

**“EVALUACIÓN DE TÉCNICAS Y/O MECANISMOS DE MOTIVACIÓN AL  
FACTOR HUMANO EN EL SECTOR RURAL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO  
(ANTIOQUIA)”**

**OLGA CECILIA SERNA QUIROZ**

**UNIMINUTO - UNITOLIMA  
POSGRADOS Y ESPECIALIZACIONES  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
BELLO  
2009**

**“EVALUACIÓN DE TÉCNICAS Y/O MECANISMOS DE MOTIVACIÓN AL  
FACTOR HUMANO EN EL SECTOR RURAL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO  
(ANTIOQUIA)”**

**OLGA CECILIA SERNA QUIROZ**

**Informe Final Trabajo de Grado  
Presentado como requisito parcial para optar al título de  
Especialista en Gerencia de Proyectos**

**Marlyn Espinosa Arrieta  
Especialista en Investigación**

**UNIMINUTO - UNITOLIMA  
POSGRADOS Y ESPECIALIZACIONES  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
BELLO  
2009**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Bello,** \_\_\_\_\_

## TABLA DE CONTENIDO

<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b>	<b>9</b>
<b><u>I. FORMULACIÓN DEL ANTEPROYECTO</u></b>	<b>10</b>
TITULO DEL PROYECTO	10
SELECCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	10
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
JUSTIFICACIÓN	14
DELIMITACIÓN	15
ESPACIAL	15
TEMPORAL	15
RECURSOS	15
HUMANOS	15
TÉCNICOS	16
ECONÓMICOS	16
<b><u>II. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO</u></b>	<b>17</b>
MARCO TEÓRICO	17
ANTECEDENTES	17
MARCO CONCEPTAL	17
HIPOTESIS Y VARIABLES	34
<b><u>III. EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</u></b>	<b>35</b>
DISEÑO METODOLÓGICO	35
HALLAZGOS INVESTIGATIVOS	38
PROPUESTA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA	64
<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>65</b>
<b><u>RECOMENDACIONES</u></b>	<b>66</b>

<b><u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u></b>	<b><u>67</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b>	<b><u>67</u></b>
<b><u>CIBERGRAFÍA</u></b>	<b><u>68</u></b>
<b><u>ANEXOS</u></b>	<b><u>69</u></b>

## LISTA DE GRAFICOS

Grafico # 1: Porcentajes de producción por producto	44
Grafico # 2: Tiempo de labores en la finca	45
Grafico # 3: Forma de labor	46
Grafico # 4: Forma como le pagan	47
Grafico # 5: Período de pago	48
Grafico # 6: Otra forma de pago	49
Grafico # 7: Protección en salud	50
Grafico # 8: Tienen SISBEN	50
Grafico # 9: Tienen obligación	51
Grafico # 10: Tipo de obligación	51
Grafico # 11: Trato que recibe del empleador	52
Grafico # 12: Se siente a gusto laborando en la finca	52
Grafico # 13: Porque continúa laborando en la finca	53
Grafico # 14: Porque se siente a gusto laborando en la finca	53
Grafico # 15: Otro tipo de motivación aparte del salario	54
Grafico # 16: Lo que más lo motiva para trabajar	55
Grafico # 17: Otro tipo de motivación que le gustaría recibir	56
Grafico # 18: Han hablado con el empleador sobre motivación	57
Grafico # 19: Qué ha contestado el empleador	58
Grafico # 20: El trabajador rural de Envigado está motivado para el trabajo	59
Grafico # 21: Porque no está motivado para el trabajo	60

Grafico # 22: Se irían para otra finca por mejores oportunidades	61
Grafico # 23: Porque no se irían de la finca	62

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA A TRABAJADORES DEL SECTOR RURAL DE ENVIGADO	69
ANEXO 2: ENTREVISTA A LA INGENIERA AGRONOMA SONIA URIBE	71
ANEXO 3: CENSO SECTOR RURAL DE ENVIGADO Fuente: Secretaria de Desarrollo Rural Y Medio Ambiente, Envigado	72



## INTRODUCCIÓN

Desde antes de la década de los años 50 se viene hablando en Colombia acerca de la problemática del atraso del sector rural. Las causas del atraso siempre fueron vistas desde la óptica de ser un sector aislado y que sólo participaba en el desarrollo económico del país en cuanto transfiriera materias primas e insumos al sector industrial, al ser considerado este como el más dinámico de la economía. Ya en la década de los 80s se deduce, a través de estudios de grandes investigadores como Absalón Machado, que las causas de dicho atraso no solo podían ser atribuidas a los anteriores factores, sino que en ello participaban una gran cantidad de factores entre los cuales se tienen: la tenencia de la tierra como factor principal, la ausencia de verdaderos y eficaces mecanismos de comercialización y mercadeo para el agro, la falta de participación y de interés del Estado Colombiano en la aplicación de estrategias de crecimiento que permitieran la obtención de productividad y rentabilidad en el sector entre otras, lo cual muestra a un factor humano rural desmotivado y con pocos alicientes para la producción.

El presente trabajo se centra en las técnicas de motivación al factor humano rural en el municipio de Envigado Antioquia, puesto que es este el factor el más importante a la hora de diseñar estrategias para el desarrollo económico de un país, dado que es él quien puede dinamizar o atrasar cualquier proceso de producción y si está lo suficientemente motivado su rendimiento será más alto y el resultado de su labor de mayor calidad, pudiendo esperarse con ello el incremento en los niveles de productividad y competitividad de las empresas, garantizando con ello la tan anhelada rentabilidad de las mismas en un mundo que cada día se globaliza más y más y una economía de carácter aperturista que enfrenta a los países a nuevos y más grandes retos en el día a día.

**Palabras Claves:** Factor humano, motivación, sector rural, estrategias, mercadeo, comercialización, ente municipal.

## **I. FORMULACIÓN DEL ANTEPROYECTO**

### **TITULO**

"Evaluación de Técnicas y/o Mecanismos de Motivación al Factor Humano en el Sector Rural del Municipio de Envigado (Antioquia)".

### **SELECCIÓN DEL TEMA**

El sector agrario Colombiano cuenta con dos inmensas riquezas: en biodiversidad y en recurso humano. Pero estas dos riquezas no han sido bien aprovechadas y menos explotadas con la inteligencia y mesura que se merecen.

Para que la biodiversidad sea explotada con inteligencia se requiere de un recurso humano que este enfocado a unos objetivos específicos y que luche por el alcance de los mismos, pero es precisamente ahí donde radica el meollo del problema: “no tenemos un factor humano preparado para llevar a cabo tal empresa y, mucho menos motivado para enfrentar los retos que un mundo cada vez más globalizado y necesitado de alimentos le ofrece”. Es por esto que esta investigación está enfocada a evaluar cómo ha sido la motivación que se le ha dado al factor humano rural en el municipio de Envigado, buscando con ello empezar a desenmarañar la encrucijada en la que este factor se encuentra inmerso con lo cual se debilitan los esfuerzos por sacar del atraso al sector rural colombiano.

## DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La actual globalización de la economía exige la presencia de verdaderos actores de la producción enfocados al cambio constante y a dar respuestas casi **inmediatas** a las problemáticas que encierra un mercado cada vez más aperturista.

Colombia no es ajeno a todos estos cambios y, siendo un país con una gran riqueza natural y una gran biodiversidad, debe enfocar sus esfuerzos en aprovechar al máximo estas dos riquezas las cuales se encuentran ubicadas en el sector primario de la economía, sector este que durante la larga historia económica de nuestro país se encuentra como el más atrasado y menos rentable y productivo de todo el engranaje de la economía.

Desde la década de los años 50 se ha venido haciendo un estudio un poco más profundo de las causas por las cuales el sector agrario no arroja los rendimientos esperados en materia económica. Los resultados obtenidos apuntan a que la gran problemática descansa en la falta de motivación a los pequeños y medianos productores campesinos que día a día se esfuerzan al máximo en trabajar de sol a sol y no reciben a cambio buenos emolumentos a su labor y mucho menos buen trato de sus “empleadores”, a la vez que carecen de tierras y de factores de producción. Aunado a esto en la actualidad somos testigos de la presencia de grupos armados al margen de la ley que causan desplazamientos masivos a las ciudades originando con esto ensanchamiento de los cordones de miseria y bajas considerables en la producción y productividad del campo.

Aparte de esto, existen otros factores de desmotivación al factor humano del sector agrario que no permiten el dinamismo y aprovechamiento de nuestros recursos, entre los cuales se tienen:

- Ausencia de prestaciones sociales,
- Falta de garantías gubernamentales para el regreso al campo,
- Falta de mecanismos de comercialización y mercadeo de los productos que garantice una ganancia real al productor campesino,
- Insensibilidad de los dueños de los factores de capital hacia las necesidades del agricultor,
- Baja autoestima,
- Modelos de desarrollo económico nacional enfocados al desarrollo económico vía industrialización,
- Malas técnicas culturales de producción,

- Ausencia de mentalidad empresarial
- Ausencia de verdaderos líderes que jalonen procesos de desarrollo agrario,
- Miedo a asumir responsabilidades para enfrentar el cambio,
- Falta de cooperación,
- Temor a asumir riesgos,
- Desconfianza en los organismos gubernamentales.

Son entonces estos, entre otros, los factores que han sumido al sector agropecuario en un atraso y estancamiento peligrosos para el futuro de la humanidad, pues si bien en el avatar de los días se ha entendido que es el factor humano el motor que mueve el mundo, en este sector todavía se sigue pensando y esperando la ocurrencia de milagros tecnológicos que jalonen el campo hacia su desarrollo, y es precisamente en este punto en el que se enfoca este estudio, en el diseño de técnicas de motivación al factor humano como gran dinamizador del cambio y creador de riqueza, pero desde la dinámica del ser enfocados a la obtención, o más bien a pulir el saber, y desembocando en el hacer.

## **FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

¿Qué impacto genera en el sector agrario del municipio de Envigado la aplicación de técnicas e motivación al factor humano que propendan por su dinamismo y reconocimiento como gestor del desarrollo económico?

### **OBJETIVOS.**

- **OBJETIVO GENERAL.**

Llevar a cabo una evaluación de las técnicas y/o mecanismos de motivación que se han venido aplicando al factor humano en el sector rural del municipio de Envigado.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

1. Determinar el impacto generado por la aplicación de técnicas de motivación al sector agrario.
2. Identificar las limitantes más relevantes para la no aplicación de técnicas de motivación al factor humano.
3. Plantear una estrategia de intervención desde la Secretaria de Desarrollo Rural y Ambiental para la aplicación de técnicas de motivación al factor humano rural.

## JUSTIFICACIÓN

Durante las últimas décadas se ha venido considerando al ser humano como el factor más importante dentro del engranaje de la empresa, pues es mediante el aporte de valor que este le brinda a la misma que esta puede pensar en cumplir con sus objetivos de rentabilidad, productividad y crecimiento, a la vez que le permite sobrevivir en un mercado cada vez más cambiante, abierto y competitivo.

Como cualquier inversión, la decisión de invertir en técnicas de motivación depende de la relación costo – beneficio. En la práctica la motivación está íntimamente ligada a la productividad. Es por esta razón de fondo que la única vía realista para lograr la productividad, rentabilidad y competitividad esperadas es a través de la introducción en el engranaje de la organización, de técnicas de motivación al factor humano, para que los pequeños y medianos productores se vuelvan más eficientes y eleven su propia productividad y eficiencia a la vez que elevan los rendimientos de los escasos recursos económicos con que cuentan. Solo a través de la eficiencia se podrán obtener excedentes en la producción de mayor calidad, con lo cual se eleva asimismo la competitividad en el mercado de los productos obtenidos en las explotaciones agropecuarias.

Cuando se busca incrementar el volumen de la producción se debe pensar que este está relacionado no solo con producir mayor cantidad por unidad de mano de obra, de tierra y animal, sino también por unidad de crédito, tractor, insumo, energía lo mismo que por unidad de tiempo. En la medida en que cada uno de estos factores rindan más, los agricultores necesitaran disponer de una menor cantidad de ellos y, consecuentemente gastaran menos en inversiones y se volverán menos dependientes del crédito.

Todo lo anterior contribuirá a que los pequeños y medianos productores campesinos reduzcan sus costos volviéndose entonces más competitivos para, de esta forma, poder enfrentar los retos y cambios que un mercado cada vez más abierto y globalizado les pone día a día en el camino.

## **DELIMITACIÓN**

- **ESPACIAL**

Esta investigación está planeada en 3 etapas:

Etapa 1: Iniciar la investigación en el Municipio de Envigado

Etapa 2: Continuar con 10 municipios de Antioquia.

Etapa 3: Tomar de a 5 municipios de cada Departamento del país.

Por lo tanto, esta investigación se plantea para un tiempo de aproximadamente 5 años en su profundización.

- **TEMPORAL**

Para los objetivos de cumplimiento con la Universidad, se limitará a cubrir la primera etapa, las otras dos se harán paulatinamente hasta llegar a cumplir con el objetivo general, lo cual llevara un año aproximadamente.

## **ALCANCE**

Este trabajo de investigación se limitara al desarrollo de la primera etapa dado el tiempo del que se dispone con objeto de dar cumplimiento al compromiso adquirido con la Universidad.

## **RECURSOS**

### **HUMANOS**

Los recursos humanos con los cuales se llevará a cabo esta investigación son:  
Investigadora: Olga Cecilia Serna Quiroz, Economista Agrícola, egresada de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín; catedrática del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Asesora Metodológica: Marlyn Espinosa Arrieta, Especialista en Investigación.  
Agustín Gutiérrez director de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del municipio de Envigado.

Sonia Uribe, Ingeniera Agrónoma, asesora técnica rural del municipio.

## TÉCNICOS

Computador con programa Windows 2007, Internet, encuesta Vallano, censo rural del municipio de envigado, libros y documentos relacionados con el tema de investigación.

## ECONÓMICOS

Los recursos económicos requeridos para la presente investigación son todos los relacionados con costos de transporte para la captura de la información, fotocopias, refrigerios y mano de obra profesional, los cuales se calculan en \$ 500.000.



## II. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO

### MARCO TEÓRICO

#### ANTECEDENTES

Para la elaboración de la presente investigación es necesario resaltar que no se hallaron trabajos, tesis de grado o investigaciones que apuntaran a la motivación específicamente del factor humano rural, todo el material encontrado aborda, de forma general la problemática de la motivación en el sector industrial y el de servicios y para empresas realmente constituidas como tal. Por tal motivo esta investigación se convierte en un aval de construcción de la información para posteriores investigaciones.

#### MARCO CONCEPTUAL

Para abordar el tema de las herramientas y técnicas de motivación al factor humano rural, es pertinente reseñar, antes que nada, que es lo que se entiende por motivación. Es de anotar que todas las reseñas bibliográficas consultadas hablan de la motivación al factor humano en general, en las grandes empresas, no se encontró ningún trabajo que apunte a la motivación específicamente del factor humano rural.

- A. Teorías de la motivación.
- B. La motivación en las grandes empresas.
- C. La motivación en el área de trabajo.
- D. Factores de motivación y su relación con el desempeño laboral.

Palabras Clave: motivación, incentivos, remuneración, capacitación, relaciones interpersonales, ambiente laboral, ambiente físico, desempeño, subordinación, comportamiento humano, procesos.

#### **A. Teorías de la motivación.**

Existen muchas teorías de la motivación; cada una de ellas explica, en cierta medida, lo que las personas piensan les resulta importante y que está ocurriendo en su alrededor. Las teorías de la motivación difieren en cuanto al factor que

consideran tiene mayor importancia para lograr la motivación, y con esta base realizan los pronósticos adecuados.

“**Motivación** es el conjunto de factores dinámicos que mueven a una persona a hacer algo, es una tensión interior que pone en movimiento al individuo, es una fuerza principalmente interna que se manifiesta a través de la conducta con la finalidad de lograr un objetivo, es un mecanismo que impulsa a un sujeto a conseguir lo que le hace falta para establecer su equilibrio<sup>1</sup>”

Etimológicamente, el término motivación procede del vocablo latino motus y tenía que ver con aquello que movilizaba al sujeto para realizar una actividad. En el lenguaje popular, una persona está motivada cuando emprende algo con ilusión, superando el esfuerzo que deba realizar para obtenerlo. Así, podemos definir la motivación como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Trechera 2000).

Tradicionalmente, esa disposición se suele asociar a factores internos, frente a todo aquello que “tira” o empuja al sujeto desde fuera, así se distingue entre:

- Motivo: Variable que desde el interior del organismo nos impulsa a la acción
- Incentivo: Factor externo que provoca la realización de un comportamiento.

Ambos conceptos presuponen planteamientos diferentes en la explicación de la motivación. Podemos destacar tres enfoques:

**1. Modelos de satisfacción de necesidades.** Se insiste en los elementos internos como los motores de la acción: los instintos, los impulsos o las necesidades.

Aunque resulte poco poético o demasiado pragmático, conviene ser conscientes de una realidad: todo ser vivo requiere satisfacer necesidades. Nada se hace por azar, la mayoría de nuestros comportamientos llevan implícita o explícitamente el cubrir una necesidad. Los organismos vivos tienden al equilibrio. De ahí que, cuando se capte una deficiencia, se perciba una cierta incomodidad, que provoca la movilización del sujeto con el objetivo de que se realicen determinadas conductas para volver a la situación de equilibrio o satisfacción.

---

<sup>1</sup> URCOLA, Juan Luis “Factores Clave de Dirección, Orientados a la Obtención de resultados” Edit. ESIC. Madrid. Pag 235

Diversos autores han intentado realizar una tipología de cuáles serían las necesidades que posibilitarían la movilización de una persona. Describimos algunas propuestas:

**a. Abraham Maslow.** Las necesidades básicas se ordenarían según una jerarquía, de tal manera que unas serán más prioritarias que otras, y solo cuando estén cubiertas las inferiores se podrá ir ascendiendo. Maslow (1954) destacaba las siguientes:

- **Necesidades fisiológicas:** Están en la base de la pirámide y son las que tienen más fuerza. Los seres humanos necesitan satisfacer unos mínimos vitales para poder funcionar. Una persona que careciera de alimento, seguridad, amor y estima, probablemente sentirá con más fuerza el hambre física antes que cualquier otra necesidad.
- **Necesidades de seguridad:** En general, todos tenemos tendencia a la estabilidad, a organizar y estructurar nuestro entorno. No es fácil vivir permanentemente a “la intemperie” y de ahí que busquemos mínimos que nos den seguridad.
- **Necesidades de amor, sociales:** Una vez cubiertas las necesidades anteriores seguirán las de afecto, sentido de pertenencia, etc. “Somos animales sociales” y requerimos relacionarnos con los demás para poder desarrollarnos como personas. Por ejemplo, cualquiera que participa en una organización, junto al cumplimiento de una serie de objetivos, también pretenderá relacionarse con otros que comparten esos mismos ideales. El formar parte de una determinada organización sirve como elemento de referencia y comparación social.
- **Necesidades de estima:** Todas las personas tienen necesidad de una buena valoración de sí mismos, de respeto o de autoestima, que implica también la estima de otros. Solo se activara esta necesidad si lo más básico está relativamente cubierto. Por ejemplo, ¿Por qué existe en el Primer Mundo una preocupación , a veces distorsionada sobre la autoestima?. Si millones de personas tienen como único objetivo conseguir algún alimento, ¿Se plantearan problemas de autoimagen o realización personal?

- **Necesidades de autorrealización:** El proceso de maduración humana se enriquece durante toda la vida. Siempre podemos desarrollar nuevas posibilidades. Esta necesidad se caracteriza por mantener viva la tendencia para hacer realidad ese deseo de llegar a ser cada vez más persona. La forma específica que tomarán estas necesidades diferirá de un sujeto a otro. Unos pueden realizarse plenamente siendo un buen padre o madre, otros colaborando en proyectos solidarios o en su faceta profesional.
- b. **F. Herzberg.** (1966) a partir de una muestra de 1685 trabajadores de diversas disciplinas y niveles directivos, llegó a la conclusión de que los factores que contribuyen a la satisfacción son distintos e independientes de las variables que tienden a provocar insatisfacción. De ahí que describiese dos tipos de factores relacionados con la motivación:
- **Factores higiénicos o ergonómicos:** son aquellos que evitan el descontento. Es decir, si no están presentes provocan insatisfacción, pero no son por sí motivadores. Están relacionados con el entorno del puesto de trabajo: el salario, el status, la seguridad, las condiciones laborales, el control, etc.
  - **Factores de crecimiento o motivadores:** son los que realmente motivan. Se refieren al contenido del puesto de trabajo, el reconocimiento de la tarea, su realización, la responsabilidad, la promoción, etc.

La aportación de Herzberg es de gran utilidad en las organizaciones (lucrativas o no), ya que incide sobre aquellas variables que están relacionadas con los “intangibles” que muchas veces se dan por supuestas y que es muy necesario tener en cuenta. Por ejemplo, la experiencia demuestra que a veces se puede trabajar con más ilusión con menos factores higiénicos – medios físicos, instalaciones pobres, bajos sueldos, etc, - si están presentes los factores motivadores. De ahí que sea fundamental activar componentes como el reconocimiento, la participación, la comunicación, la responsabilidad, etc.

**2. Modelo del incentivo.** Se centra en las variables externas: los incentivos o las recompensas.

“Se cazan más moscas con una gota de miel que con un barril de vinagre” (P. Rubio). Las teorías que se basan en el manejo de incentivos parten de un presupuesto: las personas suelen realizar comportamientos con el objetivo de obtener algún beneficio y evitan o dejan de hacer aquellas conductas que

conlleven un daño. Para este enfoque toda modificación de conducta se realiza básicamente a través de refuerzos, recompensas o mediante la evitación u omisión de aquello que sea desagradable (Skinner, 1977). ¿Cómo podemos realizar de manera efectiva ese proceso?

Si queremos que se inicie o que se mantenga un comportamiento, sólo tenemos un medio: el reforzamiento. Se suele distinguir:

- **Reforzamiento positivo.** La presencia de un estímulo reforzador ante la emisión de una conducta incrementa la probabilidad de repetir esa respuesta. Se le suele aplicar también el término de condicionamiento de recompensa, ya que el sujeto es premiado por la ejecución de un determinado comportamiento. Por ejemplo, si ante la realización de una actividad que ha supuesto un gran esfuerzo se recibe la felicitación de los compañeros, nuestra labor se ve reforzada.
- **Reforzamiento negativo.** Como consecuencia de la realización de una conducta se puede evitar o dejar que actúe algo desagradable. Así, en el origen de muchas asociaciones está el planteamiento de alternativas para afrontar una situación social que no es placentera. Por ejemplo, que los jóvenes realicen cursos formativos con el objetivo de escapar de la mendicidad o para evitar que caigan en la delincuencia.

Si lo que se pretende es disminuir o eliminar un comportamiento, solo podemos emplear dos técnicas:

- **La extinción.** Se produce cuando no presentamos el estímulo reforzador que sustenta esa conducta. Al no reforzar el comportamiento, se irá “debilitando” y disminuirá la probabilidad de que se repita. Por ejemplo, si alguien gasta bromas muy pesadas y no le hacemos caso, es muy probable que no siga utilizando esta estrategia.
- **Castigo.** Un estímulo desagradable para el sujeto, posterior a la ejecución de una conducta que no se considera adecuada, aumenta la probabilidad de que esta no se repita.

Las teorías que se basan en incentivos lo que potencian es la creación de un ambiente adecuado para que el sujeto se plantee la realización de aquello que le reporta beneficios y no ejecute lo que le proporciona perjuicios.

**3. Modelos cognitivos.** Pone su énfasis en el proceso cognitivo que realiza el individuo para tomar la decisión: la comparación, las expectativas o los objetivos.

“No todos somos iguales” “Ningún viento es favorable para el hombre que no sabe a dónde va” (Séneca).

Entre estos modelos tenemos:

- **Modelo de equidad.**

**Adams (1965)** postula una teoría basada en la equidad, que cuestiona que sean variables determinadas las que en sí mismas motiven. Por el contrario, sería el juicio que el sujeto realiza, comparando su trabajo y beneficio con el de otros similares, el que influye en la motivación. Para establecer ese juicio, hay que tener en cuenta varios elementos:

- **Inputs.** Las aportaciones o contribuciones que el sujeto aporta al trabajo: formación, capacidad, experiencia, habilidad, nivel de esfuerzo, tiempo de dedicación, tareas realizadas, etc.
- **Outputs.** Los resultados, las ventajas o beneficios que la persona obtiene del trabajo: salario, prestigio, estatus, reconocimiento, etc.

- **Modelo de expectativas.**

Para **Vroom (1964)** la motivación es el resultado de la conjunción de tres variables:

- **Expectativas.** ¿Qué imagen construye el sujeto de sí mismo? ¿Se siente capaz? ¿Tiene formación? ¿Esforzándose obtendrá lo que pretende?

- **Instrumentalidad.** ¿Qué consecuencias tendrá el rendimiento? Es decir, si consigue un determinado resultado, ¿Servirá para algo?
- **Valencia.** ¿Qué valor aporta a la persona cierta actividad? ¿Qué deseo o interés tiene para realizarla?

Evidentemente, si alguien no se siente capaz, o supone que no va a repercutir en nada el esfuerzo que haga, o no tiene ningún interés por dicha tarea, ¿tendrá motivación para llevarla a cabo?

La teoría de las expectativas ayuda a explicar porque muchos empleados no están motivados en sus trabajos y simplemente hacen lo mínimo necesario para mantenerse, por lo que se debe dar importancia al diseño de los tipos de recompensas basadas en las necesidades individuales del empleado, y no caer en el error de que todos los empleados quieren los mismo, en consecuencia pasan por alto los efectos de la diferencia de las recompensas en la motivación.

Se infiere que las teorías presentadas de manera breve coinciden en ver al empleado como el ser que busca el reconocimiento dentro de la organización y la satisfacción de sus necesidades, al satisfacer estos dos objetivos, su motivación se convertirá en el impulsor para asumir responsabilidades y encaminar su conducta laboral a lograr metas que permitirán a la organización lograr su razón de ser, con altos niveles de eficacia. Las motivaciones se dan cuando los objetivos de la organización y los objetivos individuales están alineados y se satisfacen mutuamente.

- **Modelo de fijación de metas u objetivos.**

Una meta u objetivo es lo que alguien intenta alcanzar, el fin de una acción. ¿Cuáles son los factores que debe tener un objetivo para que pueda motivar?

- **Conocimiento.** Se ha de conocer la meta y los medios para conseguirla.
- **Aceptación.** Ha de existir acuerdo sobre lo que se desea realizar.

- **Dificultad.** Las metas deben ser difíciles, pero no imposibles. Deben suponer un reto, pero no han de ser inalcanzables.
- **Especificidad.** Cuánto más concreto sea el objetivo, más fácil será aglutinar los esfuerzos de todos para alcanzarlo.

Según **Locke y Latham (1990)**, en el establecimiento de metas se ha de resaltar que:

- **Orienta la acción.** Anima a realizar estrategias y planes de actuación. Al centrar nuestra atención, seleccionamos que actuaciones son importantes y obramos en consecuencia. Así, para conseguir una meta, tendremos que plantearnos las alternativas más idóneas.
- **Sirve para regular el esfuerzo.** Al tener claro que es lo que hay que hacer, nos podemos programar para obtenerlo.
- **Logra que se trabaje de una manera más persistente.** El objetivo, más que algo imposible, se presenta como aquello que con esfuerzo y la persistencia se puede alcanzar.

En todas las áreas está presente la motivación si va de la mano con el trabajo. El resultado de la motivación es obtener un mayor rendimiento en el trabajo, y esto se da a través de que el empleado se sienta a gusto con su labor y la empresa, permitiendo que esta acción se le trasmita al resto.

## **B. La motivación en las grandes empresas.**

En las grandes empresas la motivación está ligada a la productividad, por lo que la empresa debe brindarles a sus empleados algunas herramientas cuyo objetivo principal es que ellos logren incrementar su desarrollo profesional. Entre dichas herramientas tenemos:

- Regalos.
- Reconocimiento de la valía de su labor.
- Valor de la integridad.
- Compromiso.
- Precios.



- Remunerativos.
- Capacitación a las familias.
- Coercitivos (por la fuerza), sanciones.
- Menciones especiales.

## **C. La motivación y el trabajo.**

### **1. Definición de motivación laboral.**

Los conceptos que se vinculan a la motivación laboral, están basados en todos los factores que influyen en la conducta y están encaminados al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

### **2. El ciclo de la motivación.**

Este es un proceso cuya función principal es satisfacer las necesidades. Dicho ciclo posee 6 etapas o niveles a saber:

- a. Homeostasis:** La empresa posee un equilibrio, interno y externo.
- b. Estimulo:** Se genera cuando hay una necesidad.
- c. Necesidad:** Si no está satisfecha se avanza en un territorio llamado ESTADO DE TENSIÓN.
- d. Estado de tensión:** Se produce cuando el impulso da paso a un comportamiento.
- e. Comportamiento:** Se encarga de la satisfacción de la necesidad.
- f. Satisfacción:** Se satisface la necesidad y el organismo logra llegar a un punto de equilibrio.

En el caso que la necesidad no se satisfaga esto puede ocasionar una serie de reacciones, entre las cuales tenemos:

- Un comportamiento cuya conducta no sea lógica y sin explicación,
- Agresividad (sea física o verbal),

- Ansiedad,
- Nerviosismo,
- Apatía,
- Desinterés,

La ansiedad, el nerviosismo, la apatía y el desinterés siempre les ocurre a los trabajadores cuando los objetivos son bloqueados o no se pueden cumplir dentro del ámbito laboral.

#### **D. Factores de motivación y su relación con el desempeño laboral.**

1. Relacionar las recompensas con el rendimiento, individualizarlas, que sean justas y valoradas: en este punto nos referimos al sistema de salarios y políticas de ascensos que se tienen en la organización. Este sistema debe ser percibido como justo por parte de los empleados para que se sientan satisfechos con el mismo, no debe permitir ambigüedades y debe estar acorde con sus expectativas.

En casi todas las teorías contemporáneas de la motivación se reconoce que los empleados no son homogéneos, todos tienen diferentes necesidades, también difieren en términos de actitudes, personalidad y otras importantes variables individuales.

2. Se debe mencionar también que el dinero (salario) es un incentivo complejo, uno de los motivos importantes por los cuales trabaja la mayoría de las personas, y tiene un significado distinto para las mismas. Para el individuo que está en desventaja económica, significa proveerse de alimento, abrigo, etc, en tanto que para el acaudalado, significa poder y prestigio. Debido a este significado, no puede suponerse que un aumento de dinero dará como resultado mayor productividad y satisfacción en el trabajo.

Se le considera como un reforzador universal, probablemente uno de los pocos que tiene ese carácter de universalidad; con él se pueden adquirir diversos tipos de refuerzos, se puede acumular previendo necesidades futuras o usarse para producir más dinero. La gente no trabaja por el dinero en sí mismo, que es un papel sin valor intrínseco, trabaja porque el dinero es un medio para obtener cosas.

Sin embargo el dinero no es la única fuente de motivación del trabajador.

Aunque en los últimos años los beneficios cobraron mayor trascendencia, para **Koontz** y **Werhrich** (1999) el salario básico sigue siendo el factor más importante de motivación: “hay teorías que sostiene que el sueldo no motiva”. Esto no es cierto, aunque es verdad que cuando uno se levanta en la mañana no lo hace pensando en el dinero.

3. Debe considerarse también, como factor de motivación **la capacitación del personal**. La necesidad de capacitación (sinónimo de entrenamiento) surge de los rápidos cambios ambientales, el mejorar la calidad de los productos y servicios e incrementar la productividad para que la organización siga siendo competitiva, es uno de los objetivos a alcanzar en las empresas.

“La elevada competitividad existente en la actualidad y la continua introducción de cambios tecnológicos en las empresas requiere que el personal posea unos mayores conocimientos, una capacitación adecuada para abordar los retos cada vez más complejos y unas habilidades acordes con las exigencias propias de la función que se desempeña. Tales exigencias actúan de barreras limitando o potencializando la competencia dentro de un sector específico. Solo si se dispone de los conocimientos precisos y de las destrezas necesarias se estará en condiciones de lograr los resultados pretendidos<sup>2</sup>”

De tal forma que la capacitación debe basarse en el análisis de necesidades que parta de una comparación del desempeño y la conducta actual con la conducta y desempeño que se desean. El entrenamiento para **Chiavenato** es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

---

<sup>2</sup> URCOLA, Juan Luis, op cit., p. 2239

Esta repercute en el individuo de diferentes maneras:

- Eleva su nivel de vida ya que puede mejorar sus ingresos, por medio de esto tiene la oportunidad de lograr una mejor plaza de trabajo y aspirar a un mejor salario,
- Eleva su productividad. Esto se logra cuando el beneficio es para ambos, es decir empresa y empleado.

“El éxito en cualquier actividad empresarial, depende, en gran medida, de la calidad profesional de las personas de que se dispone para conseguir los objetivos establecidos<sup>3</sup>”

Las actividades de capacitación de desarrollo no solo se deben aplicar a los empleados nuevos sino también a los empleados con experiencia. Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados también contribuyen a elevar la **calidad** de la producción de la <sup>3</sup>fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos y cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo. **La obsolescencia** también es una de las razones por la cual las instituciones se preocupan por capacitar a sus recursos humanos, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

La capacitación beneficia a las organizaciones de la siguiente manera:

- Conduce a rentabilidad más alta y actitudes más positivas.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Crea mejor imagen.
- Mejora la relación jefes – subordinados.
- Se promueve la comunicación en toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.

---

<sup>3</sup> URCOLA, Juan Luis, op. cit., p. 239

La capacitación beneficia al personal de la siguiente forma:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Eleva el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

4. Se considera también que aumenta la motivación el **alentar la participación, colaboración y la interacción social (relaciones interpersonales)**. Los beneficios motivacionales derivados de la sincera participación del empleado son sin duda muy altos. Pero pese a todos los beneficios potenciales, creemos que sigue habiendo jefes o supervisores que hacen poco por alentar la participación de los trabajadores. Las personas tratan de satisfacer parte de sus necesidades colaborando con otros. Las investigaciones han demostrado que la satisfacción de las aspiraciones se maximiza cuando las personas son libres para elegir las personas con las que desean trabajar.

Todo este mecanismo se torna más viable cuanto mayor es el grado de cultura general de las partes, por lo cual es importante que la empresa propicie la cultura organizacional de sus integrantes, la que estará constituida por una serie de conductas y valores que son aceptadas o rechazadas dentro de la organización y que permitirá contar con un material más humano y más rico.

Los hombres trabajan porque se sienten bien con sus compañeros de trabajo, con los supervisores y con los jefes. El grupo de trabajo, que comienza siendo un medio para un fin, se convierte con el paso del tiempo en un fin en sí mismo; la persona va a trabajar porque es importante estar en compañía de sus colegas haciendo lo mismo que ellos hacen, disfrutando de su mismo status, teniendo sus mismos intereses, actitudes y obligaciones.

5. También el proporcionar **las condiciones físicas, ambientales, materias primas, las instalaciones y el ambiente general de una organización** pueden influir grandemente en la actitud y energía de los empleados. ¿Está montada la organización de tal manera que

anime a los empleados a trabajar juntos, o crea divisiones que desalientan y minan la cooperación y la colaboración? La mayoría de los trabajadores pasan aproximadamente la tercera parte de sus vidas en el trabajo. El lugar de trabajo debe ser un sitio cómodo y acogedor donde las personas deseen pasar tiempo en lugar de huir.

### **Beneficios de invertir en técnicas de motivación al recurso humano.**

Durante las últimas décadas se ha venido considerando al ser humano como el factor más importante dentro del engranaje de la empresa, el cual le brinda a esta la posibilidad de ser rentable, productiva, crecer y sobrevivir en un mercado cada vez más cambiante, abierto y competitivo. En la actualidad venimos siendo testigos de la llamada era de la empresarización, la cual extiende sus “tentáculos” a todos los sectores de las economías del mundo, las cuales para poder competir en unos mercados cada vez más turbulentos e inciertos deben conformarse como unidades de producción realmente organizadas y legalmente reconocidas, para de esta manera poder optar por las ayudas, auxilios y, porque no decirlo así, a los derechos que los gobiernos ofrecen a las organizaciones así constituidas.

El sector agrario colombiano no es ajeno a todos estos cambios y vaivenes de las economías del mundo, pero para nuestro caso, estos cambios lo golpean de forma más aguda y brutal debido al atraso cultural y económico en que se halla sumido. Aunado a todo esto nos enfrentamos hoy día a la grave problemática de escasez de alimentos por la cual atraviesan más de 35 países del mundo (El colombiano, abril 20 de 2008, pag 4ª) y, considerando que nuestro país aún conserva aproximadamente el 60% de su territorio en tierras aptas para la producción, esta problemática de escasez de alimentos se convierte en un gran reto a enfrentar. Es de todos sabido que el sector primario de la economía es el gran abastecedor de materias primas insumos y suministros de la industria, a la vez que abastecedor de alimentos a toda la población, no solo rural sino también urbana, pero si este sector muestra atrasos tan marcados, como es nuestro caso, se presentan incongruencias y desfases en los tiempos, cantidad y calidad de los recursos suministrados y, además, se adiciona un problema que antaño era considerado como secundario y es la falta de productos frescos con los cuales satisfacer las necesidades de alimentos para las poblaciones más pobres del mundo. Llegados a este punto cabe preguntarse ¿Tiene Colombia la capacidad de satisfacer esta demanda de alimentos? La respuesta es sí y no. Si porque contamos con dos grandes riquezas que son: la gran biodiversidad de nuestro sector agrario y la presencia de gran volumen de mano de obra barata; y no porque el factor humano de este sector es el menos motivado o incentivado por los diferentes agentes de la economía, lo que hace que no sea rentable y mucho menos productivo producir en el agro colombiano. Aunado a todo esto nos

encontramos con que, el proceso de empresarización que se está llevando en casi todos los países del mundo para enfrentar la globalización de la economía aún está muy lejos de nuestro agro por diversos factores, a saber:

- Cultura muy individualista,
- Ausencia de verdaderas estrategias de gobierno enfocadas a la conformación de agroempresas,
- Falta de dinámica emprendedora en el sector agrario,
- Políticas de gobierno muy sectorizadas,
- Aplicación errónea de algunas estrategias enfocadas al sector,
- Falta de compromiso de las entidades del gobierno y sus funcionarios,
- Ausencia de verdaderos líderes campesinos,

Pero sin lugar a dudas, uno de los principales factores de desmotivación de nuestro agro es la presencia de grupos armados al margen de la ley que obligan al campesinado a un desplazamiento forzoso del campo a la ciudad, con lo cual cada vez se ensanchan más los cordones de miseria localizados en las periferias de las grandes ciudades y que traen aparejado consigo inseguridad y altos índices de desempleo que ponen a las grandes metrópolis como Bogotá, Medellín y Cali en graves problemas sociales al no tener la capacidad de respuesta inmediata a las necesidades de todos sus ciudadanos, generándose con ello insatisfacción y poco crecimiento en los indicadores económicos del desarrollo, tanto regional como nacional.

Otro factor de desmotivación, tan importante como el anterior, es la falta de sistemas de mercadeo y comercialización de los productos campesinos, los cuales están condicionados por una serie de características que los hacen únicos y altamente influenciables. Algunas de dichas características son:

- “Producciones muy atomizadas y dispersas en la mayoría de los casos; se ha considerado tradicionalmente que esta característica define los mercados agrarios proporcionándoles un alto grado de competencia y conllevando, de otro lado, que el proceso de acopio sea una labor importante del proceso comercial, de suerte que los mercados mayoristas resultan ser los mercados relevantes. La producción a su vez es concentrada en el tiempo, pues generalmente se presenta en un corto período de cosecha; relacionado con esta característica, la demanda de los consumidores conlleva la tendencia a ser concentrada geográficamente (tendencia creciente de concentración urbana) y espaciada en el tiempo (consumo relativamente constante a través del año).

- Producción de carácter perecedero en una buena proporción del producto agrícola: ello impide el almacenamiento indefinido, obligando a la adopción de medidas de conservación (que no siempre son posibles) y coadyuvando a que la transformación de los productos adquiera una mayor importancia. La perecibilidad, tomando en cuenta las discrepancias que debe afrontar la oferta y la demanda en el espacio y el tiempo, exige que la comercialización suponga esfuerzos adicionales de adecuación, lo que requiere a su vez una tecnología, altos costos y en general una estrategia específica de comercialización de este tipo de bienes.
- Producciones estacionales: esta característica afecta fundamentalmente a la variabilidad de los precios en el tiempo y resalta la importancia de las condiciones de almacenamiento de los productos.
- Producción condicionada en buena medida por factores naturales; este condicionamiento provoca variabilidad interanual de precios e influye en la especialización regional lo que a su vez le otorga gran importancia al transporte y releva la complejidad de los canales comerciales. La presencia de factores naturales aumenta los riesgos de la producción que son mayores comparativamente con los de otros sectores (industria, comercio).
- Ausencia de verdaderos centros de acopio que estabilicen los precios, pues en la actualidad se viene hablando mucho de producción limpia y este tipo de proceso requiere que el productor incurra en unos costos muy elevados y, al salir los productos al mercado, tienen que competir con productos intoxicados a un mismo precio, lo que lo pone nuevamente en desventaja en el mercado.
- La producción agrícola se caracteriza por un alto grado de rigidez en el proceso productivo, y por la inestabilidad en los rendimientos, de suerte que el nivel del producto planeado es impredecible. Por otra parte, cada especie animal o vegetal posee un tiempo de desarrollo que no se puede modificar aunque es factible, dentro de ciertos límites, acelerar alguna de sus etapas con innovaciones tecnológicas. En la industria el flujo de producto es continuo y estimable a voluntad del empresario, en agricultura el flujo lo definen, además del mercado, el clima y el manejo de los problemas fitosanitarios, entre otros.
- El marco ecológico en el que se producen los cultivos condiciona con gran fuerza la elección de cultivos por parte del agricultor, las técnicas utilizados



para cultivarlo, los rendimientos resultantes y el nivel de producto disponible para la venta en los mercados una vez satisfecho el autoconsumo y el consumo local.

- Las unidades de producción son muy heterogéneas en capital, tecnología, administración, capacidad e información, lo cual contribuye. Los pequeños y medianos productores agropecuarios cada vez reciben menos por sus productos, dado que existe una gran cantidad de intermediarios en la cadena de valor que son los que, en última instancia, disfrutan de las ganancias de las producciones agrarias, correspondiéndole al productor solo el 15% del precio real del producto, además, en la actualidad<sup>4</sup>.

Aunque el actual gobierno ha presentado un programa de auxilios y subsidios (bastante endeble, cabe anotar) este no ha sido suficiente por cuanto en nuestro sector lo que se necesitan son verdaderos programas de gobierno que comprometan a todos los estamentos de la sociedad en la recuperación del campo colombiano, para de esta manera empezar a ser competitivos a nivel de mercado.

Si a todo lo anterior se le adiciona el creciente desequilibrio ambiental por el que atraviesa el mundo en estos momentos, el panorama del sector primario colombiano no es el más alentador. Además, en un mundo cada vez más globalizado se hace imperante el ser competitivos y ¿cómo se va a competir contra países como Estados Unidos y Europa que tienen subsidiado su sector agrario en un 40%? Esta es una pregunta que halla su respuesta en “solo será posible hacerlo motivando al factor humano rural para hacerlo altamente competitivo y rentable” y de esta forma llevar a cabo la formación de agroempresas que aglutinen en sí mismas a los productores, convirtiendo al campo colombiano en un verdadero bloque económico jalonador del desarrollo, por propiciar una producción vertical capaz de competir con cualquier empresa, no solo a nivel nacional sino a nivel mundial.

---

<sup>4</sup>BEJARANO, Jesús Antonio. “Agricultura de Las Américas”, Págs 93 – 95. 1998.

## **HIPOTESIS Y VARIABLES.**

La presente investigación parte de la hipótesis de que el sector agrario Colombiano adolece de un factor humano suficientemente motivado para la producción, lo que conlleva entonces a una problemática de poca productividad y rentabilidad del sector, lo que sume a este sector en un atraso cada vez más marcado.

### III. EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### DISEÑO METODOLOGICO

**SECTOR:** Agropecuario

**FACTOR A ESTUDIAR:** Factor Humano Rural

**LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:** Municipio de Envigado, en el Departamento de Antioquia.

#### ENVIGADO

Envigado, municipio de Colombia situado en el departamento de Antioquia. Se encuentra a una altura de 1.550 m y presenta una temperatura media de 20 °C. Los primeros colonos, procedentes de Medellín, se establecieron entre los años 1680 y 1700; se le dio el nombre de Envigado porque en ese lugar existían grandes árboles cuya madera se utilizaba en las vigas de las viviendas. Fue erigido municipio en 1814. Actualmente, la población de Envigado forma parte del proceso de conurbación que tiene como centro a Medellín y que conforma el corredor industrial del valle de Aburrá. Está conformado por seis veredas a saber: El escobero, El Vallano, Perico, Pantanillo, Las Palmas y Santa Catalina. La principal actividad del municipio es la industria, tanto de textiles como de jabones y perfumes entre otros artículos. La agricultura y la ganadería están en un segundo plano. Población (2005), 175.337 habitantes.

En la actualidad solo dos de las veredas (el Perico y Pantanillo) presentan gran vocación agropecuaria, dado que las otras cuatro veredas (El Vallano, Las Palmas, santa Catalina y el Escobero) han venido siendo objeto, durante las dos últimas décadas, de un acelerado proceso de urbanización, lo que llevo al actual gobierno a poner algunas barreras a la venta de predios como por ejemplo la alta valorización de los predios que en la actualidad se encuentra en \$100.000.000 la cuadra y mejorar los incentivos a la producción agropecuaria con la implementación de 5 programas para el desarrollo rural municipal, la construcción de pozos sépticos en cada predio, el mejoramiento de vivienda con recursos provenientes del municipio entre otros, los cuales jalonados por la Secretaría de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del municipio, por planeación municipal. Los principales productos que allí se explotan son: Mora, fresa, tomate, papa, ruda y leche.

Todas las veredas de Envigado se encuentran divididas en predios, como podemos observar en el mapa adjunto, los cuales están numerados por planeación municipal, puesto que esto facilita su seguimiento y asesoría. El tamaño de los predios es muy irregular y están en un promedio entre ½ cuadra hasta 1 ½ has, de acuerdo con información suministrada por la Ingeniera Sonia Uribe.



Documento de  
Acrobat

La captura de la información será llevada a cabo de la siguiente manera:

- Censo Rural, 2008
- Encuestas
- Observación directa
- Consulta con expertos

Se decidió por estos cuatro métodos debido a que las dos veredas del municipio que aún conservan un alto potencial agropecuario (El Perico y Pantanillo) presentan unas características muy particulares, a saber:

- Están muy distantes del casco urbano del municipio.
- Son veredas que, aunque presentan buenas vías de penetración, no cuentan con un sistema de transporte que permita la afluencia continua del investigador, en especial la vereda Pantanillo.
- De antemano se me sugirió ir acompañada de un funcionario del municipio para la captura de la información por ser unas comunidades muy recelosas para con los extraños.

Las anteriores actividades se hicieron de la siguiente manera:

1. En primera instancia se tuvo acceso a información contenida en un censo llevado a cabo en el año 2008 (ver anexo # 1), suministrada por el Doctor

Agustín Gutiérrez director de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del municipio.

2. Luego de obtenida la anterior información se procede a entrevistar a la Ingeniera Agrónoma Sonia Uribe (ver anexo # 2), quién es la profesional que más conocimiento tiene de la comunidad objeto de estudio, dada su permanencia durante un período de 7 años en su cargo como asesora y asistente técnica con dichas comunidades,
3. En tercer lugar se procedió a la aplicación de la encuesta (ver anexo # 3), la cual había sido propuesta para un total de 30, pero en base a la entrevista con la doctora Uribe y a la información contenida en el censo realizado en el 2008, se determino hacer solo 10 encuestas pues las características sociales de la población objetivo no ameritan un mayor número de las mismas.
4. Por último se procedió, mediante el recorrido llevado a cabo para la realización de las encuestas, a hacer una observación detallada del entorno social para poder realizar comparaciones con los datos obtenidos en la entrevista y en el censo.

## HALLAZGOS INVESTIGATIVOS.

Tomando como punto de partida el componente de desarrollo rural, tratado en el censo del 2008, se puede argumentar lo siguiente:

El municipio de envigado, por medio de la oficina del Medio Ambiente y Desarrollo Rural, viene adelantando 5 programas para el desarrollo rural del municipio, los cuales están enmarcados en el plan gubernamental de desarrollo del sector agrario Colombiano y cuyo objetivo general es: “Promover de manera estratégica la reactivación del desarrollo rural integral a partir del aprovechamiento sostenible y el uso potencial de los recursos, priorizando el mejoramiento de la calidad de vida y permanencia de las comunidades raizales, la tecnificación y organización de los productores” (ver anexo # 1).

Los cinco programas que conforman el componente buscan, de manera activa y eficiente, dinamizar el desarrollo del sector rural del municipio y con ello mejorar la calidad de vida de la población, los cuales son, en su orden:

**“Programa 1.** “Fortalecimiento al direccionamiento y la gestión para el crecimiento del desarrollo rural”, con el cual se pretende llevar a cabo un ajuste al Plan estratégico para el desarrollo rural de Envigado; apoyo o capacitación para el fortalecimiento de actores, común-dre, instituciones educativas y otras instancias del sector rural, por medio de campañas, foros y otras actividades que serán llevadas a cabo por los técnicos del área y por estudiantes de las diferentes instituciones educativas de la media vocacional agropecuaria en diversas visitas y giras que se realicen para tal fin; Fortalecimiento de la entidad prestadora de servicios agropecuarios EPSAGRO y creación y operación del fondo rural para el apalancamiento y mejoramiento técnico de unidades productivas rurales. Este programa tendrá una cobertura total del sector rural del municipio.

**Programa 2.** Modernización y mejoramiento técnico de la producción agropecuaria rural, el cual está conformado por tres ítems que son:

- % de cobertura de unidades productivas del municipio con programas de apoyo a la tecnificación y modernización, el cual muestra como línea base un 34% en el 2008 de productores reales atendidos y se proyecta a una cobertura del 53% durante los próximos 3 años, contando el año en curso.

- Fortalecimiento a la capacitación y formación en temas rurales con instituciones educativas, grupos, líderes y otras instancias del sector rural, el cual está muy ligado al programa # 1.
- Número de unidades productivas con implementación de agroecología, agroforestería o producción orgánica o limpia, el cual arranca con un total de 10 explotaciones productivas con el programa ya implementado y espera que para el final del año 2011 sean 50 las explotaciones que estén manejando el programa de producción limpia.

**Programa 3.** Apoyo y fortalecimiento a la productividad de las unidades agropecuarias y/o del sector primario rurales. Este programa contempla:

- Número de unidades productivas asistidas, capacitadas o fortalecidas en emprendimiento y planes de negocios, el cual muestra para el 2008 un total de 15 unidades productivas fortalecidas y con valor agregado en sus productos o con plan de negocios operando y espera que al finalizar el año 2011 hayan cubierto 50 productos fortalecidos o con valor agregado.
- Número de emprendimientos de producción tecnificada agropecuaria o primaria sostenibles implementadas con población rural y/o con jóvenes del sector rural, la cual en el año 2008 muestra un total de emprendimientos de 1 y espera incrementar a 7 finalizado el año 2011.

**Programa 4.** Apoyo y consolidación de cadenas productivas del sector rural.

- Número de cadenas productivas definidas y fortalecidas, la cual presenta un total de dos para todo el período en análisis.
- Número de hectáreas apoyadas para su incremento y/o renovación en producción agropecuaria rural. Este ítem está dirigido a pequeños y medianos productores campesinos con producciones pecuarias que estén involucrados en asociatividad. En el año 2008 no se tenían productores apoyados en este ítem, pero ya para el 2009 se atienden 10 explotaciones y se seguirá incrementando su número para alcanzar el objetivo que se tiene para el 2011 de 50 explotaciones pecuarias atendidas.

**Programa 5.** Apoyo al mejoramiento de las condiciones de vida de la familia y/o comunidad rural, compuesto por los siguientes ítems:

- Unidades familiares apoyadas con programa de seguridad alimentaria (huertas caseras, solares ecológicos comunitarios, terrazas, entre otras) en zona rural o periférica urbana. Para el año 2008 se tenía un total de 50 unidades familiares apoyadas con el programa, finalizando el 2009 se espera tener 70 y para el final del 2011 se tiene una meta de 100 unidades familiares atendidas.
- Eventos de promoción e impulso a la comunidad, cultura y/o valores rurales. Hace referencia al número de asociaciones o instituciones educativas fortalecidas en asociatividad y temas afines con la comunidad rural. En el municipio hay un total de 4 entidades que cumplen con esta condición a las cuales se les continuara actualizando en los temas de análisis” (ver anexo # 2).



## RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Se llevo a cabo una entrevista, en dos sesiones, a la Ingeniera Agrónoma Sonia Uribe asesora técnica rural de la Secretaría del Medio Ambiente del municipio. El resultado de dicha entrevista es el siguiente:

“A la pregunta sobre la forma de tenencia de la tierra en el municipio, ella responde:

“aquí todo está dividido en predios los cuales se encuentran numerados por planeación municipal. Cada predio tiene su dueño y la tierra pasa de una generación a otra, o sea, al crecer los hijos se hacen las particiones y a cada cual se le entrega lo que le corresponde de tal forma que al llegar a formar un hogar tengan para su sustento, de esta manera cada familia cultiva su tierra.

Al preguntársele sobre las características de la población rural del municipio de Envigado, ella contesta:

“La población se caracteriza porque cada predio tiene su dueño, aquí no hay arrendatarios ni aparceros, cada familia lleva a cabo sus cultivos, no hay mano de obra foránea, pues todos tienen una tareas específicas que cumplir”

En la pregunta de cuál es la composición numérica de las familias, responde:

“30 o 40 años atrás eran muy numerosas, entre 8 y 12 hijos, en la actualidad están entre 2 y cuatro hijos, por lo tanto lo máximo de integrantes de una familia no pasa de 6”

Al preguntársele sobre como contratan al personal que necesitan en épocas de recolección de cosechas, la Ingeniera responde:

“Como te decía en la segunda pregunta, aquí no se contrata personal foráneo, por lo tanto lo que ellos hacen es una especie de trabajo colaborativo en el sentido de que como son pobladores que han vivido todo el tiempo aquí, entonces se conocen de antaño y se “prestan” la mano de obra; es decir, cuando hay cosecha por ejemplo en el predio de los Gallegos, entonces los Eladios vienen y le ayudan

y viceversa. ¡ Ah! y un dato muy interesante, a una persona que no sea de una de las familias de las veredas no se le permite que ayude en las labores de la finca, a no ser que lleve más de 10 años viviendo en la zona y debe sujetarse a las normas que ellos tienen ya instauradas de forma tácita pues esto no está escrito en ninguna parte”

A la pregunta ¿Cómo les pagan a estas personas?, su respuesta es:

En la mayoría de los casos, como es una especie de trabajo colaborativo, entonces la paga es con trabajo cuando en la otra finca los necesitan, pero en algunas ocasiones lo que se hace es trabajar en sociedad y se reparten las utilidades después de haber comercializado el producto y disminuido los costos. Esto quiere decir que si una producción se tarda 7 meses en salir, los socios recibirán dinero una vez concluido todo el ciclo”

Llegados a la quinta pregunta, la Ingeniera responde:

“El cultivo más antiguo es el de la Mora el cual fue introducido en Envigado por el señor Javier Ríos Llanos hace ya 40 años”

En la pregunta ¿Cómo es el comportamiento de este producto en la actualidad?, su respuesta es:

“Puede decirse que es el producto más representativo ¡todos los días hay Mora! aunque, como ya lo ha indicado el doctor Agustín Gutiérrez hay otros productos que se están perfilando muy bien como la leche, la fresa y la papa, la mora sigue siendo, no solo el pionero sino el de mayor peso”

A la pregunta # 8 sobre la periodicidad de recolección de los productos ella responde:

“Eso depende del tipo de producto, por ejemplo la papa y el tomate, como puedes saber, tienen un ciclo de producción específico, pero lo que mora, leche y ruda se recolectan todos los días. La mora que como ya anote es el producto más significativo, es la que más recolección tiene”

A la pregunta ¿cada cuanto comercializan los productos y como lo hacen?, su respuesta es:

“Los productos que se cosechan diariamente tienen su comercialización de la misma manera, pero yo quiero hacer alusión solo a la mora, sin decir con ello que los otros no sean importantes. Hace algunos años tres personas de la región pusieron a disposición de la comunidad tres camiones para el transporte de la mora y les cobraban un flete normal por el transporte. Desde hace dos años el municipio, en su interés de colaborarles, les puso a disposición un Termoking muy bien acondicionado para el transporte del producto, pero aún así muchos siguen utilizando el servicio de uno de los camiones; en este momento podemos decir que el Termoking está siendo subutilizado, pero estamos trabajando en la concientización de la comunidad de que este tipo de transporte les brinda unas ventajas comparativas mejores que el camión, pues este medio conserva más el producto por su sistema de frío. La mora es empacada en canastillas y por cada una se paga un flete de \$ 1.000 en ambos sistemas de transporte. Otro producto que se está perfilando muy bien en su cosecha es el tomate de aliño cuya producción se está llevando a cabo bajo invernadero. Al momento estamos haciendo experimentación con algunas variedades para determinar cuál es la que mejor se adapta a las condiciones del municipio. Su comercialización se hace también en camión”

Al preguntarle ¿a quién le venden sus productos? Responde:

“La leche la venden a COLANTA, la ruda a varios compradores, más que todo a tiendas naturistas, el tomate también lo venden a varios compradores muchas veces en la misma finca, la fresa y la mora las comercializan en la plaza mayorista de Medellín debido a que, en el caso de la mora más que todo, el volumen diario de producción es bastante grande y Envigado no alcanza a consumir dichos volúmenes y además con la mayorista tienen efectivo en menos de 24 horas mientras que otros compradores les piden plazo de mínimo 15 días y eso no es atractivo para ellos porque ellos necesitan disponer de efectivo constantemente para poder continuar con el proceso de producción”

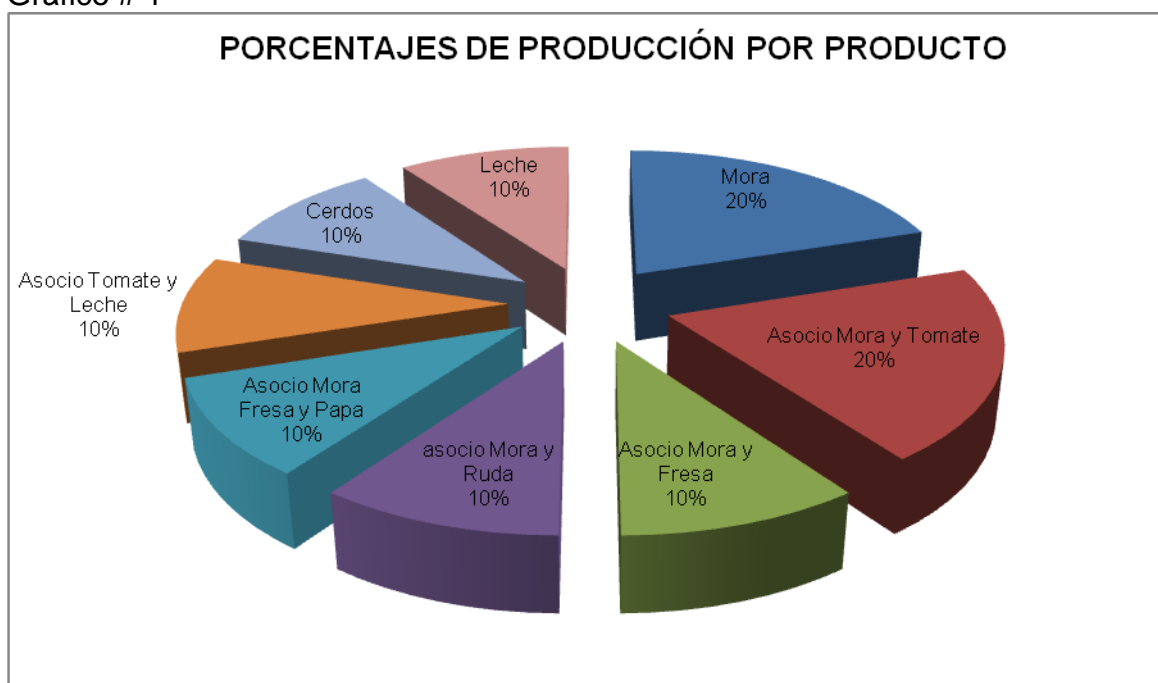
A la última pregunta ¿Cuáles piensa usted que pueden ser los factores de desmotivación del factor humano rural de este municipio? responde:

“a ver, por parte del municipio ellos no pueden presentar desmotivación debido a que el municipio les colabora mucho y ahora precisamente andamos en la tarea de motivación al sector rural para tratar de frenar la urbanización que se ha venido presentando durante los últimos años, pero yo pienso que el factor que puede estar causando desmotivación puede ser el de mercadeo y comercialización, porque no hay unas líneas definidas en ese aspecto, claro que en este momento estamos trabajando duro buscando estrategias de mercadeo y comercialización que les brinden garantías al momento de vender y les proporcionen una rentabilidad buena en la venta de sus productos” (ver anexo # 2)

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Como se anota arriba se hicieron 10 encuestas en las veredas El Perico y Pantanillo, 5 encuestas en cada una. Del total, 7 fincas se dedican a la producción de mora como producto principal, y están incursionando con tomate bajo invernadero 3, leche 1, papa 1, ruda 1 y fresa 2, buscando con ello diversificar la producción, para lo cual están recibiendo un muy buen apoyo por parte del ente municipal, especialmente de la Secretaría de Desarrollo rural y Medio ambiente.

Gráfico # 1



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

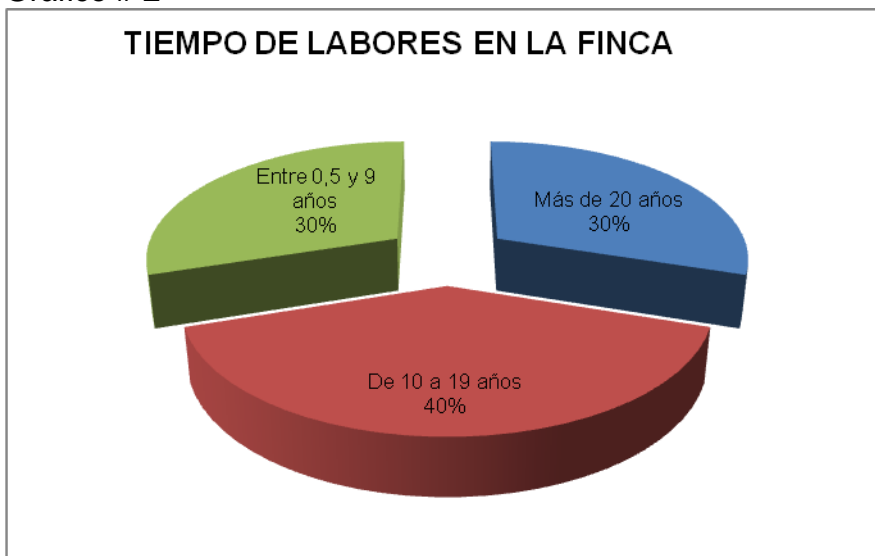
Como puede observarse en el gráfico, La Mora es el producto con un mayor porcentaje de explotación en el municipio de envigado ocupando un 20% del total cultivada sola, y en asocio representa aproximadamente otro 25% del total de la producción.

El resultado de la aplicación de la encuesta es el siguiente:

### Pregunta # 1

Como puede verse en el gráfico, el 40% del total de la población encuestada labora hace más de 10 años en la finca y menos de 20 años, mientras que otro 30% trabajan en la finca hace más de 20 años y el 30% restante está en un intervalo entre 0,5 y 9 años.

Gráfico # 2

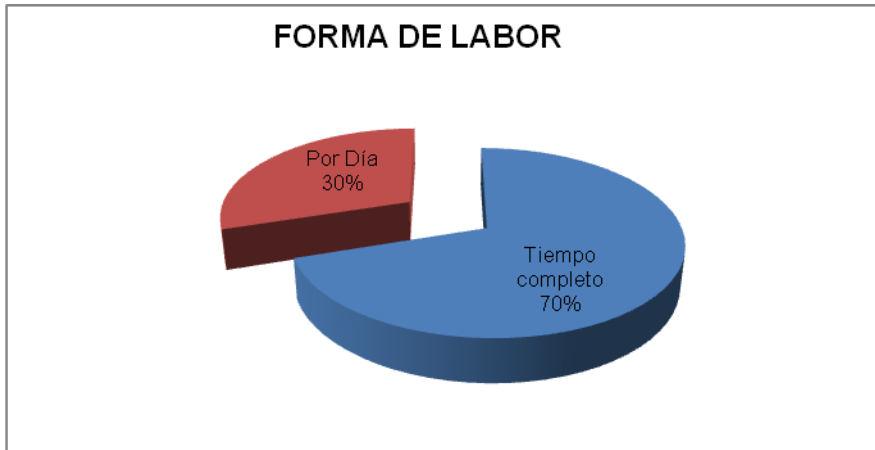


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta # 2.

Del gráfico puede inferirse que la forma de labor más representativa en el sector rural del municipio de Envigado es de tiempo completo, pues un 70% de los encuestados dijeron trabajar de dicha manera mientras que el restante 30% aduce que lo hace por días.

Gráfico # 3



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Es de anotar que los que dijeron laborar por día tienen más de 10 años trabajando en la finca de esa manera porque ellos tienen su propio cultivo, al cual le dedican la mayor parte de su tiempo.

### Pregunta # 3

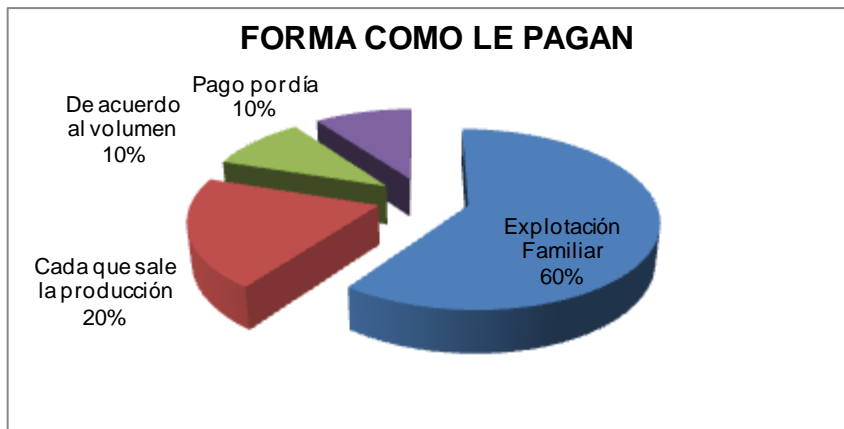
El 60% de encuestados contesta que la explotación es familiar, entonces el pago los reparten cuando se haga la venta de acuerdo a las labores realizadas o que lo que están es colaborándole a la familia para que luego el familiar de la finca le ayude a ellos en las labores de sus correspondientes predios.

2 contestan que cada que se saca producción reciben pago., lo que equivale al 20% del total.

10% responde que el pago depende del volumen de la producción y de las ganancias que queden después de la venta.

1 responde que le pagan por día laborado, porque él no tiene siembra aún que le permita sobrevivir, entonces que trabaja en varias fincas de sus familiares al día.

Gráfico # 4

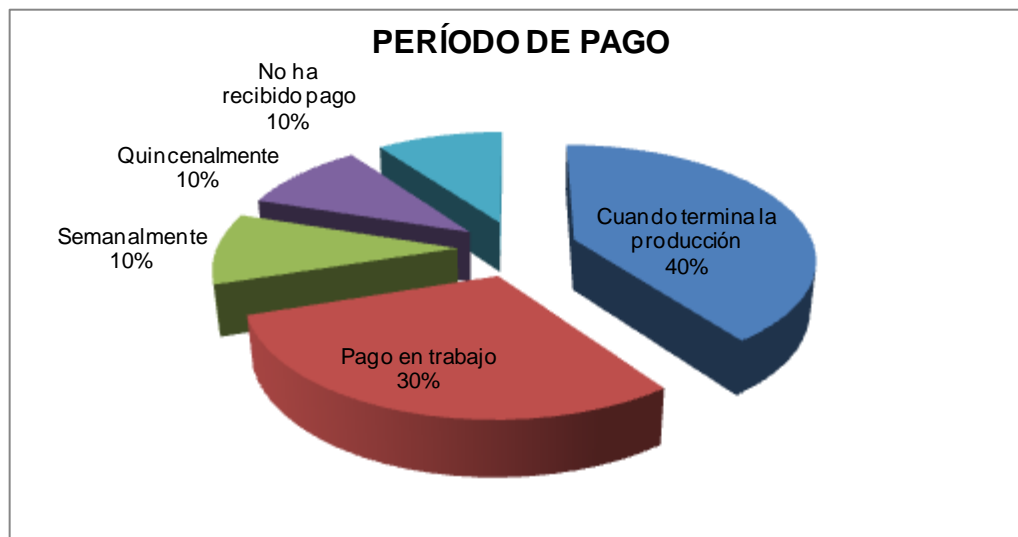


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

#### Pregunta # 4

En el gráfico # 5 se puede observar como el 40% de la población encuestada reciben pago una vez terminado el ciclo de producción y sea vendida en tanto que un 30% dice no recibir pago en dinero sino en trabajo en su predio; otro 10% recibe pago semanalmente; 10% más recibe pago quincenalmente y el 10% restante dice que durante el tiempo que lleva (más de 1 año) no le han pagado porque la explotación es de su padre y él le da el estudio.

Gráfico # 5

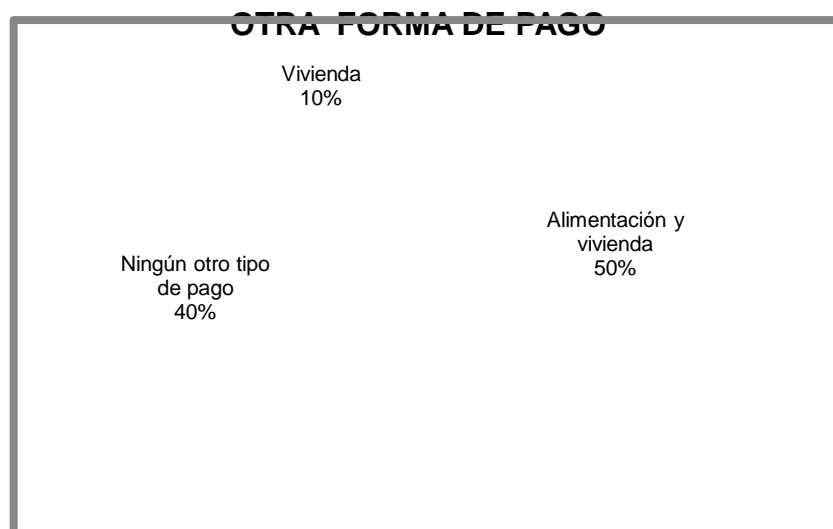


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.



Pregunta # 5

Gráfico # 6

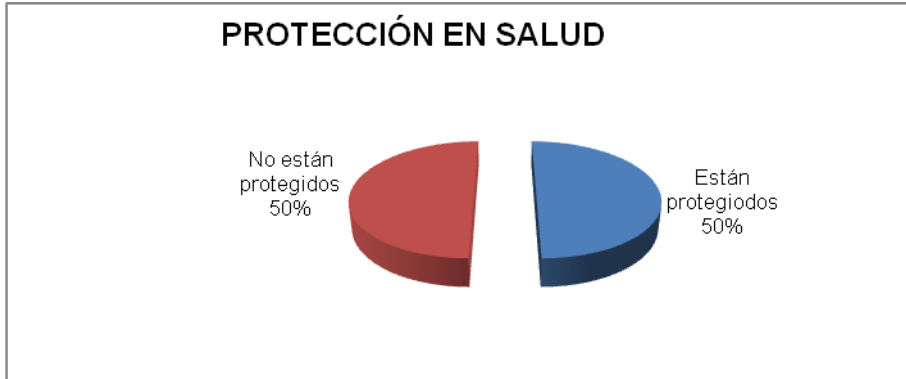


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

El anterior gráfico muestra como el 50% de la población encuestada en el sector rural de Envigado recibe, aparte de su salario, alimentación y vivienda, 10% recibe vivienda y un 40% restante aducen recibir sólo el salario.

Pregunta # 6

Gráfico # 7



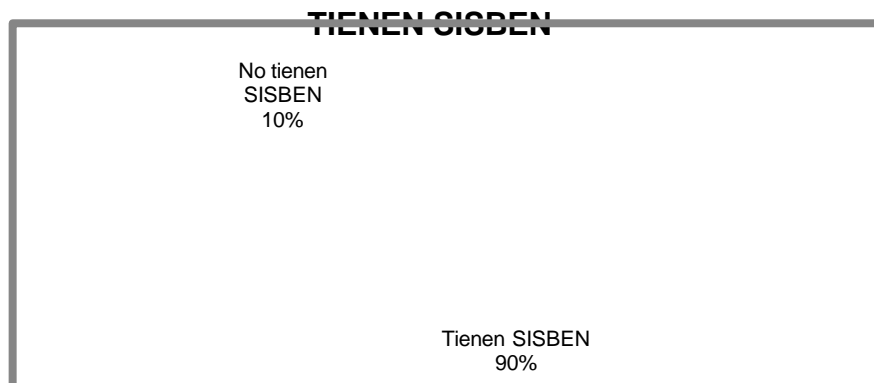
Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Se puede deducir, de acuerdo a la información que presenta está gráfico, que en el sector rural del Municipio en mención la proporción muestra un equilibrio de 50% estar protegidos en salud y 50% no estarlo lo cual indica que estos últimos trabajadores rurales están expuestos a enfermedades y accidentes laborales que ponen en riesgo su integridad personal.

Pregunta # 7

El gráfico # 8 muestra como el 90% de las personas que están protegidos en salud es por medio del SISBEN y sólo un 10% no disfrutan de este beneficio del gobierno.

Gráfico # 8



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 8

En el gráfico # 9 se puede observar como el 90% de la población encuestada tienen algún tipo de obligación en tanto que el 10% restante no la tienen.

Gráfico # 9



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 9

Esta pregunta está muy ligada a la anterior y el gráfico # 10 muestra como el 90% de la obligación que se tiene está representada por esposa e hijos.

Gráfico # 10

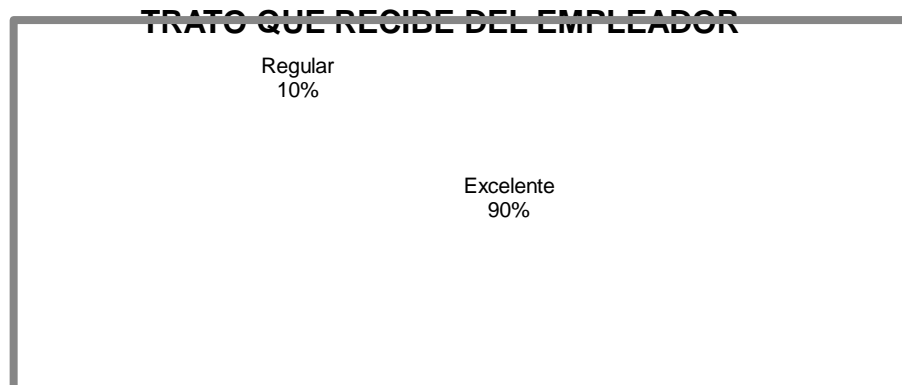


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 10

Del gráfico # 11 se puede inferir que un gran porcentaje de la población encuestada (90%) recibe un trato excelente de su empleador, en tanto que un restante 10% recibe un trato regular.

Gráfico # 11

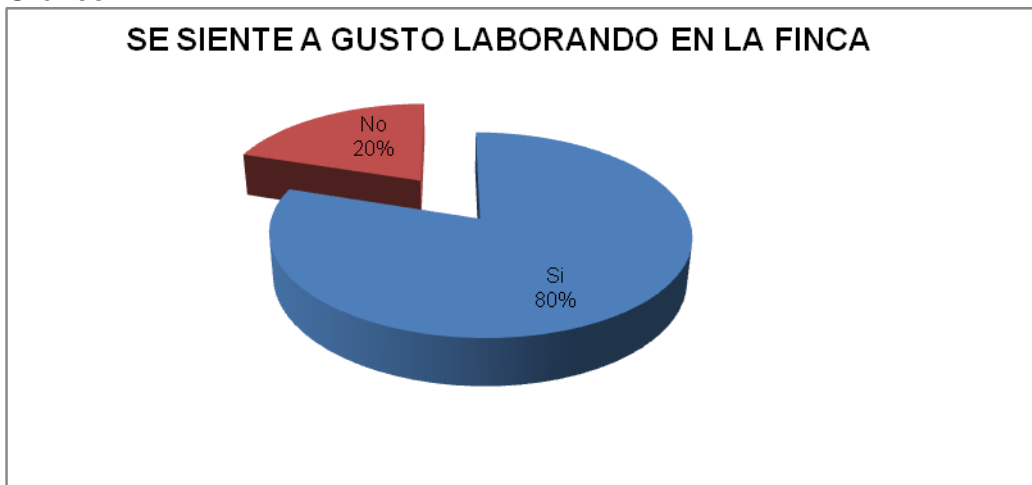


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 11

El gráfico # 12 nos indica que el 80% de los encuestados se siente a gusto laborando en la finca, mientras 20% restante no se siente a gusto.

Gráfico # 12



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta # 12

El gráfico siguiente muestra como el 100% de la población que no se encuentra a gusto laborando en la finca continúa allí por necesidad.

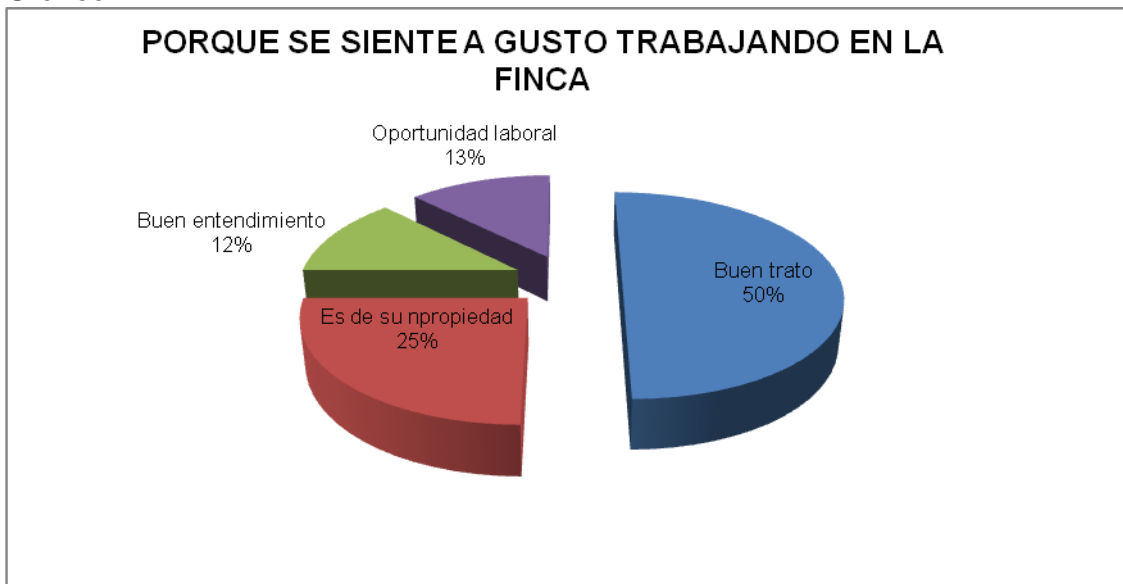
Gráfico # 13



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta # 13

Gráfico # 14

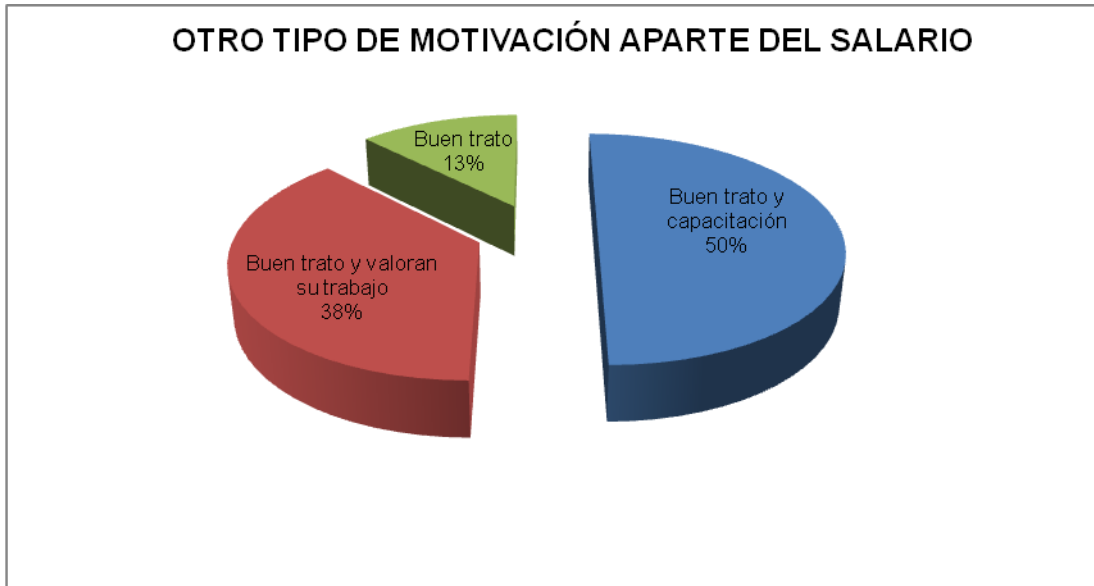


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Del gráfico # 14 se deduce que el 50% de las personas están a gusto laborando en la finca por el buen trato que reciben de sus empleadores, 25% declaran que la finca es de su propiedad; un 12,5% aducen que existe muy buen entendimiento entre las partes y el último 12,5% dicen que ese trabajo es una buena oportunidad laboral para ellos.

Pregunta # 14

Gráfico # 15



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

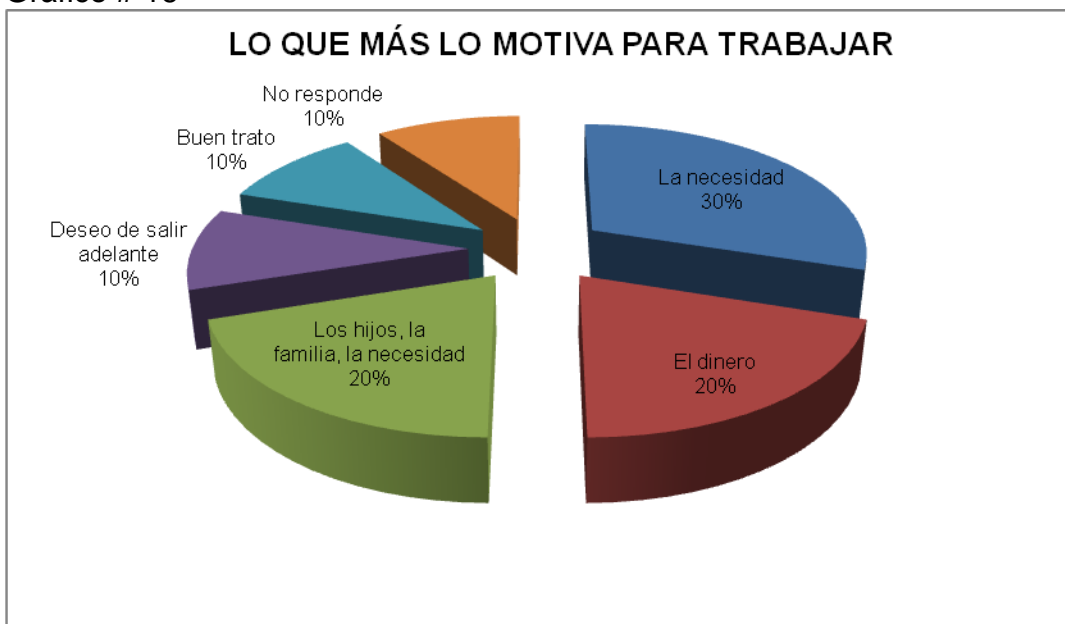
En el gráfico # 15 se puede observar como el buen trato que recibe el trabajador rural es la variable más importante como factor de motivación, la cual está presente en el 100% de las respuestas a la pregunta # 14.

### Pregunta # 15

VARIABLES COMO LA NECESIDAD, EL DINERO, LOS HIJOS, LA FAMILIA, EL DESEO DE SALIR ADELANTE Y EL BUEN TRATO SE ENCUENTRAN PRESENTES EN LAS RESPUESTAS A ESTA PREGUNTA, DE LAS CUALES LA MÁS REPRESENTATIVA ES LA PRIMERA CON UN 30% DE PUNTAJE, SIGUIÉNDOLE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LA SEGUNDA, TERCERA Y CUARTA CON UN 20%. LAS DOS ÚLTIMAS RECIBEN CADA UNA UN PUNTAJE DEL 10%. (GRÁFICO # 16)

10% no responde

Gráfico # 16



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 16

En el gráfico # 17 se puede observar como el 30% de los encuestados contestan que no requieren otro tipo de motivación porque están muy a gusto con su trabajo, 20% aduce que les gustaría recibir más capacitación, un 10% más dice que les gustaría que les dieran liquidación y 40% de los mismos no responde la pregunta.

Gráfico # 17



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.



### Pregunta # 17

El gráfico # 18 muestra como el 40% de los encuestados han hablado con el empleador sobre la motivación en tanto que 30% de los mismos dicen que no lo han hecho porque no ven la necesidad o porque es muy difícil hablar con la dueña del cultivo y un 30% restante no contestan.

Gráfico # 18



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

### Pregunta # 18

En el gráfico # 19 se puede observar como el 50% de los empleadores contestan que “si es que esta desmotivado hay que tratar de mejorar”, otro 25% les responde que “el corte va hasta agosto” y el restante 25% contesta que “es un tema interesante”.

Gráfico # 19

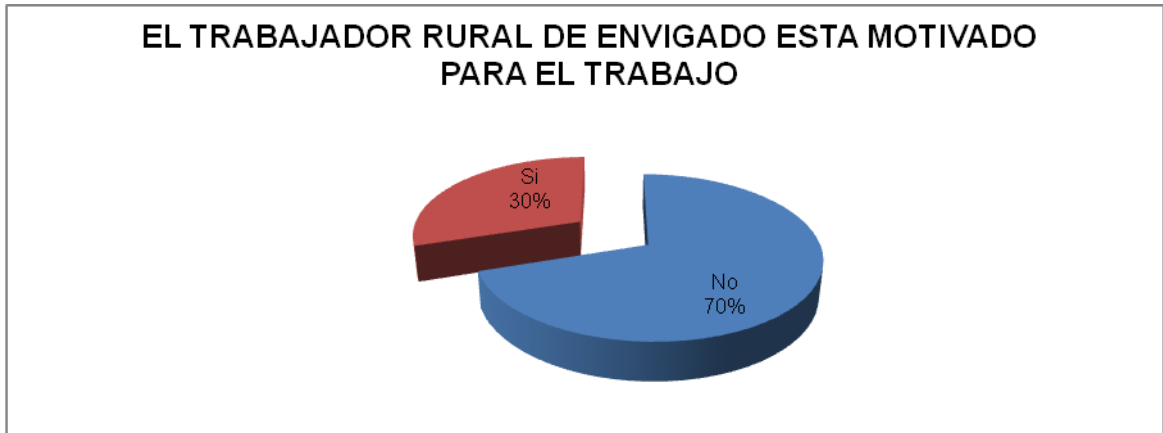


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta # 19

Al observar el gráfico # 20 se deduce que un 70% de los encuestados consideran que el trabajador rural del municipio no está motivado para el trabajo, mientras que un 30% considera que si lo está.

Gráfico # 20

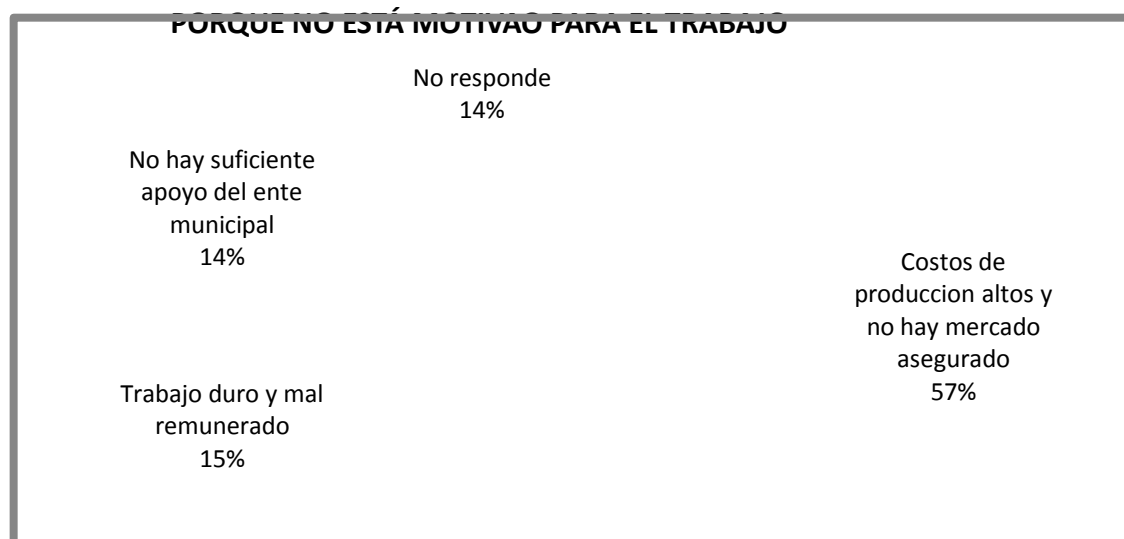


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

## Pregunta # 20

El gráfico # 20 muestra como 57,14% de la población encuestada aduce que no están motivados para el trabajo porque los costos de producción son muy altos y no hay mercado asegurado, otro 14,29% contestan que el trabajo es muy duro y mal remunerado, 14,29% más responde que no hay suficiente apoyo del ente municipal y 14,28% no contesta.

## Gráfico # 21



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta # 21

En el gráfico # 20 se observa cómo el 70% de los encuestados no se iría de la finca por mejores oportunidades laborales mientras que el 30% si se iría para otra finca.

Gráfico # 22

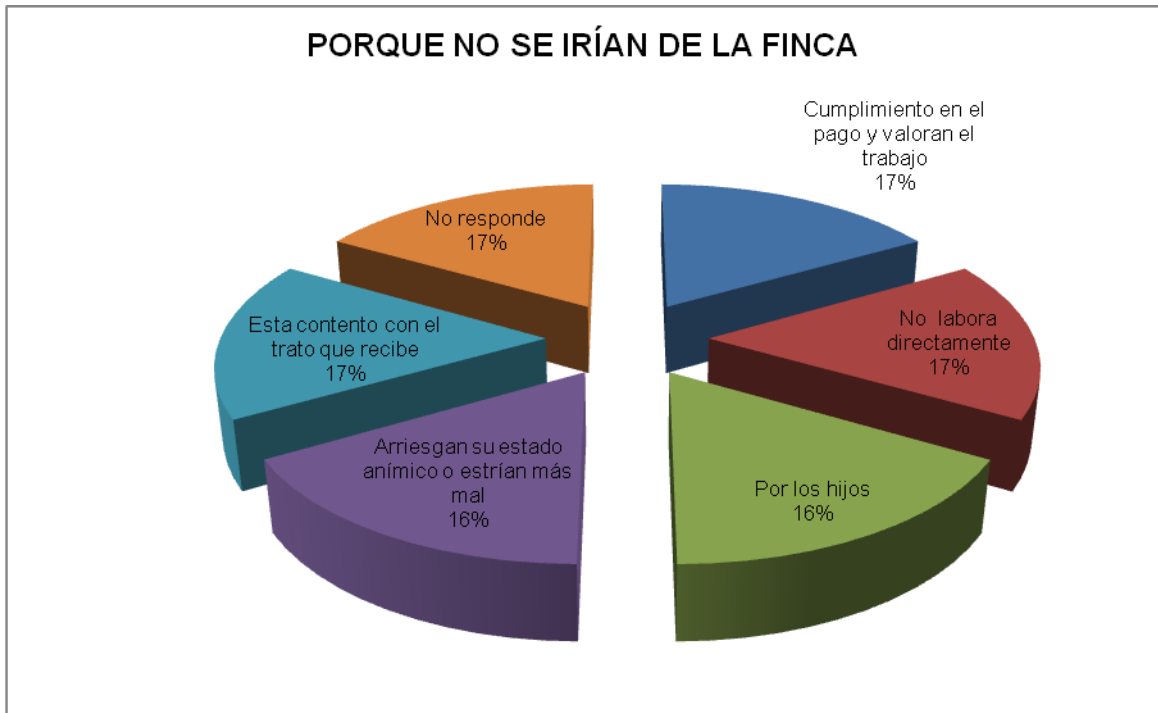


Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

Pregunta ¿por qué no se irían de la finca?

En el gráfico # 23 se puede observar como 14,29% no se iría por el cumplimiento en el pago y porque les valoran su trabajo; 14,29% porque no labora directamente; 14,28% por sus hijos; 28, 58% no se irían porque estarían arriesgando su estado anímico o estarían en más malas condiciones; 14,28% porque está contento con el trato que recibe y porque valoran su trabajo y el restante 14,28% no responde.

Gráfico # 23



Fuente: Encuesta a trabajadores del sector rural de Envigado.

## RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

Como se anota arriba, se llevó a cabo una observación al momento de realizar las encuestas. Esta observación tenía como objetivo verificar si en realidad el ente municipal le estaba colaborando a la comunidad rural con la construcción de pozos sépticos, con mejoramiento de vivienda, si el Termoking para el transporte de mora existía y cuanto les cobraba, si les estaban brindando asesoría técnica agropecuaria con frecuencia, entre otras.

Se pudo entonces constatar que todos los predios visitados tienen pozos sépticos y al consultar con los encuestados acerca de los demás predios afirman que todos en su totalidad disponen de ellos. En cuanto a mejoramiento de vivienda el municipio les ha colaborado en reparación de vivienda, en ensanchamiento y en algunos casos en construcción. Así mismo se pudo verificar la existencia del Termoking y les cobra un flete de \$ 1000 por cada canastilla transportada pero dicen que aunque es el mismo valor que les cobran los camiones y que aunque saben que tienen mayor garantía en el transporte de la fruta por el sistema de frío, ellos siguen utilizando el servicio de los camiones porque “son de personas de la comunidad y ellos tienen la premisa de colaborar entre sí, en cambio el Termoking es del municipio y las ganancias no les quedan a ellos”. En lo relacionado a la asistencia técnica todos concordaron en recibir muy buena asistencia técnica y con mucha regularidad. También adujeron que, aunque no fuera el día que les toca recibirla si tienen algún problema con sus producciones basta con llamar a la secretaría de Desarrollo Rural y Medio Ambiente para que les fuera enviado el técnico.

## PROPUESTA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA

Como se anota en los hallazgos investigativos, la principal problemática por la que atraviesa el factor humano rural del municipio de Envigado es la ausencia de mecanismos de mercadeo y comercialización que garanticen la venta de los productos a unos precios que les arrojen una buena rentabilidad.

Con base en lo anterior la propuesta para la solución del problema es que la Secretaría de Desarrollo Rural y Medio ambiente del municipio en mención diseñe estrategias en las cuales se tenga en cuenta la opinión de las personas implicadas, pues son ellos los que más conocen de mecanismos que podrían ser llevados a cabo para el logro de sus propios objetivos, o sea, que las estrategias se diseñen e implementen en equipos de trabajo que serán conformados por la comunidad y guiados por la Secretaria de Desarrollo Rural y Medio Ambiente.

Una de las estrategias es la realización de convites de acuerdo a los tipos de producción de las diferentes explotaciones, es decir, los productores de mora formaran su equipo aparte de los productores de leche y de los de ruda, al interior de los cuales se aplicará una encuesta a los participantes acerca de lo que ellos perciben como motivación y los estímulos que desean les sean otorgados, tanto por parte de la administración municipal como de sus empleadores.

Otra estrategia consiste en reuniones periódicas con los líderes comunales para con ellos conformar un mecanismo de comunicación interactivo con la comunidad, la cual plantee las verdaderas necesidades del factor humano rural y proceder así a darle solución a las diferentes problemáticas de desmotivación.

Las dos anteriores estrategias tienen como base el trabajo en equipo con la comunidad y pretenden que sea la misma comunidad la que elabore pautas de mejoramiento que propendan por su motivación.

Como meta se plantea que, en un lapso de seis meses ya se hayan aplicado estas estrategias y se tenga elaborado un documento con todos los hallazgos obtenidos y con las posibles técnicas de motivación que han de ser aplicadas paulatinamente, las que a su vez deben ser evaluadas constantemente por el ente municipal representado por la Secretaria de Desarrollo rural y Medio ambiente del municipio en mención para poder, de esta manera, aplicar los correctivos del caso.



## CONCLUSIONES

- Una de las limitantes más relevantes para la no aplicación de técnicas de motivación al factor humano rural es el desconocimiento o desinterés que muestran los dueños de las parcelas con respecto al tema.
- Otra limitante que pudo ser identificada es la forma de trabajo en familia en la zona rural del municipio dado que, muy al contrario de lo que puede pensarse, esta característica hace que los dueños de los procesos no sientan la necesidad de enfocar sus esfuerzos a motivar al factor humano pues, de una u otra manera, tienen asegurada la fuerza laboral que sea requerida en sus explotaciones productivas.
- La Secretaria de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del municipio de Envigado ha venido adelantando un proceso de desarrollo rural en las veredas El Perico Y Pantanillo, el cual incluye técnicas de motivación como lo es el mejoramiento de vivienda y la prestación de asistencia técnica agropecuaria, el cual ha arrojado como resultado un mejoramiento en la calidad de vida de la población atendida y se ha logrado, también con ello, contener el urbanismo que día a día ha venido diezmando el área rural.
- En general esta es una comunidad en donde impera el respeto y el buen trato entre ellos, lo que ha permitido el establecimiento de unas formas de producción únicas a nivel del sector rural.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda, por tanto, que la Secretaría de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del municipio de Envigado diseñe estrategias de Mercadeo y comercialización que propendan por el fortalecimiento de los canales de comercialización de los productos del Agro que garanticen la venta de los mismos y que conlleven al mejoramiento de la rentabilidad para los productores con lo que se podrá elevar el grado de motivación del trabajador rural del municipio en aras de mejorar, no solo su nivel de vida, sino también su calidad de vida.
- Es de anotar que el factor humano del municipio en mención muestra mucha disposición para el trabajo pero es muy recomendable que los organismos municipales les escuchen más en sus aportes para mejorar los procesos de comercialización de sus productos.
- Por último, es muy importante resaltar la labor que la Secretaría de desarrollo rural y Medio Ambiente del municipio de Envigado viene adelantando en su sector rural, labor esta que debe ser copiada por otros muchos municipios del Departamento de Antioquia y, porque no, del país, si se quiere contar con un factor humano rural más motivado para el trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### BIBLIOGRAFIA

DALE TIMPE, (1989), "Motivación del personal", Barcelona, Plaza & Janes.

KEPNER Y TREGOE. (1979), "El directivo racional", Madrid, Editorial McGraw – Hill.

KOONTZ Y O'DONNEL. (1979), "Curso de Administración Moderna", Madrid, Edit, McGraw - Hill.

URCOLA, J. L. (1998), "Dirigir personas en tiempos de cambio", Madrid, ESIC Editorial.

## CIBERGRAFIA

[http://www.gestiopolis.com/dirgp/rec/motivaci3n/motivaci3n\\_7.htm](http://www.gestiopolis.com/dirgp/rec/motivaci3n/motivaci3n_7.htm) Documento: La motivaci3n.

<http://www.monografias.com/trabajos16/motivacion-recursos-humanos/motivacion-recu....> Documento: La motivaci3n en los recursos humanos.

<http://www.monografias.com/trabajos38/factores-de-motivacion/factores-de-motivacion2.shtml> Documento: Influencia de los factores de motivaci3n en el desempe1o laboral.

<http://www.psicologia-online.com/articulos/2005/motivacion.shtml> Documento: Saber motivar: ¿El palo o la zanahoria?

## ANEXO # 1

### ENCUESTA A TRABAJADORES DEL SECTOR RURAL DE ENVIGADO

Fecha: \_\_\_\_\_

Municipio \_\_\_\_\_

Vereda o Corregimiento \_\_\_\_\_

Nombre de la finca \_\_\_\_\_

Extensión \_\_\_\_\_

Productos \_\_\_\_\_

Nombre del propietario \_\_\_\_\_

Nombre del encuestado \_\_\_\_\_

Escolaridad \_\_\_\_\_

1. ¿Cuánto tiempo hace que usted labora en esta finca? \_\_\_\_\_
2. ¿Cómo es su forma de labor? Tiempo completo \_\_\_ Por días \_\_\_ Al destajo \_\_\_
3. ¿Cómo le pagan a usted? Por jornal \_\_\_ Por día \_\_\_ Por labor \_\_\_ SMLV \_\_\_
4. ¿Cada cuanto le pagan a usted? Cada semana \_\_\_ Quincenalmente \_\_\_ Al terminar la labor \_\_\_ al terminar el día \_\_\_ Otra \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
5. ¿Qué otro tipo de salario recibe usted? Alimentación \_\_\_ Vivienda \_\_\_ Otra \_\_\_  
¿Cuál? \_\_\_\_\_
6. ¿Su empleador lo tiene protegido en salud? SI \_\_\_ NO \_\_\_
7. ¿Tiene usted SISBEN? SI \_\_\_ NO \_\_\_
8. ¿Tiene usted obligación? SI \_\_\_ NO \_\_\_
9. ¿Qué tipo de obligación? Padres \_\_\_ Hermanos menores \_\_\_ Hijos y esposa \_\_\_  
Otra \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
10. ¿Cómo es el trato que usted recibe de su empleador? Excelente \_\_\_ Regular \_\_\_  
Malo \_\_\_ (En caso de que la respuesta sea malo preguntarle porque)
11. ¿Se siente a gusto laborando aquí? SI \_\_\_ NO \_\_\_ (Si contesta que NO continuar con la pregunta 12, de lo contrario saltarse a la trece)

12. ¿Por qué continúa trabajando aquí? \_\_\_\_\_

13. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

14. ¿Qué otro tipo de motivación, aparte de su salario, recibe usted? Buen trato \_\_\_ Se le valora su trabajo \_\_\_ Capacitación \_\_\_ Regalos \_\_\_ Fechas Especiales \_\_\_ Otra \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

15. ¿Qué es lo que lo motiva más a usted para trabajar?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. ¿Qué tipo de motivación le gustaría a usted recibir de su empleador, aparte de su salario?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

17. ¿Ha hablado alguna vez con su empleador acerca de este tema? SI \_\_\_ NO \_\_\_ (En caso de contestar que NO preguntarle por que)

18. ¿Qué le a contestado al respecto?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

19. En términos generales, considera usted que el trabajador rural de este Municipio esta motivado para el trabajo? SI \_\_\_ NO \_\_\_

20. ¿Por qué?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

21. ¿Si en otra finca le brindaran mejores condiciones laborales usted se iría? SI \_\_\_ NO \_\_\_ (En caso de contestar NO pregunte porque)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Muchas Gracias por su colaboración.

## ANEXO # 2

### ENTREVISTA A LA INGENIERA AGRÓNOMA SONIA URIBE, ASESORA TÉCNICA RURAL DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO RURAL Y MEDIO AMBIENTE DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO (ANTIOQUIA)

1. ¿Cómo es la tenencia de la tierra en el sector rural de Envigado?
2. ¿Cuáles son las principales características de la población rural de este municipio?
3. ¿Cómo es la composición numérica de las familias?
4. ¿Cómo contratan el personal que necesitan en épocas de recolección de las cosechas?
5. ¿Cómo les pagan a estas personas?
6. ¿Cuál es el cultivo o producción pecuaria más antiguo del municipio?
7. ¿Cómo es el comportamiento de ese producto en la actualidad?
8. ¿Cada cuánto se hace recolección de los productos?
9. ¿Cada cuanto comercializan los productos y cómo lo hacen?
10. ¿A quién les venden sus productos?
11. ¿Cuáles piensa usted que pueden ser los factores de desmotivación del factor humano rural de este municipio?

**ANEXO # 3**

**[CENSO SECTOR RURAL ENVIGADO.xls](#)**