

**“APOYAR EL DISEÑO Y DESARROLLO DEL PLAN OPERATIVO Y DE
POSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE LIDERAZGO DE LA UNIVERSIDAD DEL
CAUCA”**



MIYER ALFREDO PEÑAFIEL RUIZ

PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS.
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2016**

**“APOYAR EL DISEÑO Y DESARROLLO DEL PLAN OPERATIVO Y DE
POSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE LIDERAZGO DE LA UNIVERSIDAD DEL
CAUCA”**



MIYER ALFREDO PEÑAFIEL RUÍZ

ASESOR ACADÉMICO Y EMPRESARIAL.

MAG. HÉCTOR ALEJANDRO SÁNCHEZ.

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS.
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2016**

Dedicatoria

A Dios por brindarme la vida, la voluntad y la oportunidad de estudiar.

A mi Padre y a mi Madre por estar presentes siempre, por cada uno de los grandes esfuerzos que hicieron para apoyar mi propósito y quienes fueron mi motivación para continuar en cada uno de los momentos que sentí desfallecer. A mi hermano quien estuvo siempre presente en mi pensamiento, quien fue una guía, un amigo, un compañero, y quien desde algún lugar del universo, hoy, se siente feliz.

A mis amigos de carrera por cada momento de alegría vivido y compartido.

Agradecimientos

Agradezco al profesor Héctor Alejandro Sánchez, por su apreciable enseñanza a lo largo de la carrera, cada conocimiento aportado fue indispensable en mi crecimiento profesional y a cada una de las personas que estuvieron presentes en esta etapa de mi vida, quienes me apoyaron a alcanzar esta meta tan anhelada.

“La educación es el gran motor de desarrollo personal. Es a través de la educación como la hija del campesino puede convertirse en una médica, el hijo de un minero puede convertirse en el jefe de la mina o el hijo de trabajadores agrícolas puede convertirse en el presidente de una gran nación”

(Nelson Mandela)

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	8
1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.	11
1.1 Definición del problema.	11
1.2 Justificación.	12
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
2 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.....	13
2.1 Referentes teóricos.	13
2.2 Marco contextual.	15
Universidad del Cauca:.....	15
Centro de liderazgo.....	18
2.3 Referentes conceptuales.	20
3 Contextualización metodológica.	24
3.1 Revisión teórica de la temática de interés para el Centro de Liderazgo, con base en los temas ya trabajados para américa latina.	25
3.1.1 Temas centrales para el pacífico y la amazonia.	25
3.1.2 Temas centrales sobre educación.	29
3.1.3 Temas centrales asociados al cambio climático.	30
3.1.4 Temas centrales asociados a la supervivencia de la población.	33
3.2 Clasificación de temas a trabajar en el plan operativo del Centro de Liderazgo para un periodo de un año.	36
3.2.1 Agua, Oxígeno y biodiversidad:.....	36
3.2.2 Educación.	37
3.2.3 Seguridad alimentaria.	38

3.3 Diseño del plan operativo	39
3.3.1 Agua, Oxígeno y biodiversidad	39
3.3.2 Educación.	42
3.3.3 Seguridad alimentaria.	43
3.4 Diseño del plan de posicionamiento.	44
3.4.1 Centro de liderazgo en tu facultad.	44
3.4.2 Programa de radio “SABERES”	45
3.4.3 Portafolio de servicios del centro de liderazgo de la universidad del Cauca.	48
3.4.4 Simposio de Economía Social Y Solidaria.....	51
3.5 Puesta en marcha del plan de posicionamiento.	52
3.5.1 Dae y centro de liderazgo en tu facultad.	52
3.5.2 Taller de liderazgo.	53
3.5.3 conferencia, derechos de obtentor de variedades vegetales y registro nacional de cultivares comerciales.....	54
3.5.4. Gerenciarte.....	55
3.5.5 Primer Simposio de Economía Social y Solidaria.....	56
3.5.6 Cine club de Liderazgo.....	57
3.6 Desarrollo de posibles eventos y/o talleres, cursos sobre los temas de liderazgo, cultural ciudadana y participación ciudadana.....	58
3.6.1 Cartilla	58
3.6.2 Curso Básico de Cultura ciudadana.....	58
4. Conclusiones y recomendaciones.	62
4.1 Conclusiones.....	62
4.2 Recomendaciones.	63
5. Referencias bibliográficas.	65

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Escudo Universidad del Cauca.....	15
Ilustración 2. Logo del Centro de Liderazgo.....	18
Ilustración 3 Socialización programas de liderazgo.	52
Ilustración 4 Entrega de publicidad y socialización de programas.	53
Ilustración 5 Socialización de temas Centro de Liderazgo.....	54
Ilustración 6 Participación en Gerenciarte, Centro de Liderazgo y Dae.	55
Ilustración 7 Simposio de Economía Social y Solidaria.....	56
Ilustración 8 Taller Y Cine club de Liderazgo.	57
Ilustración 9 Curso virtual, plataforma MOODLE.....	59

Anexos

Anexo No. 1: Programa de radio: Portafolio “Saberes”68
Anexo No. 2: Cartilla de Cultura Ciudadana.....68

INTRODUCCIÓN

Los procesos sociales son determinantes en las sociedades de cualquier característica, siendo el individuo el primer actor a tener en cuenta en los diferentes aspectos que rigen y condicionan la ruta de acción dentro del estado o región. Las sociedades incluso las más antiguas civilizaciones fueron creadas bajo el precepto de sociedades donde se elegían líderes capaces de administrar los recursos y quienes velaban por el bien de la sociedad a la cual representaban, de ese modo se fueron creando diferentes estilos y/o modelos de sociedades y de liderazgo. Estilos que predominaron y que dieron espacio para que diferentes sociedades surgieran como potencias mundiales, con el paso de las décadas fueron tomando acciones distintas, como por ejemplo ejercicios de corrupción, desencadenando otros fenómenos que hoy truncan aún más el buen desarrollo de la sociedad, como por ejemplo la violencia, la pérdida de la ética profesional de los funcionarios y entre otros aspectos negativos socialmente.

El Centro de Liderazgo es un proyecto agenciado desde la rectoría de la Universidad del Cauca, que nace como una iniciativa interinstitucional de carácter académico, basada en la interacción de la triada del sector privado, sector público, y la academia, el cual busca fortalecer las capacidades para el desarrollo de la región mediante el potenciamiento de las habilidades de liderazgo del talento humano regional y la promoción de iniciativas de alto impacto social, además proveer soluciones alternativas a diferentes problemáticas que se presentan en la ciudad y que actualmente se han vuelto cotidianas, considerando que existe potencial para dinamizar los procesos sociales, económicos, ambientales y políticos y todos aquellos factores que involucran el desarrollo para una región.

El presente trabajo tiene como finalidad apoyar el diseño del plan operativo, así como el diseño y desarrollo del plan de posicionamiento que permita a la Universidad del Cauca posicionar el Centro de Liderazgo como una unidad capacitada para intervenir con alternativas de solución en diferentes campos como: Liderazgo, Educación, Emprendimiento, Educación,

Desarrollo y Bienestar. De modo que la sociedad pueda percibir el centro de liderazgo como una unidad que apoya la cooperación regional, la capacitación técnica, fortalecimiento de las habilidades de liderazgo del talento humano de la región y la promoción de iniciativas de alto impacto social.

1. Contextualización del Problema

1.1 Definición del Problema

Las sociedades del siglo XXI o sociedades modernas han logrado grandes avances en el campo científico a través de la historia debido a que es la ciencia la que se ha encargado de realizar un sin número de estudios con el fin de desarrollar mayores conocimientos en todas las áreas posibles, avances que han permitido a ciertas sociedades desarrollarse y crecer más que otras, en aspectos sociales, económicos, ambientales, políticos etc, Desarrollo que se ha dado a pasos agigantados y que vistos desde el punto de vista económico, de mercadeo y político es un indicador positivo, pero que desde otras perspectivas y que poseen de igual manera gran importancia, traen consigo ciertos fenómenos que han llevado a muchas sociedades a entrar en crisis, desencadenando una serie de problemas sociales como altos índices de pobreza, desigualdad, daños ambientales, altos índices de corrupción, aperturas económicas a beneficio de extranjeros mas no de los locales, esos fenómenos presentes involucran directamente a la sociedad de un país, pero no a todos en igualdad de condiciones, hay quienes han sufrido el flagelo de la indiferencia de los dirigentes gubernamentales, la guerra, la violencia y que de ese modo han adoptado de igual manera un estado de indiferencia, de resignación y que consecuentemente le han abierto aún más la brecha a los líderes a practicar abiertamente la corrupción y a tomar deficientes decisiones estatales. Razón por la que se evidencia la necesidad de llevar a cabo una plan de posicionamiento del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca como una unidad que permita mediante la capacitación, la cooperación y la educación, iniciativas de fortalecimiento a las capacidades del talento humano regional, formando liderazgos que tomen conciencia de las problemáticas que viven actualmente la sociedad y broten alternativas de solución que permitan a organizaciones comunitarias y sociales no gubernamentales a vivir y sentir como propias la política, la cultura y participación ciudadana, contribuyendo a unas mejores prácticas de convivencia en una región que le pertenece a todos, permitiendo así la visibilización de los trabajos realizados hasta el momento y brindando la posibilidad de potenciar nuevos

programas estratégicos que se pretenden desarrollar el Centro de Liderazgo en el corto y mediano plazo.

1.2 Justificación

Estamos en una época de innumerables cambios sociales, donde las grandes potencias buscan incansablemente colonizar el mundo con sus mercados gigantes, la tecnología es uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta debido a la influencia que esta presenta en el modo de vida del ser humano, la sociedad ya no lee, no se documenta, las viejas generaciones han perdido las costumbres, las buenas prácticas de convivencia, la solidaridad, el compañerismo, el sentido de pertenencia por lo colectivo y las nuevas generaciones ya no saben de eso, las buenas prácticas se están convirtiendo en un mito del pasado, aspectos fundamentales como la educación, la responsabilidad, el compromiso son principios no tan comunes en la sociedad moderna, los padres ya no pasan el tiempo adecuado con sus hijos, encargando indirectamente a las redes sociales y a la tecnología el crecimiento personal de los mismos. Además de la mínima participación que ejerce el ciudadano en un estado social de derecho, desencadenando un aumento significativo en las malas prácticas políticas y la pérdida de cultura ciudadana.

Bajo esta perspectiva, cobra importancia llevar a cabo el plan de posicionamiento del Centro de liderazgo, un proyecto agenciado por la Rectoría de la Universidad del Cauca el cual abarca gran número de métodos y herramientas fundamentales para generar desarrollo que implica una relación de influencia particular, permitiendo mejorar diferentes procesos en la los individuos, grupos u organizaciones, como la comunicación, capacitación, cooperación, investigación y desarrollo de estrategias de mejoramiento, potenciamiento de las habilidades de liderazgo y la presentación de alternativas que impacten positivamente la región.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Apoyo al diseño y desarrollo del plan operativo y de posicionamiento del centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Identificar estrategias de promoción del centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca.
- Gestión y promoción publicitaria del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca.
- Apoyar las actividades relacionadas con el tema de liderazgo y formación política.
- Apoyar el desarrollo de las actividades relacionadas con el tema de cultura ciudadana.
- Apoyo al desarrollo de las actividades relacionadas con el tema de participación ciudadana.

2 Contextualización Teórica

2.1 Referentes Teóricos

Como bien se anunció anteriormente el presente trabajo es de carácter institucional el cual se desarrollará al interior de la Universidad del Cauca y que precisamente pretende apoyar el posicionamiento del proyecto agenciado por la Rectoría denominado Centro de liderazgo,

razón por la cual se hace necesario abarcar cierta terminología y conceptos propios del marketing, contemplar definiciones claras de importantes autores que conlleven a la contextualización y actualización del trabajo a desarrollar.

Para Philip Kotler “El Marketing es sólo una herramienta, no es una panacea que resolverá todos los problemas de las organizaciones. Como herramienta se puede utilizar bien o mal. Aun cuando a veces se use como un instrumento para aplicar técnicas de ventas agresivas o manipuladoras, también es posible que un programa de marketing inteligente haga un uso mínimo de la publicidad, y dependa en cambio del diseño de los servicios profesionales, el precio y la distribución para conseguir resultados beneficiosos.” (Kotler, 2004).

Según una definición social:

“El Marketing es un proceso a través del cual individuos o grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros, de acuerdo a una descripción gerencial, el marketing a menudo se ha descrito como el arte de vender productos” (Kotler, Marketing Social, 1992).

Para el presente trabajo también se tendrá en cuenta el concepto de Marketing de las campañas de cambio social propuestas por Philip Kotler y Eduardo L, Roberto. El desafío de Marketing de las campañas de cambio social poseen ciertas causas que son trascendentales como por ejemplo: Algunas intentan mejorar una problemática social, como el abuso de las drogas o la contaminación del medio ambiente, otras buscan establecer derechos para ciertos grupos, como las mujeres y las minorías. Otras intentan reformar instituciones o sectores sociales, como en la educación o el trabajo. Toda causa social posee un objetivo que alcanzar y está fundamentado en procurar siempre un cambio en las personas de una sociedad que posee cierta dificultad, el cual incluye un cambio cognitivo en la acción, en la conducta y en los valores. **(Philip, 1992).**

Para Jack trout. (2000) “El posicionamiento comienza en un producto, un artículo, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona” (Trout , 2000).

El posicionamiento se refiere a lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, cómo se ubica el producto en la mente de éstos. El enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; reivindicar las conexiones que ya existen.

En comunicación, lo menos es más. La mejor manera de conquistar la mente del cliente o de posibles clientes es con un mensaje súper simplificado. Para penetrar en la mente, hay que afilar el mensaje. Hay que desechar las ambigüedades, simplificar el mensaje, luego simplificarlo aún más si desea causar una impresión duradera.

2.2 Marco Contextual

Características de la Universidad del Cauca.

Fuente tomada de la página principal de: (Universidad del Cauca):



Ilustración 1. Escudo Universidad del Cauca

Fuente: Universidad del Cauca. [Portal en Línea]

La Universidad del Cauca es un ente universitario autónomo del orden nacional vinculado al Ministerio de Educación, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera y patrimonio independiente.

Fue creada el 24 de abril de 1827 mediante decreto dictado por el presidente de la República Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826. Se instaló el 11 de noviembre de 1827 y su nacionalización fue ratificada mediante la Ley 65 de 1964.

Misión:

- La Universidad del Cauca es una institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia.
- La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.
- La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno.
- La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

Visión:

La Universidad del Cauca, fiel a su lema "Posteris Lvmen Moritvrvs Edat" (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario.

Propósitos:

La Universidad del Cauca consciente del compromiso que tiene con el país y con la región en los procesos de mejoramiento de la calidad de la educación en términos de formación en valores, formación para el trabajo y la productividad, el desarrollo del pensamiento, la generación y apropiación de ciencia y tecnología, elementos fundamentales para alcanzar el propósito inaplazable de la Paz nacional, establece entre sus propósitos institucionales los siguientes:

- Reafirmar el liderazgo y la proyección de la Universidad en el contexto regional, nacional, e internacional.
- Desarrollar planes programas y proyectos de formación, investigación e interacción con la comunidad, con pertinencia académica y calidad para la excelencia y mejoramiento continuo.
- Generar las condiciones institucionales para la adopción, adecuación y desarrollo de programas de ciencia y tecnología, con el fin de elevar los niveles de competitividad de sus procesos educativos.
- Consolidar mecanismos de participación democrática en el marco de los principios consagrados por la Constitución Política y la Ley 30 de 1992.
- Liderar procesos de desarrollo socio-cultural, científico y tecnológico, a través del cumplimiento de sus funciones de investigación, formación y servicio comunitario, procesos encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población en la región.

Características del Centro de Liderazgo.

Centro de liderazgo.



Ilustración 2. Logo del Centro de Liderazgo.

El rol del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca, “consiste en introducir los alumnos, empresario y personas del común en un modelo que tiene como herramienta fundamental el liderazgo que les otorgue, potencialice o desarrolle en cada uno de ellos, las habilidades necesarias que les permitan enfrentar la realidad que los rodea y que enfrenta la región, convirtiéndolos en sujetos activos y propositivos de cambio.

El Centro de Liderazgo, es una apuesta interinstitucional de carácter académico, basada en la interacción de la triada sector privado, sector público y academia, que busca fortalecer las capacidades para el desarrollo de la región, mediante el potenciamiento de las habilidades de liderazgo del talento humano “glocal”, y la promoción de iniciativas de alto impacto social basadas en acciones de cooperación.

El Centro de Liderazgo, funciona como una plataforma colaborativa que facilita la cooperación y la interacción de los actores glociales, buscando sinergias a partir de sus fortalezas y potencialidades.

Misión:

Impulsamos el liderazgo en el país, mediante la promoción del talento humano y la investigación de las potencialidades de desarrollo regional con una perspectiva “glocal”.

Visión:

“En el futuro seremos el referente de pensamiento para el desarrollo del país, basados en acciones de colaboración entre actores regionales”.

Principios:

- La Convivencia y la Tolerancia, necesarios para la consecución de la paz nacional.
- La Honestidad y la Responsabilidad, dentro de la pluralidad ideológica y el respeto a los derechos individuales y sociales.
- La Valoración Integral del Ser Humano, superando toda forma de discriminación e inequidad.
- La Libertad y la Autonomía, principios esenciales para formar personas capaces de decidir en libertad y con responsabilidad.
- La Democracia y la Participación, en el marco de un Estado Social de Derecho que garantice el pleno desarrollo individual y social.
- Entre las acciones que ha venido desarrollando el Centro de Liderazgo como forma de interacción con la comunidad y el fortalecimiento de su nombre y posicionamiento es:
 - Formación para el liderazgo (Político, Empresarial, Cultural, Cívico).

- Promoción de iniciativas de desarrollo regional.
- Investigación de las problemáticas del desarrollo con foco en el Pacífico y la Amazonía.

El entorno general de la región se está viendo afectada por distintas problemáticas del orden, económico, ambiental, político y social, cobrando gran importancia en el modo de actuar del individuo como integrante activo de una comunidad, permitiendo la desintegración y abandono de los derechos y deberes propios del ser. El centro de liderazgo de la Universidad del Cauca, un proyecto que fue agenciado por la rectoría del alma mater desde el año 2012 y que ha venido impulsando una serie de programas educativos, de capacitación y cooperación para la comunidad, así como la implementación de actividades direccionadas a potenciar el liderazgo y al planteamiento de iniciativas de impacto social que aporten a la disminución de dichas problemáticas anteriormente mencionadas.

2.3 Referentes conceptuales

A continuación se mencionan los referentes conceptuales necesarios para el desarrollo del presente trabajo.

Marketing.

Philip Kotler, considerado como el padre de la mercadotecnia moderna, asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Y afirma que en la actualidad se puede hablar de marketing 3.0 en donde existen elementos enfocados para que el producto y los valores de éste fortalezcan en todos los niveles, el lazo con los consumidores y también con los inversionistas, empleados, distribuidores, proveedores y todo aquel que forme parte del equipo, pues su finalidad es generar una relación ganar-ganar. (Kotler , Concepto de Marketing.).

Marketing Social.

Es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planteamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad. (Andreasen A, 1995).

Publicidad.

Philip Kotler define la publicidad “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado, cuyos objetivos principales son: informar, persuadir y recordar”.

Para la *American Marketing Association*, la publicidad consiste en “la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas”. (Kotler , Concepto de Publicidad).

Posicionamiento de marca.

En marketing se utiliza el concepto de posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto al resto de sus competidores. “El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Están imagen propia, se construye mediante una comunicación activa de unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestra

audiencia objetivo, previamente seleccionados en base de la estrategia empresarial u organizacional” (Espinosa).

Liderazgo.

Ralph M Stogdill, en su resumen de teorías e investigación del liderazgo, señala que:

Existen casi tantas definiciones del liderazgo como personas que han tratado de definir el concepto. Aquí, se entenderá el liderazgo gerencial como el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellas. Esta definición tiene cuatro implicaciones importantes.

En primer término, el liderazgo involucra personas, empleado o seguidores. Los miembros del grupo; dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder, ayudan a definir la posición del líder y permiten que transcurra el proceso de liderazgo.

En segundo, el liderazgo entraña una distribución desigual de poder entre los líderes y los miembros del grupo. Los miembros de grupo no carecen de poder; pueden dar forma, y de hecho lo hacen, a las actividades del grupo de distintas maneras. Sin embargo por lo general el líder tendrá más poder.

El tercer aspecto del liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, en diferentes maneras. De hecho algunos líderes han influido en los soldados para que mataran y algunos líderes han influido en los empleados para que hiciera sacrificios personales para provecho de la compañía.

Y en cuarto lugar, el liderazgo moral que se refiere a los valores y que requiere que se ofrezca a los seguidores suficiente información sobre las alternativas para que, cuando llegue el momento de responder a la propuesta de liderazgo de un líder, pueda elegir con inteligencia. (Stogdill)

Cultura Ciudadana.

Se define cultura ciudadana como aquella que surge del ejercicio, del operar de la existencia colectiva, del existir con otros, del convivir, del vivir con, del participar, del hacerse parte de, que es la única forma posible de existencia humana. Es en ella donde se hace posible la condición ciudadana, la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, el despliegue y ejercicio de los derechos inherentes a las personas y también de los derechos que surgen del existir social, del reconocimiento de la alteridad u otredad que enriquece la individualidad y a la vez hace posible y singulariza a cada ser humano, a cada persona. (Illera, 2005).

Participación Ciudadana.

Cuando hablamos de “participación ciudadana” “hacemos referencia a un proceso de participación generador de democratización, el cual se puede entender por un proceso de intervención de la sociedad civil, (individuos, grupos organizados) en las decisiones y acciones que los afectan a ellos y a su entorno. Corresponde a la movilización de intereses de la sociedad civil en actividades públicas” (Squivel & Leon, 2007).

Responsabilidad Social Empresarial.

Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por sociedad, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así al bien común. (Cajiga Calderon).

Negocios inclusivos.

“Este concepto ha sido propuesto para designar diversas estrategias de inclusión social, basadas en la incorporación de personas pobres a la actividad económica, de modo que puedan mejorar sus condiciones de vida o inclusive, ingresar en procesos de movilidad

social incluyente. Esas estrategias implican la puesta en marcha de “negocios” que benefician a estos segmentos, ya sea porque les permite acceder a bienes y servicios que mejoren su calidad de vida, o porque se incorporan a cadenas productivas, en las que actúan como productores o distribuidores de bienes y servicios” (Licardo & Pardo, 2013).

Economía social.

Según Alfred Muller Armack, “La economía Social de Mercado trataba de vincular el principio de la libertad de mercado con el de la compensación o equilibrio social en base a una economía de competencia, vincular la libre iniciativa con un progreso social garantizado por los rendimientos de la economía de mercado” (Müller Armack, 2011).

Economía solidaria.

El fundamento de la economía de solidaridad es que a “introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas juegan un papel en las empresas como en los mercados u en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macro buscando generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorezcan a toda la sociedad” (Migliaro Razeto).

3 Contextualización Metodológica

La metodología de trabajo para el desarrollo de la pasantía, se fundamentó de la siguiente manera:

3.1 Revisión teórica de la temática de interés para el Centro de Liderazgo, con base en los temas ya trabajados para América Latina

Se realizó una extensa revisión temática, basados principalmente en temas que involucran a regiones del Pacífico Colombiano y la Amazonía, educación, cambio climático y supervivencia de la población.

3.1.1 Temas centrales para el Pacífico y la Amazonía.

Los temas centrales que involucran directamente al liderazgo a nivel mundial son muchos, así que para no ir lejos hablaremos de temas que son prioridad en la actualidad para América Latina.

3.1.1.1 *Deforestación en el Pacífico y la Amazonía.*

“Colombia ocupa el tercer lugar en Sudamérica en cuanto a superficie de bosques después de Brasil y Perú, siendo la Amazonía y la costa del Pacífico las que poseen las mayores áreas de bosque del país. Sin embargo en los últimos veinte años se han perdido 5.4 millones de hectáreas de bosque, un área del tamaño de Costa Rica”. (Veloza, 2015). De ese modo el principal problema es la tala indiscriminada por parte de las industrias legales e ilegales y de la expansión agrícola, la ganadería extensiva y el uso de cultivos de carácter ilícito en las zonas costeras.

3.1.1.2 Pacífico: Medio ambiente y culturas amenazadas.

El Pacífico Colombiano es un corredor de innumerable biodiversidad y riqueza cultural, pero desde décadas se ha visto amenazada a causa de la migración de personas foráneas que persiguen la calidad de las tierras de estas zonas para la implementación de cultivos ilícitos y la explotación minera, factores determinantes en la devastación de la biodiversidad y de las culturas ancestrales que habitan mencionados territorios, la problemática se ve reflejada en el rompimiento de las prácticas y costumbres de dichas poblaciones en la mayoría indígenas y afros, frente a unas costumbres y prácticas totalmente diferentes de los migrantes que en su mayoría son agresivos y destructores a favor de sus objetivos individuales.

3.1.1.3 Conflicto armado.

Las regiones con mayor incidencia de eventos violentos tienen fuerte presencia de grupos armados ilegales, son reconocidos centros de producción de drogas e incluso son territorios donde el abandono estatal aún no finiquita, ligados a estos fenómenos, elevados índices de pobreza y que casualmente en la actualidad generan los mayores problemas sociales del país.

3.1.1.4 Pacífico Caucaño, Nariño, Valle del Cauca Y Chocó: Corredores de narcotráfico y bandas criminales.

La publicación de (verdadabierta.com, 2014) afirma que:

Los corredores del pacífico tienen una ubicación que permite el tránsito de mercancías legales e ilegales hacia los países de centro y sur américa. Diferentes bandas criminales como las AUC, los rastrojos, los machos, águilas negras, los urabeños y las farc, se han disputado el control del territorio y de los negocios del narcotráfico. Situación que genera altos índices de violencia, desplazamientos, extorsiones y constantes amenazas.

3.1.1.5 Erosión ambiental.

La tala indiscriminada cuyo objetivo es suplir la demanda de maderas de alto valor comercial constituyen parte de la problemática ambiental de regiones como la amazonia y la costa pacífica colombiana, la extracción causan pérdidas irreversibles en el hábitat natural, generando desplazamiento de la fauna y la alteración de las cadenas trópicas, otros factores determinantes son la caza, la roza y la quema de bosques con el objeto de establecer sistemas agrícolas y de ganadería se convierten en otra amenaza a estas selvas ya que erosionan los suelos.

3.1.1.6 Minería.

El tema de la minería en Colombia nunca se formalizó ni se organizó, lo que ha conducido a una manifiesta ilegalidad y que se ha convertido en un drama de esta industria extractiva del país y que es fundamental para el desarrollo de una nación. Hoy se conoce de regiones que han quedado devastadas en distintas partes del país, y con más fuerza en zonas que son consideradas parques o reservas naturales que deberían tener un trato especial.

3.1.1.7 Afectación de las aguas y suelos.

El agua es un elemento clave para la supervivencia de los seres vivos en el entorno que se presente, pero se ha visto gravemente afectado por la explotación de fósiles, o por la tala indiscriminada de bosques y que son en gran medida las causales del cambio climático que hoy se presenta y que está generando daños irreversibles a nivel mundial.

3.1.1.8 *Pérdida de los valores ambientales.*

El ser humano dentro del desarrollo de la ciencia y tecnología se ha visto envuelto en un detrimento y pérdida de los valores ambientales que se deberían preservar como animal racional, que hace parte de un mundo el cual le pertenece a todas las especies que le habitan. De ese modo la conservación de los recursos naturales, el agua, los páramos, los bosques tropicales se ven afectados exponencialmente.

3.1.1.9 *Desarrollo científico y tecnológico para convertir en una ventaja la diversidad de flora y fauna.*

Según el resumen de (Sánchez Pérez, 2002) afirma que:

El medio ambiente y el desarrollo son conceptos que no se miran por separado dentro del contexto actual de la economía. Medio ambiente tiene que ver con desarrollo económico, y este último ha afectado y afecta al medio ambiente. En Colombia, como en cualquier país, el modelo de desarrollo adoptado determina en cierta medida cómo el sector productivo se interrelacionan e influyen en el medio ambiente y los recursos naturales. Así, los modelos proteccionistas y globalización de la economía Colombiana han afectado y afecta, este último, a nuestros recursos naturales. Colombia posee un patrimonio natural único, sin embargo su aprovechamiento no ha sido el más adecuado y nos encontramos ad portas de una crisis de disponibilidad de recursos naturales. Nuestro futuro está determinado por el manejo que le estamos dando y daremos al medio ambiente; es nuestra responsabilidad el bienestar de las futuras generaciones.

3.1.2 Temas centrales sobre educación.

3.1.2.1 *Educación ambiental.*

La educación en materia ambiental supone la formación en sentido integral de la persona, en especial en lo que se refiere a fomentar actitudes y comportamiento orientados a la convivencia. El medio ambiente es más que un entorno donde desarrollar actividades humanas, de hecho, el hombre y sus múltiples manifestaciones son parte de él. El ambiente no es un lugar ajeno a las condiciones sociales de vida del hombre, sino por el contrario es independiente de las relaciones sociales que el hombre establece consigo mismo.

3.1.2.2 *Educación cultural.*

La educación en materia de cultura, supone la formación en valores y principios que rigen y condicionan al individuo en una sociedad, en la actualidad se ve reflejado una pérdida significativa de cultura ciudadana en la zona rural y urbana, desencadenando una serie de conflictos en convivencia, movilidad y seguridad.

3.1.2.3 *Programas educativos para formar personas íntegras, éticas y críticamente activas.*

Dentro de los temas del Centro de Liderazgo se tienen pensados temas relacionados con la formación política, responsabilidad social, cultura ciudadana, participación ciudadana y economía social y solidaria.

3.1.3 Temas centrales asociados al cambio climático.

3.1.3.1 *Impactos sobre la flora y la fauna.*

Para saber que está pasando con la flora y la fauna o mejor, la diversidad se debe indagar qué está pasando con sus tres componentes: hábitat, organismos y relaciones. Estos componentes están siendo afectados principalmente por una especie, animal para más pistas, que en este momento está causando tal nivel de transformación en las condiciones locales de la existencia de la vida, que puede operar un cambio sustancial en la forma como conocemos nuestro planeta. (www.eduteka.org)

3.1.3.2 *Alteración en los ecosistemas naturales: paramos y humedales.*

Según la página principal de la Corporación Regional del Cauca (CRC):

Los humedales al ser considerados ecosistemas estratégicos que encierran una alta biodiversidad y una gran oferta de bienes y servicios ambientales, son susceptibles de ser impactados ampliamente por las actividades humanas, entre los principales factores que están afectando los humedales en el departamento del Cauca se pueden considerar:

Desecación de los suelos para el acondicionamiento de tierras destinadas a actividades agrícolas.

La práctica de la ganadería hasta la orilla de los humedales.

Contaminación ambiental.

Uso indiscriminado del agua de los humedales para el riego de cultivos sin un estudio previo de su capacidad hídrica.

Humedales sin franja forestal protectora.

Ausencia de conciencia ambiental.

Inadecuada gestión de los humedales por parte de los entes territoriales.

3.1.3.3 *Pérdida de bosque.*

La pérdida de bosque es una de las dificultades que ha proliferado durante muchas décadas.

Gran parte de los problemas en el uso de los suelos del Cauca parten de la gran presión que supone una población dispersa geográficamente y con altos indicadores de pobreza. En general, los municipios con vocación hacia la agricultura pero con suelos no tan fértiles muestran mayores problemas de pobreza que aquellos municipios con fertilidades más altas.

Otro factor fundamental, es la participación que poseen los municipios del Norte del Cauca en la economía del departamento del Valle del Cauca, factor del cual la mayoría de los municipios de la zona centro y sur de departamento no pueden aprovechar de igual manera, generando en la muchas regiones la deforestación y pérdida de bosque a causa de la siembra de pastos para la ganadería intensiva y extensiva y la proliferación de cultivos ilícitos, siendo este último, el fenómeno que actualmente más destruye los recursos naturales en el departamento. (Gamarra Vergara, 2007).

3.1.3.4 *Desaparición de especies y plantas.*

Problemática asociada a la desaparición de los bosques tropicales, por causa de las prácticas agropecuarias que se presentan en las regiones, además de la intervención de los grupos al margen de la ley, quienes utilizan brechas para transitar adentradas en las selvas vírgenes y finalmente el narcotráfico, cultivos ilícitos y la minería ilegal cobran un papel fundamental en la desaparición de aves y plantas. (Blanco, 2011).

3.1.3.5 *Reciclaje.*

El reciclaje es un proceso por el cual se recupera total o parcialmente materia prima reutilizable de un producto o productos ya elaborados.

La necesidad de reciclar surge de la mano del consumidor desenfrenado del último siglo. Los profundos cambios sociales que ha producido la revolución industrial han afectado directamente el estilo de vida, sobre todo, la occidental y a la forma en que consumimos, surgimiento de toda una variedad de productos elaborados y diseñados para el consumo individual. (Inspiración: Por un mundo libre de pobreza).

3.1.3.6 *Aumento de infecciones y enfermedades.*

A causa del calentamiento global y los fenómenos del niño que trae consigo cambios en el clima y las estaciones del año en el país, la región padece de diferentes anomalías ligadas a problemas de infecciones, epidemias y enfermedades.

3.1.3.7 *Cambio en el uso de los suelos.*

Desde la década de los 80's muchas regiones del país y en especial del Departamento del Cauca fueron adoptando un nuevo uso a las tierras donde antes proliferaban los cultivos de pan coger y que debido a la bonanza de la cocaína, hoy son territorios donde los cultivos ilícitos han arrasado con los cultivos tradicionales desencadenando una serie de problemáticas como lo son las llamadas burbujas económicas, los errores de percepción por parte de los locales hacia la economía, problemas de territorio, rompimiento del tejido social entre otros.

3.1.4 Temas centrales asociados a la supervivencia de la población.

3.1.4.1 *Conocimientos ancestrales vs tecnología de punta: cómo integrarlos.*

Es una apuesta muy interesante que se pretende estudiar teniendo en cuenta la riqueza cultural que posee el territorio, los pueblos y comunidades ancestrales que poseen conocimientos, relacionados con la producción, ciclos de la luna entre otros, los cuales eran aprovechados para el cultivo de productos agrícolas, y que son factores fundamentales para hacer frente a fenómenos como el cambio climático y a la supervivencia del planeta.

3.1.4.2 *Expansión de la frontera agrícola.*

La expansión de la frontera agrícola es una problemática asociada con la producción agrícola, pecuaria y minera, las malas prácticas productivas donde se suponía que entre más tierra descubierta para la producción de alimentos y ganadería se tenía mejores resultados tendrían quienes la producían llegando al término de no poder cultivar las extensiones por falta de recursos financieros y planeación.

3.1.4.3 *Seguridad alimentaria.*

Existe una seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento un acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana. (Cumbre Mundial Sobre la Alimentación., 1996).

3.1.4.4 Acceso económico a los alimentos: Ingresos y Gastos.

Una familia puede obtener sus alimentos de dos maneras principales: producción alimentaria y compra de alimentos. Ambos requieren recursos o ingresos adecuados. Otros medios menos importantes y comunes para obtener alimentos son las donaciones o las asignaciones caritativas o gubernamentales de alimentos, a través de comidas gratuitas en las escuelas o mediante cupones alimentarios. Teniendo en cuenta que la comida en las escuelas, son programas que se presentan solo para estudiantes y que en la mayoría de los casos no son de la mejor calidad. (agricultura).

3.1.4.5 Calidad sanitaria de los alimentos: Producción y transformación.

Los países pobres generalmente no tienen las instituciones o el personal para asegurar la inocuidad y el control de los alimentos, aunque la mayoría cuenta con una legislación, normas y regulaciones escritas. Los países de medianos ingresos, deben aumentar los esfuerzos para garantizar alimentos seguros.

La industria alimentaria tiene una importante función que cumplir respecto a la calidad e inocuidad de los alimentos, en cada etapa de la cadena alimentaria, desde la producción agrícola en adelante. Por ejemplo, en el campo donde se hacen los cultivos, se deben usar correctamente los fertilizantes y pesticidas químicos; ejecutar métodos apropiados para preservar y almacenar las cosechas, y adoptar nuevas tecnologías que aseguren productos alimentarios de bajo costo, alta calidad e inocuidad.

3.1.4.6 *Políticas de producción y comercio.*

Políticas macroeconómicas nacionales y estrategias globales de desarrollo que garanticen la inversión adecuada del sector público y el privado en el campo de la agricultura y la producción alimentaria.

Políticas agrícolas y comerciales adecuadas que permitan la expansión y diversificación de la producción y disponibilidad de alimentos y productos agrícolas, un enlace apropiado entre cultivos alimentarios y de exportación, un suministro estable y adecuado de alimentos, sostenibilidad a la luz de problemas ambientales, empleo suficiente para los campesinos pobres y mejoramiento de la eficiencia y oportunidades comerciales.

Mayores políticas que mejoren el acceso a la tierra y a otros recursos importantes para lograr una mayor producción, por ejemplo, créditos, fertilizantes, e insumos agrícolas. (Latham, 2002).

3.1.4.7 *Comportamiento de la producción.*

La producción es un tema complejo y con mayor importancia cuando hablamos de producción de agrícola y de alimentos.

Esto significa que la seguridad alimentaria de diferentes comunidades del departamento del Cauca, se encuentra un panorama aún más complejo del resto del país. La situación económica y social se manifiesta en bajas posibilidades de desarrollo, la marcada dependencia alimentaria, el mayoritario consumo de alimentos de bajo valor nutritivo, así como la producción de cultivos de uso ilícito, generan un panorama complejo en el departamento y por ende un comportamiento adverso en la producción agropecuaria. (Cauca sin hambre 2009-2018, 2009).

3.2 Clasificación de temas a trabajar en el plan operativo del Centro de Liderazgo para un periodo de un año

Una vez realizada la búsqueda de información y de la temática que posiblemente son prioridad y de mucho cuidado en el territorio, se revisó, se analizó y se seleccionaron tres frentes de trabajo cada uno con distintos temas a trabajar con programas y proyectos.

3.2.1 Agua, Oxígeno y Biodiversidad.

3.2.1.1 Alteración de los ecosistemas naturales, paramos y humedales.

Problematización.

En primer lugar, el ser humano es el gran responsable del deterioro ambiental que se está viviendo en los últimos años. Durante más de un siglo el ser humano ha confiado en los combustibles fósiles como el petróleo, el carbón, y el gas para sus necesidades energéticas. La quema de estos combustibles libera dióxido de gases de carbono de efecto invernadero a la atmósfera causando el fenómeno del cambio climático. En segundo lugar, la deforestación masiva causada por la tala indiscriminada de árboles, para la producción agrícola, ganadería extensiva y en tercer y último lugar, las licencias para la explotación de minerales en los páramos colombianos generan la mayor amenaza para el recurso hídrico en el corto, mediano y largo plazo.

3.2.1.2 Contaminación y deterioro de la biodiversidad.

Problematización.

Se evidencia una fuerte crisis en los próximos años debido al aumento de la contaminación ambiental. En primer lugar, en los campos y laderas, el mal uso de los residuos contaminantes

en el sector rural que termina afectando las cuencas de los ríos y quebradas, además de la contaminación que genera la aspersión de insumos y pesticidas agrícolas, así como el manejo inadecuado que se da a los recipientes de los mismos, generando una fuerte contaminación en los suelos. Y en segundo lugar, la presencia de una exagerada contaminación desmedida que se presenta a lo largo de las ciudades afectando principalmente los espacios públicos, el aspecto de ciudad (la casa de una gran concentración de individuos), aumento de enfermedades y epidemias, gran preocupación por las aguas residuales y los rellenos sanitarios, los desperdicios industriales que son el control adecuado, afectando, así como en el sector rural las cuencas de los ríos y laderas pero de carácter urbano.

3.2.1.3 Cambio climático: conocimientos ancestrales vs tecnología de punta.

Problematización.

La problemática que presenta la región frente al cambio climático está directamente relacionadas con las sequías, inundaciones, heladas, deslizamientos, erosión y los incendios que se han venido presentando en la última década, donde los afectados principalmente son los agricultores quienes presentan altos índices de pobreza y su economía está a la agricultura a pequeña escala.

3.2.2 Educación.

3.2.2.1 Política-estado, indiferencia y abandono estatal.

Problematización.

Una de las problemáticas directamente relacionada es la carencia de liderazgo social, un fenómeno que desde finales del siglo XX se ha ido perdiendo considerablemente, llegando al punto de descubrirse en la primer década del siglo XXI, los actos de corrupción más graves

en la historia de Colombia, golpeando fuertemente la credibilidad que la sociedad tenía frente a los dirigentes estatales. Además de la creciente cultura de irresponsabilidad por los recursos del estado y el buen manejo que se deberá dar a lo público, ligado a estos fenómenos, se presentan de igual manera, el abandono que viven las regiones habitadas que se encuentran muy distantes de las grandes ciudades o de las cabeceras municipales, por ende dichas sociedades viven con niveles extremos de pobreza, la cobertura escolar, la salud, el acceso a vivienda digna y el acceso al comercio no se percibe de ninguna manera y las políticas públicas no favorecen el desarrollo para mencionadas regiones.

3.2.2.2 Programas educativos para formar personas integrales, éticas y críticamente activas.

Problematización.

El gran problema que se evidencia es la pérdida del compromiso social, que como individuos de una sociedad deberíamos conservar y fortalecer. El individualismo ha surgido en una sociedad que está envejeciendo y las nuevas generaciones viven una nueva era que está llegando a todos los rincones del mundo. La nueva era que conocemos como TECNOLOGÍA, es un factor determinante e influyente en la pérdida de valores y principios que como seres humanos poseemos, es cierto que es una herramienta fundamental y necesaria, pero ha influenciado en gran medida, a que el individuo mire el mundo desde perspectivas diferentes en los aspectos sociales, políticos, financieros y culturales, dejando de un lado la participación, la apropiación, cooperación, el sentido de colectividad y de cuidado.

3.2.3 Seguridad alimentaria.

Problematización.

Los principales factores que caracterizan los problemas relacionados con la seguridad alimentaria son: Disponibilidad, acceso, uso o aprovechamiento y estabilidad la capacidad de producción de las regiones rurales no es la más prósperas en el departamento del Cauca por la

falta de apoyo de la institucionalidad, por ende se ve afectado el bienestar de sus pobladores, el acceso a alimentos sanos cada vez decrece debido a la globalización que trae consigo con los tratados de libre comercio, alimentos de diferentes países que son potencias productoras de alimentos que llegan al país en condiciones no favorables para la salud, el uso o manipulación de los alimentos son otro factor determinante en las regiones y/o ciudades donde la mayor parte de estudiantes y empleados consumen en los establecimientos públicos y los estándares de salubridad no son los establecidos por la ley y finalmente la estabilidad de los hogares promedio no es la mejor, sus niveles de ingresos son reducidos y por ende no acceden a productos que quizá sean de buenas calidad.

3.2.3.1 Programas de alimentación y agricultura enfocada a los primeros años de vida.

Los hábitos de alimentación saludable son un tema que han pasado a segundo plano, las formas de alimentación que se han adoptado dada la rapidez con la que se vive el día a día, son altamente dañinas para la salud, constantemente aumenta el consumo de comida rápida callejera, aumento en el consumo de embutidos en el hogar por ser los alimentos que se preparan en menor tiempo, pero que no garantizan una buena alimentación, aumentando los problemas de salud. Otra problemática que está en crecimiento, es la no inserción de programas educativos enfocados a fortalecer la agricultura desde los primeros años de vida, las nuevas generaciones rurales desconocen las prácticas o sistemas de producción agrícolas que sus abuelos y padres utilizaban, desconocen las semillas, como las seleccionan y como preservaban y evitaban las plagas y otros factores que pudieran afectar la cosecha en tiempos donde los herbicidas, pesticidas y otros insumos y primordialmente el mercado no alcanzaba sus regiones.

3.3 Diseño del Plan Operativo

3.3.1 Agua, oxígeno y biodiversidad

3.3.1.1 Alteración de los ecosistemas naturales, páramos y humedales.

Posible solución innovadora.

Información y sensibilización por medio de prácticas, en torno a la problemática que se extiende en la región.

Proyectos y/o programas.

1. Conversatorios: páramos y minerías: perspectivas jurídicas y técnicas.
2. Minería ilegal. Entre la conservación y la explotación, conflictos ambientales en Colombia y el Cauca.
3. Conferencias:
 - El futuro de los páramos en Colombia
 - Agua para la vida
 - Estrategias para la conservación de los páramos
 - Páramos sin fronteras: una responsabilidad compartida.

3.3.1.2 Contaminación y deterioro de la biodiversidad.

Posible solución innovadora.

1) Tú eres parte del problema, sé parte de la solución: todos por la descontaminación de la ciudad, cuencas hídricas y campos.

2) Capacitación y sensibilización en liderazgo buscando promover el conocimiento del gran potencial en diversidad (variedad de vida) que posee Colombia y en especial el departamento del Cauca junto con el territorio del suroccidente.

Proyectos y/o programas.

1. Movilización comunitaria por sectores de la ciudad con el objetivo de recolectar todo tipo de implemento contaminante en las calles del sector urbano y que en el mayor de

los casos son residuos reciclables, de igual manera se busca implementar el mismo programa en el sector rural, distintas veredas buscando recolectar todo tipo de contaminante ambiental que se presente en las fincas de los socios de las juntas de acción comunal de cada vereda.

2. Presentar mediante el cineclub de la División de articulación o mediante la fundación iniciativa región la película *Magia Salvaje* a los niños estudiantes de las veredas donde inicialmente se implementará el programa de capacitación y sensibilización, con la premisa de que en los niños está el futuro de la conservación y la biodiversidad.
3. Talleres basados en el manejo de residuos contaminantes en el sector rural.
4. Campaña de sensibilización en los barrios y comunas de la ciudad, donde todos sean parte del cambio en dicho aspecto.

3.3.1.3 Cambio climático: conocimientos ancestrales vs tecnología de punta.

Posible solución innovadora.

Estudio de investigación sobre las técnicas de producción ancestral en pro de integrarlas con las tecnologías buscando presentar alternativas de mitigación del cambio climático.

Proyectos y programas.

1. Trabajo de investigación por estudiantes de la Universidad del Cauca.
2. Charlas con agricultores de la región objeto de implementación del programa, y expertos de las áreas agroindustrial, agropecuaria y ecológica

3.3.2 Educación.

3.3.2.1 *Política-estado, indiferencia y abandono estatal.*

Posible solución innovadora.

Información y sensibilización en torno a la problemática que se extiende en la región.

Proyectos y/o programas.

1. Programas de formación en política y organización comunitaria.
2. Desarrollo y potenciación del liderazgo en la región, como proceso político que implica legitimidad, autoridad y capacidad para movilización en pro del desarrollo regional.
3. Generar relación con el sector privado buscando promover y potenciar los procesos de responsabilidad social y nuevos programas que permitan a dichas organizaciones ser más efectivas en el tema.

3.3.2.2 *Programas educativos para formar personas integra, éticas y críticamente activas.*

Posible solución innovadora.

Propuestas educativas para los colegios buscando generar cultura participativa desde los primeros años de vida.

Creación de un grupo infantil para promover el liderazgo en los niños participantes.

Campaña de participación ciudadana buscando despertar el civismo y la participación.

Proyectos y/o programas.

- 1) Programa de formación en política.
- 2) Cursos de liderazgo.
- 3) Talleres de cultura ciudadana y participación ciudadana,

4) Fortalecimiento del programa de economía social y solidaria de la Universidad del Cauca.

5) Talleres relacionados con el cuidado y la preservación de los recursos naturales.

3.3.3 Seguridad alimentaria.

3.3.3.1 Programas de alimentación y agricultura enfocada a los primeros años de vida.

Los hábitos de alimentación saludable son un tema que han pasado a segundo plano, las formas de alimentación que se han adoptado dada la rapidez con la que se vive el día a día, son altamente dañinas para la salud, constantemente aumenta el consumo de comida rápidas callejeras, aumento en el consumo e embutidos en el hogar por ser los alimentos que se preparan en menor tiempo, pero que no garantizan una buena alimentación, aumentando los problemas de salud. otra problemática que está en crecimiento, es la no inserción de programas educativos enfocados a fortalecer la agricultura desde los primeros años de vida, las nuevas generaciones rurales desconocen las prácticas o sistemas de producción agrícolas que sus abuelos y padres utilizaban, desconocen las semillas, como las seleccionan, como las preservaban, como evitaban las plagas y otros factores que pudieran afectar la cosecha en tiempos donde los herbicidas, pesticidas y otros insumos y primordialmente el mercado no alcanzaba sus regiones.

Posible solución innovadora.

Emprendimientos rurales sostenibles para la producción de semillas de buena calidad rescatando las variedades criollas, beneficiando la productividad de los cultivos y la preservación de la biodiversidad. Campañas orientadas especialmente a los niños de escuelas rurales donde se explique la importancia de cuidar y rescatar las semillas criollas, preservar la biodiversidad, las tradiciones de la cultura local y al mismo tiempo conocer sobre el cambio climático, cuidar el medio ambiente y el planeta.

Proyectos y/o programas.

1. Proyecto de emprendimientos rurales para promover y potenciar la producción agropecuaria.
2. dinámicas de juegos donde los estudiantes aprenden y pasan un buen rato.
3. Contar historias que inspiren a los niños y causen conmoción y admiración, con recuerdos de las familias y los abuelos.
4. Concursos infantiles de las escuelas rurales cercanas donde se plasme el programa, para elegir al mejor grupo recolector de la mayor y mejor variedad de semillas tradicionales, motivando así a los estudiantes al liderazgo y la participación.

3.4 Diseño del Plan de Posicionamiento

El plan de posicionamiento para el Centro de Liderazgo se planteó de manera que la comunidad universitaria, como en general pudieran conocer cuál es el propósito de mencionado proyecto, sus servicios y la posibilidad de articularse para la generación de proyectos o programas que estén relacionados con temas sociales. la estrategia que hizo posible una mejor socialización del Centro de Liderazgo y sus programas, fue aprovechar los espacios de la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno de la Vicerrectoría de Investigaciones, donde en grupos de trabajo de las diferentes áreas, incluido el campus L+E+I (liderazgo, Emprendimiento e Innovación.). Los programas que se mencionan a continuación son propios del campus y que sirvieron de estrategia para la socialización del mismo y del Centro de Liderazgo.

3.4.1 Centro de liderazgo en tu facultad.

Es una estrategia de socialización que se propuso realizar mediante saloneo en distintas facultades y a distintos programas de la Universidad del Cauca, poniendo en conocimiento de los estudiantes y profesores los servicios del proyecto y la facilidad de hacer parte del mismo.

3.4.2 Programa de radio “Saberes”.

Es un programa de la División de Articulación con el Entorno cuyo objetivo es dar a conocer diferentes conceptos, estilos y casos de éxito en Colombia y el mundo sobre el liderazgo. (Ver Anexo. N° 1).

3.4.2.1 *Concepto de liderazgo.*

El liderazgo es considerado como un fenómeno que ocurre exclusivamente en la interacción social; debe ser analizado en función de las relaciones que existen entre las personas en una determinada estructura social, y no por el examen de una serie de características individuales. (Chiavenatto).

Un líder es toda aquella persona que por medio de su interacción e influencia sobre un grupo de personas (seguidores), y gracias a cualidades como la comunicación asertiva, la creatividad, la proactividad y el trabajo en equipo, es capaz de lograr metas y objetivos que comparte con su seguidores (Gómez, 2008).

3.4.2.2 *Estilos de liderazgo.*

Liderazgo transaccional o autocrático.

Es una transacción o intercambio que se realiza entre el líder y los seguidores. Esta relación se establece cuando los líderes conocen a sus seguidores, por lo que ofrecen recompensas para poder satisfacer dichas necesidades a cambio de cumplir con las metas y objetivos de la organización (Daft, 2006, Página 36).

Liderazgo transformacional.

Es un tipo de liderazgo ideal, ya que estimula e inspira a los seguidores para la consecución de metas y objetivos, logrando que estos mismos desarrollen la habilidad de dirección; esto se logra alineando los objetivos y metas de la organización con los seguidores, el líder y el grupo de trabajo (Bass y Ruggio, 2009).

Liderazgo Burocrático.

Hacen todo según el libro, siguen las reglas rigurosamente y aseguran que todo lo que hagan sus seguidores sea preciso. Es un estilo muy apropiado para trabajar cuando existen serios riesgos de seguridad o cuando está en juego grandes cantidades de dinero.

Líder administrativo.

El líder que ve a sí mismo como administrador está preocupado principalmente por el funcionamiento de la organización, un buen líder administrativo estará generalmente enterado de lo que está sucediendo en la organización, dependiendo del tamaño de la organización y su nivel de gestión, tendrá el control del presupuesto, conocerá las políticas y los procedimientos manuales con exactitud, estará consciente de quién está haciendo su trabajo de manera eficiente y quien no y hará frente a los problemas de manera rápida y firme cuando surjan.

Líder Democrático.

Un líder democrático entiende que no hay organización sin su gente. Ve los puestos de él y los demás en términos de responsabilidades en vez de estatus, y con frecuencia consulta cuando toma decisiones. A pesar de que solicita, valora y toma en cuenta otras opiniones, consideran que las responsabilidad final para la toma de decisiones como la suya propia.

Líder Colaborador.

Un líder colaborador intenta involucrar a todos los miembros de la organización en la dirección. Es realmente el primero entre iguales, en el sentido que, en lugar de ocuparse es un trabajo en particular, puede iniciar un debate, identificar problemas o cuestiones que deben abordarse y realizar un seguimiento de la organización en su conjunto. Sin embargo las decisiones se toman a través de un proceso de discusión en colaboración y en algunos casos,

por mayoría o por consenso. Un líder colaborador intenta fomentar la confianza y el trabajo en equipo entre el personal en su conjunto.

Líder Comunitario.

El líder comunitario se refleja como un tejedor de relaciones, de pasiones, de talentos, de conocimientos y experiencias, como el objetivo de crear comunidades más sanas, produciendo estructura de valores, desarrollo de talentos, de visiones y enlaces frente a la recursividad externa e interna (Fortier, 1999, P 3).

3.4.2.3 Portafolio saberes, Casos de éxito nacional e internacional.

- ***Alquería tiene coordinador de sueños***

Carlos Enrique Cavelier, líder de la compañía de lácteos Alquería, le apuesta a ser un coordinador de sueños y, cuando se presenta así, no falta el comentario en voz baja de aquellos que, extrañados, prefieren llamarlo presidente.

Cavelier dice que siempre ha sospechado de las jerarquías y explica que ese cargo corresponde a su deseo de trabajar con gente que quiere soñar su vida y que no quiere que le digan lo que tiene que hacer.

No cree en la estructura del jefe y los subordinados y es un convencido de que para llegar a una conversación inteligente hay que estar en el mismo plano. Su filosofía se basa en que se obra con autonomía, pero sin discriminación.

“No distinguimos. La clave es que todos somos iguales”, dice Cavelier, quien cree que los resultados se traducen en el cariño que le tienen los trabajadores a la compañía y el aporte que hacen al crecimiento del negocio.

- ***Modelo participativo en Busscar***

Roberto Gálvez, presidente de Busscar, empresa que construye buses padrones para sistemas integrados de transporte masivo en Colombia y el exterior, dice que el hecho de que sus empleados ofrecieran sus primas de Navidad en diciembre pasado para garantizar la operación de la empresa después de un voraz incendio, es fruto del modelo participativo que escogió para la compañía de Pereira.

Cada dos meses la fábrica suspende labores y durante 40 minutos convoca a sus 1.440 empleados, entre operativos y administrativos, a una asamblea general. “Contamos si se gana o pierde plata, fijamos metas, hablamos sobre los indicadores de accidentalidad personal, presentamos casos, hablamos de situaciones de no conformidad de los clientes y hasta se debaten comentarios de pasillo”, cuenta Gálvez, quien lidera las asambleas, pero espera que otros directivos lo hagan en el futuro.

3.4.3 Portafolio de servicios del centro de liderazgo de la Universidad del Cauca.

El portafolio del Centro de Liderazgo fue una estrategia que surgió como resultado de toda la búsqueda de temas centrales para América Latina y de la clasificación de los temas que serán objeto de trabajo para el plan operativo, con base en esos dos puntos se definieron los temas centrales y los programas a trabajar en el año 2016.

Este portafolio fue planteado por la diseñadora de la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno, de la Vicerrectoría de Investigaciones.

3.4.3.1 Portafolios de servicios.



Portafolio de servicios



Centro de Liderazgo
Universidad del Cauca

¿QUE ES?

Es una iniciativa que lanza la Universidad del Cauca, para encontrar solución a problemáticas regionales, considerando que existe un potencial alto para dinamizar los procesos sociales, económicos, ambientales, políticos y todos aquellos factores que involucran el desarrollo para la región. Además el centro se presenta como una herramienta que permite facilitar la cooperación regional, proveer asistencia técnica y liderazgo, colaborar y coordinar la capacitación, investigación y desarrollo de estrategias necesarias para el mejoramiento continuo.

El rol del centro de liderazgo es introducir alumnos, empresarios y personas del común, en un modelo que tiene como herramienta fundamental, la potencialización y desarrollo de las habilidades que le permitan enfrentar la realidad que enfrenta la región, convirtiéndolos en sujetos activos y propositivo de cambio.

MISIÓN: Impulsamos el liderazgo en la región, mediante la promoción del talento humano y la investigación de las potencialidades del desarrollo regional con una perspectiva local y global.

VISIÓN: En el futuro seremos el referente de pensamiento para el desarrollo de la región, basados en acciones de colaboración entre actores regionales.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS.

1. Liderazgo.

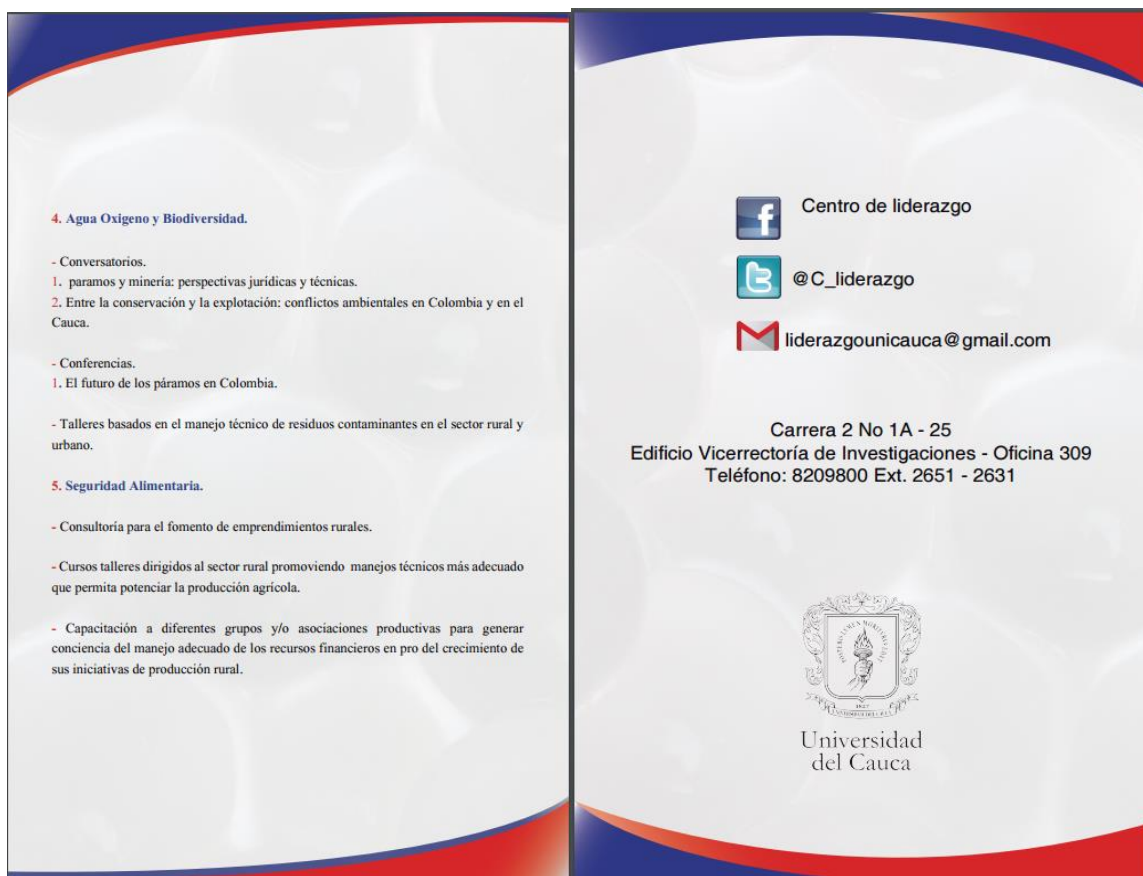
- Consultoría empresarial sobre liderazgo organizacional, tipos y potenciación del liderazgo.
- Alternativas para la realización de trabajos de investigación en temas relacionados con liderazgo organizacional y social mediante el grupo de investigación METANOIA.
- Diplomados, capacitación, curso y talleres sobre liderazgo.

2. Economía social.

- Conferencias, simposios, seminarios y talleres sobre la economía social y solidaria.
- Consultoría en iniciativas para la creación de cooperativas o empresas bajo el precepto de economía solidaria en la región, tanto para estudiantes de las áreas a fines, como para la comunidad en general.
- Apoyo en trabajos de investigación (tesis) para estudiantes de las áreas sociales, que deseen realizar esta opción de grado mediante el grupo de investigación METANOIA.
- Programas y/o proyectos basados en negocios inclusivos para las empresas e industrias de la región.

3. Formación y Participación en Política.

- Catedra, conversatorios y conferencias basados en temas como:
 1. Ciudadanía, derechos y deberes del ciudadano.
 2. Política y poder.
 3. Innovación política.
 4. Emprendimientos políticos como ejercicio sano de participación ciudadana proactiva.
 5. El cuidado de lo público, fallas y perspectivas.
- Curso mediante plataforma Moodle sobre cultura ciudadana.
- Campañas virtuales de cultura ciudadana haciendo uso óptimos de las tic's para funcionarios de la Universidad y comunidad en general.
- Acompañamiento y consultorías a empresas público y privadas fomentando y potenciando la cultura organizacional y cultural.
- Campañas institucionales fomentando la participación ciudadana.



3.4.4 Simposio de economía social y solidaria.

En cuarto lugar se propuso realizar el simposio denominado, “Primer Simposio De Economía Social y Solidaria” “rol de la economía social y solidaria en el posconflicto”, el día 19 de noviembre de 2015, evento que estuvo bajo la dirección de la Estudiante Gina Marcela Varela, desde el centro de liderazgo de la Universidad del Cauca y apoyado por la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno, el FONDOC (Fondo de Profesores de la Universidad del Cauca), CONFECOP, FENALPE y la Vicerrectoría de Investigaciones.

3.5 Puesta en Marcha del Plan de Posicionamiento

3.5.1 Dae y centro de liderazgo en tu facultad.



Ilustración 3 Socialización programas de liderazgo.

Fuente: Actividades propias del trabajo.

Desarrollo del programa Campus L+E+I (Liderazgo, emprendimiento e Innovación). El cual posee un componente importante de liderazgo y fue un espacio que permitió articulación del Centro de liderazgo para realizar la socialización de todo el programa en las diferentes facultades de la Universidad.

3.5.2 Taller de liderazgo.



Ilustración 4 Entrega de publicidad y socialización de programas.

Fuente: Actividades propias del trabajo.

El taller de liderazgo estuvo a cargo de Elena Rodríguez y Diego Montoya de la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno y apoyado por el Centro de liderazgo, una vez más apostando a la concientización e importancia que ejerce el liderazgo en la sociedad de cambio.

3.5.3 Conferencia, derechos de obtentor de variedades vegetales y registro nacional de cultivares comerciales.



Ilustración 5 Socialización de temas Centro de Liderazgo.

Fuente: actividades propias del trabajo.

Evento desarrollado por el programa Campus L+E+I y el CATI (Centro de apoyo a la Tecnología y la Innovación) a cargo de John Yanza. Una vez más el Centro de Liderazgo estuvo presente apoyando el desarrollo del Evento y realizando la socialización del centro y sus respectivas actividades como estrategia de promoción y publicidad.

3.5.4. Gerenciarte



Ilustración 6 Participación en Gerenciarte, Centro de Liderazgo y Dae.

Fuente: Actividades propias del trabajo

GERENCIARTE es un evento organizado semestralmente por los estudiantes de Séptimo semestre del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, y donde la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno y el Centro de

liderazgo estuvieron presentes con un stand, realizando la socialización y entregando publicidad de los diferentes programas que se manejan en cada proyecto.

3.5.5 Primer simposio de economía social y solidaria.



Ilustración 7 Simposio de Economía Social y Solidaria.

Fuente: Actividades propias del trabajo.

Evento desarrollado el 19 de noviembre de 2015, el cual contó con ponentes nacionales y la asistencia de más de 140 asistentes de diferentes partes del departamento la mayoría pertenecientes a cooperativas y fondos de empleados, el evento fue organizado por la estudiante Gina Marcela Varela del Centro de Liderazgo en apoyo de la División de Articulación con el Entorno, Confecoop, Analfe, Fonduc, Cicaficultura y la Vicerrectoría de Investigaciones.

3.5.6 Cine club de liderazgo.



Ilustración 8 Taller Y Cine club de Liderazgo.

Fuente: Actividades propias del trabajo.

El cine club fue un evento realizado por Elena Rodríguez de la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno y apoyado por el Centro de liderazgo, donde se presentó la película Jobs, cinta basada en la vida real de Steve Jobs y el liderazgo que el

ejerció desde la fundación de una de las compañías que con el tiempo se convirtiera en una de las más importantes en el mundo entero, Apple.

3.6 Desarrollo de posibles eventos y/o talleres, cursos sobre los temas de liderazgo, cultural ciudadana y participación ciudadana

Dentro de este objetivo se realizó una cartilla y un curso, cuyo propósito es realizar una campaña que permita generar un estado de reflexión sobre cultura ciudadana al público objetivo, inicialmente se propuso realizar la campaña al personal administrativo de la Universidad del Cauca como una estrategia de ayudar desde el Alma Mater, a propiciar una mejor concepción de ciudad y como desde nuestras actitudes frente a la vida, al entorno, hogar, familia y convivencia podemos ayudar en la construcción de una mejor ciudad para vivir.

3.6.1 Cartilla

La cartilla denominada Tips para potenciar la Cultura Ciudadana “Evoluciona tu Comportamiento” fue diseñada a partir de ciertos documentos que reposaban en los archivos del Centro de Liderazgo y que permitían la construcción de una cartilla cuyo propósito estaba encaminado a realizar una campaña sobre el tema a nivel de la academia y de la sociedad en general, para conocer la cartilla ver (Anexo N° 2)

3.6.2 Curso básico de cultura ciudadana.

El curso básico de cultura ciudadana fue diseñado para ser aplicado mediante la plataforma MOODLE de la Universidad de Cauca, el cual tiene 5 componentes, que resumen de manera acertada una serie de compromisos derechos y deberes que los individuos como participantes de una sociedad poseen. En sí el fin último del curso es dar un plus de todos los temas que se

pueden abordar desde la concepción de ciudad y que es de vital importancia el entendimiento y comprensión para ser forjadores de Cultura Ciudadana.

El curso básico de cultura ciudadana está pensado para que los integrantes incorporen la perspectiva de cultura ciudadana a las acciones de su vida cotidiana, a través de la reflexión, en este curso se abordarán temas y conceptos básicos de cultura ciudadana, tributaria, política, participativa, comportamiento motivado, así como las percepciones y motivaciones que permitan consolidar un cambio hacia la integridad, equidad y respeto por el otro, por la sociedad y por lo colectivo.

El curso tiene una duración de seis semanas y está distribuido de la siguiente manera.

The screenshot shows a web browser window displaying the Moodle course page for 'CURSO BÁSICO DE CULTURA CIUDADANA' at the Universidad del Cauca. The page features a blue header with the university logo and the text 'Univirtual'. Below the header, there is a navigation menu with links to 'Página Principal', 'Cursos', 'Grupo de Investigación Metanoia', 'Centro de Liderazgo', 'CURSO DE CULTURA CIUDADANA', and 'Opciones de matriculación'. The main content area is titled 'CURSO BÁSICO DE CULTURA CIUDADANA' and includes a section for 'Opciones de matriculación'. The teacher's name is listed as 'Sly Carolina Martínez Sarria'. A description of the course is provided, stating that it is designed for participants to incorporate the perspective of citizen culture into their daily lives through reflection, covering basic concepts of citizen culture, tributary, political, participatory, and motivated behavior, as well as perceptions and motivations that allow for consolidation of a change towards integrity, equity, and respect for others, society, and the public. A 'Continuar' button is visible at the bottom of the course description. The footer contains contact information for the IT division, including a phone number (6209800 ext. 55) and an email address (moodleunicauca@unicauca.edu.co). The footer also mentions that the theme is based on an original theme created by Shaun Daubney | moodle.org.

Ilustración 9 Curso virtual, plataforma MOODLE

Fuente: página de la Universidad del Cauca

3.6.2.1 Componentes.

Semana uno: ¿QUE ES LA CULTURA CIUDADANA?

El concepto de cultura ciudadana fue introducido en la segunda mitad de la década de 1990, como estrategia de política pública, para mejorar la convivencia. La primera definición de cultura ciudadana, se presentó en el plan de desarrollo de la primera administración de Antanas Mockus.

Cultura se define como el conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes de los ciudadanos.

Semana dos: ¿CULTURA TRIBUTARIA?

Consiste en el reconocimiento, la aceptación y el cumplimiento de las obligaciones ciudadanas relacionadas con el pago de los impuestos y los servicios públicos, (aspecto también llamado cultura de pago). La cultura tributaria está relacionada también con el sentido de pertenencia a una sociedad y con las actitudes frente a lo público.

Semana tres: ¿CULTURA POLÍTICA O DEMOCRÁTICA?

La cultura política o democrática surge a causa de la necesidad de resolver problemas específicos de la gestión pública, la toma de decisiones por el manejo de lo colectivo, los recursos y el estado como tal, de tal modo que se evidenció la necesidad de intervenir sobre ciertos comportamientos de la ciudadanía, que de no ser resueltos, imposibilitarían la solución a problemas urbanos y rurales más amplios.

Semana cuatro: ¿CULTURA PARTICIPATIVA?

Según Jenkins, la cultura participativa es una cultura con relativamente pocas barreras hacia la expresión artística y el compromiso cívico/ciudadano; con un fuerte apoyo para la

creación; el intercambio y un tipo informal de afiliación donde los que tienen más experiencia comparten sus conocimientos con otros.

Semana cinco: ¿COMPORTAMIENTO MOTIVADO?

El supuesto de comportamiento motivado quiere decir que las personas tienen razones para su comportamiento y buscan determinadas satisfacciones a través de su acción. Por el hecho de tener razones, las cuales pueden ser deseos o creencias, se considera que la acción es racional. La acción racional puede representarse.

En el curso también hay una serie de actividades que los estudiantes deberán realizar, con base en las lecturas, videos y desde la experiencia personal, entre estas actividades están, foros, discusiones, debates y propuestas para construir una mejor ciudad.

. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El plan operativo realizado durante la investigación y análisis de los temas críticos para el Departamento del Cauca, Colombia, América Latina y por ende el mundo entero, propone una serie de actividades que son de vital importancia para trabajar desde la academia como una institución de educación superior, en el fomento de talento humano calificado que aporte a la construcción de una cultura de conservación por los recursos naturales y el entorno que nos rodea sin importar el área al que esté direccionado su proyecto de vida.

El centro de liderazgo es un proyecto que busca aportar, capacitar y asesorar a diferentes actores sociales, buscando generar oportunidades de crecimiento profesional en las áreas de cultura ciudadana, participación política y ciudadana, liderazgo, Economía social y solidaria, seguridad alimentaria, agua, oxígeno y biodiversidad.

Los frentes de trabajo que asumió el Centro de Liderazgo son muy amplios, aportando de esta manera al crecimiento profesional e intelectual del talento humano que desee hacer parte del proyecto, con iniciativas o proyectos, así como la opción de realizar trabajos de investigación como trabajo de grado de distintos programas de la Universidad o estudiantes que hagan parte de un grupos de investigación interdisciplinarios.

La campaña de cultura ciudadana, mediante la cartilla, es una estrategia que busca generar un estado de reflexión en las personas debido a que tiene un diseño atractivo y los tips o consejos que se presentan son muy cortos y con un mensaje muy directo que cualquier persona que la lea, se verá identificado.

La estrategia de realizar parte de la campaña publicitaria en conjunto con la División de Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno, arrojó resultados satisfactorios

debido a que se logró llegar al 80% de las facultades de la Universidad del Cauca, socializando los programas del Centro de Liderazgo a un número importante de estudiantes.

El trabajo de pasantía realizado deja como resultado un portafolio de temas interesantes a trabajar para las personas que llegan semestralmente y realizan sus trabajos de práctica académica o profesional.

A nivel personal el trabajo realizado me deja un amplio conocimiento en los diferentes temas tratados durante el proceso de pasantía y una motivación muy grande a seguir trabajando desde mi proyecto de vida, en la construcción de la cultura ciudadana, la participación política y ciudadana, el reconocimiento de la importancia que genera ayudar en la conservación del planeta mediante el cuidado por el medio ambiente y el entorno que nos rodea.

4.2 Recomendaciones

Una de las recomendaciones más importantes es seguir en la construcción y posicionamiento del Centro de Liderazgo, un proyecto con intenciones sociales que van más allá, incluso que propende mejorar la percepción que se tiene del manejo de factores como la política, el estado y el sector público, que han sido fuertemente golpeados por la injusticia y corrupción desde el siglo pasado y lleva al país a un estado de desigualdad social cada vez más fuerte.

Se recomienda llevar a cabo el curso básico de cultura ciudadana que queda en la plataforma MOODLE de la Universidad del Cauca y la campaña virtual y física de la cartilla denominada ““Tips para potencializar la Cultura Ciudadana” “Evoluciona tú Comportamiento”” con el fin de iniciar un proceso de reflexión en la sociedad.

Se recomienda continuar con el proceso de capacitación y socialización del tema de Economía Social y solidaria en el Departamento del Cauca.

Implementar las actividades relacionadas con los temas de agua, oxígeno, biodiversidad y seguridad alimentaria e impulsar su fortalecimiento debido a que son temas nuevos del Centro de liderazgo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- agricultura, D. d. (s.f.). *FAO.ORG*. Obtenido de FAO.ORG:
<http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s13.htm>
- Blanco, C. (20 de Noviembre de 2011). *crithian-blanco.blogspot.com.co*. Obtenido de *crithian-blanco.blogspot.com.co*: <http://crithian-blanco.blogspot.com.co/>
- Cajiga Calderon, J. F. (s.f.). CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *CAMEFI: Centro Mexicano para la Filantropía*, 4.
- Chiavenatto. (s.f.). LIDERAZGO: CONCEPTOS TEÓRIAS Y HALLAZGOS RELEVANTES. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, II(2), 64. Recuperado el 16 de 10 de 2015, de http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_hispanoamericanos_psicologia/volumen2_numero2/articulo_5.pdf
- CRC. (s.f.). *CORPORACIÓN AUTONOMA REGIONAL DEL CAUCA*. Obtenido de *CORPORACIÓN AUTONOMA REGIONAL DEL CAUCA*: <http://www.crc.gov.co/index.php/ambiental/ecosistemas-estrategicos/humedales>
- Espinosa, R. (s.f.). *Roberto Espinosa BLOG DE MARKETING Y VENTAS*. Obtenido de Roberto Espinosa BLOG DE MARKETING Y VENTAS: <http://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>
- FAO Informe de Políticas*. (1996). Obtenido de *FAO Informe de Políticas*.: ftp://ftp.fao.org/es/ESA/policybriefs/pb_02_es.pdf
- Gamarra Vergara, J. R. (Octubre de 2007). La Economía del Departamento del Cauca. *DOCUMENTOS DE TRABAJO SOBRE LA ECONOMÍA REGIONAL*, 13.
- Illera, M. d. (10 de mayo de 2005). CONVIVENCIA Y CULTURA CIUDADANA: DOS PILARES FUNDAMENTALES DEL DERECHO POLICIVO. *Revista de Derecho*, 244,245,246.
- Inspiración: Por un mundo libre de pobreza*. (s.f.). Obtenido de *Inspiración: Por un mundo libre de pobreza*: <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/reciclaje>
- Kotler , P. (s.f.). *MERCA 2.0*. Obtenido de <http://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/>
- Kotler , P. (s.f.). *Mercadotecniapublicidadmedios MERCA 2.0*. Obtenido de <http://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/>

- Kotler, P. (1992). MARKETINK SOCIAL: Estrategias para cambiar la conducta pública. En P. Kotler, & E. L. Roberto , *MARKETINK SOCIAL: Estrategias para cambiar la conducta pública* (pág. 32). Madrid, España: Días de Santos, s.a.
- Kotler, P. (2004). Marketing de Servicios Profesionales. En K. Philip, P. Bloom, & T. Hayes., *Marketing de Servicios Profesionales* (F. Villegas, Trad., Segunda ed., pág. 21). Lima.
- Latham, M. C. (2002). *Nutrición humana en el mundo en desarrollo*. Ithaca, Nueva York. Obtenido de WWW.FAO.ORG: <http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s13.htm#TopOfPage>
- Licardo , O. D., & Pardo, L. (2013). *Experiencia de Negocios Inclusivos en el Uruguay* (Primera ed.). Montevideo, Uruguay.
- Migliaro Razeto, L. (s.f.). *www.luisrazeto.net*. Recuperado el 15 de Agosto de 2015, de [www.luisrazeto.net: http://www.luisrazeto.net/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-econom%C3%AD-solidaria](http://www.luisrazeto.net/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-econom%C3%AD-solidaria)
- Müller Armack, A. (2011). *UNA MIRADA A LA TEÓRIA, A LOS MODELOS ECONÓMICOS Y A LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO*. (S. Käss, & I. Velásquez Castellanos, Edits.) La Paz, Bolivia.
- Philip, K. (1992). MARKETINK SOCIAL. En P. Kotler , & E. L. Roberto , *MARKETING SOCIAL* (págs. 20,21). Madrid, España: Días de Santos. s,a.
- (2009). *PLAN DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA*.
- Sánchez Pérez, G. (Marzo de 2002). *DESARROLLO Y MEDIO AMBIENTE: UNA MIRADA A COLOMBIA*. 80.
- Squivel , & Leon. (2007). *CONAMAJ*. Recuperado el 10 de agosto de 2015, de [CONAMAJ: http://www.conamaj.go.cr/index.php/proyectos/participacion/14-ppc/48-definicion](http://www.conamaj.go.cr/index.php/proyectos/participacion/14-ppc/48-definicion)
- Stogdill, R. M. (s.f.). *Liderazgo y Mercadeo.com*. Obtenido de [Liderazgo y Mercadeo.com: http://www.liderazgoymercadeo.com/liderazgo_tema.asp?id=5](http://www.liderazgoymercadeo.com/liderazgo_tema.asp?id=5)
- Trout , J. (2000). (J. Trout, Productor) Obtenido de <http://www.maestriascr.com/Posicionamiento.pdf>
- Universidad del Cauca. (s.f.). *Universidad del Cauca*. Recuperado el 15 de 08 de 2015, de <http://www.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/filosofia>
- Veloza, A. (29 de Mayo de 2015). *Prezi.com*. Obtenido de [Prezi.com: https://prezi.com/jk-ieka3kfhq/un-arbol-nuevo-reforestacion/](https://prezi.com/jk-ieka3kfhq/un-arbol-nuevo-reforestacion/)

verdadabierta.com. (16 de Junio de 2014). Obtenido de Verdadabierta.com:
<http://www.verdadabierta.com/victimas-seccion/desplazados/5361-los-nuevos-focos-del-desplazamiento>

www.eduteka.org. (s.f.). Obtenido de *www.eduteka.org*:
<http://www.eduteka.org/pdfdir/Biodiversidad06A.pdf>

Anexos

Anexo No. 1: Programa de radio: Portafolio “Saberes”

Anexo No. 2: Cartilla de Cultura Ciudadana.