

**PROYECTO DESARROLLO ECONÓMICO INCLUYENTE EN EL
MUNICIPIO DE PUERTO GAITÁN – META
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO - PROGRAMA MANOS A LA PAZ**



**Universidad
del Cauca**

MARIO FERNANDO FAJARDO ARTEAGA

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYAN - CAUCA**

2017

**PROYECTO DE DESARROLLO ECONÓMICO INCLUYENTE
EN EL MUNICIPIO DE PUERTO GAITÁN – META
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO - PROGRAMA MANOS A LA PAZ**



**Universidad
del Cauca**

MARIO FERNANDO FAJARDO ARTEAGA

Asesor académico:

Magíster Martha Acosta Rangel

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYAN - CAUCA**

2017

DEDICATORIA

En primer lugar, deseo agradecer a Dios y con ello a todas las personas que de una u otra manera creyeron en mí, en mis habilidades y capacidades, para mí es muy grato saber que cuento con seres humanos que me han apoyado de manera incondicional.

Quiero dedicarle este trabajo a mi familia, ellos han sido la inspiración para poder cumplir un objetivo más en mi vida, además me han fundamentado en valores y me han enseñado lecciones sobre la vida y sobre cómo afrontar los malos momentos para poder seguir el camino del bien.

A mis padres. Clara Arteaga, mi madre querida, quién ha confiado en mí, en mis capacidades intelectuales y en mi forma de ser, y mi padre, Sergio Fajardo, por ser el que siempre sostiene que debemos ser positivos ante las adversidades, así lo hice en toda mi carrera profesional. Y a los dos, por ser personas tan especiales conmigo, por su acompañamiento incondicional en los momentos más complicados que se me han presentado en la vida, los amo mucho y los admiro infinitamente por todo lo que aún me siguen enseñando.

A mis hermanos, Ángela y Camilo, que han sido muy solidarios en todos los aspectos de mi vida, los admiro y los valoro mucho porque siempre han querido lo mejor para mí y estaré eternamente agradecido con ellos por valorarme. A mi sobrina Ana Belén, quién ha sido la personita que me ha enseñado que vale la pena seguir luchando por tan bellas personas que encontramos en el camino, pensar en ella me ayudó a salir adelante en los momentos más duros lejos de casa.

También dedico este trabajo a mis tías Luisa Arteaga, Aura Arteaga, Blanca Fajardo y Odilma Fajardo, ellas han estado presentes en los momentos más complicados de mi carrera y de mi vida, ellas han sido un gran respaldo para que pueda culminar mis estudios de pregrado con éxito. A mis demás tíos y primos que han estado pendientes de mí, muchas gracias por ser especiales.

A mis amigos y compañeros de estudio, quiénes han sido mi apoyo académico y, sobretodo, son personas que me han brindado su amistad incondicional, gracias a todos ellos y a sus familias por ser tan bonitos conmigo.

Por último, a la persona que me ayudó a culminar con éxito esta etapa de mi carrera profesional, a la profesora Martha Acosta quien ha estado presente a lo largo de mi formación como Administrador de Empresas y me ayudó a finalizar de la mejor manera posible este trabajo final para poder obtener el título, mi gratitud hacia usted y siempre la recordaré con mucho afecto.

“Para hacerme poderosa solo necesito una cosa, educación”
Malala Yousafzai

RESUMEN

El objetivo principal de la práctica profesional fue el de apoyar a la Oficina de Comité Laboral y Comercial de Puerto Gaitán, oficina adjunta a la Alcaldía de este municipio, con el fin de generar alternativas de empleo en la comunidad.

En primer lugar, se realizó un diagnóstico general a esta oficina mediante un Análisis DOFA para poder determinar cómo se encuentra la oficina en estos momentos en relación a las funciones que realizan y a los diferentes sectores económicos a los que se quiere llegar para poder generar empleo en la comunidad del municipio.

Además, se establecieron relaciones entre PNUD y la alcaldía municipal para implementar un documento que contiene los Lineamientos para una Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento en el municipio de Puerto Gaitán, el objeto final de este objetivo es el de implementar la política pública en el municipio para poder establecer alternativas de empleo de acuerdo a las necesidades y a los recursos que posee el municipio.

Por último, se trabajó en una actividad de tipo social, cultural y económica denominada Mercado Campesino, en la que se realizó una caracterización de los productores que participan en esta actividad de gran interés tanto para productores, consumidores y para la administración municipal. También, a modo de asesoría empresarial u organizacional, se entregó un documento para fortalecer la organización y el mercadeo de la actividad Mercado Campesino.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	3
TABLA DE TABLAS.....	6
TABLA DE ANEXOS.....	7
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	10
2. JUSTIFICACIÓN	11
3. OBJETIVOS	12
3.1 OBJETIVO GENERAL	12
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
CAPÍTULO II: CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	13
4. MARCO TEÓRICO.....	13
5. MARCO CONCEPTUAL.....	16
6. MARCO REFERENCIAL	18
6.1 ASPECTOS DE LA ORGANIZACIÓN	19
CAPÍTULO III: CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA	21
7. CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO.....	21
8. RESULTADOS ESPERADOS	21
9. METODOLOGÍA.....	22
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL TRABAJO	24
10. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL	24
11. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	25
12. LOGROS.....	39
13. LECCIONES APRENDIDAS.....	40
CONCLUSIONES	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS.....	45

TABLA DE TABLAS

Tabla 1: Preguntas orientadoras - Fortalezas	26
Tabla 2: Preguntas Orientadoras - Debilidades	27
Tabla 3: Preguntas Orientadoras - Oportunidades.....	27
Tabla 4: Preguntas Orientadoras - Amenazas	27
Tabla 5: Matriz DOFA - Diagnóstico General	31
Tabla 6: Formato de Caracterización para cada productor de la actividad Mercado Campesino	35
Tabla 7: Encuesta de Satisfacción del Consumidor - Mercado Campesino	36
Tabla 8: Cuadro Resumen Estadístico - Mercado Campesino.....	37

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1: Información recolectada de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas recolectadas en la Oficina de Comité Laboral y Comercial.....	45
Anexo 2: Informe seguimiento e implementación de lineamientos política pública de empleabilidad y emprendimiento (LPPEE) en el municipio de Puerto Gaitán.....	48
Anexo 3: Informe Caracterización de los Productores en los Mercados Campesinos de Puerto Gaitán.....	53
Anexo 4: Propuesta de Mercado Campesino – Organización, Promoción y Fortalecimiento del Mercado Campesino.....	66

INTRODUCCIÓN

Actualmente se conoce que las sociedades, con diferencias importantes entre sí, deben enfrentarse a grandes retos en materia de superación de la pobreza y la desigualdad, a pesar de los avances que se han hecho en materia de desarrollo económico es evidente que los logros alcanzados aún son insuficientes cuando seguimos teniendo diferencias significativas entre las diferentes regiones de nuestro territorio.

Basados en las necesidades de generación de empleo a nivel internacional y en el hecho de que la economía colombiana ha logrado sobrellevar el impacto que ha generado la crisis económica mundial de los últimos años, la fragilidad y la falta de puestos de trabajo cada vez se hace más evidente, en especial en la población más pobre y vulnerable, es así como el tema de empleabilidad se ha clasificado como prioritario dentro del Plan de Desarrollo Nacional¹, el cual prioriza las políticas que generan un mayor y mejor impacto socio-económico para generar enlaces sociales a través de la generación de empleos dignos, la educación y la igualdad de oportunidades, con promoción en participación ciudadana y responsabilidad social.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desde su proyecto de Desarrollo Económico Incluyente (DEI) busca contribuir al cierre de brechas y derribar las barreras que enfrentan los grupos poblacionales en desventaja, esta labor se hace mediante la promoción de la acumulación de capitales, la expansión de las oportunidades de generación de ingresos y empleo, y facilitando el encuentro de la oferta y la demanda del mercado de trabajo. Se basa en políticas y estrategias que potencian las capacidades productivas de los grupos en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad, ampliando sus oportunidades de generación de ingresos y empleo, para que puedan acumular el capital social, económico y humano que les permita ejercer sus derechos como ciudadanos y disfrutar de condiciones de vida aceptables de acuerdo a sus necesidades e intereses.

La gran meta del gobierno de Puerto Gaitán es la de resolver la problemática laboral y generar la recuperación económica real del municipio, para ello el plan de desarrollo municipal quiere motivar e incentivar los sectores de turismo y agroindustria, ya que son los sectores de mayor promisión en la región. Los proyectos turísticos en el

¹ El Plan Nacional de Desarrollo, es el instrumento formal y legal por medio del cual el Gobierno Nacional traza unos objetivos específicos encaminados hacia unos propósitos puntuales de crecimiento a largo plazo para el país. Estos compromisos son definidos mediante estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental adoptadas por el gobierno. Todo este proceso permite una evaluación subsecuente de su gestión, compuesto por un plan de inversiones públicas de orden nacional.

municipio tienen gran interés para los inversionistas quienes consideran que no existen problemas de orden público, se ofrecen mayores garantías a las empresas interesadas en construir complejos turísticos y , además, la riqueza natural que tiene el municipio es un atractivo de gran relevancia, la diversidad de flora y fauna, y las fuentes hídricas hacen que las personas y las empresas se sientan atraídas por el potencial en materias de ecoturismo y etnoturismo que ofrece el denominado “Paraíso Natural”. El municipio también posee grandes extensiones de tierra que permiten tener cultivos abundantes de soya, maíz, caña, caucho, entre otros, y tiene una gran tradición en cuanto al sector pecuario, lo que hace que Puerto Gaitán sea más dinámico y atractivo para diversificarse y explorar aún más en sectores diferentes al de hidrocarburos.

En este sentido, la Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán, mediante la implementación de la ley 1551 de 2012², creó en el 2016 el Comité Laboral y Comercial municipal que tiene como objetivo fundamental generar, bajo los parámetros de ley, el certificado de residencia para con este priorizar dentro del mercado laboral local la mano de obra raizal y, además, ser garantes de los procesos laborales entre empresas y comunidad.

Esta práctica profesional se realiza con el propósito de apoyar la Oficina de Comité Laboral y Comercial del municipio de Puerto Gaitán - Meta con el fin de generar oportunidades de empleo en la comunidad en diferentes sectores económicos con grandes potenciales en esta región del país, generando un impacto positivo en las personas y ayudando a disminuir la pobreza a través de diferentes actividades, aplicando diversas metodologías y concientizando a las personas en que deben apuntar a emprender y crecer en un sector que no sea el de hidrocarburos.

² Ley 1551 de 2012, por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios, tiene como propósito general impulsar programas y actividades de interés público.

CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La oficina de Comité Laboral y Comercial del municipio atiende a la población económicamente activa en busca de condiciones dignas de empleo, su labor es la de priorizar las personas residentes u oriundas del municipio de Puerto Gaitán en cuanto al acceso a los puestos de trabajo que demandan, en su mayoría, las empresas del sector hidrocarburos, organizaciones tanto de exploración como de explotación propias de este sector.

Según el Servicio Público de Empleo los cargos más recurrentes que se demandan dentro del mercado laboral local se encuentran en el sector hidrocarburos, se destacan también cargos de apoyo administrativo y aquellos relacionados con la ejecución de obras civiles, todos con una fuerte relación al sector hidrocarburos, evidenciando la fuerte dependencia laboral de la población a obtener puestos de trabajo en este sector.

Esta alta dependencia a laborar en el sector hidrocarburos y los salarios tan altos que brindan las empresas dedicadas a este sector en el municipio de Puerto Gaitán, Meta son factores fundamentales que hacen que la comunidad de esta región prioricen sus deseos de ocupar puestos de trabajo en empresas petroleras, dejando a los demás sectores económicos relegados y con grandes vacíos en puestos de trabajo que no tienen una remuneración tan elevada y tampoco han implementado estrategias suficientes para dinamizar el mercado de trabajo.

Se hace necesario buscar alternativas de generación de ingresos que no tengan que ver con el sector hidrocarburos ya que así se contribuirá con el desarrollo económico real del municipio.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Generación de alternativas de empleo y aumento de ingresos en la población económicamente activa del municipio de Puerto Gaitán – Meta enfocadas al sector agroindustria y al sector turismo.

2. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de carácter práctico se debe realizar con el fin de fomentar el empleo en la región y aumentar los ingresos en la comunidad, para ello se plantea apoyar la Oficina de Comité Laboral y Comercial y, en este sentido, establecer un plan de trabajo acorde al área de la Administración de Empresas.

Lo primero que se plantea en el plan de trabajo es elaborar un diagnóstico general de la oficina, el cual se enfocará en establecer unas líneas estratégicas de acción para fortalecer el Comité Laboral y Comercial del municipio de Puerto Gaitán. El diagnóstico presentará principalmente las necesidades operativas, de recursos físicos y humanos, tecnológicas, etc., encontradas que impiden un mejor funcionamiento del comité y se realizará en base en una matriz DOFA que permitirá identificar con mayor claridad los aspectos más relevantes dentro del comité, poder encaminar sus objetivos y establecer un plan de trabajo acorde con el plan de desarrollo municipal. Además, es evidente que el deseo de la administración municipal es que sectores como el de la agroindustria y el turismo puedan crecer y, de esta manera, estabilizar un poco la economía de la región y no depender únicamente del sector hidrocarburos.

Así mismo, se plantea un plan de trabajo acorde con el acuerdo de voluntades entre el PNUD y la Alcaldía de Puerto Gaitán en donde se establecen acciones enfocadas a dinamizar proyectos de Desarrollo Económico Incluyente, que además fortalecerán el trabajo del comité laboral del municipio.

Como el comité únicamente está enfocado en la población que desea trabajar en el sector de los hidrocarburos se deben generar alternativas de empleo como los emprendimientos locales, para ellos se brindará capacitaciones en términos de emprendimiento, modelos de negocios, propuesta de valor, ya sean de población urbana o rural.

Se hace necesario brindar apoyo a los Negocios Verdes y a los Mercados Campesinos que existen dentro del municipio de Puerto Gaitán, para generar empleo en la región, dentro de esta propuesta se llevaría a cabo actividades como identificación de este tipo de negocios o empresas, caracterización de los mismos, capacitación a los propietarios de estos negocios que por lo general son pequeños empresarios o productores, implementación de herramientas para generación de modelo de negocios con el Modelo Canvas, acompañamiento y asesoría a los propietarios de este tipo de negocios con el fin de fortalecer a los microempresarios de la región.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Apoyar la Oficina de Comité Laboral y Comercial del municipio de Puerto Gaitán, departamento del Meta, con el fin de generar alternativas de empleo en la comunidad.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico general de la Oficina de Comité Laboral y Comercial municipal.

- Apoyar la socialización e implementación del documento: "Lineamientos de una Política de Empleabilidad y Emprendimiento para el Municipio de Puerto Gaitán, Meta enfocados en el sector Turismo y Agroindustrial".

- Generar alternativas de empleo en el sector rural y urbano del municipio de Puerto Gaitán basadas en propuestas de Mercado Campesino.

CAPÍTULO II: CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

En el presente capítulo se explica lo referente al marco teórico donde exponemos los diferentes conceptos y teorías que sirven como base fundamental para el desarrollo del trabajo. Estas teorías fueron tomadas de diferentes autores, y nos basamos en la influencia que estos han podido tener en temas de la administración de empresas. El marco conceptual nos ayuda a poner en situación algunos términos y/o definiciones que utilizamos para el desarrollo de situaciones específicas sobre la Oficina de Comité Laboral y Comercial y su ambiente interno y externo. En el marco referencial se describe la organización objeto de estudio.

4. MARCO TEÓRICO

Con base en diversos autores consultados, se definirá un marco de definiciones y términos que ayudarán a poner en contexto el plan de trabajo a realizar en la oficina de Comité Laboral y Comercial de Puerto Gaitán, y a partir de estos conceptos poder tener un buen desarrollo del trabajo.

La oficina de Comité Laboral y Comercial hace parte de la Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán – Meta el cual es un ente de carácter público local que se encarga de velar por la protección de los derechos de las personas conforme con las competencias y funciones que en estas competencias le ha asignado la ley. La oficina y la alcaldía en sus deseos de ayudar a la comunidad raizal del municipio hacen intermediación con empresas de la región para que éstas contraten a las personas residentes del municipio pero no solo para el sector hidrocarburos, sino también en el sector agroindustria y en el sector turismo, es por ello que se hace evidente plantear un plan de trabajo acorde a las necesidades del municipio y de las personas, a continuación se hará una referencia teórica de los conceptos que harán parte de ese plan.

En primer lugar la administración municipal ha hecho énfasis en elaborar un **diagnóstico general** de la oficina de Comité Laboral y Comercial, se puede afirmar que, según Jack Fleitman (1997), quién es uno de los principales autores de Teorías y Bases Metodológicas para la realización de un diagnóstico en una organización, el diagnóstico permite estudiar, analizar y evaluar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de las empresas u organizaciones, sirve como instrumento por medio del cual se analiza y evalúa el entorno de una organización, su estructura, sus políticas, en

general la gestión que esta realice. En otras palabras, el **diagnóstico general** evalúa toda la empresa de manera integral, tanto los departamentos como los procesos de la organización, con su realización buscan comprender el rendimiento que tiene la organización, delimitar las oportunidades y conocer las amenazas que presenta la organización dependiendo del entorno en que se desenvuelve.

La herramienta a utilizar para este diagnóstico general será la **Matriz DOFA**, el análisis DOFA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación de una organización determinada. Ponce Talancón (2006), establece que el análisis DOFA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. En general, la matriz DOFA resume los resultados del análisis externo e interno y sirve de base para la formulación de la estrategia.

A partir de la realización de este diagnóstico y con información recolectada previamente se hace evidente el fortalecer la oficina apoyando sectores como el de turismo y agroindustria, la idea es poder generar en algunas personas del municipio herramientas necesarias para poner en marcha los emprendimientos locales.

El **emprendimiento**, según María Formichella (2004), puede definirse como el desarrollo de un proyecto³ que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación⁴. Y Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al **emprendedor** como aquel empresario que es innovador y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Se debe fomentar el emprendimiento tanto en los jóvenes como en las personas adultas que vean en este tipo de negocios un estilo de vida que les permita salir adelante para ello se debe capacitar a estas personas brindándoles apoyo y, de esta manera, que ellas puedan convertir sus ideas en oportunidades de negocios mediante la elaboración de un plan de negocios, una estrategia de mercadeo o un plan financiero para implementar en su negocio.

³ Nassir Sapag Chain define a un proyecto de la siguiente manera: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”

⁴ Según Peter F. Drucker la innovación es “el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.”

Una **idea de negocio** es una solución a un problema, a una necesidad o a un deseo, a través de un producto o servicio, por lo que la solución representa una oportunidad de mercado. Alguien estará dispuesto a pagar por esta solución únicamente si tiene valor para ella, si la persona percibe que el producto o servicio le genera algún beneficio. Según Abraham Maslow las necesidades se relacionan con algo que nos hace falta, mientras que los deseos se relacionan con algo que aspiramos o queremos tener. Maslow estudió las necesidades humanas y las ordenó en una pirámide, es lo que hoy conocemos como la “*Pirámide de Maslow*”⁵, algunas de ellas son importantes oportunidades de mercado.



Cuadro 1: Pirámide de Maslow

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro Fundamentos de Marketing, la **estrategia de mercadeo**⁶ es "la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia". Dicho en otras palabras, el mercadeo son todas las actividades y procesos que se realizan para: crear un producto o servicio de acuerdo con las necesidades de los clientes, comunicar adecuadamente a los clientes a que se dedica la empresa y que productos o servicios se ofrecen, y lograr que compren el producto o servicio y, además, perciban el beneficio o valor que tiene el mismo.

Las **relaciones públicas**, según M. Louis Salleron, son acciones de comunicación estratégica, el fin de estas es mantenerse en contacto con sus diferentes públicos y fortalecer sus relaciones con ellos; además buscan que los públicos tengan una buena imagen de la organización, de modo tal que cuide la relación entre los diferentes actores y la organización. En el sector público, las relaciones públicas⁷ deben brindar información a su público interno y externo acerca de los proyectos y actividades del Poder Ejecutivo

⁵ Adaptado de: Abraham Maslow Publications (2014). www.maslow.com

⁶ Tomado y adaptado del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall.

⁷ Tomado y adaptado del blog: <http://mariaelenacastro.blogspot.com.co/2010/03/la-importancia-de-las-relaciones.html>

y sus funcionarios. Las relaciones públicas son importantes para el éxito de los proyectos gubernamentales, las instituciones de carácter público tienen la tarea de comunicar a la sociedad de manera efectiva las acciones y éxitos de los diferentes proyectos.

5. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se da a conocer algunos términos que se utilizarán en el desarrollo del presente trabajo, y de esta manera poder desarrollar el marco contextual en el cual podemos ver aplicada la terminología mencionada a continuación.

El proyecto ***Desarrollo Económico Incluyente DEI*** es un proyecto del PNUD⁸ que busca potenciar las capacidades productivas de la población en mayor pobreza y exclusión y busca expandir sus oportunidades económicas, generando nuevas posibilidades para el ejercicio de sus derechos económicos, sociales y culturales. Para que esto sea posible el proyecto trabaja en tres ejes. Primero, *el fortalecimiento institucional*, fomentando la articulación entre actores públicos y privados locales y reconociendo el potencial y la competencia de los mismos en la creación colectiva de procesos de desarrollo económico con inclusión. Segundo, *el desarrollo de competencias y habilidades de la población* ofreciendo nuevas oportunidades para fortalecer su capital social y económico, facilitando al mismo tiempo el acceso a activos productivos y financieros. Y tercero, *la vinculación con el sector privado* bajo una lógica de mercados inclusivos, identificando oportunidades para la creación de valor compartido.

Entre las estrategias que se formulan, para que el Proyecto DEI tenga aplicabilidad en la práctica, están las de desarrollo institucional, empleo y desarrollo empresarial, y mercados inclusivos, las cuáles se van a desarrollar en el desarrollo de esta práctica profesional, por ello se hace necesario explicar cada una de ellas.

Fortalecimiento Institucional: Acompañamiento y fortalecimiento de las capacidades de instituciones gubernamentales para el desarrollo de instituciones públicas, políticas activas del mercado laboral, plataformas y redes organizacionales público-privadas, que promuevan la inclusión productiva de poblaciones en vulnerabilidad, ya que con la práctica profesional se apoyará y, así mismo, se fortalecerá la oficina del Comité Laboral y Comercial y, por ende, la alcaldía municipal de Puerto Gaitán.

⁸ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD: es la agencia de desarrollo de las Naciones Unidas con la visión de contribuir a la erradicación de la pobreza y la reducción significativa de la desigualdad y la exclusión en el mundo.

Empleo y Desarrollo Empresarial: Promueve el desarrollo capacidades productivas y el acceso a activos en la población a partir de estrategias innovadoras que faciliten la empleabilidad, el autoempleo, el emprendimiento y el desarrollo empresarial. Los Centros de Empleo y Emprendimiento, programas de formación a la medida, fondos de microcrédito, financiamiento colectivo o crowdfunding y Campus de Innovación Microempresarial, aquí podemos desarrollar las estrategias de emprendimiento mencionadas ya que uno de los objetivos de la práctica profesional se relaciona con esta estrategia.

Mercados Inclusivos: Alianzas público-privadas para la generación de valor compartido y esquemas de negocio que promuevan la inclusión de comunidades de bajos ingresos en los diferentes eslabones de las cadenas de valor de las empresas privadas bajo modelos gana-gana. Bajo este componente se desarrollan proyectos masivos de generación de empleo, esquemas de proveeduría inclusiva y Microfranquicias, para ello se tiene pensado desarrollar una actividad de Rueda de Negocios entre pequeños productores locales y grandes empresarios regionales y nacionales.

Es importante resaltar que por medio del emprendimiento no sólo puede disminuir el desempleo, sino que también existen efectos positivos que se generan en los individuos debido a que pasan de la baja autoestima de estar desempleados a la autovaloración de su tarea y en consecuencia de sí mismos (Duran y Lukez⁹, 2003). A su vez, ayudar a la gente joven a adquirir un espíritu emprendedor fomenta el desarrollo empresarial y propicia a que los individuos busquen ser empleadores y no empleados. Y esto, además de colaborar con la disminución de la pobreza y el desempleo, representa uno de los motores más importantes del crecimiento de una región (Roy Thomasson¹⁰, 2003).

Dentro de los objetivos a desarrollar en ésta práctica profesional se encuentran los de brindar apoyo a los mercados campesinos.

Los **Mercados Campesinos** es una iniciativa para la comercialización alternativa de alimentos, a partir de un esfuerzo organizativo de carácter económico y político de las comunidades campesinas de la región circundante al municipio. Esta iniciativa surge como consecuencia de la identificación de las potencialidades sociales y económicas del campesinado de la región y su contraste con dos fenómenos estrechamente vinculados: la preocupante situación de déficit alimentario de las regiones del país y, la cada vez más difícil realidad socio - económica de las familias campesinas colombianas. Mercados

⁹ Tomado de: DURAN D. y LUKEZ B. 2003. Los Microemprendimientos Productivos: Del Desempleo a la Ocupación. Disponible en <http://www.ecoportel.net/articulos/microemp.htm>

¹⁰ Tomado del libro: THOMASON, R. 2002. Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe. Disponible en <http://www.ybiz.com/aybizweb/aboutyabt/brochurespdf.PDF>

Campeños plantea como uno de sus objetivos fundamentales el de relacionar a la contribución en torno a la construcción de una política de autonomía en los procesos productivos que nos garantice soberanía y seguridad alimentaria para el municipio y la región.

El documento **“Lineamientos de Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento para el Municipio de Puerto Gaitán, Meta”**, presentado por, Ministerio de trabajo, Red Ormet, y PNUD en coordinación con la administración municipal 2012 – 2015 de Puerto Gaitán, presenta un conjunto de lineamientos para la formulación de una política pública de empleabilidad y emprendimiento. El documento LPPEE¹¹ se hace con base a un diagnóstico socio-económico y productivo, y a una discusión participativa de actores locales del sector empresarial, detectando el principal problema en las limitadas fuentes de generación de ingresos en actividades económicas alternativas a la industria de los hidrocarburos. La finalidad de la política pública es impulsar actividades económicas alternativas de acuerdo a las potencialidades del municipio, los lineamientos propuestos se enfocan en la reconversión productiva y laboral que tiene como objetivo lograr que la población del municipio obtenga ingresos y medios de vida a partir de impulso del turismo y la agroindustria, como las nuevas propuestas de desarrollo local.

6. MARCO REFERENCIAL

Puerto Gaitán es un municipio colombiano del departamento del Meta ubicado en la región del río Manacacias y es uno de los municipios con mayor área del departamento y del país con 17.499 km², con una población de 18.500 personas hasta el año 2015. La cabecera municipal está ubicada a 189 kilómetros al oriente de Villavicencio y es una de las regiones petroleras por excelencia. Fundado el 11 de febrero de 1932. Existe una carretera desde la capital departamental y un aeropuerto municipal.

Puerto Gaitán comenzó una transformación con el boom petrolero a principios del siglo XXI que colocó a Colombia entre los 20 mayores productores del mundo. Tras la crisis petrolera a mediados de 2014, Puerto Gaitán perdió recursos. Cuando el precio del barril de petróleo subió hasta US\$110 en 2011, el municipio recibió más de US\$60 millones en regalías, pasando de ser el más pobre del departamento del Meta a uno de los más ricos del país en ingreso per cápita.

¹¹ LPPEE: Lineamientos de Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento para el municipio de Puerto Gaitán, Meta

Durante la bonanza llegaron a Puerto Gaitán personas procedentes de diferentes partes del país atraídos por los salarios de al menos el doble del salario mínimo colombiano. Poco a poco llegó el agua corriente, la electricidad 24 horas al día, y se asfaltaron las calles.

En junio de 2014 empezó una caída del precio internacional del crudo, que a mediados de 2015 se encontraba en torno a US\$50-60 el barril. Desde entonces entre 10.000 y 15.000 personas se han ido del municipio, el turismo disminuyó y el comercio es uno de los sectores más afectados de la región.

6.1 ASPECTOS DE LA ORGANIZACIÓN

La Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán, Meta, tiene como **objetivo fundamental** el de “Mejorar la calidad de vida de los pobladores de Puerto Gaitán, propiciando la construcción de un Ser Humano integral, de una sociedad equitativa, justa e incluyente y de un desarrollo económico sostenible y competitivo, que sienta las bases para construir un futuro digno y amable para las presentes y próximas generaciones. A su vez, el plan tiene por objetivo servir de guía a la administración para canalizar las acciones y la inversión de manera eficiente y eficaz”.

Misión: Generar condiciones que conduzcan al mejoramiento de la calidad de vida de los portogaitanenses prestando servicios públicos de calidad, impulsando un desarrollo socioeconómico equitativo, sostenible y con sentido humano, en coordinación con el sector privado, la academia y demás entidades territoriales, promoviendo la participación comunitaria y la formación de capital social.

Visión: En el 2015, Puerto Gaitán, será un municipio territorialmente ordenado, ambientalmente sostenible, proveedor de servicios de calidad, centro turístico y agroindustrial de la altillanura, donde se conserva la diversidad cultural y étnica, propendiendo por la calidad de vida de sus habitantes.

La oficina de Comité Laboral y Comercial fue creada hace un año, cuando la administración creó esta oficina con el objetivo de generar un documento de certificación a los habitantes del municipio como residentes del mismo y, de esta manera, estas personas puedan trabajar en empresas del sector hidrocarburos empleando, así, la mano de obra local, sobre todo para los puestos de trabajo que requieren mano de obra no calificada, ya que son pocos los habitantes del municipio que tienen una formación académica profesional.

La oficina hasta ahora funciona muy bien y cumple con su objetivo principal, ya que en el segundo semestre del año 2016 logró otorgar el certificado y ubicar a casi 2000

personas en los puestos de trabajo demandados por las empresas petroleras que se encuentran en la región.

La idea de este trabajo práctico es que las personas activas para trabajar puedan tener acceso a empleos diferentes al que demandan las empresas del sector hidrocarburos o puedan generar alternativas de empleo diferentes a este sector e, inclusive, autoemplearse y generar empleo.

El principal obstáculo de este proyecto es que las empresas del sector hidrocarburos tienen salarios e incentivos muy elevados en comparación con sectores como el de turismo y el de agroindustria, triplicando y hasta cuadruplicando los salarios, lo que hace que culturalmente las personas ya no deseen trabajar en puestos operativos de la misma complejidad y con un salario muy por debajo del que se han mal acostumbrado.

La crisis petrolera vivida desde el año 2014, debido a la disminución del precio del barril del petróleo, ha hecho que las empresas de explotación y exploración de hidrocarburos disminuyan su fuerza de personal, por eso muchas personas están desempleadas y también porque no desean trabajar en otro sector.

CAPÍTULO III: CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

En este capítulo se explicará los posibles resultados que se esperan obtener al finalizar el trabajo práctico de acuerdo a la problematización y a sus objetivos. Se debe hacer una proyección de las posibles contribuciones o beneficios que se aportará a la oficina de Comité Laboral y Comercial, a la alcaldía municipal de Puerto Gaitán, a la comunidad y, por supuesto, al cumplimiento de las expectativas propias como futuro profesional de Administración de Empresas, además se buscará delimitar las limitaciones y obstáculos y alcances que se pueden presentar, entre otros aspectos de gran importancia.

7. CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO

El fin básico de éste trabajo práctico es fomentar el empleo y el autoempleo en sectores diferentes al de hidrocarburos, la idea del mismo es impulsar y promocionar el emprendimiento en las personas y para lograrlo se debe trabajar tanto con los diferentes grupos poblacionales que deseen emplearse en sectores como agroindustria y turismo.

El trabajo pretende apoyar la población desempleada de la región y generarle alternativas de empleo diversas para disminuir el índice de desempleo y disminuir la pobreza.

El principal limitante, como ya se mencionó anteriormente, es que la mayoría de personas en capacidad de trabajar únicamente quieren trabajar en las empresas de exploración y explotación de hidrocarburos existentes en la región por los salarios e incentivos tan elevados que éstas ofrecen, así que se espera que al final de este trabajo se haya brindado un apoyo y/o asesoría a diferentes personas del sector rural y urbano del municipio, que tengan negocios o ideas de negocios en aspectos relacionados con el objeto de estudio de este trabajo práctico.

8. RESULTADOS ESPERADOS

Al final de este trabajo se espera cumplir con lo siguiente:

- 1) Que la oficina de Comité Laboral y Comercial tenga un horizonte más amplio en cuánto a sectores atacados y pueda brindarle a la comunidad apoyo en la consecución de nuevos puestos de trabajo apoyando a la población raizal del municipio.
- 2) Que las estrategias formuladas, después de haber elaborado el diagnóstico general de la oficina, sean acordes y vayan encaminadas con el objeto general de la misma y con el propósito de la alcaldía entorno a ella.
- 3) Apoyar a PNUD en la socialización del documento LPPEE para Puerto Gaitán con el fin de que la política pública pueda ser implementada por los diferentes actores que puedan participar en ella, en especial la administración municipal, Red Ormet, PNUD, Ministerio de Trabajo, entre otros para poder disminuir el índice de desempleo en el municipio. Se espera poder indagar en las secretarías y/o dependencias de la alcaldía de Puerto Gaitán, acerca de si se tiene conocimiento sobre el documento, en caso contrario se deberá hacer una presentación del mismo con el fin de poder poner en contexto, estos lineamientos, a los secretarios de las diferentes secretarías/dependencias.
- 4) Caracterizar y potenciar los Mercados Campesinos que actualmente la alcaldía se ha propuesto organizar, así mismo brindar una asesoría a la alcaldía municipal, encargada de llevar a cabo dicha actividad, al final se presentará un informe con una propuesta de mejora para los futuros Mercados Campesinos. Se espera cubrir de 30 a 40 personas y/o familias que trabajan en los Mercados Campesinos y apoyarlos en términos de asesoría logística y financiera, además de asesorar a la alcaldía en términos de organización, mercadeo y fortalecimiento del mismo.

9. METODOLOGÍA

La metodología utilizada según los objetivos y la problemática del trabajo será la siguiente:

- 1) Para el diagnóstico general de la oficina se utilizará un análisis de Matriz DOFA para ello se recolectará la información necesaria tanto interna como externa de la oficina mediante entrevistas al personal interno, como a personas atendidas y a las diferentes entidades que se relacionan con la oficina, también se recolectará información con base a documentos y artículos, luego se debe organizar la información obtenida y plasmarla en la matriz DOFA y, por último, se entregará un

documento con el análisis e interpretación de la información y las posibles estrategias que se debe aplicar para generar un mayor impacto en términos de empleabilidad en el municipio.

- 2) En el caso del documento LPPEE para Puerto Gaitán se debe hacer una investigación sobre si se tiene conocimiento del documento o no, para ello se debe hacer una serie de entrevistas a los secretarios(as) de las diferentes secretarías y/o dependencias de la Alcaldía Municipal, se debe acudir a información secundaria referente a los temas tratados en el documento, y posteriormente se realizará una resocialización del mismo estableciendo relaciones institucionales entre los actores antes mencionados.
- 3) Para los Mercados Campesinos se debe hacer una caracterización de los productores que trabajan en estos para poder brindarles asesorías en cuánto a los procesos y el estudio o plan financiero que llevan a cabo en sus negocios, se utilizarán formatos de caracterización adaptados para estos negocios y se realizarán entrevistas a los participantes de estos Mercados Campesinos con el fin de potenciar tanto a los negocios como a la actividad como tal.
- 4) Por último, y en aras de contribuir al fortalecimiento, promoción y organización de la actividad Mercado Campesino se entregará un informe en el cuál se brinda una asesoría sobre los puntos a mejorar en esta actividad de tipo económico y social. Se entregará un informe final sobre los temas mencionados y se explicará cómo se debe afrontar esta actividad de aquí en adelante a la Secretaría Agropecuaria que es la encargada de esta actividad.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL TRABAJO

En el presente capítulo se describirá las actividades realizadas y su ejecución del trabajo de práctica profesional, además se presentará el cumplimiento de los objetivos, y las lecciones aprendidas en el ámbito de la Administración de Empresas.

10. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Según los objetivos planteados al inicio de este documento se realizaron diferentes actividades para el cumplimiento de los mismos, a continuación podemos observar las actividades desarrolladas para lograr cada objetivo:

Objetivo 1. *Elaborar un diagnóstico general de la Oficina de Comité Laboral y Comercial municipal.*

- Elaborar un diagnóstico general a la Oficina de Comité Laboral y Comercial.
- Entregar un informe y socializar el diagnóstico realizado a la Oficina de Comité Laboral y Comercial.

Objetivo 2. *Apoyar la socialización e implementación del documento: "Lineamientos de una Política de Empleabilidad y Emprendimiento para el Municipio de Puerto Gaitán, Meta enfocados en el sector Turismo y Agroindustrial".*

- Realizar un seguimiento al documento LPPEE para Puerto Gaitán, recolectar información primaria y secundaria sobre el conocimiento del documento.
- Socializar el documento, sus dimensiones y lo que busca la política pública, entre el PNUD y la administración municipal.

Objetivo 3. *Generar alternativas de empleo en el sector rural y urbano del municipio de Puerto Gaitán basadas en propuestas de Mercado Campesino.*

- Realizar la caracterización de los campesinos que forman parte de la actividad Mercado Campesino y brindar asesorías a los mismos.
- Entregar un informe final a la Secretaría Agropecuaria asesorándolos sobre el cómo se debe fortalecer los futuros Mercados Campesinos.

Actividades Adicionales. Apoyar acciones y/o actividades de la oficina de Comité Laboral y Comercial de Puerto Gaitán.

- Apoyar las relaciones institucionales entre la Administración Municipal, las empresas del sector de hidrocarburos, las asociaciones municipales y la comunidad.
- Calcular y analizar las estadísticas del personal contratado en las empresas del sector hidrocarburos con la información suministrada por la agencia pública de empleo.

11. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Objetivo 1. Diagnóstico General de la Oficina de Comité Laboral y Comercial.

Se realizó un informe para entregarlo a la Administración Municipal y a la Oficina de Comité Laboral y Comercial en el que se plasma un diagnóstico general de dicha oficina, la información para realizar dicho informe fue recolectada mediante entrevistas, información secundaria y observación en la oficina mencionada.

El diagnóstico se hizo mediante la herramienta de Análisis DOFA, su finalidad es la de obtener la información pertinente sobre la oficina para poder saber si la misma está funcionando bien y si está cumpliendo con su objetivo principal, con esta información se procedió a elaborar la Matriz DOFA haciendo una adecuación de la misma al contexto de lo que se requiere en esta oficina para generar más empleo y fortalecer las relaciones tanto de la institución con las empresas del sector privado como de la institución con la comunidad en general, que son los dos aspectos de mayor relevancia para el fortalecimiento institucional de la oficina.

El informe de tipo descriptivo se enfoca en presentar un diagnóstico y unas líneas estratégicas de acción para fortalecer el Comité Laboral y Comercial del municipio de Puerto Gaitán, en él se presentarán principalmente las necesidades (operativas, de recursos físicos y humanos, tecnológicas, etc.) encontradas que impiden un mejor funcionamiento del comité. Además de esto, se plantea un plan de trabajo acorde con el acuerdo de voluntades entre el PNUD y la Alcaldía de Puerto Gaitán en donde se establecen acciones enfocadas a dinamizar proyectos de Desarrollo Económico Incluyente, que además fortalecerán el trabajo de la oficina de comité laboral y comercial del municipio.

Es de gran prioridad, para la Oficina de Comité Laboral y Comercial del Municipio, este diagnóstico para poder determinar su actualidad en cuanto a los sectores económicos atendidos y a las poblaciones que se atienden, determinar los objetivos de la oficina, y la proyección que se tiene de la misma a corto, mediano y largo plazo.

En el diagnóstico se determinan varios factores que actúan directamente sobre la oficina, se deben identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que intervienen en el desarrollo de actividades de la oficina, para ello se realizaron una serie de entrevistas a los funcionarios de la oficina, a los solicitantes de empleo, a los entes que participan directamente con la oficina como son las empresas de hidrocarburos vinculadas a la oficina y a COFREM quien es la encargada de realizar los procesos de vinculación de personal en las empresas de Puerto Gaitán.

Para recolectar la información se utilizaron unas preguntas orientadoras (Ver tablas 1 a 4) con el fin de que las personas entrevistadas respondan de manera segura y coherente a las preguntas realizadas.

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE FORTALEZAS
Identifique los puntos fuertes en la oficina del comité laboral:	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los activos (tangibles e intangibles) más valiosos? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las principales fortalezas de la oficina relacionadas con el desarrollo de su objetivo fundamental? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué activos podrían, con apoyo, promoción y/o inversión, llegar a convertirse en una fortaleza? 	

Tabla 1: Preguntas orientadoras – Fortalezas

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE DEBILIDADES
Identifique las debilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los problemas de esta oficina (De infraestructura, tecnológicos, etc.)? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los obstáculos que pueden limitar el desempeño o el alcance de logros? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué problemas deben enfrentar en el desarrollo de sus actividades a nivel central, otras oficinas o institutos/empresas etc.? 	

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las necesidades y limitaciones que restringen la realización de iniciativas de trabajo propuestas? 	
--	--

Tabla 2: Preguntas Orientadoras - Debilidades

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE OPORTUNIDADES
Identifique las oportunidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué oportunidades existen para maximizar, mejorar o apoyar a las fortalezas existentes que se han identificado anteriormente? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué mejoras o apoyo se podría brindar para mejorar las deficiencias detectadas anteriormente? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué oportunidades externas al comité pueden ser identificadas? (alianzas, convenios, etc.) 	

Tabla 3: Preguntas Orientadoras - Oportunidades

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE AMENAZAS
Las amenazas se refieren a fuerzas internas y externas del comité que ponen en peligro sus recursos y las oportunidades de desarrollo de sus actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué amenazas ponen en peligro las fortalezas identificadas anteriormente? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué debilidades pueden empeorar? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué factores ajenos al comité pueden entorpecer el adecuado desarrollo del trabajo? 	

Tabla 4: Preguntas Orientadoras - Amenazas

Después de recolectar la información (Ver Anexo 1: Información de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la oficina de Comité Laboral y Comercial) en estas tablas, se procedió a identificar los factores tanto internos como externos que amenazan, fortalecen, debilitan o se entienden como oportunidades para la oficina, es preciso destacar y precisar algunas observaciones particulares las cuales se consideran importantes para el fortalecimiento de la Oficina de Comité Laboral y Comercial de Puerto Gaitán, las cuales se describen a continuación:

- ✓ Se observa que de manera formal la oficina se rige mediante la forma de “Comité” el cual en hechos reales no funciona como tal, no hay representación de otras instancias administrativas, se cuenta con un grupo de trabajo con funciones específicas y una sola persona a cargo, lo cual de forma legal no se establece

como comité, para eventos de interventoría externa o financiación esto puede ocasionar algún inconveniente en esta oficina.

- ✓ No se cuenta con un manual de funciones claras, y tampoco se cuenta con una planeación estratégica pertinente que permita definir de forma clara los objetivos administrativos y operativos de la oficina. Según el objetivo por el cual fue creada la oficina no existe una misión, visión y unos objetivos estratégicos de la misma.
- ✓ Se pueden ampliar los servicios de la oficina con el fin de complementarla como una oficina de empleo, sobre todo para trabajar en el sector turismo y agroindustrial en asociatividad con las empresas de estos sectores. Para ello se necesita un equipo psicosocial que permita la recepción de las hojas de vida, filtre a las personas adecuadas para acceder a los empleos solicitados y se complemente con la oficina laboral, teniendo como prioridad ocupar los puestos de trabajo, solicitados por las empresas, a las personas residentes del municipio de Puerto Gaitán.
- ✓ Hay un fuerte relacionamiento del comité con las empresas que operan en la región, el relacionamiento y confianza de las empresas recae sobre la cabeza del comité, se ve con preocupación que si por alguna circunstancia esta persona se ausenta de manera permanente del comité, se pueden ver fracturadas las relaciones entre la oficina y la empresas privadas.
- ✓ Hay evidencia en problemas de seguridad, la atención al público es amplia y han habido circunstancias en que personal de la oficina ha sido amenazado. Aunque se cuenta con un vigilante permanente de COFREM, no se cuenta con vías de evacuación en caso de algún problema de orden público.
- ✓ La oficina atiende aproximadamente de 100 a 300 personas al día, depende del día de la semana, por ende las instalaciones o planta física de la oficina no son las adecuadas para atender al público.
- ✓ Los funcionarios no están motivados en sus puestos de trabajo con el trabajo realizado, la oficina fue una de las dependencias que más resultados positivos generó a nivel de la Alcaldía Municipal a lo largo del año anterior (2016), ya que en el último semestre del año se emplearon a casi 2000 personas del municipio gracias a la intermediación de la oficina, obteniendo muy buenos resultados en cuanto a empleabilidad de mano de obra local. Deberían existir incentivos para los funcionarios de ésta oficina, ya que esto constituye un factor fundamental para continuar trabajando con dinamismo.

- ✓ Se observa que la oficina recibe en promedio entre 6 y 10 derechos de petición al día, ésta oficina no cuenta con un profesional de la rama de Derecho que permita responder estas solicitudes en el tiempo que exige la ley, además se evidencia un problema en cuanto a la demora en tiempo que tardan estas solicitudes en llegar directamente a la oficina para ser contestadas.
- ✓ Los funcionarios debido a los problemas de autenticidad de información para acceder al certificado de residencia, decidieron realizar visitas domiciliarias para verificar de forma directa la residencia del solicitante, estas visitas tienen un costo que es asumido por los mismos funcionarios y también son los mismos funcionarios de la oficina quienes deben realizar las visitas, limitando su tiempo para las demás tareas o funciones que les exige su puesto de trabajo.
- ✓ Se deben diseñar estrategias más efectivas para prevenir que personas ajenas al municipio tomen los puestos de trabajo de mano de obra no calificada. La Alcaldía debe presionar a presidentes de Juntas de acción comunal para que no se dejen permear, puede implementarse alguna sanción a presidentes, en el caso que se compruebe, que están dando la aprobación del certificado de residencia a personas que no son residentes del municipio; o puede considerarse la alternativa de que exista otra instancia que emita el certificado de residencia diferente a las Juntas de Acción Comunal.
- ✓ El enfoque que realiza el comité en el sector hidrocarburos es por la misma exigencia de demanda del mercado laboral local, ya que son las empresas de este sector las que más demandan puestos de trabajo, el incentivo a laborar en este sector es mucho mayor que para hacerlo en sectores como el turismo y la agroindustria. En este sentido, la alcaldía municipal debe implementar estrategias de emprendimiento y acceso a trabajo decente focalizadas a los sectores promisorios para que en un mediano y largo plazo se dinamice y diversifique el mercado laboral del municipio, el fuerte relacionamiento con las empresas del sector privado (No solo hidrocarburos) que la oficina está en capacidad de realizar debe ser visto como una gran oportunidad para lograr estos objetivos.

La herramienta a utilizar para este diagnóstico general, como ya se mencionó, fue la Matriz DOFA, el análisis DOFA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación de la oficina en cuestión.

Con base, a la realización de este diagnóstico y con información recolectada previamente se hace evidente el fortalecer la oficina apoyando sectores como el de turismo y agroindustria, la idea es poder generar en algunas personas del municipio herramientas necesarias para poner en marcha los emprendimientos locales.

Con la recolección de la información se obtuvo los datos necesarios para realizar el diagnóstico general de la oficina. A continuación se presenta la Matriz DOFA (Ver tabla 5) con las estrategias a seguir por parte de la Oficina de Comité Laboral y Comercial y de la Secretaría de Gobierno, en la matriz se priorizaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes para la oficina.

A partir de la Matriz DOFA y basados en el plan de desarrollo municipal de Puerto Gaitán se propone unas líneas de acción a seguir:

- ✓ **Empleabilidad, productividad y emprendimiento en sector turismo y agroindustrial:** Para la Administración Municipal de Puerto Gaitán está claro que el sector turismo y agroindustrial son prioridad dentro de los lineamientos que se quieren implementar sobre sostenibilidad económica y productividad sustentable; principio que al parecer es también entendido de esa manera por el gobierno departamental. La oficina del Comité tiene como objetivo apoyar a las empresas del sector turismo y agroindustrial y que estas puedan emplear a personas de la región con el fin de estabilizar la economía, para ello también es importante que las personas de las diferentes comunidades entiendan que los emprendimientos son un camino para la generación de nuevos empleos.
- ✓ **Emprendimiento juvenil:** Generar conciencia de negocios propios, a partir de ideas de negocios innovadoras, que tengan un valor agregado, se necesita capacitar este grupo focal en un modelo de negocios adaptable a las necesidades del emprendimiento.
- ✓ **Rueda de negocios:** Crear una rueda de negocios entre los pequeños y medianos productores de la región con los inversionistas o gerentes de las diferentes empresas del sector agroindustria con el fin de establecer enlaces y poder crear cadenas de valor productivas con beneficios para la economía de la región y en especial de los sectores rurales.

Tabla 5: Matriz DOFA - Diagnóstico General

MATRIZ DOFA – ANALISIS DE ESTRATEGIAS		
ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> -La oficina de Comité Laboral y Comercial cumple la función principal. -Se destaca que la oficina tiene un buen funcionamiento operativo y directivo. -Empoderamiento y relaciones con las empresas oferentes para trabajar en asocio y, de esta manera, poder contratar a las personas residentes del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> - La oficina no cuenta con soporte jurídico inmediato - Se saturan las funciones del personal de la oficina y disminuye la atención a los usuarios - Instalaciones demasiado pequeñas teniendo en cuenta que se atienden muchas personas al día - La Oficina no tiene la capacidad operativa ni logística para realizar labores en zonas rurales.
ANALISIS EXTERNO		
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> -Fuerte relacionamiento de la oficina con las empresas de la región que permite un dialogo y acuerdos más directos. -Potencial de empresas oferentes que trabajan en el sector agroindustrial. -Explotar los recursos turísticos para reducir el desempleo. 	CONTINUAR CON EL BUEN RELACIONAMIENTO CON EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO	APOYAR PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO
AMENAZAS	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> -Resistencia de algunas empresas a cumplir con lo pactado con la administración municipal -Juntas de Acción Comunal permeadas. -Las personas únicamente buscan ser contratadas en las empresas del sector hidrocarburos ya que los salarios en estas empresas son significativamente más elevados que en las empresas dedicadas a otros sectores 	PROMOVER ENTRE LAS JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL Y LA COMUNIDAD LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO DECENTE PARA LOS RESIDENTES DEL MUNICIPIO	ORIENTAR LOS OBJETIVOS DE LA OFICINA EN LAS RELACIONES CON EMPRESAS DIFERENTES AL SECTOR HIDROCARBUROS

- ✓ **Talleres de emprendimiento enfocados al sector rural:** Los talleres de emprendimiento para el sector rural serían de gran ayuda para que ellos puedan establecer un plan de negocios que les permita ofrecer sus productos o servicios obtenidos de la agricultura o del turismo, los talleres deberán ser enfocados a este grupo focal.

Objetivo 2. *Apoyar la socialización e implementación del documento: "Lineamientos de una Política de Empleabilidad y Emprendimiento para el Municipio de Puerto Gaitán, Meta enfocados en el sector Turismo y Agroindustrial".*

El Programa de Naciones Unidas para el desarrollo - PNUD, específicamente el profesional de Economía, Sergio Rueda Gómez, quien trabajó en el Proyecto Desarrollo y Mercado Laboral, asignó la tarea de verificar si la administración municipal actual está tomando como guía el documento ***"Lineamientos de una Política de Empleabilidad y Emprendimiento para el Municipio de Puerto Gaitán, Meta"*** documento entregado en el año 2015, o si no lo está haciendo o lo desconoce, y tratar de identificar qué actividades, que contiene el documento, se están desarrollando así no se tenga conocimiento del mismo.

Los lineamientos es un documento que elaboró el PNUD, Red ORMET y el Ministerio de Trabajo en participación con actores locales como la administración municipal, empresas del sector privado y la comunidad. Se socializó con la Administración pasada (2012 - 2015), pero no tuvo ningún tipo de seguimiento por parte de los actores locales y tampoco por parte de los entes públicos de carácter nacional mencionados anteriormente

El documento, como ya se había comentado en el marco conceptual, presenta un conjunto de lineamientos para la formulación de una política pública de empleabilidad y emprendimiento. Los lineamientos LPPEE para Puerto Gaitán se hacen con base a un diagnóstico socio-económico y productivo, y a una discusión participativa de actores locales del sector empresarial, detectando el principal problema en las limitadas fuentes de generación de ingresos en actividades económicas alternativas a la industria de los hidrocarburos. La finalidad de la política pública es impulsar actividades económicas alternativas de acuerdo a las potencialidades del municipio, los lineamientos propuestos se enfocan en la reconversión productiva y laboral que tiene como objetivo lograr que la población del municipio obtenga ingresos y medios de vida a partir de impulso del turismo y la agroindustria, como las nuevas propuestas de desarrollo local.

La primera actividad realizada fue hacer un comparativo (Ver Anexo 2: Seguimiento LPPEE de Puerto Gaitán, Meta) del documento con el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 de Puerto Gaitán para lograr determinar qué acciones contenidas en el documento se vienen trabajando en el plan de desarrollo municipal ahí se encontró que las líneas estratégicas que se manejan en los dos documentos son encaminadas hacia el mismo rumbo y van de la mano, así que se podrían establecer acciones con el fin de implementar la política pública. Luego se realizaron entrevistas a los jefes de las secretarías y/o dependencias que tienen relación con las áreas específicas planteadas en el documento con el fin de indagar sobre el conocimiento del mismo, en las entrevistas se hacía una inducción del documento para tratar de contextualizar a los secretarios, estas personas admitieron desconocer este documento, por último se les preguntó si ellos realizan algunas actividades que están en el documento y tienen relación con la secretaría en cuestión para ver si de manera indirecta se realizan las actividades planteadas en el documento.

En conclusión, se puede afirmar que este documento es desconocido para la administración municipal actual, por lo que la sugerencia que se hace es la de volver a socializar este documento por parte de Red Ormet, PNUD y Ministerio de trabajo, ante el alcalde, las secretarías competentes, el consejo municipal, entre otros, con el fin de implementar actividades que tienen que ver con la empleabilidad y el emprendimiento que se pueden desarrollar en dichas secretarías y en general en el municipio, de esta manera se pueda aplicar estos lineamientos y pueden llegar a implementar esta política pública en el municipio de Puerto Gaitán.

El siguiente paso fue comunicar a PNUD sobre la retroalimentación que habíamos obtenido, después de haber realizado las entrevistas a los jefes de cada secretaria/dependencia, desde PNUD y la Estrategia Territorial de Hidrocarburos¹² manifestaron el deseo de volver a retomar el documento y socializar todos los puntos tratados en él ante la administración municipal. El día 22 de mayo de 2017 se realizó la resocialización del documento ante la Secretaria de Gobierno municipal el encargado de la presentación fue el profesional de PNUD, Sergio Rueda, y mi trabajo era servir como apoyo en las inquietudes que surgieran sobre el documento planteado y el Plan de

¹² **Estrategia Territorial para la Gestión Sostenible y Equitativa del Sector Hidrocarburos – ETH:** es una iniciativa gubernamental que tiene como objetivo, contribuir a mejorar las condiciones de gobernabilidad, transparencia y la superación de la pobreza, a través de la generación y facilitación de espacios de diálogo entre comunidades, entidades del gobierno nacional, regional y municipal, así como empresas del sector de hidrocarburos, para la construcción de propuestas conjuntas que forjen desarrollo y busquen soluciones a las problemáticas existentes en los territorios.

Desarrollo Municipal, además se debía exponer con claridad las líneas estratégicas en las que se basaba el documento.

Al final, la Secretaria de Gobierno quedó satisfecha con la socialización y pendiente de hacer una reunión para socializar con las demás secretarías y/o dependencias de la Alcaldía de Puerto Gaitán en articulación con PNUD y los demás entes interesados en la puesta en marcha de los lineamientos para lograr la política pública.

Objetivo 3. *Generar alternativas de empleo en el sector rural y urbano del municipio de Puerto Gaitán basadas en propuestas de Mercado Campesino.*

La caracterización de Mercado Campesino se realizó de manera mensual en paralelo con la actividad como tal, en ella se recogió la información referente al número de productores que participan en esta actividad, de los productos comercializados, de los precios que se manejan, entre otros.

Esta actividad funciona bien en cuanto a la logística del evento, pero se evidencia que hay falta de participación de la comunidad (consumidores), por lo que se entregó una propuesta en la que se puede mejorar el Mercado Campesino. Dicha propuesta se basa en Fortalecimiento, Organización y Promoción de la actividad. Además, para que los productores perciban que el Mercado Campesino fomenta el desarrollo económico local se propone unas capacitaciones en emprendimiento, mercadeo, plan financiero y manipulación de alimentos, todos ellos esenciales para una mejor respuesta por parte de la comunidad, para algunas de estas capacitaciones se debe buscar apoyo del Sena.

La ficha/formato (Ver tabla 6) y el registro de la caracterización se han venido llevando en tablas de Excel, después de asistir a los tres Mercados Campesinos de marzo, abril y mayo, se entregó un informe denominado, **Caracterización de los Productores en los Mercados Campesinos de Puerto Gaitán** (Ver anexo 3), este contiene toda la información y datos recolectados en la actividad, un análisis y cálculo promedio de cada Mercado Campesino, y algunas recomendaciones pertinentes a realizar por parte de la Secretaría Agropecuaria y de Medio Ambiente quién es la encargada de llevar a cabo esta actividad.

Tabla 6: Formato de Caracterización para cada productor de la actividad Mercado Campesino

REGISTRO DE VENTAS MERCADO CAMPESINO					
Lugar:		Teléfono de Contacto:			
Fecha:		Vereda/Corregimiento:			
Nombre Productor (a):					
Asociación a la que pertenece:					
Nombre Parcela o Finca:					
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDADES INGRESADAS	CANTIDADES VENDIDAS	PRECIO UNITARIO	VENTAS TOTALES
Observaciones:					

Después de participar en los 3 mercados campesinos se puede afirmar, en términos generales, que en el Mercado Campesino realizado en Puerto Gaitán se comercializa una canasta con variedad de productos no procesados, como frutas, verduras, hortalizas, entre otros, menor en comparación a la gran variedad de productos procesados como aceites, tónicos, chocolate, vinos, yogurt, chorizos, ayacas, y demás alimentos procesados, lo cual podría asociarse a las condiciones bioclimáticas que caracteriza a la región, la cual impide y limita la producción de alimentos en gran variedad.

Desde la organización de la actividad de Mercado Campesino se debería motivar a que los productores traten de llevar, a los próximos Mercados, productos no procesados, como pueden ser frutas, hortalizas, verduras, yuca, plátano, entre otros, que tienen gran aceptación, por su calidad y bajo precio, entre los consumidores.

Para el Mercado Campesino del mes de mayo se realizó una **encuesta de satisfacción del consumidor** (Ver tabla 7), ya que es esencial conocer la opinión de los consumidores. Se realizó la encuesta, a los consumidores, sobre la calidad de productos que estaban consumiendo y sobre si el valor de estos productos es económico o si los productos son demasiado costosos.

Tabla 7: Encuesta de Satisfacción del Consumidor - Mercado Campesino

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR						
MERCADO CAMPESINO N° 3 - MAYO DE 2017						
No.	Nombre	Barrio/ Vereda	Celular	Productos que consume	Calificación de calidad del producto de 1 a 5, considerando que: 1=Insatisfecha, 2=Necesita mejorar,3=Satisfactorio, 4=Muy bueno, 5=Excelente	Como califica los productos en relación a sus precios: 1=Costosos, 2=Justos, 3=Económicos

Posterior a la recolección de la información de satisfacción de clientes, se hizo un análisis de la información, y se puede deducir que los productos comercializados en el

Mercado Campesino son de muy buena calidad, con una aceptación de más del 80% entre las personas encuestadas, y que los precios, que se manejan para los productos en el Mercado Campesino, son justos, es decir, que la percepción de la mayoría de los clientes respecto a los precios de los productos comercializados, no son costosos ni económicos para ellos, sino que el valor pagado corresponde a lo que vale el producto.

A continuación se presenta un cuadro resumen estadístico (Ver tabla 8) de los datos obtenidos en los Mercados Campesinos presentes del año 2017 y un promedio de los tres Mercados Campesinos realizados, en los meses de marzo, abril y mayo del presente año.

Tabla 8: Cuadro Resumen Estadístico - Mercado Campesino

MERCADO CAMPESINO							
CUADRO RESUMEN							
NUMERO DE PRODUCTOS	TOTAL VENDIDO	PROMEDIO DE VENTAS POR PRODUCTOR	NUMERO DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	PRODUCTOS NO PROCESADOS		PRODUCTOS PROCESADOS	
				CANT.	%	CANT.	%
MERCADO CAMPESINO 01 DE 2017 – MARZO							
19	\$ 5.039.000	\$ 265.211	44	12	27%	32	73%
MERCADO CAMPESINO 02 DE 2017 – ABRIL							
24	\$ 4.768.000	\$ 198.667	39	11	28%	28	72%
MERCADO CAMPESINO 03 DE 2017 – MAYO							
24	\$ 4.307.000	\$ 179.458	56	14	25%	42	75%
PROMEDIO MERCADO CAMPESINO – AÑO 2017							
22,33	\$ 4.704.667	\$ 210.657	46,33	12,33	27%	34	73%

Con esta información podemos deducir lo siguiente:

- ✓ En promedio los tres Mercados Campesinos, realizados en el año 2017, tuvieron una asistencia de 22 productores, y según la tabla se puede deducir que cada uno de ellos percibe un valor promedio de \$210.657 pesos en cada mercado.
- ✓ En lo que va corrido del año, se ha vendido, en los tres mercados campesinos, un valor total de \$ 14.114.000 pesos, es decir, que en cada Mercado Campesino se ha vendido, en promedio, el valor de \$ 4.704.667 pesos.

- ✓ La cantidad de productos procesados, que se comercializan en los diferentes Mercados Campesinos realizados en el municipio, supera ampliamente a la de productos que no han tenido algún proceso de transformación, en promedio se comercializa el 73% de productos que tienen algún proceso de transformación y, tan solo, el 27% de los productos comercializados corresponden a los no transformados, como frutas, verduras, hortalizas y demás.

Toda la información anterior fue calculada en base a la recolección de datos que se hizo mediante las fichas de caracterización, esta información es de gran ayuda para la Secretaría Agropecuaria de Puerto Gaitán, ya que con ella pueden informar a los productores si reciben o no una ganancia por las ventas en esta actividad.

Por último, se realizó una Propuesta para los futuros Mercados Campesinos (Ver Anexo 4), la cual se denominó **Organización, Promoción Y Fortalecimiento Del Mercado Campesino En Puerto Gaitán – Meta**, el informe contiene unos lineamientos a seguir por parte de la secretaría agropecuaria, los cuales se describen a continuación:

- Primero se hace una introducción sobre lo que son los mercados campesinos y sus beneficios.
- Se realiza una propuesta para la creación de un comité, asociación o red de apoyo para el Mercado Campesino para contar con la participación del gremio de campesinos que participan en la actividad con el fin de fortalecer el mismo.
- Se debe tener en cuenta el manejo de la Oferta de productos en el mercado, es necesario garantizar la variedad de productos que se deben comercializar.
- Se deben fijar unos precios accequibles para los consumidores pero con un buen margen de utilidad para los productores.
- Una actividad muy importante para dar a conocer de mejor manera el Mercado Campesino es la promoción, difusión y publicidad que se haga del mismo, por ello se presenta una serie de medios de promoción y difusión acordes a las necesidades del evento.
- Se hace necesario llevar un registro de las cantidades y las ventas para conocer la dimensión y el tamaño del mercado en relación a la cantidad de ventas de productos como de ingresos para los productores.

- La percepción que tienen los consumidores sobre los productos que ellos consumen debe ser buena, por ello se debe conocer la opinión de ellos respecto a la calidad de los productos y a sus precios.
- Por último, se dan unas pautas para garantizar la continuidad del Mercado Campesino, con el fin de que esta actividad sea sostenible en el tiempo.

12. LOGROS

- ✓ Se realizó el diagnóstico general de la oficina de comité laboral y comercial, dependencia adjunta a la alcaldía municipal, con el fin de saber si funciona bien o no y reconocer los aspectos a mejorar en la oficina. Se establecieron las estrategias que se deben implementar para generar empleo en el municipio de Puerto Gaitán.
- ✓ Se hizo una caracterización del Mercado Campesino en Puerto Gaitán, se obtuvo el valor percibido promedio de cada productor y el valor total en cada mercado, información de gran utilidad para la administración municipal. Se logró atender a más de 60 personas y brindarle asesoría sobre como calcular sus costos de producción.
- ✓ Se brindó una asesoría y una propuesta a la Secretaría Agropecuaria con el fin de fortalecer y potenciar, tanto al Mercado Campesino como a sus productores, la propuesta incluye mejorar la organización, hacer una mayor promoción del evento y fortalecer al mismo mediante varias estrategias.
- ✓ Se realizaron labores de apoyo en las diferentes reuniones de socialización de proyectos de hidrocarburos, con el fin de fortalecer las relaciones entre el sector privado, la comunidad y la alcaldía municipal de Puerto Gaitán, se atendieron a 18 representantes de estas empresas, además de unas 10 asociaciones locales y algunos grupos de personas líderes que asistían a las mismas.
- ✓ Se logró establecer relaciones y ser intermediarios entre PNUD y la administración municipal de Puerto Gaitán con el fin de retomar e implementar el documento Lineamientos de Política Pública de Empleabilidad y emprendimiento para Puerto Gaitán. La dimensión de este proyecto es macro, por lo que se espera que la participación de los actores presentes en el proyecto hagan sinergia y puedan lograr el objetivo de implementar la Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento.

13. LECCIONES APRENDIDAS

- Las adaptaciones al cambio, ya sea por el lugar de trabajo o por el sector económico en el que se realizó el trabajo, se deben hacer de manera inmediata y se hace de manera espontánea, es de cada persona que depende la capacidad de resiliencia a estos cambios.
- Trabajar en el sector público es de gran aprendizaje ya que se obtuvo una experiencia diferente a la se maneja en el sector privado, aunque es un poco más complicado el sector público por razones de tiempos, presupuestos y costos, este sector se presta para desarrollar y aplicar habilidades aprendidas en el campo de la Administración de Empresas.
- Los proyectos de tipo social son importantes para las personas de la comunidad en general, ya que ellos son los que aprovechan al máximo las asesorías que uno les puede ofrecer. Por otro lado, son proyectos que nos ayudan, a nosotros como profesionales, a aplicar una serie de conocimientos basados en lecciones teóricas aprendidas a lo largo de la carrera, y es aquí donde nos damos cuenta que la aplicabilidad de ellos cambia un poco respecto a otro tipo de proyectos.
- Las relaciones públicas que se hicieron a lo largo del desarrollo del trabajo fueron importantes para la oficina de Comité Laboral y Comercial ya que se establecieron relaciones positivas entre la coordinadora de la oficina, las empresas del sector hidrocarburos, funcionarios de la administración municipal, gremios de asociaciones, la comunidad, PNUD, entre otros. Este es un aspecto importante a la hora de desenvolverse en cualquiera de los sectores económicos, se necesita mantener buenas relaciones con empresas y/o personas para fortalecer los lazos laborales e institucionales.
- Además de realizar actividades relacionadas con el Proyecto en el que estaba trabajando se realizaron otras labores, una de ellas era la de enviar oficios de solicitud o respuesta a la Defensoría del Pueblo, a la Agencia Pública de Empleo del Meta, al Ministerio de Trabajo con el fin de colaborar en aspectos relacionados a la oficina de Comité Laboral y Comercial, estos oficios deben estar ajustados a ciertas normas que se deben tener en cuenta en el sector público.
- Las instituciones públicas son una gran plataforma para lograr poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en las áreas de estudio de la Administración de Empresas, estas pueden propiciar espacios para poder afianzar los saberes del manejo laboral dentro de este tipo de organizaciones.

- El programa Manos a la Paz es una alternativa de práctica profesional diferente a lo que se viene trabajando en las demás prácticas, el programa forma a los practicantes y les ayuda a salir de la zona de confort, los convierte en personas útiles al servicio de la comunidad y de las instituciones públicas.
- El proyecto Desarrollo Económico Incluyente de PNUD es un proyecto de tipo social que permite establecer relaciones tanto personales como profesionales con personas que posiblemente no hayan tenido acceso a un grado básico de educación, la comunidad siente que los aportes que se hacen para su bienestar son útiles y los perciben de buena manera.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico general realizado a la Oficina de Comité Laboral y Comercial ha sido de gran ayuda para esta dependencia, ya que se pudo definir los factores positivos y negativos que afectan a la oficina, esto les ayudará a trazar una ruta base que les permita expandir el alcance del objetivo principal.
- Mercado Campesino es una actividad promisoriosa donde influyen factores de tipo social, cultural y económico. Además es el motor del desarrollo de la economía campesina del municipio de Puerto Gaitán, busca defender la cultura agrícola, la soberanía y seguridad alimentaria teniendo como principios fundamentales el empoderamiento campesino, el comercio justo entre consumidor y productor, y la eliminación de los intermediarios.
- Las relaciones que se lograron establecer entre el PNUD y la Administración Municipal 2016 – 2019, para la posible implementación de la Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento, serán el aporte más importante de esta práctica profesional ya que es un proyecto que beneficia a la mayoría de personas del municipio de Puerto Gaitán y a las empresas del sector público y privado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Presidencia de la República. Plan Nacional de Desarrollo (2014 – 2018). Recuperado de:<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/especiales/Documents/20150616-especial-plan-nacional-desarrollo/index.html>
- FLEITMAN, Jack (1994). Evaluación integral: Manual para el Diagnóstico y Solución de Problemas de Productividad, Calidad Y Competitividad. Mac Graw Hill. Interamericana de México.
- PONCE TALANCÓN, H (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales" en Contribuciones a la Economía. Texto completo en: <http://www.eumed.net/ce/>
- FORMICHELLA, María Martha (2002). El Concepto De Emprendimiento Y Su Relación Con La Educación, El Empleo Y El Desarrollo Local. Rivadavia, Buenos Aires, Argentina.
- Cartilla para emprender: Las lecciones de la Colmena (2015). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) – Proyecto Desarrollo Económico Incluyente – DEI. Colombia.
<http://www.redcemprende.org/herramientasparaemprender/cartilla%20emprender.pdf>
- Página oficial Corpoamazonía – Programa Negocios Verdes y Biocomercio.
http://www.corpoamazonia.gov.co/index.php/component/widgetkit/?task=edit_accordion&id=17
- Alcaldía de Bogotá (2012). Documento de divulgación. Mercados Campesinos: experiencia socioeconómica, política y cultural en la ciudad región.
http://www.alimentabogota.gov.co/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=694:experiencia-socioeconomica-politica-y-cultural-pdf&id=6:documentos&Itemid=187
- Página oficial del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) – Proyecto Desarrollo Económico Incluyente (DEI).
http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/operations/projects/poverty_reduction/proyecto-desarrollo-economico-incluyente--dei--.html

- Lineamientos De Política Pública De Empleabilidad Y Emprendimiento Para El Municipio De Puerto Gaitán, Meta. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Primera Edición - 2016

ANEXOS

Anexo 1: Información recolectada de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas recolectadas en la Oficina de Comité Laboral y Comercial.

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE FORTALEZAS
Identifique los puntos fuertes en la oficina del comité laboral:	<ul style="list-style-type: none"> - La oficina de Comité Laboral y Comercial cumple la función principal, la cual se enfoca en generar a los usuarios el certificado de acreditación de residencia y ser garante en los procesos laborales entre empresa y comunidad. - Se destaca que la oficina tiene un buen funcionamiento operativo y directivo, ya que en el segundo semestre del año 2016 logró ubicar a casi 2000 personas, oriundas del municipio de Puerto Gaitán, en las empresas oferentes del sector hidrocarburos. - Empoderamiento y relaciones con las empresas oferentes para trabajar en asociatividad y poder contratar a las personas residentes del municipio. - Al contar con personal de COFREM dentro de la oficina del Comité Laboral y Comercial hace que el proceso de postulación y contratación se haga de manera transparente con el fin de apoyar la economía de las personas residentes del municipio y disminuir la tasa de desempleo.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los activos (tangibles e intangibles) más valiosos? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las principales fortalezas de la oficina relacionadas con el desarrollo de su objetivo fundamental? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué activos podrían, con apoyo, promoción y/o inversión, llegar a convertirse en una fortaleza? 	

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE DEBILIDADES
Identifique las debilidades:	<ul style="list-style-type: none"> - Sin servicio de aseo y cafetería, las condiciones de higiene y sanidad son muy bajas. - No se cuentan con sistemas de seguridad adecuados (Vías de evacuación) - No están claras las funciones de la oficina
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los problemas de esta oficina (De 	

<p>infraestructura, tecnológicos, etc.)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En sí, en la oficina no funciona ningún comité. No se entiende porque fue creada mediante esta forma. - Infraestructura deficiente sobre todo en época de lluvia
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los obstáculos que pueden limitar el desempeño o el alcance de logros? 	<ul style="list-style-type: none"> - Inconformidad en cuanto a la forma de contratación de las personas que trabajan en la oficina, no existe motivación ni incentivos. - La oficina no cuenta con soporte jurídico inmediato para atender derechos de petición inmediatamente, lo que puede conllevar a sanciones de tipo judicial.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué problemas deben enfrentar en el desarrollo de sus actividades a nivel central, otras oficinas o institutos/empresas etc.? 	<ul style="list-style-type: none"> - Se saturan las funciones del personal de la oficina y disminuye la atención a los usuarios cuando falta un empleado por diferentes circunstancias (Vacaciones, permisos, licencias, etc.). - Instalaciones demasiado pequeñas teniendo en cuenta que se atienden aproximadamente a 300 personas por día.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las necesidades y limitaciones que restringen la realización de iniciativas de trabajo propuestas? 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay representación de COFREM, en cuanto a algún directivo de esta empresa, y los asuntos correspondientes a esta institución los responde a la comunidad la responsable de la oficina. - Débil servicio de internet que dificulta el trabajo con las plataformas tecnológicas utilizadas. - No existe un manual de funciones ni para el cargo directivo ni para los demás funcionarios. - Oficina no tiene capacidad operativa ni logística para realizar funciones en zonas rurales.

<p>PREGUNTAS ORIENTADORAS</p>	<p>LISTA DE OPORTUNIDADES</p>
<p>Identifique las oportunidades:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué oportunidades existen para maximizar, mejorar o apoyar a las fortalezas existentes que se han identificado anteriormente? 	<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte relacionamiento de la oficina con las empresas de la región que permite un dialogo y acuerdos más directos. - Potencial de empresas oferentes que trabajan en el sector agroindustrial.

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué mejoras o apoyo se podría brindar para mejorar las deficiencias detectadas anteriormente? 	<ul style="list-style-type: none"> - Explotar los recursos turísticos (eco, etno, y el turismo en general) de la región con el fin de disminuir la tasa de desempleo y erradicar la pobreza. - Mejorar la infraestructura de la Oficina para que los trabajadores puedan brindar un mejor servicio y los usuarios tengan mejores condiciones del servicio que se les presta.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué oportunidades externas al comité pueden ser identificadas? (alianzas, convenios, etc.) 	

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE AMENAZAS
<p>Las amenazas se refieren a fuerzas internas y externas del comité que ponen en peligro sus recursos y las oportunidades de desarrollo de sus actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resistencia de algunas empresas a cumplir con lo pactado. - Juntas de Acción Comunal permeadas ya que permiten y emiten certificaciones a individuos que nos son residentes del municipio, esto dificulta la labor de la oficina. - Circunstancias de inseguridad en algunos momentos es preocupante, hay amenazas a funcionarios, protestas a las afueras de las instalaciones, etc., lo que hace un factor intimidante para las personas que trabajan dentro de la oficina. - Las personas únicamente buscan ser contratadas en las empresas del sector hidrocarburos ya que los salarios en estas empresas son significativamente más elevados que en las empresas dedicadas a otros sectores.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué amenazas ponen en peligro las fortalezas identificadas anteriormente? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué debilidades pueden empeorar? 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué factores ajenos al comité pueden entorpecer el adecuado desarrollo del trabajo? 	

Anexo 2: Informe seguimiento e implementación de lineamientos política pública de empleabilidad y emprendimiento (LPPEE) en el municipio de Puerto Gaitán

SEGUIMIENTO E IMPLEMENTACION DE LINEAMIENTOS PARA UNA POLÍTICA PÚBLICA DE EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO (LPPEE) EN EL MUNICIPIO DE PUERTO GAITÁN

1. Objetivo:

Realizar un informe sobre la implementación y actividades realizadas de los **Lineamientos de una Política Pública de Empleabilidad y Emprendimiento (LPPEE) del municipio de Puerto Gaitán, Meta** por parte de la Administración municipal y otros actores del territorio.

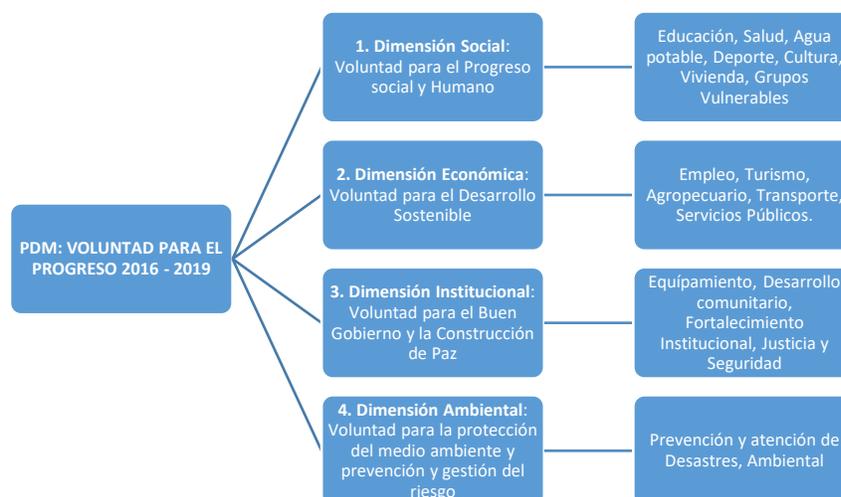
2. Alcance:

Este procedimiento sirve para identificar que tanto los LPPEE han servido de insumo para la implementación de acciones acordes con el fin de ampliar las fuentes de generación de ingresos de la población. Además, se puede utilizar como una herramienta para identificar actividades, metas y acciones que a pesar de no tener como fuente el documento si son acordes con sus lineamientos estratégicos. También tiene la función de reconocer y/o identificar los actores que tienen conocimiento sobre el documento y han implementado algunas de sus propuestas.

3. Líneas estratégicas articuladas en el actual Plan de Desarrollo Municipal “Voluntad para el progreso” 2016 – 2019:

El actual Plan de Desarrollo Municipal (PDM) “Voluntad para el progreso” liderado por el Alcalde José Alexander Fierro define cuatro Ejes estratégicos o Dimensiones de los cuales se desprenden sus programas por sectores con sus respectivos objetivos y metas. A continuación se presentará un resumen de la base estratégica del PDM y más adelante se presentaran los proyectos o acciones que se articulan con los LPPEE.

Ilustración 1: Plan de Desarrollo Municipal



Según las metas y objetivos propuestos en el Plan de Desarrollo Municipal, algunos de ellos se articulan y/o tienen una relación clara con las acciones propuestas en los LPPEE del municipio de Puerto Gaitán, haciendo claridad y según las entrevistas con algunos funcionarios de la Oficina asesora de planeación en ningún momento se utilizó dicho documento como insumo para la formulación del Plan de Desarrollo.

EJE ESTRATEGICO: VOLUNTAD PARA EL PROGRESO SOCIAL Y HUMANO

SECTOR: Educación

- Brindar oportunidades de profesionalización para la comunidad Portogaitanense través de estrategias CERES.
- Apoyar programas interinstitucionales de formación técnica para el trabajo y profesional enfocados al emprendimiento empresarial
- Apoyo en capacitación, divulgación y promoción para creación y fortalecimiento de microempresas en el municipio.
- Gestionar la implementación de un Centro de Investigación Regional de Biotecnología en el municipio de Puerto Gaitán.
- Fortalecer el Fondo para la Educación Superior (FES) para el acceso a educación superior en el municipio.

EJE ESTRATÉGICO: VOLUNTAD PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

La propuesta es trabajar con todos los sectores productivos, sociales, académicos, políticos y civiles para aprovechar lo existente y construir una economía generadora de ingresos con un alto grado de inclusión social, diversificación, equidad social y sostenibilidad ambiental. (...) *Conseguiremos que la cultura turística sea una prioridad* para toda la comunidad de Puerto Gaitán *estableciendo alianzas con la academia* para brindar a la sociedad Portogaitanense conocimientos relacionados con la vocación de servicio al cliente y así poder lograr el objetivo fundamental de llegar a ser una ciudad modelo en el sector turístico sustentable para Colombia y el mundo.

SECTOR: Atención Grupos Vulnerables – Promoción Social

- Prevención y erradicación del trabajo infantil y la protección del joven trabajador en el municipio.
- Caracterización e implementación de la ruta de la población víctima que habita en el municipio.
- Gestionar alianzas público-privadas para la atención integral a la población víctima.
- Implementar la atención, prevención, asistencia, y reparación integral a las víctimas del conflicto armado en el municipio, con un enfoque diferencial.
- Desarrollo de proyectos productivos para el empoderamiento de su territorio de la población indígena

- Gestionar la vinculación de población indígena al programa más familias en acción.

SECTOR: Promoción Del Desarrollo - Empleo, Turismo

- Plan Maestro Turístico del municipio elaborado e implementado
- Apoyo a la formación de emprendimiento, desarrollo y servicio de competencias integrales turísticas en el municipio.
- Elaboración de planes de acción en turismo
- Construcción, mejoramiento, ampliación y adecuación de la infraestructura y escenarios para el turismo.
- Fortalecimiento a la gestión de la oficina agencia de empleo municipal y/o comité comercial y laboral.
- Promover la formalidad de empleo y capacidades de la comunidad para la empleabilidad.
- Potencializar alianzas público -privadas para la formación vocacional de la mano de obra local e incursión laboral.

SECTOR: Agropecuario

- Apoyar alianzas productivas o estratégicas para el beneficio de las asociaciones de productores
- Promover iniciativas agropecuarias autos sostenibles, con enfoque diferencial poblacional.
- Implementar estrategias para los productores en programas de formación de empresas agropecuarias auto sostenible.
- Creación de un sistema de información geográfica para el municipio de Puerto Gaitán
- Gestión para a la adquisición del banco de maquinaria agrícola
- Crear e implementar el Centro de explotación piscícola del municipio.
- Establecer e implementar una granja agro-educativa experimental en el municipio de puerto Gaitán.

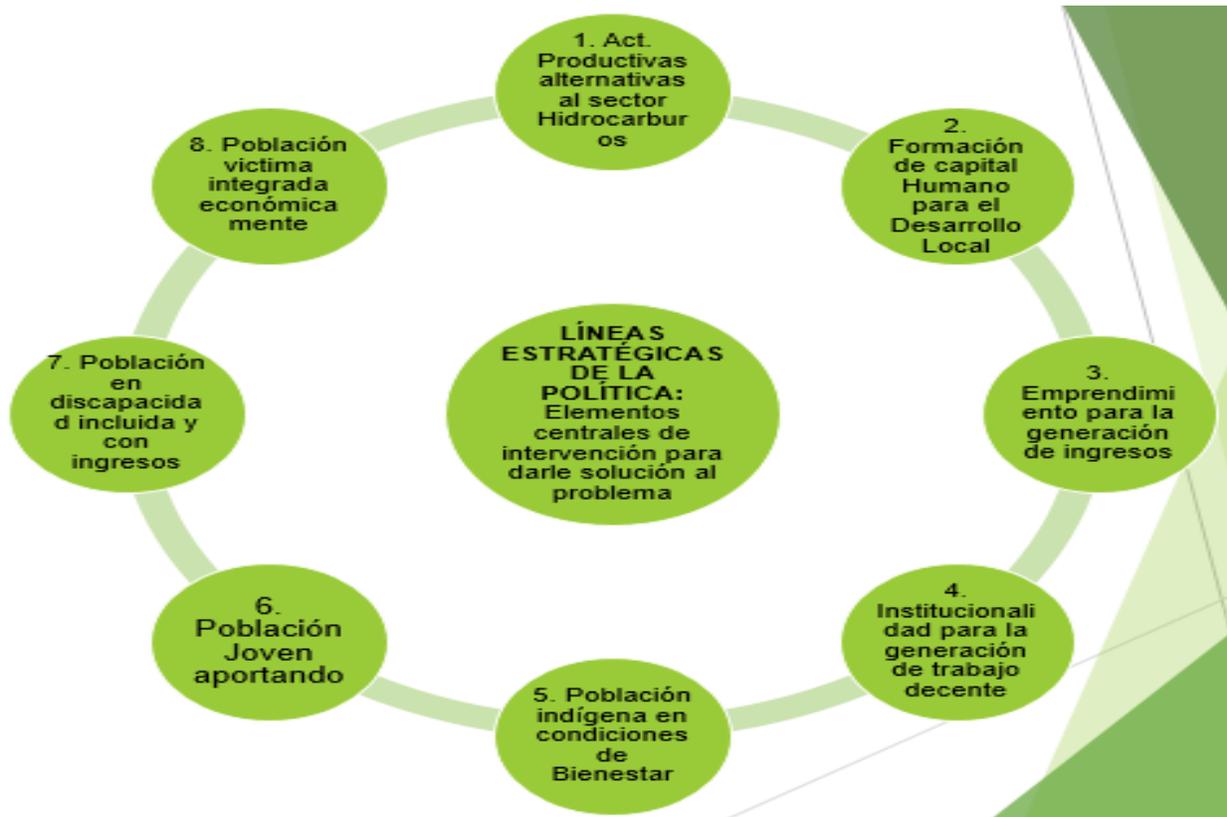
SECTOR: Transporte

- Generar Infraestructura Logística y Terminales de transportes Intermodal para Rutas de Comercio y Turismo.

4. Líneas estratégicas del documento LPPEE

Las líneas estratégicas integran etas concretas de corto y largo plazo para atender las causas del problema identificado. Las acciones son encaminadas a cumplir las metas.

Ilustración 2: Líneas Estratégicas de la Política Pública



5. Descripción de las actividades implementadas o articuladas:

El siguiente cuadro presenta una descripción de algunas actividades implementadas por algunas secretarías acorde con los LPPEE, los secretarios de todos los despachos informan un total desconocimiento de este documento, se les hace una invitación informal a participar de la resocialización del documento.

Ilustración 3: Descripción de Actividades Implementadas por la Administración Municipal

NO.	ACTIVIDAD IMPLEMENTADA O RELACIONADA CON LOS LPPEE	ACTOR
1.	Línea estratégica 1: Empresas sector turismo fortalecidas en temas de servicios y promoción turística	SENA
	Línea Estratégica 1:	Secretaría Administrativa y financiera

2.	<ul style="list-style-type: none"> - Taller de revisión de estatutos tributario local con empresarios, cámara de comercio. - Incentivos tributarios implementados de acuerdo ajustes sugeridos con los empresarios locales 	
3.	<p>Línea estratégica 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes educación básica y media formados en programa orientación vocacional. - Programas formación técnica y tecnológica para el sector turismo - Programas formación profesional gestionados con el CERES 	Secretaria Educación
4.	<p>Línea estratégica 4:</p> <p>Fortalecimiento del dialogo social y garantía de procesos laboral.</p>	Comité laboral – Secretaria de Gobierno

Anexo 3: Caracterización de los Productores en los Mercados Campesinos de Puerto Gaitán



**SECRETARÍA AGROPECUARIA Y DE
MEDIO AMBIENTE - SAMA**

**CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES EN LOS MERCADOS CAMPESINOS
ORGANIZADO POR LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PUERTO GAITÁN**

MAYO DE 2017

**EL PROGRAMA
MANOS A LA PAZ**

**DESPACHO DEL MINISTRO CONSEJERO
PARA EL POST-COMPUESTO AMBIENTAL (AMBIENTE Y ESPERANZA)**

**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
POR UN PAÍS MÁS JUSTO Y EQUILIBRADO

**PN
UD**
50
AÑOS
El espíritu de la paz y la justicia

ELABORADO POR:
Mario Fajardo

CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES PRESENTES EN LOS MERCADOS CAMPESINOS Y DE LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN

“El Mercado Campesino es una apuesta económica, social y cultural de los productores locales y la administración municipal. Es la vitrina más importante del campo Portogaitanense y motor del desarrollo de la economía campesina; que busca defender la cultura agrícola, la soberanía y seguridad alimentaria teniendo como principios fundamentales el empoderamiento campesino, comercio justo entre consumidor y productor y la eliminación de los intermediarios”.

Secretaría de Medio Ambiente y Agricultura – SAMA, Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán, 2016

Mercado Campesino nació como una iniciativa para ser la vitrina de pequeños y medianos productores de Puerto Gaitán. La administración municipal y la secretaría agropecuaria y de medio ambiente (SAMA) consolidaron relaciones de gran importancia con aliados estratégicos como la Asociación Cararaca, Hocol, Pacific Exploration and Production, Fazenda, Batallón Especial Energético # 15, Agualuna y Marverde, entidades que se encargan de apoyar los productos campesinos de la región en este evento de promoción e impulso para la comunidad campesina de la región en esta primer jornada de Mercado Campesino del año 2017.

Este informe busca realizar un análisis de los resultados económicos para los/as productores/as campesinos/as que vienen a comercializar sus productos en el Mercado Campesino, en un primer momento solo se establece el valor neto recibido por sus transacciones, sin considerar costos de producción para identificar la real ganancia, pero se invita y se propone a la Secretaria de Agricultura y Medio Ambiente implementar una metodología concreta que permita conocer el impacto real económico que tiene esta actividad sobre los productores. Para identificar la ganancia en un mercado se debe establecer la diferencia entre el valor pagado por la persona que compra los productos a los/as productores/as al pie de la finca, en la carretera o en la cabecera municipal que denominamos intermediarios y el precio al cual es vendido por los/as productores/as directamente a los/as consumidores/as en el Mercado Campesino.

A continuación, se presenta la información obtenida en los tres Mercados Campesinos a los cuales se les hizo la caracterización de productores, productos, y demás.

MERCADO CAMPESINO
04 DE MARZO DE 2017
PRIMER MERCADO CAMPESINO – AÑO 2017

En el siguiente cuadro, se muestra los datos de los productos comercializados por cada productor en el **Mercado Campesino de marzo de 2017**, al igual que el valor vendido de cada uno de ellos.

PRODUCTOR	PRODUCTO	TOTAL VENDIDO EN PESOS
1	Ensaladas	\$ 100.000
2	Quesos	\$ 320.000
	Quesadilla	
3	Ayacas	\$ 320.000
4	Harina de Plátano	\$ 130.000
	Cuajada	
	Zumo de limón	
	Tamales	
5	Jugo de Yuca	\$ 215.000
	Dulces	
	Extractos o sumos	
	Tortas y pasteles	
6	Chocolate artesanal	\$ 193.000
	Miel	
	Aceites y gel	
	Shampoo	
7	Ayacas	\$ 108.000
	Quesos	
8	Tamales	\$ 320.000
	Tamarindo	
	Quesos	
	Gelatina de pata	
9	Huevos	\$ 272.000
	Piña	
10	Tomate chonto	\$ 20.000
11	Aceites	\$ 320.000
	Antibacterial	
	Medicamentos alternativos	
	Galletas	
	Arepas	
12	Ayacas	\$ 200.000
	Sabajon	
	Mantequilla artesanal	
	Dulces	

	Quesos	
13	Lechona	\$ 280.000
	Chorizos	
14	Arequipe	\$ 350.000
	Suero artesanal	
	Quesos	
	Chorizos	
	Huevos	
	Frutas	
15	Yuca	\$ 500.000
	Hortalizas	
	Aromáticas	
	Gallinas	
16	Masato	\$ 409.000
	Gallinas	
	Patos y pollos	
	Ají artesanal	
17	Vino artesanal	\$ 262.000
	Miel	
	Yogurt artesanal	
18	Flores y frutas deshidratadas	\$ 320.000
	Pulpa de frutas	
19	Ayacac	\$ 400.000
	Envueltos	
	Masato	
	Tortas y pasteles	
Total	N° de productos = 44	\$ 5.039.000

En el siguiente cuadro se indica un resumen general del Mercado Campesino que se realizó el día 4 de marzo del año 2017, en este podemos ver que el Mercado Campesino tuvo una asistencia de 19 productores locales, tanto del sector urbano como del sector rural, de los cuáles 15 productores fueron mujeres y tan solo 4 fueron hombres. Además, con la información recolectada mediante la planilla de caracterización de productores y productos pudimos obtener el total vendido de cada productor en el Mercado y sabemos que el total vendido en el Mercado Campesino de Marzo de 2017 fue de **\$ 5'039.000** pesos, lo que nos indica que cada productor vendió en promedio **\$265.211** pesos.

Número de Productores en el Mercado Campesino	19 Productores
Total Vendido Mercado N° 1 del año 2017 – Marzo	\$ 5.039.000
Promedio de ventas por productor	\$ 265.211
Número de productos comercializados	44 Productos
Productos no procesados	12 productos
Productos procesados o transformados	32 productos

Además, del anterior cuadro también se puede deducir que tan solo el 27% de los productos comercializados fueron productos no procesados, es decir, que no sufrieron ningún proceso de transformación. Y el 73 % de los productos corresponde a productos que han sido transformados o que tienen algún proceso antes de ser comercializado.

MERCADO CAMPESINO
01 DE ABRIL DE 2017
SEGUNDO MERCADO CAMPESINO AÑO 2017

En el siguiente cuadro, se muestra los datos de los productos comercializados por cada productor en el **Mercado Campesino de abril de 2017**, al igual que el valor vendido de cada uno de ellos.

PRODUCTOR	PRODUCTO	TOTAL VENDIDO EN PESOS
1	Fritos	\$ 90.000
	Morcillas	
	Chorizos	
2	Ayacas	\$ 255.000
3	Jugo y Avena	\$ 170.000
	Tortas y pasteles	
4	Queso siete cueros	\$ 300.000
	Quesadillas	

5	Jugo de Yuca	\$ 85.000
	Tortas y pasteles	
6	Ayacas	\$ 44.000
	Embueitos	
	Arepas	
7	Cuajada	\$ 48.000
	Flor de Jamaica	
8	Piña	\$ 57.000
9	Huevos	\$ 300.000
10	Platano	\$ 150.000
	Yuca	
	Pollos	
	Huevos criollos	
11	Cachama	\$ 272.000
12	Rellenas	\$ 68.000
	Chorizos	
13	Lechona	\$ 250.000
14	Pollos	\$ 137.000
	Masato	
	Mantequilla artesanal	
15	Avena	\$ 145.000
	Tamales	
	Queso	
16	Miel	\$ 450.000
	Arequipe	
	Chorizos	
	Suero costeño	
	Melones	
17	Chocolate artesanal	\$ 32.000
18	Tamales	\$ 270.000
	Arequipe	
	Huevos	
19	Melones	\$ 150.000
	Sabajon	
	Jarabe Marañon	
	Salsa de piña	
	Aceites	
20	Lechona	\$ 488.000
	Pulpa de maracuyá	
	Maracuya	
21	Ayacas	\$ 315.000

	Dulce de leche	
	Dulce de pata	
	Dulce de papaya	
22	Ayacac	\$ 400.000
23	Artesanias	\$ 30.000
24	Pollo preparado	\$ 262.000
Total	N° de productos = 39	\$ 4.768.000

En el siguiente cuadro se indica un resumen general del Mercado Campesino que se realizó el día 1 de abril del año 2017, en este podemos ver que el Mercado Campesino tuvo una asistencia de 24 productores locales, tanto del sector urbano como del sector rural. Además, con la información recolectada mediante la planilla de caracterización de productores y productos pudimos obtener el total vendido de cada productor en el Mercado y sabemos que el total vendido en el Mercado Campesino de Marzo de 2017 fue de **\$ 4'768.000** pesos, lo que nos indica que cada productor vendió en promedio **\$198.667** pesos.

Número de Productores en el Mercado Campesino	24 Productores
Total Vendido Mercado N° 2 del año 2017 - Abril	\$ 4.768.000
Promedio de ventas por productor	\$ 198.667
Número de productos comercializados	39 Productos
Productos no procesados	11 Productos
Productos procesados o transformados	28 Productos

Del anterior cuadro también se puede deducir que tan solo el 28% de los productos comercializados fueron productos no procesados, es decir, que no sufrieron ningún proceso de transformación. Y el 72 % de los productos corresponde a productos que han sido transformados o que tienen algún proceso antes de ser comercializado.

MERCADO CAMPESINO
6 DE MAYO DE 2017
TERCER MERCADO CAMPESINO DEL AÑO 2017

En el siguiente cuadro, se muestra los datos de los productos comercializados por cada productor en el **Mercado Campesino de mayo de 2017**, al igual que el valor vendido de cada uno de ellos.

PRODUCTOR	PRODUCTO	TOTAL VENDIDO EN PESOS
1	Rellenas	\$ 97.000
	Fritos	
	Carne	
	Jugos	
2	Pulpa de fruta	\$ 144.000
3	Mantecadas	\$ 120.000
	Jugos	
	Avena	
	Biscochos	
4	Ayacas	\$ 300.000
5	Gallinas y pollos	\$ 450.000
	Huevos	
	Tortas	
	Envueltos	
	Pan	
	Galletas	
	Extractos de limonaria	
	Aceites	
	Arepas	
6	Tortas	\$ 155.000
	Miel	
7	Ayacas	\$ 70.000
	Arepas	
8	Flor de jamaica	\$ 145.000
	Curcuma	
9	Huevos	\$ 168.000
	Gallinas	
10	Papaya	\$ 190.000
	Yuca	
	Gallinas	

	Miel	
11	Queso siete cueros	\$ 150.000
	Quesadilla	
12	Piña	\$ 200.000
	Compota	
	Piña asada	
	Mermelada de mango	
	Salsa de mango	
	Panelas de leche	
13	Chocolate artesanal	\$ 77.000
	Tortas y pasteles	
	Panela	
	Café molido	
	Café en grano	
14	Masato	\$ 205.000
	Jugos	
	Cuajada	
	Mermelada	
	Miel	
	Pulpa de fruta	
15	Queso	\$ 235.000
	Araza	
	Jarabe Marañon	
	Shampus	
	Bollo campesino	
16	Limonas	\$ 200.000
	Lechona	
	Chorizos	
17	Tamales	\$ 330.000
	Queso campesino	
	Cuajada	
	Envueltos	
18	Dulces	\$ 40.000
	Pulpa de fruta	
19	Huevos	\$ 250.000
	Limonas	
	Naranja tangelo	
	Queso	
	Tamales	
20	Platano	\$ 300.000
	Papaya	

21	Extracto de moringa	\$ 60.000
	Miel	
22	Vino	\$ 220.000
	Cuajada	
23	Insecticidas	\$ 111.000
	Vino	
	Toldillos	
	Sitronela	
	Perfumes	
24	Ayacas	\$ 90.000
TOTAL	N° De Productos = 56	\$ 4.307.000

En el siguiente cuadro se indica un resumen general del Mercado Campesino que se realizó el día 6 de mayo del año 2017, en este podemos ver que el Mercado Campesino tuvo una asistencia de 24 productores locales, tanto del sector urbano como del sector rural. Además, con la información recolectada mediante la planilla de caracterización de productores y productos pudimos obtener el total vendido de cada productor en el Mercado y sabemos que el total vendido en el Mercado Campesino de Marzo de 2017 fue de **\$ 4'307.000** pesos, lo que nos indica que cada productor vendió en promedio **\$179.458** pesos.

Número de Productores presentes en el Mercado	24 Productores
Total Vendido Mercado N° 3 del año 2017 - Mayo	\$ 4.307.000
Promedio de ventas por productor	\$ 179.458
Número de productos comercializados	56 Productos
Productos no procesados	14 Productos
Productos procesados o transformados	42 Productos

Del anterior cuadro también se puede deducir que tan solo el 25% de los productos comercializados fueron productos no procesados, es decir, que no sufrieron ningún proceso de

transformación. Y el 75 % de los productos corresponde a productos que han sido transformados o que tienen algún proceso antes de ser comercializado.

En general, en el Mercado Campesino realizado en Puerto Gaitán se comercializa una canasta con variedad de productos no procesados, como frutas, verduras, hortalizas, entre otros, menor en comparación a la gran variedad de productos procesados como aceites, tónicos, chocolate, vinos, yogurt, chorizos, ayacas, y demás alimentos procesados presentes, lo cual podría asociarse a las condiciones bioclimáticas que caracteriza la región la cual impide y limita la producción de alimentos en gran variedad. Desde la organización de la actividad de Mercado Campesino se debería motivar a que los productores traten de llevar, a los próximos Mercados productos no procesados, como pueden ser frutas, hortalizas, verduras, yuca, plátano, entre otros, que tienen gran aceptación, por su calidad y bajo precio, entre los consumidores.

Para este Mercado Campesino se realizó una **encuesta de satisfacción** del consumidor, ya que es esencial conocer la opinión de los consumidores respecto a la calidad de los productos y sus precios. Se realizó la encuesta, a los consumidores, sobre la calidad de productos que estaban consumiendo y sobre si el valor de estos productos es económico o no lo es. Luego se hizo un análisis de la información, después de realizar dicha encuesta, y se puede deducir que los productos comercializados en el Mercado Campesino son de muy buena calidad, con una **aceptación de más del 80%** entre las personas encuestadas, y que **los precios**, que se manejan para los productos en el Mercado Campesino, **son justos**, es decir, que la percepción de la mayoría de los clientes respecto a los precios de los productos comercializados, no son costosos ni económicos para ellos, sino que el valor pagado corresponde a lo que vale el producto.

CUADRO RESUMEN – MERCADO CAMPESINO

A continuación se presenta un cuadro resumen de los datos anteriormente presentados y un promedio de los tres Mercados Campesinos realizados en el presente año, en los meses de marzo, abril y mayo.

MERCADO CAMPESINO							
CUADRO RESUMEN							
NUMERO DE PRODUCTORES	TOTAL VENDIDO	PROMEDIO DE VENTAS POR PRODUCTOR	NUMERO DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	PRODUCTOS NO PROCESADOS		PRODUCTOS PROCESADOS	
				CANT.	%	CANT.	%
MERCADO CAMPESINO 01 DE 2017 - MARZO							
19	\$ 5.039.000	\$ 265.211	44	12	27%	32	73%

MERCADO CAMPESINO 02 DE 2017 - ABRIL							
24	\$ 4.768.000	\$ 198.667	39	11	28%	28	72%
MERCADO CAMPESINO 03 DE 2017 - MAYO							
24	\$ 4.307.000	\$ 179.458	56	14	25%	42	75%
PROMEDIO MERCADO CAMPESINO							
22,33	\$ 4.704.667	\$ 210.657	46,33	12,33	27%	34	73%

Con esta información podemos deducir lo siguiente:

- ✓ En promedio los tres Mercados Campesinos, realizados en el año 2017, tuvieron una asistencia de **22 productores**, y según la tabla se puede deducir que cada uno de ellos percibe un **valor promedio de \$210.657 pesos**.
- ✓ En lo que va corrido del año, se ha vendido, en los tres mercados campesinos, un valor **total de \$ 14.114.000 pesos**, es decir, que en promedio en cada Mercado Campesino se ha vendido el valor de **\$ 4.704.667 pesos**.
- ✓ La cantidad de productos procesados, que se comercializan en los diferentes Mercados Campesinos realizados en el municipio, supera ampliamente a la de productos que no han tenido algún proceso de transformación, en promedio se comercializa el **73% de productos que tienen algún proceso de transformación** y, tan solo, el **27% de los productos comercializados corresponden a los no transformados**, como frutas, verduras, hortalizas y demás.

RECOMENDACIONES

El Mercado Campesino se desarrolla de muy buena manera, es decir, funciona de manera eficiente, pero se debe motivar a toda la comunidad de Puerto Gaitán y promocionar aún más el evento para que asistan a esta actividad y, de esta manera, los productores logren vender la mayoría de los productos que comercializan en el mercado, así mismo motivar a más productores de la región, de la zona urbana y rural, para que puedan traer sus productos y logren eliminar los intermediarios.

Es importante que los productores reciban capacitaciones sobre un plan financiero sencillo, que les permita saber el costo de producir y llevar al mercado sus productos y así saber con la mayor exactitud posible la utilidad generada de sus productos.

También se debe seguir apoyando a los productores en cuánto al costo del transporte para trasladar sus productos hasta el municipio y así lograr que ellos perciban una ayuda de la administración municipal.

Anexo 4: Propuesta de Mercado Campesino – Organización, Promoción y fortalecimiento del Mercado Campesino



ORGANIZACIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL MERCADO CAMPESINO EN PUERTO GAITAN - META

**EL PROGRAMA
MANOS A LA PAZ**



ELABORADO POR:
Mario Fajardo

ORGANIZACIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL MERCADO CAMPESINO EN PUERTO GAITÁN - META

1. PRESENTACIÓN

Este documento se presenta en base al informe “*Guía de Mercados Campesinos- ABC para la implementación*” presentado por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Gobernación del Meta.

El objetivo fundamental de este documento es presentar a la Secretaría Agropecuaria y de Medio Ambiente y a los demás actores presentes en el Mercado, una guía metodológica para la implementación, fortalecimiento, promoción y organización acordes con las particularidades encontradas en el Mercado Campesino actual el cual tiene características especiales tanto en su organización como en su desarrollo.

2. ASPECTOS GENERALES

2.1 ¿Qué son los Mercados Campesinos?

Los Mercados Campesinos son escenarios económicos, sociales y culturales, que históricamente han permitido la comercialización de productos agropecuarios de origen campesino. Se caracterizan por generar un encuentro directo entre los productores y los consumidores en algún punto geográfico de una ciudad o pueblo, disminuyendo las cadenas de intermediación. Así se logran mayores ingresos para las familias rurales y mejores precios para el consumidor.

En Puerto Gaitán el Mercado Campesino nació como una iniciativa cuyo fin es ser vitrina de pequeños y medianos productores. La administración municipal y la secretaría agropecuaria y de medio ambiente - SAMA consolidaron relaciones de gran importancia con aliados estratégicos como la Asociación Cararaca, Hocol, Pacific Exploration and Production, Fazenda, Batallón Especial Energético # 15, Agualuna y Marverde, entidades que se encargan de apoyar a los productores campesinos, sobre todo en materia logística de transporte para poder trasladarse a este evento que se realiza en la zona urbana del mismo.

En el caso particular de Puerto Gaitán el concepto e importancia de la labor campesina no está muy arraigada dentro de la sociedad, diversos fenómenos, especialmente el de la explotación de hidrocarburos a gran escala y el de la Agroindustria, han impactado sobre la pequeña economía campesina familiar la cual basa su sustento en la producción de alimentos.

2.2 ¿Qué beneficios tienen los Mercados Campesinos?

- Nuevo canal de comercialización que puede incentivar a Familias Campesinas a reactivar su labor de producción, transformación y comercialización de alimentos.
- Permite que pequeños campesinos comercialicen de forma directa sus productos.
- Mayor margen de ingresos a campesinos mediante la eliminación de intermediarios.
- El Mercado debe ser utilizado también como un canal de información en donde productores conozcan oportunidades de negocio con empresas u otros productores (Implementar acuerdos de proveeduría).
- Visibilizar la labor campesina y su importancia.
- Defiende la Economía Campesina Familiar frente a amenazas como la minería y la agroindustria.
- Facilita la regulación de precios y evita la especulación por parte de otros canales de comercialización como fruver, tiendas, u otros.
- Permite conocer iniciativas de emprendimiento que pueden ser apoyadas por entes públicos y privados.
- Puente para fomentar asociatividad.
- Contribuye a defensa de soberanía y seguridad alimentaria.

3. IMPORTANCIA DE CREACIÓN DE COMITÉ, ASOCIACIÓN O RED DE APOYO INSTITUCIONAL PARA FORTALECIMIENTO DE MERCADO CAMPESINO

La propuesta de creación de un comité, asociación o red de apoyo para el Mercado Campesino parte de la observación de que la organización de la actividad es una iniciativa u organización unilateral por parte de la Alcaldía de Puerto Gaitán, sin embargo, se debe buscar contar con la participación, ante todo, de los Campesinos/Productores para que se apropien del espacio como fundamental en su quehacer campesino y garantizar su realización en los próximos años.

Los productores pueden involucrarse a través de sus representantes o líderes o por iniciativa individual y deben estar acompañados del Gobierno local y de las entidades que apoyan el mercado (Instituciones públicas, fundaciones, empresas privadas) inicialmente se generaran encuentros para definir objetivos, requerimientos y alcances del mercado campesino. El comité también identificara aliados estratégicos (Empresa Privada) que no solo se comprometa con labores logísticas (Transporte y adecuación de sitio) sino en acompañamiento continuo en labores de emprendimiento, mejoramiento de suelos, sistemas de riego para los pequeños productores/campesinos entre otras.

El ente que constituyan también tendrá la labor de acordar reglas con los participantes del mercado, en donde se les dará seguimiento a algunos aspectos del Mercado Campesino como:

- **Control y calidad de los productos:** Se encargará de definir precios de venta y garantizar su cumplimiento. Tomará datos de ventas al final de cada ejercicio. Verificará la calidad de los productos a vender.

- **Promoción, comunicaciones y publicidad del mercado:** Se diseña la estrategia de comunicaciones y promoción. Cada mercado debe ser promocionado en radio, con perifoneo, volantes, redes sociales, llamadas telefónicas entre otros medios.
- **Logística y convivencia:** Se encargará de consolidar la oferta de productos, el montaje y desarme del mercado campesino. Debe coordinar la ubicación de los participantes y las condiciones básicas para realizar el evento.
- **Temas ambientales y de salubridad:** Se encargará de preparar manual del cumplimiento a las normas de salubridad e higiene que se requieren para desarrollar los mercados campesinos, además de la protección de espacios de uso, manejo adecuado de residuos, concientización, reducción de contaminación, etc.

4. OFERTA DE PRODUCTOS DEL MERCADO CAMPESINO

El manejo de los productos que se ofrecen en el mercado (Oferta) es fundamental para fortalecer un mercado campesino. Es importante garantizar gran variedad de productos a un precio adecuado, se ha observado que, en el Mercado Campesino actual, la variedad de productos no es mucha, y se observa además que muchos de los productos que se comercializan en el mercado se distribuyen en varios productores, es decir, varios productores venden el mismo producto lo que conlleva a una competencia interna, se debe entonces procurar que antes de iniciar el mercado los productores tengan la suficiente información para que ellos tomen la decisión de que producto les conviene llevar al mercado.

Se recomienda tener un registro adecuado de los productos presentes en el mercado tanto para identificar de manera clara la oferta (Cantidad/producto) como para encontrar una adecuada variedad de productos y no se presente el inconveniente antes descrito.

Tabla: Registro de Productos - Mercado Campesino

Lista de Productos/Productor/Origen								
N°	Tipo Producto	Nombre Productor (a)	Cantidad disponible	Teléfono	Origen (Municipio, vereda, corregimiento, zona)	Pertenece a organización		Asociación a la que pertenece
						Si	No	
1	Platano	María Solano	30 kl	3006543221	Puerto López, Vereda/ Delicias	x		ASOMUAL
2								
3								
4								
5								
6								
7								

5. LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN UN MERCADO CAMPESINO:

El mercado Campesino debe pretender fijar precios ajustados a los costos de producción que permitan utilidad a los productores y accesibilidad a los consumidores. Se recomienda indagar y comparar precios de venta de los productos en los lugares cercanos al punto de realización del Mercado Campesino.

Se puede, por ejemplo para establecer un precio justo, hacer cotizaciones del listado de productos. A partir de esta información, se tomarán valores promedios: se suman los precios para cada producto y el resultado es dividido en el número de cotizaciones (ejemplo si se realizan tres cotizaciones, el numero en que se divide corresponde a tres), esto con el fin de obtener un promedio del precio del mercado. Este valor es un parámetro para fijar precios en el mercado campesino, que brinde utilidad al productor y economía al consumidor.

6. PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD DEL MERCADO CAMPESINO

Una tarea importante corresponde a la promoción, difusión y publicidad necesaria para convocar a la mayor cantidad de personas al mercado, se deben implementar estrategias de difusión más eficientes que el perifoneo en las calles. A continuación, se presenta un cuadro

Tabla: Identificación de Medios de Comunicación y Difusión de Mercados Campesinos

MEDIOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	CARACTERÍSTICAS	PÚBLICO DESTINO
El "Voz a Voz"	Se extiende la invitación al mercado campesino voz a voz con familiares, amigos, vecinos y demás allegados.	Personas cercanas a los organizadores.
Perifoneo	Servicios e publicidad con sonido en las calles retransmitiendo permanentemente una propaganda.	Pobladores de casco urbano o centro poblado.
E-mail y redes sociales	Invitaciones y publicidad hechas en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram entre otras. Envío de correos electrónicos.	Pobladores de casco urbano. Instituciones, empresarios, representantes y líderes municipales regionales.
Cuña radial	Propaganda transmitida por medios radiales.	Población rural y urbana.
Cartas	Invitación por medio escrito.	Instituciones empresarios, representantes y líderes municipales, regionales.
Volantes	Propaganda en el papel para ser repartida al público de interés.	Habitantes cercanos al sitio de celebración del mercado.
Pasacalles	Pancarta horizontal que se ubica a elevada altura en calles importantes.	Pobladores de casco urbano.
Cartelera comunitaria	Propaganda en papel hecha a mano para ser ubicada en sitios de interés general (iglesia, tiendas, alcaldía, hospital, etc)	Pobladores de casco urbano.

resumen de estrategias de difusión posibles a emplear:

7. REGISTRO DE CANTIDADES Y VENTAS

Previo a la realización del Mercado es importante realizar sondeos o registros aproximados de la oferta de productos en el mercado, al terminar es importante registrar las ventas totales de cada productor para con esto conocer la dimensión y tamaño del mercado en cuanto a la cantidad de ventas de productos como de ingresos para los productores.

Tabla: Registro de Ventas y Cantidades - Mercado Campesino

Lugar:		Teléfono del contacto:	
Fecha:		Nombre /vereda / corregimiento:	
Nombre productor (a):			
Asociación a la que pertenece:			
Nombre parcela o finca:			

Productos	Unidad de Medida	Cantidades ingresadas	Cantidades vendidas	Precio unitario	Ventas Totales
Plátano Hárton	Kilos	50	45	1.100	49.500
Aguacate	Unidad	30	30	2.000	60.000
Huevos campesinos	Cubeta	10	9	15.000	135.000
Total:					244,500

8. SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR

Es esencial conocer la opinión de los consumidores respecto a la calidad de productos y sus precios, se propone mediante el siguiente método tomar datos claves de los consumidores que permitan identificar estrategias de mejora, por ejemplo, si los consumidores informan de productos costosos se debe verificar y optar estrategias para reducir precios que sean más favorables al consumidor.

Tabla: Registro de Nivel de Satisfacción de Clientes

NIVEL SATISFACCION DEL CLIENTE						
No.	Nombre	Barrio/Vereda	Celular	Productos que consume	Calificación de 1 a 5, considerando que: 1=Insatisfecha, 2=Necesita mejorar, 3=Satisfactorio, 4=Muy bueno, 5=Excelente	Como califica los productos en relación a sus precios: 1=Costosos, 2=Justos, 3=Económicos

9. COMO GARANTIZAR LA CONTINUIDAD DEL MERCADO CAMPESINO

A continuación, se presentan unas recomendaciones para lograr que el proceso de mercados campesinos sea sostenible:

- Aumentar gradualmente la diversidad de productos ofertados y estructurar estrategias de promoción, sobre todo con productos de cosecha.
- Escuchar y resolver las inquietudes de los consumidores.
- Capacitar de manera continua a los productores campesinos en técnicas de producción limpia, manipulación de alimentos, atención al cliente y estrategias de ventas y comercialización alternativas.
- Establecer una contribución económica a través de una cuota de sostenimiento del mercado a cada productor u organización participante. Esto debe hacerse de manera equitativa para todos los productores que participan en el mercado. Ejemplo: cuota basada en un porcentaje de los ingresos brutos (ventas totales) o basada en los ingresos netos (margen de utilidad).
- Formular un Plan de Trabajo anual donde se establezcan las acciones y metas de gestión que deberá poner en marcha la asociación o comité, para sostener el proceso.
- Gestionar recursos de apoyo con instituciones y organizaciones públicas y privadas para financiar las operaciones logísticas del mercado y otros gastos que implica mantenimiento y/o cambio de los equipos y enseres utilizados para la realización de eventos de mercado campesino.
- Desarrollar y/o fortalecer las capacidades de las organizaciones y/o productores para establecer negocios o redes ampliadas de comercialización, que permita la oferta de

productos en otros espacios de venta, diferentes a los mercados campesinos Ejemplo: Puntos de venta permanentes, tiendas comunitarias, suministro directo a demandantes como restaurantes, hoteles, promover compras institucionales y acuerdos de proveeduría con empresas privadas.

- Incidir en el diseño e implementación de políticas locales para la institucionalización de estos espacios de comercialización campesina, que estimulen la producción y defensa de la economía campesina.
- Empoderar a los productores a través de sus organizaciones del manejo y direccionamiento del mercado, para mantener su autonomía y adelantar las relaciones con la institucionalidad pública y privada.
- Realizar eventos grandes para convocar mayor cantidad de consumidores al mercado, realizar ferias gastronómicas y de la producción campesina donde se realicen concursos del mejor producto campesino, concurso de la cocina llanera, eventos artísticos, etc.