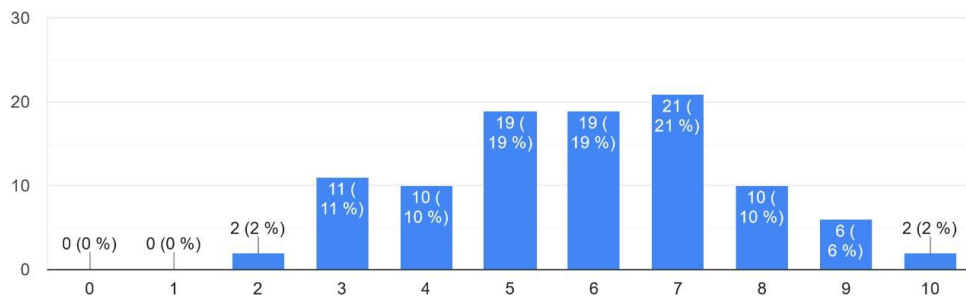
entonces cimentar unas bases para que este pueda trascender con el tiempo.

Figura 23.

Gráfico importancia de estructura administrativa

23. Consideran importante tener una estructura administrativa organizada (misión, visión, organigrama, procesos, procedimientos, etc):

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

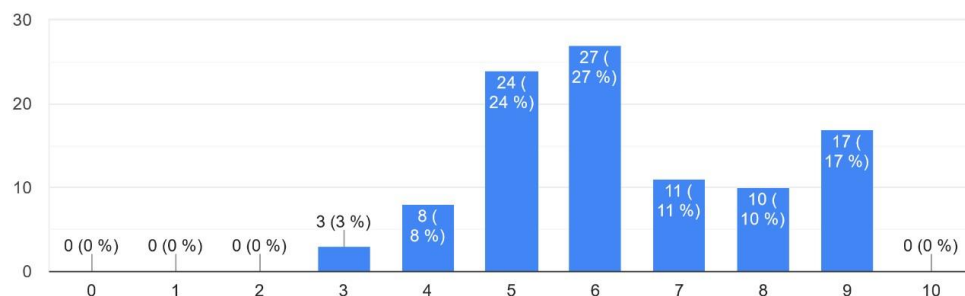
Y teniendo en cuenta la información anterior, identificamos entonces que tampoco consideran del todo importante el tener una estructura administrativa con misión, visión, organigrama, etc. Dado que no lo han considerado necesario dentro de sus labores al ser estas sólo de comercialización.

Figura 24.

Gráfico importancia de la sistematización.

24. Consideran importante contar con algún tipo de sistematización de sus operaciones:

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

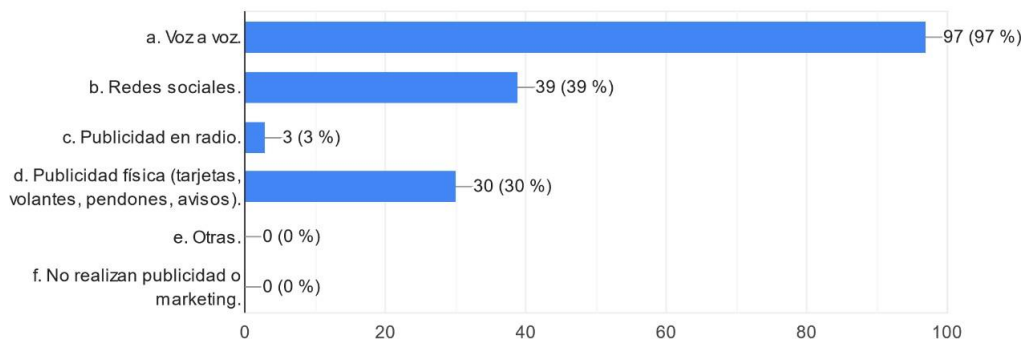
Y tampoco consideran que sea importante sistematizar las operaciones dentro del negocio, porque su esquema administrativo no es del todo complejo, aunque si consideran que les puede alivianar la carga dentro del negocio y brindarles mayor organización.

Figura 25.

Gráfico publicidad y marketing.

25. De qué manera realizan la publicidad o marketing del negocio: (Puede seleccionar varias opciones).

100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

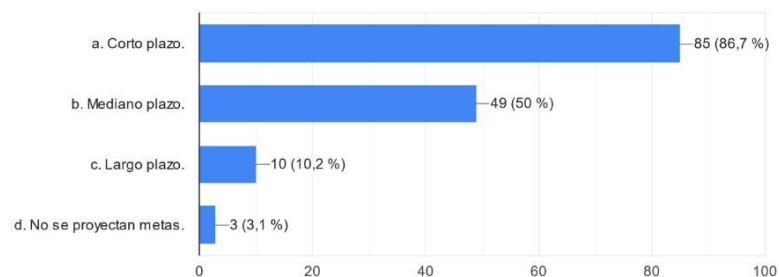
Al ser Acacías un municipio relativamente pequeño en cuanto a extensión territorial y cantidad de habitantes, el medio de marketing más rápido, eficiente y adecuado es el voz a voz, puesto que la información corre mucho más rápido por este medio. En segunda instancia se mencionan las redes sociales, sin embargo no todos en el municipio cuentan con acceso a estas.

Figura 26.

Gráfico de proyección de metas.

26. La empresa proyecta sus metas a (puede seleccionar varias opciones):

98 respuestas

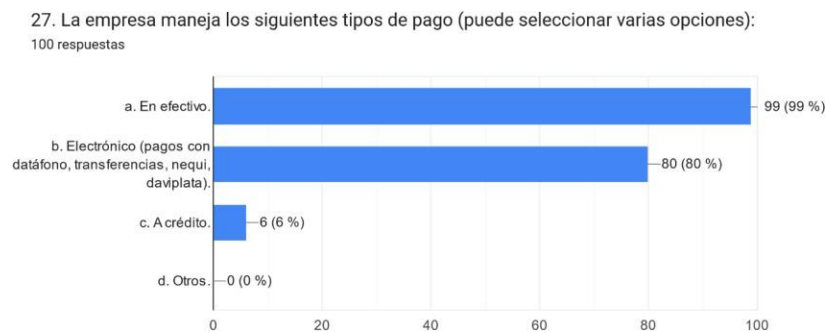


Fuente. Elaboración Propia.

La mayoría de las metas de los negocios se encuentran establecidas a corto plazo, esto por la corta cantidad de tiempo que estas llevan dentro del mercado, y que este al ser más pequeño es mucho más incierto, por lo que no tienen la plena seguridad de que este va a ser eficiente.

Figura 27.

Gráfico tipos de pago.



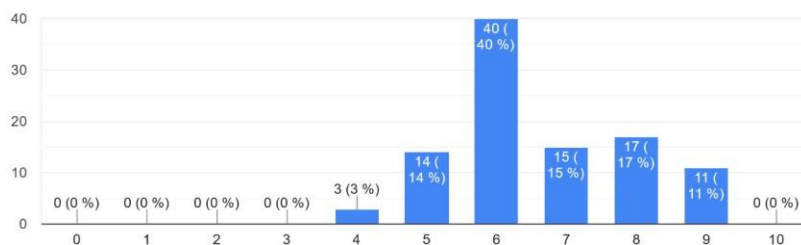
Fuente. Elaboración Propia.

Mayormente, se presenta el pago en efectivo gracias a su rapidez y efectividad, pero en la actualidad, el pago electrónico ha permitido que los negocios puedan tener su dinero mucho más seguro en cuentas de ahorros, disminuyendo el robo y facilitando la vida de los trabajadores.

Figura 28.

Gráfico de comportamiento de los ingresos.

28. Valore el comportamiento de los ingresos de la empresa durante los últimos 6 meses:
100 respuestas



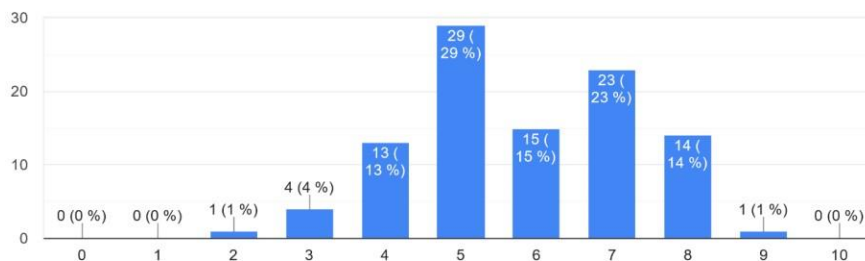
Fuente. Elaboración Propia.

Los negocios han tenido un comportamiento de ingresos medianamente alto, es decir que son negocios con un excelente flujo de trabajo, y que garantiza que estos puedan permanecer en el mercado por una cantidad más grande de tiempo.

Figura 29.

Gráfico problemas administrativos.

29. Considera que se presentan problemas administrativos y/o financieros en su negocio:
100 respuestas



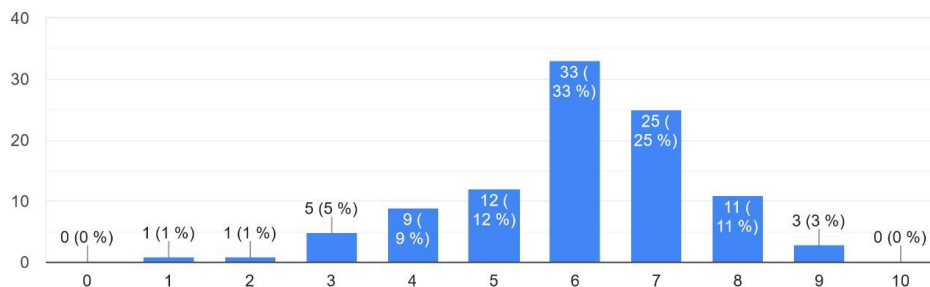
Fuente. Elaboración Propia.

Sin embargo, las empresas familiares del municipio si consideran que existen problemas administrativos y/o financieros en su negocio, y que requieren solucionarlos apoyados dentro de las teorías administrativas, en las que se invita a las empresas a tener bien definidos sus departamentos y sistematizar sus operaciones para fortalecer su operación y que esta permanezca por mucho tiempo en el mercado.

Figura 30.

Gráfico interés en continuar con la empresa.

30. La familia, tiene interés en continuar con la empresa:
100 respuestas

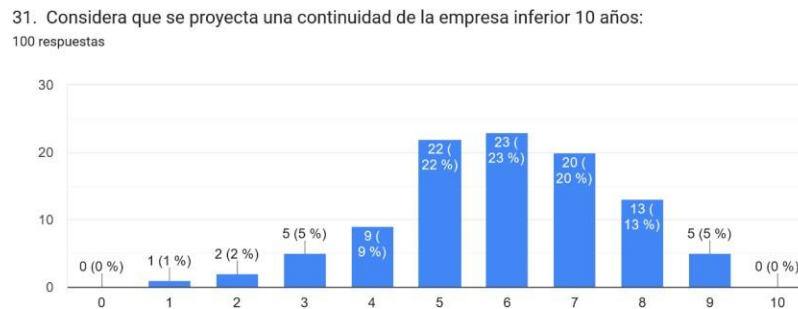


Fuente. Elaboración Propia.

Manifiestan que en efecto, la familia si desea continuar con la empresa, dado que mayormente se concentraron las respuestas en los puntos 5, 6 y 7 de la escala, pero es de prestar atención porque lo ideal sería que se mantuvieran en 9 y 10 para poder tener garantía de una trascendencia generacional.

Figura 31.

Gráfico proyección de continuidad menor a 10 años.



Fuente. Elaboración Propia.

Y de acuerdo con las respuestas anteriores, las empresas se muestran neutrales, o sea que no proyectan una continuidad, pero tampoco descartan la posibilidad de que pueda suceder, prefieren ir sobre la marcha y trazar las metas de acuerdo al tiempo que llevan en el mercado.

Figura 32.

Gráfico proyección continuidad mayor a 10 años.



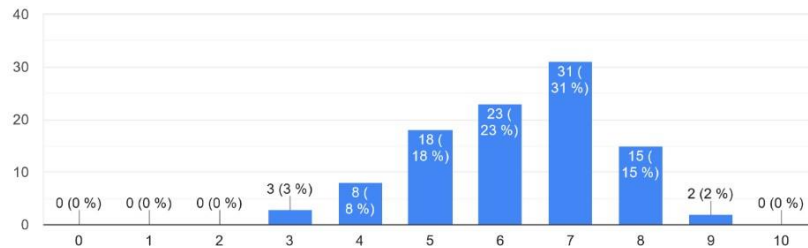
Fuente. Elaboración Propia.

En complemento a lo anterior, identificamos en esta pregunta que aún dentro de la neutralidad se encuentra una leve esperanza de que la empresa pueda trascender en el tiempo y tener una continuidad por más de 10 años.

Figura 33.

Gráfico factores internos de finalización.

33. En caso de que la familia llegue a contemplar no darle continuidad a la empresa en la actualidad o en el corto plazo, la decisión se basa...r el negocio, se tienen muchas deudas, entre otros.
100 respuestas



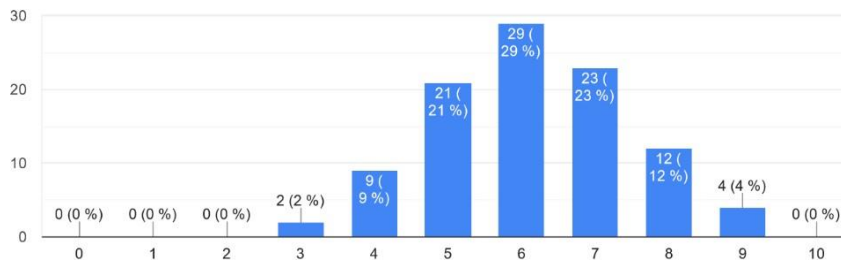
Fuente. Elaboración Propia.

Si el negocio no tuviera continuidad, los encuestados respondieron que en efecto la decisión se basaría en factores internos como por ejemplo, la familia desea liquidar la empresa, los herederos no desean continuar con el negocio, la empresa no está generando resultados positivos, se presentan problemas internos en la empresa, no se cuenta con el capital para continuar el negocio, se tienen muchas deudas, entre otros. Es decir, sería un factor socioeconómico de origen interno.

Figura 34.

Gráfico decisión externas de finalización.

34. En caso de que la familia llegue a contemplar no darle continuidad a la empresa en la actualidad o en el corto plazo, la decisión se basa...as externos que afectan a la empresa, entre otros.
100 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

En el caso externo, la decisión se basaría en factores como por ejemplo, se presenta incremento de la competencia, los costos de la mercancía o de la materia prima han incrementado, se presentan problemas externos que afectan a la empresa, entre otros. Y esto indica entonces que por ambos extremos, las empresas se encuentran pendiendo de un hilo, y la trascendencia generacional se vería afectada.

Conclusiones

Ahora bien, de acuerdo con los objetivos presentados, tenemos presente el segundo objetivo en el que se menciona las características que presentan las empresas familiares dentro del municipio de Acacías, en lo cual encontramos que son empresas mayormente dedicadas al comercio y ubicadas dentro de las calles más comerciales del municipio, lo que permite un flujo constante del comercio. Otra característica entonces de las empresas familiares en Acacías, Meta, es el volumen de empleados que se tiene en cada uno de los negocios, que no es mayor a 10 personas, y que de estas no hay más de dos externas a la familia propietaria, que se encuentran ejecutando labores más comunes, como la de atención al cliente, y no se encuentran en el área administrativa. Finalmente, encontramos que las empresas se encuentran en el mercado por un tiempo mayor a 5 años, y que es posible que muchas de estas ya se encuentren en preparación para una trascendencia generacional porque llevan casi 15 años dentro del mercado, y la segunda generación ya tiene la edad para poder encargarse del negocio.

En cuanto al tercer objetivo, analizamos la incidencia socioeconómica que tiene el municipio y las empresas familiares dentro de la trascendencia generacional. Identificamos que estas empresas tienen un problema en común: falta de planificación. Se han mantenido dentro del mercado por tanto tiempo dado que la labor comercial es importante, sin embargo, no se tiene mucha proyección, y las metas no tienen un plazo máximo a un año, haciendo que no se conciba una trascendencia generacional en la que al menos debería existir una planificación y unas metas fijas hacía diez años o más, en la que se conciba que los futuros herederos empiecen a planificar cómo va a ser su gestión y qué es lo que van a implementar.

Al estar trabajando “sobre la marcha”, estas empresas no aplican los conceptos dentro de las teorías que han fundado las bases de la administración de empresas, entre las que se encuentra la creación de organigramas, departamentos, aplicación del proceso administrativo, sistematización de las operaciones, entre otras herramientas que brinda la teoría para que estas empresas puedan ser estables en el tiempo. Ahora bien, en cuanto a factores socioeconómicos, toma importancia como factor de afectación la situación económica dentro del municipio, y el proceso tan complejo que ahora es poder sacar un crédito siendo joven, por ende cuando los fundadores de la empresa se retiren, no sería tan sencillo poder lograr la financiación, y si adicional a esto afectaran factores sociales como la pérdida del posicionamiento del negocio, el incremento de la competencia en el mercado, el tener que cambiar de lugar de trabajo por factores como la inseguridad, el tamaño del establecimiento o la disminución en los ingresos de la empresa, impide que los nuevos administradores del negocio no puedan mantenerlo en el tiempo y la trascendencia generacional sea un imposible.

Sin embargo, las empresas consideran que aún tienen una luz de esperanza si empiezan a fortalecer los propios procesos mediante la aplicación de la teoría administrativa, y para esto requieren de conocerla, de empezar a aplicarla, teniendo en cuenta que la mayoría de las personas que crearon empresa no contaban con estudios superiores a la educación secundaria, y en algunos casos sólo llegaban a profundizar dentro de la educación técnica, pero no en la educación profesional, que es de las que más brinda conocimientos y bases para que las empresas tengan un mejor manejo dentro de sus negocios.

Referencias

- Araya, L. (2012). El proceso de sucesión en la empresa familiar y su impacto en la organización. <https://es.scribd.com/document/168179850/Dialnet-ElProcesoDeSucesionEnLaEmpresaFamiliarYSuImpactoEn-4004912>
- Arias, A., Jung, A., & Iñaki, P. (2006). Abandono del negocio en empresas de reciente creación. *Perspectiva*, 38-41. <https://www.orquestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/articulos/arias-jung-pena.pdf>
- Barboza, J., Barboza, J., & Rodriguez, M. (2013). Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas. *Investigación Bibliográfica*, 27(60), 83-105.
- Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M. (2003). *The Craft of Research* (2nd ed.). Chicago: The University of Chicago Press. http://sir.spbu.ru/en/programs/master/master_program_in_international_relations/digital_library/Book%20Research%20seminar%20by%20Booth.pdf
- Burgoa, T., Herrera, E., & Treviño, J. (2013). Estudios sobre la administración de empresas familiares en México: principales problemas y retos que enfrentan. *SPENTA Mexico Journal*, 8(2), 1-22. [http://www.spentamexico.org/v8-n2/A1.8\(2\)1-22.pdf](http://www.spentamexico.org/v8-n2/A1.8(2)1-22.pdf)
- Callon, M. (2006). Luchas y negociaciones para definir qué es y qué no es problemático. *La socio-lógica de la traducción. Redes*, 12(23), 105-128.
- Calvo, G., & Vélez, A. (1992). *Análisis de la investigación en la formación de investigadores*. Bogotá: Universidad de la Sabana.

Correa, J. (2010). Empresas familiares.

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/empresas.pdf

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación. (s.f.). Anexo 3-

Descripción rubros, ejemplo de presupuesto.

<https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/pdfs/Catalogo/Anexo%203%20Descripcion%20Rubros.pdf>

Fariños, J., Martín, J., & Martínez, F. (2013). ¿Afectan los valores personales al proceso de internacionalización? *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22(2), 85-91.

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S101968381300036X?token=584D21DF726A7EAED057024B608CB2848B9275EF640A0D5A29009FBD6F098C5282EA74B541644C03B5BB5F1186BE573F>

La Nota Económica. (2022, 4 de junio). Empresas familiares en Colombia: sus principales retos. <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/los-principales-retos-de-las-empresas-familiares-en-colombia/>

Molina, P., Botero, S., & Montoya, A. (2016). *Estudios Gerenciales*.

<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.07.002>

Revista Semana. (2015, 5 de septiembre). Empresas de familia ¿por qué fracasan?

Semana.com <https://www.semana.com/economia/articulo/empresas-familiares-por-que-no-sobreviven/441465-3>

Rivas, M. R. (2013, 17 de julio). ¿Por qué desaparecen las empresas familiares? Forbes.

<https://www.forbes.com.mx/por-que-desaparecen-las-empresas-familiares/>

Semana. (2021, 14 de marzo). ¿Qué les preocupa a las empresas familiares? Semana.com

Últimas Noticias de Colombia y el Mundo.

<https://www.semana.com/economia/articulo/que-les-preocupa-a-las-empresas-familiares/202116/>

Soto, A. (2011). La empresa familiar en México: Situación actual de la investigación.

Universidad Anáhuac. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71213-0](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71213-0)

Turabian, K. (2007). A Manual for Writers of Research Papers, Theses, and Dissertations.

Chicago Style for Students and Researchers (7th ed.). (W. Booth, G. Colomb, & J.

Williams, Eds.) Chicago: The University of Chicago Press. [https://jcs.edu.au/wp-](https://jcs.edu.au/wp-content/uploads/2016/09/A-manual-for-writers-of-research-papers-theses-and-dissertations.pdf)

[content/uploads/2016/09/A-manual-for-writers-of-research-papers-theses-and-dissertations.pdf](https://jcs.edu.au/wp-content/uploads/2016/09/A-manual-for-writers-of-research-papers-theses-and-dissertations.pdf)

Universia Colombia. (s.f.). Listado de empresas en Acacías.

<https://guiaempresas.universia.net.co/localidad/ACACIAS/?qPagina=31>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2008, 22 de agosto). Sello Editorial UNAD.

https://sgeneral.unad.edu.co/images/documentos/consejoSuperior/acuerdos/2008/COSU_ACUE_0006_26082008.pdf

