



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

**Influencia de la Reputación y el Liderazgo en el Sector Industrial en el Valle del Cauca**

Corporación Universitaria Remington.  
Faculta de Ciencias contables.  
Seminario Ética y Transparencia en las organizaciones.

Nombres de los estudiantes autores del trabajo de grado.

Paola Gabriela Mora Armero

Davinson Valencia Moreno

Tutor del trabajo de grado.

María del Socorro Rivera Cobo

Opción de Trabajo de grado Seminario.  
Ética y Transparencia en las Organizaciones

2024

### **Dedicatoria**

Este logro lo dedicamos a Dios, primeramente, porque gracias a su ayuda y su voluntad este sueño se ha hecho realidad, también lo dedico a mi hijo Kaleb Becerra por que ha estado desde el inicio de mi proceso académico y ha sido la razón por la que no me he rendido por que los sueños con fe, esfuerzo y voluntad se pueden lograr... Gracias Dios.

Paola Gabriela Mora Armero

### **Agradecimientos**

Primeramente darle las gracias a nuestro Dios, agradecer a nuestros compañeros de carrera, ha sido un viaje largo y maravilloso, agradecer a nuestros familiares por su constante apoyo y compañía en cada paso que hemos dado, especialmente a mi madre doña lucia moreno, que con mucho esfuerzo ha logrado y a formado el hombre que soy hoy, a nuestras parejas, que en los momentos malos han estado ahí, gracias a nuestros maestros de carrera, especialmente a la tutora maría del socorro, en cargada de este seminario, gracias por la paciencia a todos ellos, este logro se lo dedicamos a todos. Gracias.

Paola Gabriela Mora Armero

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	6
Palabra clave.....	6
Objetivo general.....	7
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	8
Características de un Líder Organizacional.....	10
Liderazgo Deficiente, Consecuencia.....	10
Reputación Empresarial.....	12
Metodología de búsqueda de la información.....	17
Sustentación teórica de la pregunta.....	18
El Liderazgo y la Reputación en el Sector Industrial.....	18
Principales Actividades Económicas en el Valle del Cauca.....	21
Impacto del COVID en la Industria del Valle del Cauca.....	22
Liderazgo Industrial en el Valle del Cauca.....	25
Influencia del Liderazgo en el Crecimiento Organizacional.....	28
Dinámica Empresarial.....	29
Imagen Corporativa y su Importancia para el Crecimiento Organizacional.....	30
Conclusiones.....	34
Referencias.....	35

## Resumen

El liderazgo y la reputación influyen de una manera importante en las organizaciones ya que de estos dos componentes o en su gran mayoría depende el éxito de ellas, las industrias que carecen de un liderazgo fuerte y una reputación consolidada, tienden a ir al fracaso o ser etiquetadas negativamente, lo que influye en el desarrollo y crecimiento empresarial.

El liderazgo en el sector industrial tiene unas características muy puntuales, como tener una visión estratégica clara, donde tiene la capacidad de ver más allá de la situación, comprender hacia donde se dirige, fomentar una buena comunicación en su equipo de trabajo, sostener una motivación y empoderamiento para inspirar y motivar a sus colaboradores.

Así también la reputación es la imagen que genera confianza, transparencia y honestidad empresarial, ya que es la que las distingue en un mercado competitivo fortaleciendo relaciones internas y externas de la organización, por esta razón es crucial contar con un liderazgo ético y mantener una reputación positiva.

En el desarrollo de este informe se empleó una metodología de estudio cualitativa, en busca de describir y resaltar esas características intrínsecas del liderazgo y la reputación organizacional ya mencionadas.

El liderazgo en las empresas del sector industrial es crucial para abordar la gestión del cambio, y potenciar la innovación fomentando relaciones sólidas.

**Palabras clave**

Liderazgo, reputación, sector industrial, crecimiento y desarrollo, ética empresarial.

## **Pregunta orientadora de la búsqueda**

¿Cómo influyen la reputación y el liderazgo en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones industriales en el Valle del Cauca?

### **1. Liderazgo empresarial**

El liderazgo en las organizaciones es una habilidad para orientar, dirigir, guiar con responsabilidad un Proyecto, una corporación a través de la estimulación de todas las áreas que conforman un sistema de organización, donde el líder busca lograr los objetivos de la empresa y la satisfacción de las necesidades de los colaboradores mediante su influencia personal y poder.

“Para Davis y Neustrom (2003) el Liderazgo es la forma de poder lograr algún grado de influencia sobre un equipo de trabajo, con el objetivo de que logren desarrollar las actividades propuestas, con la mayor disposición y motivación en busca de cumplir unos objetivos claramente definidos”

(<https://www.sciencedirect.com/>, s.f.).

En los últimos años el tema del liderazgo ha tomado mucha importancia y mayor relevancia, liderar es influir en los demás, es un principio básico del ser humano, ya que desde los inicios de los tiempos y desde que el ser humano comenzó a desarrollarse en sociedad ha existido la necesidad de personas que sepan guiar o liderar a los demás, en caminado a la consecución de unas metas o desarrollo de la organización, ya sea social o industrial, el liderazgo es indispensable para el

logro o éxito de lo propuesto. (Barroso & Salazar, 2010)

(<https://www.sciencedirect.com/>, s.f.).

De la forma en la que el líder se desempeñe y comporte cuenta mucho, ya que se convierte en un factor clave para la motivación de sus colaboradores, lo que puede dar paso a que el logro de las metas trazadas se pueda cumplir de una forma más rápida y a su vez efectiva o por el contrario puede originar un estancamiento en la busca de alcanzar esas metas trazadas.(Moran, 2007)

(<https://www.sciencedirect.com/>, s.f.).

En otras palabras, liderar es básicamente inspirar al equipo a lograr su mejor versión que tengan un buen desempeño por pasión y vocación y que estos tenga un impacto positivo en sus vidas personales.

En lo que compete Ser líder industrial, ser líder en el mercado, ser reconocido en el mercado con lleva a una buena reputación organizacional que a su vez aumenta la aceptación y confiabilidad en la sociedad, representando a si unos mayores ingresos para dichas organizaciones.

El auge del desarrollo tecnológico y su acelerado desarrollo, ha traído nuevas oportunidades para las organizaciones que buscan establecerse en el mercado, pero si bien ha sido un oportunidad también representa un desafío grande, porque la competencia se ha hecho cada vez mas fuerte lo que significa un gran reto para poder posicionarse y desturcarse en el mercado, nacional e internacional, por hechos como tales, las organizaciones cada vez mirar y buscas colaboradores que les puedan brindar esa ventaja competitiva, que cuenten con esas características de liderazgo que les permita seguirse

desarrollándose y posicionándose en el mercado, pero no solo eso, sino lograr sostenerse y destacar por su liderazgo organizacional, por su compromiso, y sus competencias corporales, que a su vez dinamicen su crecimiento (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

## **1.2 Características de un líder organizacional**

“Según Uribe (2005), un liderazgo efectivo se caracteriza porque el líder muestra cada día su capacidad para orientar los esfuerzos de su equipo de trabajo, hacia el objetivo de poder cumplir con las metas propuestas, motivándolos a trabajar con buena actitud y total compromiso” (<https://www.sciencedirect.com/>, s.f.).

- Es creativo.
- Trabaja por objetivos.
- Trabaja con la gente.
- Proyecta y tiene seguridad, infunde respeto.
- Convence, motiva, tiene carisma y don de gentes.
- Es proactivo.
- Tiene liderazgo (Ogliastri, 2005).

### **1.3 Liderazgo deficiente, consecuencia.**

La falta de liderazgo organizacional, repercute de formas negativas su crecimiento, cuando no se tiene claro el objetivo y la visión, de a donde se quiere llegar.

Cuando existe una evidente falencia del liderazgo en las organizaciones, se puede percibir de cierta forma las deficiencias en la visión y direccionamiento estratégica que se plantea en toda la empresa. Cuando los líderes no están presentes o no tienen las habilidades necesarias para guiar a sus equipos de trabajo, los empleados pueden sentirse a la deriva y poco motivados. Esto conlleva a una dispersión en la información necesaria para alcanzar los objetivos y una falta de enfoque en las actividades y estrategias relevantes a aplicar para el logro del éxito de la organización (Ciulla, 2020) (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

## **2. Reputación empresarial**

### **2.1 Definición del concepto reputación empresarial**

La reputación empresarial se refiere a la forma en que una empresa es vista por todas sus partes interesadas, accionistas, clientes, empleados y el público en general. Tener una buena reputación corporativa tiene ventajas como crear valor y evitar conflictos. La reputación empresarial es la suma de los aspectos intangibles y tangibles que percibe la sociedad, como la honestidad en los servicios que brinda, la ética

empresarial, la imagen corporativa y las relaciones laborales dentro y fuera de la organización.

También se puede decir que la reputación organizacional, es el conjunto de sensaciones que tiene las personas que interactúan con dicha organización, desde sus clientes, equipo de trabajo, relación y ambiente laboral, la sociedad en general, los clientes, proveedores, son muchos los factores internos y externos que influyen para general la imagen organizacional, su trayectoria a través del tiempo, su trabajo social, su compromiso social, el impacto medioambiental que generen, etc. Esa percepción de la que se habla está basada en las experiencias directas que tienen las personas con la empresa y otras formas de comunicación que aportan información a través de las acciones que lleva a cabo dicha empresa. (Martinez, 2014 - 2015).

Según Fombrun y Rindova (1997) definen la reputación empresarial como: “una representación conjunta de las acciones pasadas de una empresa y de sus resultados que relevan la capacidad empresarial para brindar soluciones a las diferentes partes interesadas”. También considera la posición interna de la empresa con sus colaboradores y la externa con el resto de sus partes interesadas, tanto en el ambiente competitivo como en el institucional (Martinez, 2014 - 2015).

La reputación organizacional como tal es un activo intangible (López e Iglesias, 2006), al considerarse un recurso complejo de obtener, lo que más cuesta en si no es el producto sino la reputación que es la imagen empresarial que precede o avala

dicho producto, por eso la reputación es difícil de imitar, difícilmente manipulable, es específica, sin límites en su explotación y no depreciable en su uso (Martínez y Olmedo, 2010) (Martinez, 2014 - 2015).

Tomando en cuenta la importancia que tienen la reputación y el liderazgo en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, los autores de este trabajo decidieron investigar sobre la determinación de la influencia de ambos conceptos en las organizaciones industriales en el Valle del Cauca, para dar respuesta a la pregunta orientadora de la búsqueda que se planteó al comienzo de este capítulo y se definió el siguiente objetivo general:

La imagen corporativa, la construcción de esta, no es algo que deba limitarse solo para las grandes industrias u organizaciones, esta debe ser un objetivo para toda clase de organización, ya que se vuelve un factor fundamental para ella, para poder destacar con la competencia y fijarse en el mercado(Santa María, 2016, p. 3) (González & al, 2019).

Determinar los factores que contribuyen al crecimiento y desarrollo del sector industrial en el Valle del Cauca desde una perspectiva de liderazgo y reputación organizacional. Por tal motivo se determina que Establecerse en el Mercado no es fácil, influyen muchos factores, ejemplo la calidad y el trayecto del producto, la marca y la satisfacción de los clientes que consumen el producto final, por eso

“la reputación es un recurso, una capacidad organizativa y un activo intangible” (López e Iglesias, 2006) siendo por tanto una fuente de ventaja competitiva para la empresa que la establece” (Martinez, 2014 - 2015).

Una buena reputación organizacional es esencial para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones ya que de una forma aumenta la cantidad de ingresos que percibe del público, no es lo mismo una organización o industria establecida en el Mercado con altos estándares de calidad, precedidos por un fuerte liderazgo e imagen corporativa, que a su vez se traduce en la reputación de dicha organización en la sociedad, a una de procedencia dudosa tanto en su origen como en calidad de sus productos y su interacción con los clientes.

La industria de mayor resalto en el Valle del Cauca, es el sector azucarero, cuando se analiza él porque del desarrollo de este sector de la economía, sin duda alguna se debe hacer mención a factores como: la competencia que se desarrolla en este sector lo que podría parecer una desventaja a simple vista, pero es todo lo contrario, la fuerte competencia ha impulsado el desarrollo y crecimiento industrial azucarero, ya que al haber tanta oferta, las organizaciones deben o han buscado la forma de como resaltar en esta industria, implantando diferentes estrategias empresariales y ambientales, el liderazgo organizacional, la reputación empresarial, calidad de productos, compromiso social para con las regiones de impacto, sostenibilidad medioambiental, el factor humano influye mucho entrelazado con la ética corporativa, la interacción con el medio ambiente es un determinante potenciado en los últimos tiempos a raíz de las diferentes consecuencias medioambientales que vivimos hoy, todo esto enrutado hacia una economía sostenible, y nada de estas estrategias se podrían implementar sino se cuenta con ese liderazgo proactivo.

De esa misma forma, la destreza organizacional fundamentada en el liderazgo se ha vuelto una necesidad esencial para toda empresa que busca, desarrollarse y ser más competitiva, eficaz en sus procesos y así mismo generar valor adicional en un mercado empresarial complejo, en algunos casos adversos y cambiante (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

El Liderazgo y la reputación influyen de una manera importante en las organizaciones (sea positiva o negativamente) ya que de estos dos componentes o en su gran mayoría de estos depende el éxito de ella, las industrias que carecen de un liderazgo fuerte y una reputación consolidada, tienden a ir al fracaso o ser etiquetadas negativamente, lo que impacta el desarrollo y crecimiento empresarial.

Lo que precede, que, Para acomodarse en un entorno complejo, agresivo por resaltarlo así, los líderes deben centrarse en tres puntos significativos como lo son: la agilidad estratégica, la agilidad operativa y la agilidad del liderazgo. Al hacerlo, se busca exaltar el papel fundamental que desempeña la agilidad del liderazgo en la conformación de organizaciones eficaces y eficientes que superen a sus competidores (Jonier, 2019) (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

El Valle del Cauca cuenta con un tejido empresarial diverso, amplio y de talla mundial, con más de 200 empresas de capital extranjero con operaciones activas en el territorio. La mayoría de estas empresas se han instalado en el departamento no solo para atender el mercado local sino también para aprovechar las bondades

de la región (recursos naturales, posicionamiento geográfico, Etc.) como plataforma exportadora (<https://investpacific.org/>, s.f.).

Tomando como referencia a la cara de comercio de Santiago de Cali, en la capital del Valle del Cauca se han constituido alrededor de unas 85 mil organizaciones, que han vislumbrado el potencial para el desarrollo empresarial que brinda esta zona del territorio colombiano (<https://investpacific.org/>, s.f.).

Sin duda alguna uno de los factores más atractivo por no decir el más importante

Es que el Valle del Cauca cuenta con la presencia del puerto de Buenaventura, ya que brinda la oportunidad de mover una gran cantidad de productos del mercado nacional y del que ingresa al país internacionalmente.

“el hecho de contar con un puerto que mueve el 42% del comercio exterior no minero-energético del país, sino que además tiene conexión directa con 360 puertos” (<https://investpacific.org/>, s.f.).

### **Metodología de búsqueda de la información**

Se planteó una metodología de búsqueda de la información basada en la consulta de bases de datos académicas, de investigaciones similares a la aquí realizada, en Google Académico, en páginas de entes estatales como por ejemplo la Gobernación del Valle del Cauca, la página del DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadística, SuperSociedades Superintendencia de Sociedades, ASOCAÑA Sector Agroindustrial de la Caña, ANDI Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, entre otras. También se consultaron las páginas web de diarios de circulación nacional como: La República, por lo mencionado anteriormente se implementa una metodología cualitativa, ya que lo que se busca resaltar son esas cualidades o características, que de una forma directa o indirecta contribuyan al desarrollo industrial en el Valle del Cauca, como lo son el liderazgo empresarial, la reputación organizacional, ética corporativa, entre otros. factores como estos aumentan la competitividad y desarrollo organizacional.

## **Sustentación teórica de la pregunta**

### **El liderazgo y la reputación en el sector industrial**

#### **1. Panorama histórico del desarrollo industrial en el Valle del Cauca.**

Desde los inicios del siglo hasta la década de los setenta. La historia pasada del territorio valluno cuenta que, en el momento de separar al Gran Cauca, los caucanos tomaron para sí las tierras ganaderas, fértiles no inundables y cedieron a los vallecaucanos las inundables, es decir, las menos fértiles. Esta separación inevitablemente marginaba a los habitantes del hoy Valle del Cauca a perecer ahogados bajo las agresivas aguas del río Cauca (Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991)..

¿Cómo surgió el hoy pujante departamento de entre el lodo y el agua?

Tres hechos relevantes permitieron a la región el despegue del proceso para desarrollo del Valle del Cauca a finales del siglo XIX y principios siglo XX:

- La llegada a la región del inmigrante ruso-norteamericano James Eder, (fundador del primer Ingenio exportador de azúcar de pan,).
- La construcción del ferrocarril del Pacífico y
- La apertura del canal de Panamá

En efecto, el liderazgo de James Eder no sólo se dio en términos de fundamentar el primer Ingenio exportador de azúcar en la región, sino por su extraordinaria destreza para manejar los cambiantes escenarios políticos (Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991).

“Gracias a la excelente destreza y liderazgo empresarial de James Eder, el sector azucarero del Valle del Cauca nació conectado al mercado mundial del azúcar”

(Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991).

A la par de esto, el auge del café en la región Antioqueña, el Gran Caldas y el Norte del Valle obligó a buscar una salida alterna al río Magdalena para las exportaciones del grano producido en el occidente del país. La apertura del Canal de Panamá y la construcción del Ferrocarril del Pacífico permitieron la consolidación de la ruta exportadora del café a través del Valle del Cauca, por Buenaventura. El ferrocarril sin duda facilitó no sólo la comercialización del azúcar en el mercado mundial y en las otras regiones de Colombia posteriormente, sino que indujo el desarrollo de una fuerte industria de trilla de café a lo largo de los poblados recorridos por él en el Valle del Cauca (Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991).

“De esta forma la región inicia la transición de la antigua hacienda ganadera a la agricultura comercial, para abastecer simultáneamente el mercado nacional y el internacional” (Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991).

En la década de los años treinta, la industria azucarera vallecaucana se beneficia de las recomendaciones tecnológicas sugeridas por la misión Chardón e inicia un proceso sostenido de cambio tecnológico reflejado en considerable aumento de productividad, tanto en campo como en fábrica. La consolidación en Colombia del modelo de sustitución de importaciones a raíz de las dificultades del país para

importar bienes de consumo final generados por la Gran Depresión y la construcción del ferrocarril y la red carretable a través de la Línea, permitió una considerable expansión del sector azucarero de la región con base en el abastecimiento del mercado nacional. Sin embargo, el despegue definitivo de la agricultura y la agroindustria regional se da a partir de los años cincuenta, al iniciarse en el país la segunda fase del modelo de sustitución de importaciones, o sea, la producción nacional de materias primas (Lozano, <https://repository.icesi.edu.co/>, 1991).

### **1.1 Principales actividades económicas en el Valle del Cauca.**

La economía del departamento del Valle del Cauca está sustentada en la prestación de servicios, le siguen la industria y las actividades agropecuarias. Entre los servicios, los más importantes son los comerciales, el transporte, la banca y las comunicaciones. La agricultura está bastante tecnificada, el producto más relevante para la economía departamental es la caña de azúcar, donde se encuentran las plantaciones más grandes e importantes del país; le siguen la caña panelera, el sorgo, yuca, algodón, soya, maíz, café palma africana y cacao. En la industria se destacan los alimentos, particularmente el procesamiento de azúcar, la producción de químicos, fármacos, plásticos y la industria editorial. La ganadería es mayoritariamente vacuna (Mintrabajo, s.f.).

## **1.2 Impacto del COVID en la Industria del Valle del Cauca.**

Si bien la economía a nivel nacional se ha venido recuperando a un muy buen ritmo desde la pandemia que tomó por sorpresa y de alguna forma puso al mundo en pausa, aun en algunos aspectos se evidencia que la recuperación ha sido un poco más lenta, si bien los diversos esfuerzos planteados y tomados por las instituciones públicas y políticas han impulsado la recuperación económica, aun en algunos sectores de la economía se reflejan situaciones del impacto de la pandemia, y el Valle del Cauca no es la excepción, a pesar de todos estos sucesos importunados, la recuperación de la industria en esta región del país ha tenido un ascenso muy importante post pandemia, que se destaca a nivel nacional, situando el crecimiento económico o industrial del Valle del Cauca como uno de las más importantes del país.

“Para el año 2022 la economía de esta zona del país veía un crecimiento y recuperación muy significativo, posicionándola como la segunda más fuerte a nivel nacional, como lo muestra el siguiente gráfico” (Duitama k. , 2022). Como lo muestra la siguiente ilustración.

### PANORAMA ECONÓMICO DE CALI Y EL VALLE

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL (SEGUNDO TRIMESTRE DE 2022)



CRECIMIENTO DEPARTAMENTAL VERSUS NACIONAL



DESEMPLEO EN SIETE PRINCIPALES CIUDADES SIN ÁREAS METROPOLITANAS

Tasa de agosto – octubre 2022



DISTRIBUCIÓN DE LA FUERZA LABORAL EN OCTUBRE

Ciudad y área metropolitana	Población ocupada			Población desocupada		
	Oct 2022	Oct 2021	Variación absoluta	Oct 2022	Oct 2021	Variación absoluta
Cali	1.169.000	965.000	+204.000	114.000	122.000	-8.000

**Figura 1 Panorama económico de Cali y el Valle del Cauca**

Nota: la línea azul, representa el comportamiento de la economía en el Valle del Cauca antes, durante y después de la pandemia. Tomado de la república (Duitama k. , 2022).

En los resultados del Indicador Trimestral de Actividad Económica (Atraed) para el segundo trimestre de 2022, el Valle del Cauca se ubica como el departamento con la tasa de crecimiento anual más alta (14,8%), siendo superado solo por el distrito capital de Bogotá (15,6%) (Duitama k. , 2022).

Como se evidencia en el grafico la economía vallecaucana se vio seriamente impacta por la pandemia, una desaceleración de más del 16 por ciento respecto a años anteriores, lo que a su vez represento un fuerte desafío para la región, en cuanto a recuperación en materia económica, se vislumbraba un escenario bastante complejo en los años por venir esto unido a la fuerte inflación que azotó al país y el estallido social, no se auguraban cosas favorables, lo que se traducía en un oscuro camino por recorrer en la economía de la región, pero los esfuerzos, el liderazgo si bien político pero también de la industria en el Valle del cauca, en presentar servicios y productos de muy alta calidad y la responsabilidad social unido al liderazgo regional dinamizaron la recuperación económica, con una gran gestión en minimizar los despidos, con las medidas implantadas en salubridad para hacer frente al COVID – 19, etc. Lo que condujo a que muchas organizaciones especialmente en el sector azucarero tuvieran las mínimas repercusiones y logaran mantener un funcionamiento quizás no a toda capacidad, pero un funcionamiento, todos estos esfuerzos y liderazgo, se ve traducido a que hoy en día son una de las principales economías del país, con un aporte significativo en el producto interno bruto del país (PIB).

El Valle del Cauca es la tercera economía más grande del país, después de Bogotá y Antioquia. Representa el 9,7 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB)

nacional, además, es una de las que crece por encima de la economía de Colombia (<https://investpacific.org/>, s.f.).

### **1.3 Liderazgo industrial en el Valle del Cauca.**

A simple vista se podría pensar que el valle del cauca es solo caña, pero nada más alejado de la realidad, si bien no podemos obviar que el sector azucarero ocupa un lugar muy importante e influyente para el desarrollo de la región, siendo una economía muy fuerte, muy consolidada que impacta mucho del territorio del Valle del Cauca, lo cierto es que en materia industrial, se cuenta con una amplia presencia de organizaciones, no solo nacionales sino internacionales que han visto las condiciones favorables que representa esta zona del país para el desarrollo industrial, un fuerte liderazgo que ha influido mucho en el crecimiento de este sector de la economía en el país.

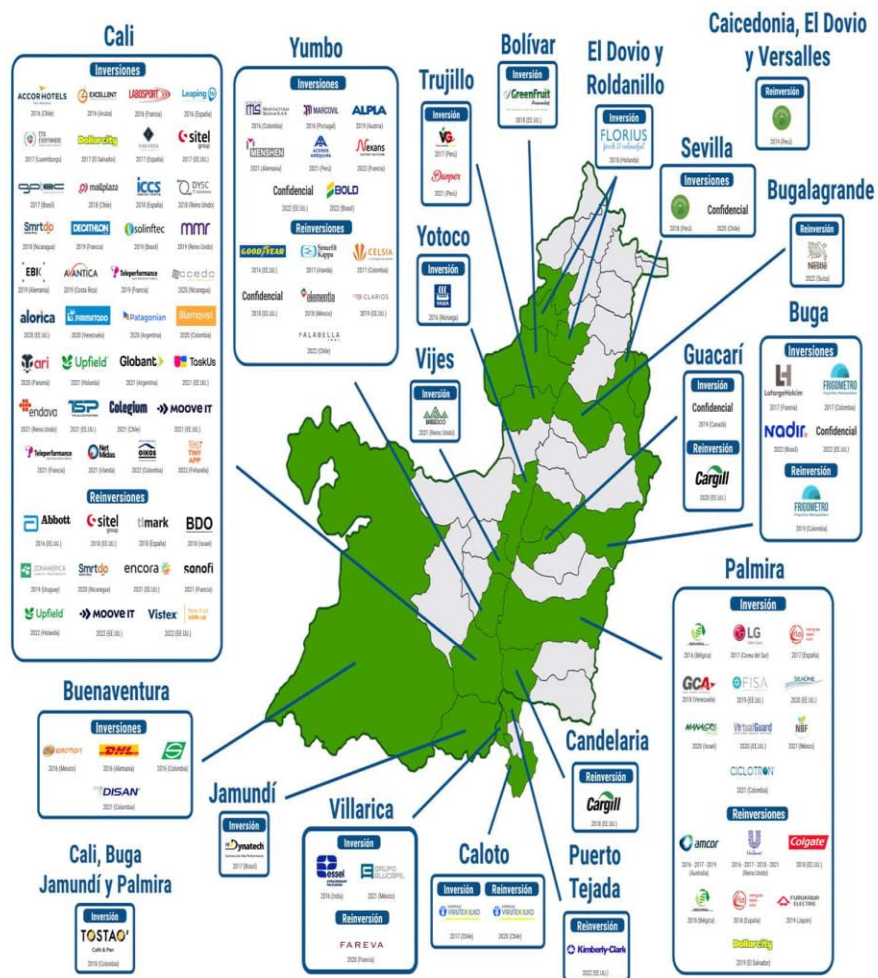
El Valle del Cauca es conocido como ‘cuna de las multinacionales’, con presencia en la región desde 1938, creciendo a la par del desarrollo de la región. Algunas de ellas son Ingredion, Unilever, Cargill, Baxter, Nestlé, Abbott, Goodyear, J & J. Son empresas de diversos sectores que tienen sus plantas de producción en la región (<https://investpacific.org/>, s.f.).

A eso se suma que cuenta con un tejido empresarial robusto y es un departamento que cuenta con siete zonas francas, a través de las cuales se mueve el 50 por ciento de las exportaciones de los parques industriales de Colombia, lo que sin duda impulsa la economía regional (<https://investpacific.org/>, s.f.).

Entre los sectores con más oportunidades para la inversión, están agroindustria, energía renovable, farmacéutico, BPO, logística y metalmecánico, entre otros (<https://investpacific.org/>, s.f.).

Las empresas vallecaucanas son líderes a nivel nacional en numerosos sectores económicos: empaques, farmacéutico, y producción frutícola, avícola, porcícola y de etanol. La región es sede de 4 de las principales 10 compañías de software del país y la más grande en BPO, Carvajal Tecnología y Servicios. Igualmente, tiene las empresas más exportadoras de Colombia de confitería, textiles, piña y frutas congeladas (<https://investpacific.org/>, s.f.).

La siguiente ilustración demuestra como el Valle del Cauca cuenta con una gran y fuerte presencia de diversas industrias, empresas, organizaciones que han decidido apostar por esta región del país y establecerse en esta misma. Contribuyendo al robusto brazo industrial en la zona y a su vez generado desarrollo para esta misma.



**Figura 2 Presencia diversas organizaciones en el Valle del Cauca**

Nota. La imagen nos muestra como a lo largo y ancho del Valle del Cauca hay presencia de diversas organizaciones industriales, lo que demuestra lo robusto de este sector de la economía en la región (<https://investpacific.org/>, s.f.).

#### **1.4 Influencia del liderazgo en el crecimiento organizacional.**

Por su lado Chiquillo et al. (2023), argumentan que el análisis y estudio del liderazgo en las PYME está tomando cada vez más relevancia en la investigación organizacional, ya que estas son parte esencial que permite que se geste la economía de un país con mas dinamismo, sin embargo, en el continente americano, a pesar de su relevancia, se contempla un liderazgo insuficiente, lo que repercute en consecuencias adversas para su crecimiento y desarrollo, lo que refleja una reducción importante en el rendimiento organizacional, el fomento de una alta rotación de los colaboradores unidad a una baja motivación y poco compromiso que llegan a tener los trabajadores en el desarrollo de actividades en la organización. Con el impulso de la innovación y el persistente cambio para sustentar la competitividad de las empresas, estas busquen líderes capaces de sostener el ritmo y adecuarse a los cambios que emitan un buen clima laboral, positivo y motivado (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

#### **1.5 Dinámica Empresarial.**

En un mundo y mercado globalizado, donde la competencia es más y más fuerte, las organizaciones están prácticamente obligadas al constante cambio y renovación si quieren sobre salir y obtener esa reputación destacada en el mercado, no solo de sus procesos, sino también de sus equipos e implementos de trabajo, máquinas, que busquen la mayor eficiencia y eficacia en cuanto a tiempo y productividad, sus estrategias organizacionales, y de sus objetivos a corto y largo plazo, porque a medida que el mundo

sigue avanzando y/o desarrollándose más, a la par las empresas deben ir haciendo lo mismo.

Por su parte Huynh y Hua (2020) las empresas en la actualidad están en constantes cambios debido a la globalización, eventos de la naturaleza o por la crisis económicas y esto conlleva a que muchas empresas busquen nuevas alternativas de subsistir en el mercado en especial las pymes que son más vulnerables frente a los hechos mencionados, es por tal motivo que las empresas buscan ser más competitivos, dinámicos y adaptativos a las circunstancias que se puedan presentar, buscando así personal que tenga destrezas para realizar lineamientos que permitan afrontar las dificultades, que les permita tener mejores resultados, una mejor productividad empresarial y un enfoque de crecimiento, es decir las organizaciones buscan actualmente colaboradores que tengan habilidades y destrezas para liderar la empresa y los equipos de trabajo por lo tanto buscan generar liderazgo dentro sus organizaciones (Waldman et al., 2019) (Llatas, <https://revistas.unsa.edu.pe/>, 2023).

### **1.6 Imagen corporativa, fuente de crecimiento organizacional.**

Al analizar el concepto de imagen corporativa se deben tener en cuenta los elementos que la componen. Villafañe (1999) plantea que está compuesta por tres dimensiones en las que se divide para su estudio: imagen interna, imagen intencional e imagen pública (p. 40) (González & al, 2019):

- **Imagen intencional:** es la proyección que se ofrece de la empresa y sus productos o servicios a través del hacer y el decir. Es lo que ella quiere mostrar, cómo quiere que la vean. Expresa una imagen deseada para que prevalezca en el público (González & al, 2019).
- **Imagen interna:** consiste en la representación mental que se comparte entre los miembros de una organización, acerca de las cualidades y potencialidades de esta. Está dada por la situación de la organización, cultura organizacional, planificación y desarrollo de los recursos humanos, y clima organizacional. Es la percepción que los públicos internos de la organización tienen de ella (González & al, 2019).
- **Imagen pública:** son todas aquellas características de la organización que son identificadas y evaluadas (positiva o negativamente) de manera semejante por el público). La imagen pública de la empresa es la percepción que el entorno tiene de dicha empresa. Es la representación que tiene el público externo respecto a una organización (González & al, 2019).

La imagen de la organización constituye un aspecto influyente en el desarrollo de una empresa, por lo cual debe ser tratada y gestionada integralmente, al ser un componente de suma importancia en la estrategia empresarial, ya que su adecuada gestión contribuye a alcanzar los objetivos de la entidad, por cuanto el público llega a conocer los elementos esenciales que la caracterizan (González & al, 2019).

En los últimos años se ha manifestado la necesidad por parte de compañías y organizaciones, de proyectar una imagen acorde con sus objetivos y metas, enfocados a la conformación de una imagen pública favorable, capaz de colocar a la organización en el escaño más alto de la competencia y un lugar representativo en la sociedad. Este hecho ha requerido de expertos profesionales en el campo de la comunicación a fin de mejorar el aspecto general de las empresas y consolidar su posición dentro del mercado (González & al, 2019).

El deseo de mejorar la proyección empresarial ha motivado a los directivos a examinar la imagen corporativa de su institución. En opinión del investigador español Villafañe (1999), la imagen de una organización: "...es el resultado de la integración, en la mente de los públicos con los que la empresa se relaciona, de "un conjunto de imágenes" que, con mayor o menor protagonismo, la empresa proyecta hacia el exterior" (p. 27) (González & al, 2019).

La imagen de una empresa es un efecto de causas diversas: las Experiencias, percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, sensaciones, vivencias y emociones individuales que directa o indirectamente generan el significado de la imagen (González & al, 2019).

Basados en este sustento teórico presentado anteriormente se puede afirmar que la reputación y el liderazgo son factores críticos que influyen significativamente en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones industriales en el Valle del Cauca, a

continuación, se presentan algunos de los factores donde se evidencia su grado de influencia:

### **Reputación**

**Confianza del Mercado:** una buena reputación aumenta la confianza de los clientes, proveedores y otros socios comerciales. Las empresas con reputaciones sólidas suelen atraer más negocios y pueden negociar mejores condiciones con sus proveedores.

**Atracción de Talento:** las organizaciones con una reputación positiva son más atractivas para los empleados talentosos. Los profesionales buscan trabajar en empresas reconocidas por su buen ambiente laboral y su ética empresarial.

**Relaciones con Inversores:** una sólida reputación facilita el acceso a financiamiento, ya que los inversores prefieren asociarse con empresas que tienen un historial probado de buen comportamiento empresarial y éxito en el mercado.

**Ventaja Competitiva:** la reputación puede diferenciar a una empresa de sus competidores. Las empresas con una reputación positiva suelen tener una ventaja competitiva, lo que les permite captar una mayor cuota de mercado.

### **Liderazgo**

**Visión y Estrategia:** los líderes efectivos establecen una visión clara y estrategias alineadas con el crecimiento sostenible. Esto proporciona un rumbo claro y enfoca los esfuerzos de toda la organización hacia objetivos comunes.

**Innovación y Adaptabilidad:** un buen liderazgo fomenta una cultura de innovación y adaptabilidad. Los líderes que promueven la creatividad y la flexibilidad permiten que las organizaciones industriales respondan de manera efectiva a los cambios del mercado y las nuevas tecnologías.

**Motivación y Compromiso:** los líderes inspiradores logran motivar y comprometer a su personal. Un equipo motivado y comprometido es más productivo, está más alineado con los objetivos de la empresa y contribuye significativamente al crecimiento organizacional.

**Desarrollo de Talento:** los líderes que se enfocan en el desarrollo profesional de sus empleados fomentan una cultura de aprendizaje continuo y mejora. Esto no solo mejora las habilidades y capacidades del personal, sino que también aumenta la lealtad y retención de empleados.

### **Contexto del Valle del Cauca**

En el contexto del Valle del Cauca, estas influencias son particularmente relevantes debido a la importancia estratégica de la región como un centro industrial y logístico en Colombia. La región cuenta con una infraestructura robusta y una ubicación geográfica favorable, pero enfrenta desafíos como la competencia global y la necesidad de innovación constante. Por lo tanto, las organizaciones que cultivan una buena

reputación y un liderazgo fuerte están mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades y superar los desafíos específicos del entorno regional.

### **Conclusiones**

- Un buen liderazgo precede una buena reputación, y una buena reputación es esencial para el crecimiento organizacional.
- Liderazgo empresarial y reputación organizacional van de la mano, un liderazgo destacado, posiciona una organización en el mercado, la dinámica empresarial es cambiante, nunca estática, a medida que pasa el tiempo el mundo avanza, las tecnologías avanzan, el desarrollo y la competencia también, por eso las organizaciones que no están en constante innovación, cambio tienden a quedar rezagadas en el mercado.
- La imagen corporativa no es algo que se construya de un momento a otro, sin duda es algo de mucho trabajo y esfuerzo, un conjunto de muchos factores, pero sin duda alguna para el desarrollo y crecimiento organizacional, se debe desarrollar día tras día, la reputación es la imagen que la organización proyecta en el mercado, habla mucho de ella, de sus productos, su calidad y compromiso organizacional, jugando una parte esencial la interacción que esta tenga con la sociedad.

## Referencias

Sitio web:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700266#bib0140>

García, et al (2022). La corrupción en Colombia un análisis integral. Sitio web:

<https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/2c32665f-f630-4f1e-8a27-9bef95ae8d72/content>

Ogliastri, E. (2005). Liderazgo organizacional en Colombia, un estudio cualitativo. Sitio

web: <https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/232b1172-8ab5-4a73-8bbf-f76dbd984066/content>

Martínez, L.T (2015). Análisis de la reputación de las empresas, desde el punto de vista

del cliente. Sitio web: <https://core.ac.uk/download/pdf/60432897.pdf>

Sitio web:

<https://app2.mintrabajo.gov.co/siriti/info/fichas-tecnicas/Valle-Del-Cauca.pdf>

Lozano, H.E. (1991). El modelo de desarrollo del Valle del Cauca. Sitio web:

[https://repositorio.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/4015/1/Modelo\\_desarrollo\\_valle.pdf](https://repositorio.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/4015/1/Modelo_desarrollo_valle.pdf)

Duitama, K.P. (2022). Valle del Cauca, el segundo departamento con más crecimiento económico trimestral. El tiempo. Sitio web:

[https://www.larepublica.co/especiales/lr-cali/valle-del-cauca-el-segundo-departamento-con-mas-crecimiento-economico-trimestral-3511859#:~:text=En%20los%20resultados%20del%20Indicador,Bogot%C3%A1%20\(15%2C6%25\).](https://www.larepublica.co/especiales/lr-cali/valle-del-cauca-el-segundo-departamento-con-mas-crecimiento-economico-trimestral-3511859#:~:text=En%20los%20resultados%20del%20Indicador,Bogot%C3%A1%20(15%2C6%25).)

Sitio web:

<https://investpacific.org/tejido-empresarial/#:~:text=Las%20empresas%20vallecaucanas%20son%201%C3%ADderes,BPO%2C%20Carvajal%20Tecnolog%C3%ADa%20y%20Servicios.>

Sitio web:

<https://investpacific.org/el-valle-del-cauca-en-medios/el-valle-la-tercera-economia-mas-grande-del-pais/#:~:text=El%20Valle%20del%20Cauca%20es,de%20la%20econom%C3%ADa%20de%20Colombia.>

Llatas, O.Y. (2023). Impacto de liderazgo en las empresas. Sitio web:  
<https://revistas.unsa.edu.pe/index.php/disciplinarios/article/view/133/146>

González. Et al (2019). La imagen corporativa como forma de gestión en el ámbito empresarial. Sitio web:  
<https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/800>