



Facultad de Ciencias de la Administración

Facultad de Ciencias Empresariales y  
Económicas



Universidad  
**Externado**  
de Colombia  
FACULTAD DE  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016  
Noviembre 22 y 23

# LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD DE LA ACADEMIA EN MERCADOS GLOBALIZADOS

ENCUENTRO  
Internacional de  
INVESTIGADORES  
en ADMINISTRACIÓN 2016



22 y 23  
Noviembre de 2016

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.  
Universidad del Magdalena

ISBN: 978-958-772-702-9

## COMPILADORES

Alejandro Beltrán Duque

Rubén Darío Echeverry Romero

Antonio Navarro Hernández

Carlos Alberto Restrepo Rivillas



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

**Universidad Externado de Colombia**  
**Universidad del Valle**  
**Universidad del Magdalena**  
**Programa editorial**

Título: La investigación en administración y la responsabilidad de la academia en mercados globalizados  
Compilado por: Alejandro Beltrán Duque, Rubén Darío Echeverry Romero,  
Antonio Navarro Hernández, Carlos Alberto Restrepo Rivillas.

ISBN: 978-958-772-702-9

Facultad de Administración - Universidad Externado de Colombia  
Facultad de Ciencias de la Administración - Universidad del Valle  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas – Universidad del Magdalena

**Primera edición**

Rector de la Universidad Externado de Colombia: Juan Carlos Henao Pérez

Rector de la Universidad del Valle: Edgar Varela Barrios.

Rector de la Universidad del Magdalena: Pablo Vera Salazar.

**Comité Editorial:**

Alejandro Beltrán Duque  
Rubén Darío Echeverry Romero  
Antonio Navarro Hernández

Carlos Alberto Restrepo Rivillas  
Patricia González  
Arturo Charris Fontanilla

**Comité Científico-Académico:**

Francisco Mojica  
Edwin Chacón  
Carlos Labarces  
Rafael García  
Luz Helena Diaz  
Luis Orozco  
José Zárate  
Gustavo Yepes

Andres Azuero  
Olga Lucía Anzola  
Mónica García  
Alexander Daza  
Germán Contreras  
Augusto Rodríguez.  
José Vargas Caicedo  
Edgar Julián Gálvez

Rafael Camargo  
Patricia González  
Alejandro Boada  
Myriam Escobar  
Edwin Causado  
Julio Acosta Prado  
Gerardo Angulo



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

© Universidad Externado de Colombia  
Universidad Externado de Colombia  
Calle 12 No. 1-17 Este  
Bogotá, D.C., Colombia  
Teléfonos: 57 (1) 3419900, 2826066; Fax:  
57 (1) 2839421

[investigacion\\_adm@uexternado.edu.co](mailto:investigacion_adm@uexternado.edu.co)

© Universidad del Valle  
Universidad del Valle  
Ciudad Universitaria, Meléndez  
Cali, Colombia  
Teléfonos: 57(2) 321 2227 - Telefax: 57(2)  
339 2470

[editorial@univalle.edu.co](mailto:editorial@univalle.edu.co)

© Universidad del Magdalena  
Universidad del Magdalena  
PBX: (57 - 5) 4217940-4301292  
Dirección: Carrera 32 No 22 - 08  
Apartado Postal 2-1-21630  
Santa Marta D.T.C.H. – Colombia

“El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del (los) autor(es) y no compromete el pensamiento institucional de las Universidades: Externado de Colombia, de la Universidad del Valle, ni genera su responsabilidad frente a terceros. El (los) autor(es) asume(n) la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella” Santa Marta, Colombia. Noviembre de 2016

## COMITÉ ORGANIZADOR

### **Alejandro Beltrán Duque**

Decano  
Facultad de Administración de Empresas  
Universidad Externado de Colombia

### **Carlos Alberto Restrepo Rivillas**

Director de Investigaciones  
Director General del Evento  
Universidad Externado de Colombia

### **Augusto Rodríguez Orejuela**

Profesor  
Facultad de Ciencias de la Administración  
Universidad del Valle

### **Antonio Navarro Hernández**

Decano  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Universidad del Magdalena

### **Rubén Darío Echeverry Romero**

Decano  
Facultad de Ciencias de la Administración  
Universidad del Valle

### **Patricia González**

Vicedecano de Investigaciones y posgrados  
Facultad de Ciencias de la Administración  
Universidad del Valle

### **Oscar Humberto García Vargas**

Profesor  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Universidad del Magdalena

### **Arturo Charris Fontanilla**

Director Programa de Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Universidad del Magdalena



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

**ASISTENTE EDITORIAL**

**Christian Andrés Aguirre A.**

**EQUIPO DE APOYO**

**Miguel Ángel Torres**

Ingeniero de Desarrollo

**Mercy Castro**

Asistente Administrativa

**Christian Andrés Aguirre**

Apoyo en Registro y Memorias

**Isabel Meza**

Mercadeo

**EJES TEMÁTICOS – PARES EVALUADORES.**

- I. Prospectiva, Estrategia y Competitividad**  
**Coordinador:** Francisco Mojica, Javier Medina, Raúl Trujillo, Benjamín Betancur
- II. Política pública y Desarrollo Regional**  
**Coordinadores:** Edgar Varela, Bairon Otálvaro.
- III. Innovación, Emprendimiento e Historia empresarial**  
**Coordinadores:** Luis Orozco, Luis Aurelio Ordóñez.
- IV. Responsabilidad Social Empresarial, Negocios Inclusivos y Organizaciones Sociales**  
**Coordinadores:** Gustavo Yepes, Karen Sánchez, Andres Azuero.
- V. Recursos Humanos y Comportamiento Organizacional**  
**Coordinadores:** Olga Lucía Anzola, Mónica García.
- VI. Mercadeo y Negocios internacionales**  
**Coordinador:** Germán Contreras, Augusto Rodríguez.
- VII. Pymes y Empresas de familia**  
**Coordinadores:** Edgar Julián Gálvez, José Vargas Caicedo.
- VIII. Finanzas y Contabilidad**  
**Coordinador:** Rafael Camargo, Jorge Rivera.
- IX. Gestión ambiental, Operaciones y Gestión de Calidad**  
**Coordinador:** Alejandro Boada, Myriam Escobar.
- X. Gestión del conocimiento; Gerencia y Tecnologías de información**  
**Coordinador:** Julio Acosta Prado, Sandra Riascos, Carlos Hernán González.



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

1. COMPARACION DE LOS FACTORES CALIDAD, SATISFACCION DEL CLIENTE E IMAGEN DE LAS MYPES DE SANTIAGO DE CALI, COMPRENDIDO EN LOS AÑOS 2014 Y 2016.....	264
2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN - DIAGNÓSTICO EN PYMES DE BOGOTÁ - .....	284
3. EFECTOS DE LA AVERSIÓN AL RIESGO EN ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO .....	305
4. GÉNERO Y DESEMPEÑO DE LAS PYMES DE CALI.....	320
5. PRODUCCIÓN Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS DE FAMILIA COMO FACTOR DE PERDURABILIDAD EMPRESARIAL.....	336
<b>III. PROSPECTIVA, ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD.....</b>	<b>362</b>
1. CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CICLO DE VALOR DE SECTORES DE LA ECONOMÍA NARANJA EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO.....	363
2. VISIÓN PROSPECTIVA DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: UNA PROPUESTA PEDAGÓGICA PARA EL CAPÍTULO CENTRO DE ASCOLFA .....	391
3. ¿CÓMO ES LA RELACIÓN ENTRE LA AMBIDIESTRALIDAD ORGANIZACIONAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA?.....	413
4. PENSAMIENTO ESTRATEGICO Y TIC COMO HERRAMIENTAS DE GESTION DEL TENDERO DE BARRIO.....	427
5. APROXIMACIONES AL DESARROLLO DE VENTAJAS COMPETITIVAS PARA LA REGIÓN AMAZONICA COLOMBIANA. ....	449
6. CALIDAD DE VIDA PARA LA COMPETITIVIDAD URBANA DESDE EL MERCADO LABORAL Y EL ENTORNO ECONÓMICO DE SANTA MARTA.....	466
7. CAPACITACIÓN COMO ESTRATEGIA PROSPECTIVA A LOS GERENTES Y EMPLEADOS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANA EMPRESAS DEDICADAS A LA MANUFACTURA EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR.....	482
8. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA, UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO REGIONAL ...	507
9. CONDICIONES DE LA DEMANDA Y FACTORES DE PRODUCCIÓN QUE AFECTAN LOS ASPECTOS COMPETITIVOS DEL TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA .....	527
10. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO LOCAL. ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS CAFICULTORES DE OCAMONTE –APCO- SANTANDER COLOMBIA.....	542
11. ESTRATEGIAS DE GESTIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO DE LOS MUNICIPIOS DE CALARCÁ, SALENTO Y FILANDIA DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO .....	557



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016  
Noviembre 22 y 23**

**EJE TEMÁTICO:**

**Prospectiva, Estrategia y Competitividad**

**TEMA:**

**COMPETITIVIDAD URBANA**

**TÍTULO EN ESPAÑOL:**

**6. CALIDAD DE VIDA PARA LA COMPETITIVIDAD URBANA DESDE EL  
MERCADO LABORAL Y EL ENTORNO ECONÓMICO DE SANTA  
MARTA**

**TÍTULO EN INGLÉS:**

***QUALITY OF LIFE FOR THE URBAN COMPETITIVENESS FROM THE LABOR MARKET AND  
THE ECONOMIC ENVIRONMENT OF SANTA MARTA***

Autor (es)

Kitty Margaret Owen Martínez<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Lic, Profesor Tiempo Completo. Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta, Colombia.  
[kitty.owen@usa.edu.co](mailto:kitty.owen@usa.edu.co)



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

**RESUMEN:**

En la calidad de vida de las personas se evidencia la competitividad de las ciudades y las gestiones que el sector público y privado desarrolla para conseguir hacer de sus localidades las más productivas e igualmente atractivas en cuanto a inversión empresarial. Por ello, este trabajo pretende realizar un análisis de la competitividad urbana a partir de los indicadores de percepción ciudadana y de calidad de vida realizados por “Santa Marta, cómo vamos”, desde las variables mercado laboral y entorno económico, para identificar oportunidades competitivas. El estudio se fundamenta en los conceptos de (Porter M. E., 2008), (Turok, 2004) y los documentos de (Un-Habitat, 2013), (Office of the Deputy Prime Minister, 2003) y el (World Economic Forum, 2014), entre otros. El documento surge de una investigación en comunicación organizacional que busca reflexiones multidisciplinarias entre la comunicación y la administración, con el objetivo de la integración de estrategias.

**Palabras clave:**

Calidad de Vida, Competitividad Urbana, Capital Humano, Mercado Laboral y Entorno Económico

**ABSTRACT:**

In the quality of life of the people is evidence the competitiveness of cities and the efforts that the public and private sector develops to get their locations more productive and equally attractive in terms of business investment. This work therefore tries to make an analysis of the urban competitiveness from the indicators of perception of citizens and of quality of life made by “Santa Marta, how we”, since the labor market variables and the economic environment, to identify competitive opportunities. The study is based on the concepts of (Porter M. E., 2008), (Turok, 2004) and documents (Un-Habitat, 2013), (Office of the Deputy Prime Minister, 2003) and the (World Economic Forum, 2014), among others. The document comes from a research in organizational communication you are looking for multidisciplinary reflections between the communication and the administration, with the objective of the integration of strategies.

**Keywords:**

Quality of Life, Urban Competitiveness, Human Capital, Labor Market and Economic Environment.

**INTRODUCCIÓN:**

El documento nace de la investigación “percepción de los empresarios samarios sobre las estrategias de comunicación de la gestión pública de los distritos especiales para la creación de un observatorio”, en la



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

cual se busca identificar acciones enfocadas en entender los indicadores de opinión de la ciudad de Santa Marta desde una perspectiva administrativa, a fin de conocer de forma multidisciplinar el documento y encontrar nuevos horizontes que permitan desarrollar una estrategia para la formulación de un observatorio en comunicación estratégica, puesto que no se puede aplicar una buena estrategia empresarial de no estar bien comunicada.

El propósito consiste en identificar la competitividad urbana como generador de la productividad en el capital humano de la ciudad. Por ello, durante el estudio, se realizó una revisión teórica de los conceptos competitividad en la ciudad, al igual que los elementos que la conforman para luego describir los indicadores de opinión y de calidad de vida de Santa Marta, a fin de encontrar alternativas de competitividad que vincule a los empresarios con la ciudadanía desde las instituciones y el emprendimiento.

### **FUNDAMENTO TEÓRICO:**

El desarrollo de la competitividad en las ciudades es uno de los temas que impulsa el escenario económico de los países y por ello del mundo. Este avance, es un proceso articulado entre las empresas y las instituciones del estado para el progreso de la economía de una nación y su reconocimiento mundial.

La competitividad se ha extendido a las ciudades, regiones y a nivel nacional, a través de un concepto generalizado y entendido de múltiples formas, por lo cual, los gobiernos han desarrollado diferentes acciones productivas para impulsar los elementos competitivos. (Turok, 2004)

Es por ello que, algunas políticas gubernamentales se han enfocado en acciones flexibles como la privatización de los servicios públicos y el alivio de normas ambientales en sus localidades para aumentar la competitividad por medio de un entorno empresarial que proporcione una amplia productividad. Pero estas acciones dentro de la región traen consigo una serie de amenazas externas como mayor movilidad de capitales y el aumento del desempleo.

En virtud de lo anterior, países como Reino Unido, trabaja en forma grupal las acciones que se desarrollaran en función de la competitividad de sus ciudades y regiones, como lo demuestra el segundo reporte de ciudades, regiones y competitividad, donde fue necesario integrar a las ciudades, gobierno y los empresarios para el desarrollo de observaciones a fin de generar transformaciones en las políticas y acciones de las ciudades, con el propósito de ser unos veedores del resurgimiento de las ciudades, junto con la competitividad económica. (Office of the Deputy Prime Minister , 2003)



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

Entendiendo las posturas de los autores, estas investigaciones ha identificado que es necesario desarrollar un trabajo en función de la competitividad de las ciudades desde el trabajo mancomunado de los principales actores de una capital, con sus empresarios y gobernantes, a fin de apoyarse mutuamente.

Teniendo en cuenta que existen factores de riesgo como el desempleo que puede conducirse por la identificación de la competitividad desde un lado de los actores la visión propuesta es de integración, donde actúen en junto defendiendo intereses propios, pero todos con el objetivo de ser competitivos, por lo tanto se identificó que con el trabajo de un solo grupo, velando en función de la competitividad motivaría un desbalance.

### **Concepto de Competitividad**

El término Competitividad deriva de la competencia, ya que ésta es considera una de las mayores fuerzas que existe en la sociedad, donde se plantea que, ésta es la variable que toca diferentes espacios en la vida del ser humano como su nación y la empresa donde trabaja para conseguir su sustento, lo que hace que sea vinculante al entorno. (Porter M. , 2009)

Por ello, la competitividad, en se identifica como una capacidad que tiene la persona, empresa o país, para destacarse dentro de las otras y hacer más atractivo el producto o servicio que ofrece, a partir de una estrategia, la cual se forma de la identificación de las fuerzas competitivas. (Porter M. E., 2008)

En este orden de ideas, el autor sustenta a la competitividad como una acción que tiene lugar en diferentes espacios de una persona y que puede transmitirse a las instituciones públicas o privadas para conseguir un objetivo productivo.

De igual manera, que para la empresa, la competitividad ha llegado a definirse para las naciones como un espacio que surge de la teoría económica donde se analizan e interpretan los hechos junto con las políticas necesarias para crear un estado, por lo que se diferencia de la anterior, dado que el valor está fundamentado en las personas. (Garelli, 2006)

Así como en las empresas y las naciones, las ciudades también evidencian la competitividad. Según Un-Habitat, el concepto surgió por primera vez de Scott quien indicó que el resultado de un mayor nivel en la calidad de vida constituye el primer indicador de una nación competitiva. (Un-Habitat, 2013; Scott, 1985)

De otra parte, la competitividad de una ciudad, influye en la competitividad de un país, ya que su desarrollo tiene consecuencias macroeconómicas. Es así que el autor, define a esta competitividad como un conjunto de elementos que precisan la productividad de la ciudad, donde se identifican diversos aspectos que conducen a una eficiencia para apalancar su economía, la cual puede estar integrada de factores que establecen el nivel de productividad de una ciudad. (World Economic Forum, 2014)



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

De esta forma, y fijando posición en (Scott, 1985) la competitividad y los factores que la rodean se apalancan en la persona y la virtud de su ser, dado que el hombre actuará para el desarrollo de la mejora de su vida y este a su vez es quien construye una sociedad.

### Elementos de la competitividad urbana

Aunque los intereses del ser humano en sus distintas representaciones conduzcan a la competitividad y motiven a la productividad, se caracteriza desde diversos elementos.

Desde la óptica de World Economic Forum la competitividad de las ciudades se establece al identificar y desarrollar los factores en cuanto a las políticas de gobierno, instituciones y estrategias que inciden en la productividad y sostenibilidad de la ciudad. (World Economic Forum, 2014)

Estos elementos están enfocados en lograr un mayor liderazgo institucional por parte de sus dirigentes, en identificar políticas y reglamentación de la actividad empresarial enfocada en posicionar a la ciudad en aspectos macroeconómicos y del comercio internacional, al tiempo que integrar la conectividad desde la infraestructura hasta el uso empleado.

Por otra parte, la competitividad urbana se puede determinar desde dos puntos de vista. El primero se divide en conocer por parte de sus líderes las actividades en que se especializará la ciudad para producir, y en la eficiencia con que se abordará la producción establecida. (Un-Habitat, 2013)

En ese orden de ideas, una ciudad debe apuntarle a lo que saben hacer y especializarse en ello para ser mayormente competitiva. Mientras que el segundo se enfoca en las estructuras, identificadas como la interacción de las empresas a fin de beneficiarse mutuamente entendidas como entidades sociales que buscan apoyarse para suplir sus necesidades entre ellos, a través de los clusters, networks y la aglomeración.

De igual forma, los clusters tienen diversas definiciones dependiendo el espacio en que se estén desarrollando el concepto, uno de ellos consiste en identificarlos como una agrupación de un sector de forma empresarial o por localización que tienen la misma o una producción similar. (Ramos, 1998)

A diferencia del anterior, también se pueden identificar como empresas interconectadas que si bien compiten entre ellas mismas se pueden apoyar con una única coincidencia que tienen la misma concentración geográfica. (Porter M. , 2009)

Por su parte los networks se pueden definir como organizaciones establecidas con un espacio geográfico amplio, las cuales deben ser participantes a unirse a una red, donde las otras vinculadas puedan apoyar a otros miembros que hacen parte de ella. Estos escenarios se crean principalmente a partir de las telecomunicaciones como el Internet. (Un-Habitat, 2013)



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

Los networks constituyen un grupo de objetos donde existen relación o conexión entre ellos como es el caso de las redes entre clientes y proveedores donde se forma una relación para conseguir un objetivo. (Easley & Kleinberg, 2010)

La aglomeración consiste en la co-ubicación de varias empresas cercanas que pueden interactuar entre sí. Este aspecto que es de orden económico, se desarrolla por la proximidad que contribuye ayuda al desarrollo financiero de las empresas. (Un-Habitat, 2013). También puede darse entre multinacionales y nacionales donde es una ventaja la proximidad de las empresas principalmente para hacer afrontar los costos de llegar al nuevo mercado. (Alfaro & Xiaoyang Chen, 2014)

Por lo tanto, se exponen diversas acciones que dependiendo las condiciones de la ciudad pueden llevarse a cabo para ser parte de sus estrategias competitivas.

### **Capital Humano**

Diversos son los factores que pueden incidir en la competitividad o en la falta de esta. Como se expresó anteriormente, todo parte del ser humano. La productividad de una ciudad está concentrada en las personas, por ello la apuesta social de parte de los participantes en las estrategias de competitividad deben tener una apuesta para la calidad de vida.

El factor del empleo y el entorno social son aspectos fundamentales al momento de desarrollar empresa y sostenibilidad, componente este que impulsa el dinamismo de la competitividad. Según el autor, la oferta laboral oportuna genera un ambiente social propicio para la cohesión social. (Van den Berg, Jacobs, Nijdam, & Van Tuijl, 2015)

Desde el grupo generador de competitividad en el Reino Unido, la suma de competitividad e inclusión social apunta al cierre de brechas sociales, ya que las ciudades con mayor competitividad muestran en el país una tasa de desempleo bajo, lo que repercute en otros factores individuales que apunta a la calidad de vida como ser más calificados profesionalmente y un alto grado de educación formal, aunque conserven otras necesidades. (Office of the Deputy Prime Minister , 2003)

Enfocado en la persona, el tamaño de la ciudad es otro de los aspectos que pueden apoyar la competitividad. La apuesta a la aglomeración, puede ser un factor que aporte a la mejoría de las aptitudes laborales y a las sistemas de producción, ya que propicia una apertura laboral para un número mayor de personas a través de la generación de empresas con el fin de aumentar la productividad en general. (Turok, 2004)

De acuerdo a lo expuesto por los autores, la capacidad que una ciudad de minimizar las brechas sociales a partir de las condiciones de empleo y la generación del mismo, generará una mayor inclusión social que aporte a la competitividad urbana y al impulso del país.



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

### **METODOLOGÍA:**

El trabajo presentado se desarrolla en un nivel descriptivo teniendo en cuenta que detalla objetos sociales en un espacio de tiempo, de tipo inductivo desde la recopilación de datos logrados a partir del informe sobre calidad de vida de Santa Marta y el filtro de opinión 2015, entregados por el programa “Santa Marta, cómo vamos” y otros documentos públicos como el informe económico de la Cámara de Comercio y el Plan de desarrollo de Santa Marta del periodo (2016-2019).

Además, se realiza una revisión literaria donde se buscó identificar elementos que conforman a la competitividad empresarial y de ciudad, apoyado en (Porter M. E., 2008), (Turok, 2004) y los documentos de (Un-Habitat, 2013), (Office of the Deputy Prime Minister, 2003) y el (World Economic Forum, 2014), entre otros.

El documento tomará como punto de partida los indicadores de “Mercado Laboral” y “Entorno Económico” para identificar los avances que en esta materia se desarrollan en la ciudad, los cuales influyen en espacios como la educación, seguridad, medio ambiente entre otros, todos relacionados con el capital humano.

Por último, se buscará identificar las oportunidades que se tienen en Santa Marta para hacer la ciudad más competitiva y lograr impulsar el indicador de competitividad de la región.

### **RESULTADOS:**

Santa Marta, la ciudad más antigua erigida de Colombia se identifica como un punto de desarrollo competitivo para el país, por lo cual, estar atento a su evolución al tiempo que a las estrategias que se desplieguen desde lo público y privado representa la posibilidad de continuar avanzando en materia de oportunidades que mejoren la calidad de vida de las personas y fortalezcan los indicadores de competitividad como condiciones básicas, eficiencia e innovación.

En el índice de competitividad, la ciudad, se vincula con el departamento del Magdalena, por ser su capital, ubicándose en el puesto 18 para la Cepal, 6 para Doing Business y 21 para el Consejo privado de competitividad (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2016).

Desde el año 2015, la “Red Cómo vamos”, viene adelantando el programa “Santa Marta, cómo vamos”, el cual es una propuesta de la ciudadanía y del sector privado para revisar a través de información confiable y de manera habitual, el comportamiento de la ciudad. Por ello, en el año 2015 se presentó el primer filtro

## Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23

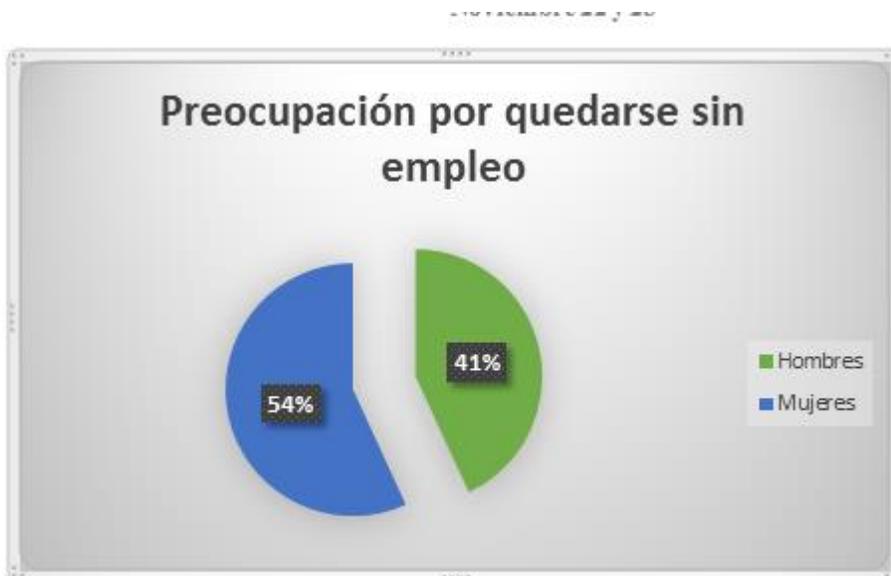
de opinión realizado por Ipsos Napoleón Franco, encargado y costado por la Financiera del Desarrollo Territorial, Findeter, tomando como muestra a hombres y mujeres mayores de edad de los estratos 1 al 6 entre el 27 de agosto y el 21 de septiembre del mismo año.

El documento filtro de opinión y el primer informe sobre la calidad de vida, realizado por el programa “Santa Marta, cómo vamos” muestra una radiografía de la situación de vida de los samarios. El primer informe se realizó en Santa Marta, durante el 2015 a hombres y mujeres de los diferentes estratos socioeconómicos, y presentado en el 2016.

### Mercado laboral

En el indicador de empleo, para el filtro de opinión 2015 se registra el factor del desempleo como alto con un 42% y una calidad en el empleo, ni buena ni mala con el 52%, siendo las mujeres las más preocupadas por quedarse sin ocupación con el 54% frente a los hombres quienes obtuvieron el 41%. (Santa Marta, cómo vamos , 2015)

### Gráfica 1



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

Fuente: tomado de (Santa Marta, cómo vamos, 2015)

Esta preocupación entre las mujeres puede tener su sustento en el informe de la calidad de vida de los samarios, donde se señala que las mujeres tienen una tasa de desempleo del 13.8%, mientras que los hombres registran el 5.3%, considerada elevada para el género femenino, por lo cual no cumplió, según el programa, la meta establecida por los Objetivos del Milenio, ODM, datos logrados hasta el 2015, lo que evidencia que las mujeres en la ciudad, tienen menos oportunidades laborales que los hombres. (Santa Marta cómo vamos , 2016)

**Gráfica 2**



Fuente: tomado de (Santa Marta cómo vamos, 2016)

Este factor del desempleo, no es desconocido para los dirigentes de la ciudad. Por ello, en el plan de gobierno de la Alcaldía de Santa Marta, 2016-2019, en su diagnóstico, indica que “existe una baja competitividad sino que además existe una baja productividad por persona ocupada en el departamento del Magdalena”, demostrando la exigencia de reforzar el capital humano de Santa Marta. (Alcaldía de Santa Marta, 2016 – 2019, p.187)



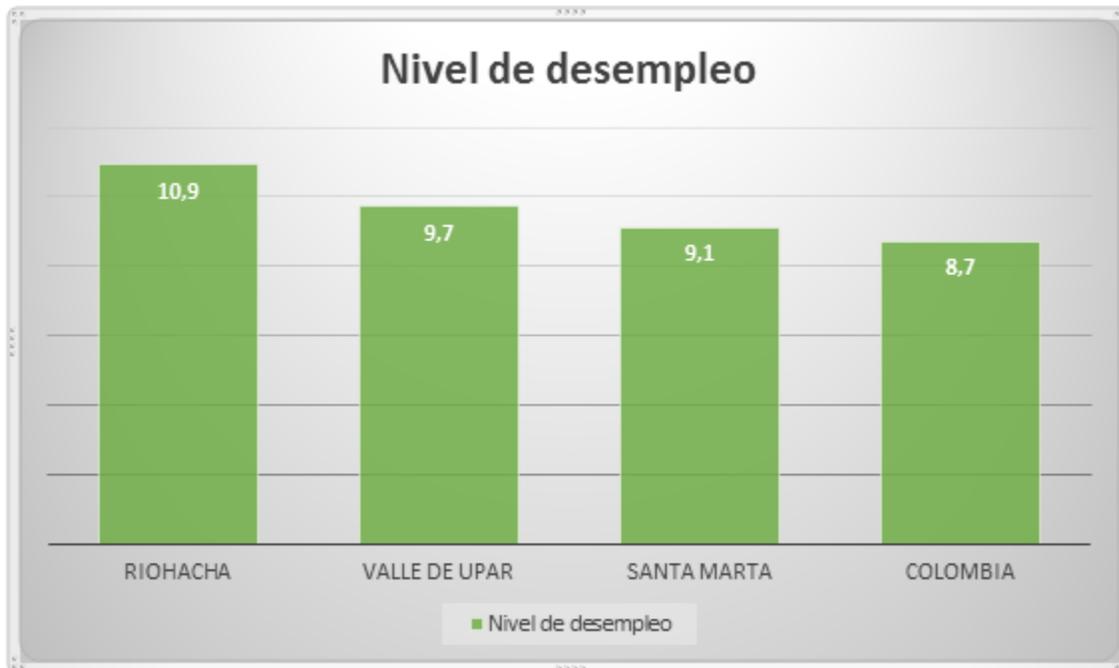
### Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23

Para ello, el plan de trabajo de la Alcaldía en esta materia, considera elaborar el “programa de formación para el trabajo y el emprendimiento” el cual busca conseguir la mejora de la competitividad en el sector empresarial, sin embargo en este planteamiento no aborda un espacio reservado para las mujeres.

Los indicadores de desempleo en el informe del Filtro de Opinión se equiparan con el factor de ingresos e igualdad, de ese mismo documento en el cual se indica que el 63% de las personas solo pueden pagar sus gastos mínimos y un 58% de ellas considera que en la ciudad no se tienen alternativas que permitan salir de la pobreza. (Santa Marta, cómo vamos , 2015)

En este seguimiento, un año después se expone en el primer informe de calidad de vida de los samarios donde se informa que la ciudad ocupa con el 9.1% el tercer puesto a nivel Región Caribe, de la tasa de desempleo más alta, frente a ciudades como Valledupar en segundo lugar con un 9.7% y Riohacha en primer puesto con un 10.9%, quedando por encima de la media nacional la cual es del 8.9%. (Santa Marta cómo vamos , 2016)

#### Gráfica 3





**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

Fuente: tomado de (Santa Marta cómo vamos, 2016)

Estas cifras, son equivalentes con el informe económico de la jurisdicción – 2015, realizado por la Cámara de Comercio de Santa Marta, donde se asegura que en la relación 2014 – 2015, aumentó en 7 mil personas el número de inactivos pasando así de 128 mil a 135 mil. (Cámara de Comercio de Santa Marta, 2015)

Es importante indicar que los inactivos corresponden a las personas en edad de producir al momento de desarrollar la muestra no están generando ni bienes ni servicios. Entre ellos se clasifican a los estudiantes, amas de casa o jubilados. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

Para el programa, es tolerable la cifra de desempleo, sin embargo, indica que el distrito de Santa Marta, debe enfocarse en crear oportunidades laborales para las mujeres, al tiempo que desarrollar una estrategia que se oriente en la formalidad del trabajo, principalmente del sector turístico. Actualmete Santa Marta es la ciudad con la tasa más alta de la Región Caribe, en cuanto a la informalidad laboral entre sus habitantes con 63.5%, seguido de Cartagena con el 61.1% y Sincelejo con el 58.7%. (Santa Marta cómo vamos , 2016)

**Gráfica 4**

**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**



Fuente: elaboración propia a partir de los indicadores (Santa Marta cómo vamos, 2016)

### Entorno Económico

Santa Marta, por ser un destino turístico, las mediciones de su entorno económico giran especialmente en función del turismo, por ello, en el informe se identifica la llegada de vuelos y cruceros, sin incluir al turismo como un indicador.

Por su parte, en el primer filtro de opinión, no se detalla el entorno económico, pero si se enfoca en el nivel socio-económico de los samarios el cual se considera alto con un 81% refiriéndolo como optimismo de la ciudad. De igual manera, el clima de opinión referente a su calidad de vida, lo consideran bueno, apoyando la decisión el 59% de las personas. (Santa Marta, cómo vamos , 2015).

Sin embargo, en el informe de calidad de vida de los ciudadanos en cuanto al entorno económico, se manifiesta la necesidad de fomentar la creación de empresas o la formalización de las mismas, al igual que la dotación y crecimiento de la industria turística.

Según la Cámara de Comercio de Santa Marta, se crearon en el año 2015, 858 empresas, teniendo la actividad de transporte y almacenamiento el primer puesto con el 24.5%, seguido de alojamiento y servicios



## **Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016 Noviembre 22 y 23**

de comida en el segundo lugar con el 14.8%, y comercio junto con reparación de vehículos, actividad que ocupó el tercer lugar con el 14,3%. (Cámara de Comercio de Santa Marta, 2015)

Esta cifra coincide con el informe de calidad de vida de los samarios donde se explica que el parque automotor aumentó en automóviles por cada 100 mil habitantes el 3.574% y en motos 5.561%, frente a 2014 el cual reportaba 3.341% y 5.057 % respectivamente.

En cuanto a actividades que se pueden relacionar con el turismo, el informe sostiene que al aeropuerto Simón Bolívar, han arribado 738.907 personas, mientras que el número de pasajeros en cruceros aumentó a 10.973 en 2015 frente a 3.988 en 2014. (Santa Marta cómo vamos, 2016).

De esta manera Santa Marta, al revisar los dos indicadores denominados mercado laboral y entorno económico, puede identificar otros aspectos sobre su calidad de vida para apoyar la apuesta en cuanto a formulación de propuestas competitivas sostenido en los conceptos de competitividad empresarial y de ciudad.

### **CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN:**

Generar oportunidades de empleo enfocados en estrategias de formalización empresarial, son uno de los retos que afronta Santa Marta, en su mercado laboral y entorno económico a fin de hacer más competitiva a la ciudad para reducir con ello las brechas socioculturales y aportar al capital humano.

Resultado de lo explicado por (Porter M. E., 2008) Santa Marta, necesita diferenciarse y especializarse en un producto o servicio donde se concentren las estrategias a fin de establecer fuerzas competitivas empresariales y de ciudad. En ese orden de ideas, la capital del departamento del Magdalena, refleja una cultura emprendedora no formalizada, la cual puede provocar el abandono de la iniciativa de emprendimiento en la primera fase del ciclo de vida empresarial, limitando la oportunidad de más vacantes laborales.

Las estrategias de oportunidad deben ser mancomunadas entre las instituciones, los empresarios y la ciudadanía, a fin de establecer fórmulas que permitan el ganar – ganar, a través de redes de trabajo que integren diferentes actores como las establecidas en el Reino Unido. (Office of the Deputy Prime Minister, 2003)

Al mismo tiempo, invitar a la mujer a participar de acciones de emprendimiento con el cual puedan solventar la situación de pobreza de sus hogares, para mejorar la calidad de vida, teniendo en cuenta lo planteado por (Scott, 1985; Un-Habitat, 2013).



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

El tamaño del mercado, es uno de los indicadores básicos con que se mide la competitividad, puede repuntarse al momento de jalonar cooperación entre los empresarios y emprendedores a fin de conseguir una economía productiva y competitiva, que pueda generar en grandes cantidades su producto o servicio, gracias a la aglomeración, al tiempo de hacer frente al mercado con calidad y costos apropiados tanto para los empresarios como para los usuarios.

De esta forma, se estaría preparado para la entrada de nuevos participantes actuando en unidad y con competitividad empresarial, para hacer del destino un ventaja competitiva para el país.

De la misma forma como se identifican las estrategias de competitividad empresarial es necesario adoptar otras en función de la ciudad. Aunque el Plan de desarrollo de la (Alcaldía de Santa Marta, 2016 - 2019), establece amplias acciones en función del turismo y del empleo, los resultados de los indicadores de opción indican que se debe trabajar mucho más sobre estas variables.

Por ello, se pueden proponer a partir de la definición de (Ramos, 1998) clusters para el turismo que integre una especialidad, network desde (Easley & Kleinberg, 2010) para que los diferentes actores turísticos puedan intervenir en un mismo propósito o aglomeración desde (Un-Habitat, 2013) a fin de que Santa Marta se convierta en una ciudad aliada a la conexión. En otras palabras Santa Marta, necesita expandirse pero concentrarse en estrategias que apunten a una sola acción.

**REFERENCIAS:**

Alcaldía de Santa Marta. (2016 - 2019). *Plan de desarrollo 2016 – 2019 “Unidos por el cambio, Santa Marta ciudad del buen vivir”*. Santa Marta : Alcaldía de Santa Marta.

Alfaro, L., & Xiaoyang Chen, M. (2014). The Global Agglomeration of Multinational Firms . *Journal of International*, 263–276.

Cámara de Comercio de Santa Marta. (2015). *Informe económico de la jurisdicción - 2015*. Santa Marta: Centro De Desarrollo Empresarial - Área de Estudios Económicos.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2016). *Dane*. Obtenido de Dane: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets*:. Cambridge: Cambridge University Press.



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

Garelli, S. (2006). *Competitiveness of nations: the fundamentals*. Obtenido de Instituto Internacional para el Desarrollo de la Gestión IMD: <http://www.imd.org/uupload/www01/documents/wcc/content/fundamentals.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y turismo . (2016). *Perfil económico: departamento del Magdalena* . Bogotá: Oficina de Estudios Económicos.

Office of the Deputy Prime Minister . (2003). *Cities, Regions and Competitiveness*. Second Report the working group of government departments. London: Eland House.

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.

Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *harvard business review*, 24-41.

Ramos, J. (1998). Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales. *Cepal*, 66, 105-125.

Santa Marta cómo vamos . (2016). *Primer Informe de calidad de vida*. Santa Marta: Santa Marta cómo vamos .

Santa Marta, cómo vamos . (2015). *Filtro de Opinión* . Santa Marta: Findeter.

Scott, B. (1985). U.S. Competitiveness: Concepts, Performance, and implications in Bruce R. Scott and George C. Lodge (ed.) *Competitiveness in the World Economy*. Cambridge Harvard Business, School Press.

Turok, I. (2004). *Cities, Regions and Competitiveness*. *Regional Studies*, 38, 9, , 1069-1083.

Un-Habitat. (2013). *The Competitiveness of Cities*. Nairobi: United Nations Human Settlements Programme.

Van den Berg, L., Jacobs, W., Nijdam, M., & Van Tuijl, E. (2015). Sustainable development of cities: The role of leader firms. En P. Karl Kresl, *Cities and Partnerships for Sustainable Urban Development* (pág. 304). EE Elgar.

World Economic Forum. (2014). *The Competitiveness of Cities*. World Economic Forum. Obtenido de The Competitiveness.

## **RESUMEN HOJA DE VIDA**

### **AUTOR**



**Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2016**  
**Noviembre 22 y 23**

Kitty Margaret Owen Martínez

Doctorante en Ciencias Gerenciales en la Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional, de la Universidad del Norte, Barranquilla. Comunicadora Social – Periodista, con énfasis en Comunicación Político- Económica, de la Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla. Actualmente cursa séptimo semestre de Administración de Empresas en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, CUN, sede Santa Marta. Trabaja como Coordinadora de Investigación Formativa de la Escuela de Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta. Docente Universitaria desde hace 7 años.