

RELACIÓN ENTRE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD DE GERENTES DE  
MEDIANAS EMPRESAS CON MAYOR ÍNDICE DE “GOODWILL” EN LA CIUDAD DE  
SAN JUAN DE PASTO

MARÍA ALEJANDRA CASTILLO ESPINOSA; MARÍA CAMILA DIAZ DELGADO Y  
JORGE ALEJANDRO LÓPEZ JOJOA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN JUAN DE PASTO AÑO

2019

RELACIÓN ENTRE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD DE GERENTES DE  
MEDIANAS EMPRESAS CON MAYOR ÍNDICE DE “GOODWILL” EN LA CIUDAD DE  
SAN JUAN DE PASTO

MARÍA ALEJANDRA CASTILLO ESPINOSA; MARÍA CAMILA DIAZ DELGADO Y  
JORGE ALEJANDRO LÓPEZ JOJOA

Trabajo de investigación como opción de grado para obtener el título de Administrador  
de empresas

ASESORES:

MARCO ANTONIO BURGOS - PAOLA FUERTES HACHE

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN JUAN DE PASTO AÑO

2019

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1° del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del honorable Consejo Superior de la Universidad de Nariño.

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

**MARCO ANTONIO BURGOS**  
Asesor

---

**PAOLA FUERTES HACHE**  
Asesor

---

**FABIO JESÚS IBARRA JARAMILLO**  
Jurado

---

**LUIS EDUARDO BENAVIDES PUPIALES**  
Jurado

**San Juan de Pasto, 26 de Junio de 2019**

El presente trabajo investigativo se lo dedico a mi madre Rosa Amelia Espinosa, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, el cual me ha permitido cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía. Es un orgullo y privilegio ser tu hija.

María Alejandra Castillo Espinosa

A mi madre ya mi padre, mi razón de ser y mi deseo de cumplir con la promesa que les hice, por ser el motor de mi vida, por el amor que han tenido para mí, por el que yo tengo hacia ellos y por su paciencia; a mi padre, porque me permite ver todos los días que todos los obstáculos se enfrentan con valentía y a mi madre, por acompañarme siempre, de la forma en que solo ella sabía hacerlo y dejarme comprender a enfrentarme al mundo con mucha fuerza y amor. A mis hermanos, por enseñarme a caminar durante diferentes etapas de mi vida y su apoyo, en la forma en que solo los hermanos lo saben hacer.

María Camila Díaz Delgado

A mi madre, Rocío Jojoa, quien ha sido mi pilar fundamental dónde sostenerme; gracias por enseñarme que la vida esta llena de retos y que cada uno de ellos lo podremos superar si somos fuertes y constantes, por tu amor tan incondicional, por acompañarme en este camino y ayudarme a cumplir este sueño que hoy alcanzo; sé que vendrán muchos retos más, pero tu amor y tu apoyo me impulsan a seguir adelante.

Jorge Alejandro López Jojoa

## Resumen

El presente trabajo de investigación liderado desde el programa de Administración de Empresas en cooperación con el programa de Psicología de la Universidad de Nariño, trata de establecer **relaciones existentes entre los rasgos psicológicos (en este caso centrados en los de personalidad) y el “Goodwill”**, que para términos de esta investigación es entendido como el “buen nombre”, el cual mide el desempeño integral en las organizaciones a través de terceros.

En este sentido, el presente proyecto tiene como primera instancia la utilización de un listado de empresas las cuales están registradas ante Cámara de Comercio; a estas se les aplicó un filtro según número de personal y el valor de los activos, para que de esta manera se puedan categorizar como empresas grandes, medianas, pequeñas o microempresas; como segunda instancia se realizó un listado de medianas empresas de acuerdo al filtro anteriormente mencionado en donde las empresas fueron escogidas por medio de una **encuesta** realizada a 382 personas residentes de la ciudad de Pasto, con el fin de establecer por medio de terceros (residentes mencionados) las organizaciones con un alto índice de “Goodwill”.

## Abstract

The present research work led from the Business Administration program in cooperation with the Psychology program of the University of Nariño, tries to establish existing relationships between psychological traits (in this case centered on personality traits) and "Goodwill" , that for terms of this investigation is understood as the "good name", which measures the integral performance in organizations through third parties.

In this sense, the present project has as a first instance the use of a list of companies which are registered before the Chamber of Commerce; to these, a filter was applied according to the number of personnel and the value of the assets, so that in this way they can be classified as large, medium, small or micro companies; as a second instance, a list of medium-sized companies was made according to the aforementioned filter in which the companies were chosen through a survey of 382 residents of the city of Pasto, in order to establish them through third parties (residents mentioned ) organizations with a high "Goodwill" index.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	25
1. ASPECTOS GENERALES .....	27
1.1. Tema De Investigación .....	27
1.2. Titulo.....	27
1.3 Línea y Sublínea de Investigación .....	27
1.3.1 Línea de Investigación .....	27
1.3.2 Sublínea de Investigación .....	27
1.4. Problema de Investigación.....	28
1.4.1. Planteamiento del Problema .....	28
1.4.2. Formulación del Problema.....	29
1.4.3. Sistematización del Problema.....	29
1.5. Objetivos.....	30
1.5.1. General.....	30
1.5.2. Específicos .....	30
1.6. Delimitación .....	31
1.6.1 Extensión .....	31
1.6.2 Alcance .....	31
7 Justificación .....	32

1.7.1 Justificación Práctica .....	32
1.7.2 Justificación Teórica .....	32
1.7.3. Justificación Metodológica.....	33
1.7.4. Justificación Personal .....	33
2 MARCO DE REFERENCIA.....	34
2.1 Marco Legal.....	34
2.2 Marco Contextual .....	37
2.1.1 Reseña histórica San Juan de Pasto.....	37
2.1.2 Dinámica Empresarial.....	39
2.3 Marco de Antecedentes.....	40
2.4 Marco Teórico .....	42
2.4.1 “Goodwill”.....	42
2.4.2. Cattell 16PF (Dieciséis Factores De Personalidad). .....	44
2.4.3 Prueba Cleaver.....	55
2.5 Marco Conceptual.....	63
3 METODOLOGÍA.....	65
3.1 Tipo de Investigación .....	65
3.2. Enfoque.....	65
3.4 Fuentes de Información .....	66
3.4.1 Fuentes de Información Primarias .....	66

	10
3.4.2 Fuentes de Información Secundarias .....	67
3.3.3 Fuentes Terciarias .....	67
3.5 Técnica e Instrumentos de Recolección de Información .....	67
3.5.1 Técnica de Recolección de Información.....	67
3.5.2 Población y Muestra .....	67
3.5.3 Instrumento de Recolección de Información.....	69
3.5.4 Tratamiento de la Información .....	70
4 HPOTESIS.....	74
4.1 Hipótesis Del Trabajo.....	74
4.2 Hipótesis Nula. ....	74
CAPITULO I. “GOODWILL” DEFINICIÓN, RETOS Y ALCANCE EN LA CIUDAD	
SAN JUAN DE PASTO .....	61
1.1 Conceptualización de “Goodwill” .....	61
1.2 Reto del “Goodwill” – Alineación de Parámetros Internos y Externos en la Organización.....	64
1.3 Alcance - Interpretación Local Sobre “Goodwill” .....	66
1.3.1 Conceptualización “GOODWILL” en San Juan de Pasto. ....	66
1.3.2 Marca Vs “Goodwill” .....	67
CAPITULO II. RANKING EN “GOODWILL” EMPRESARIAL EN SAN JUAN DE	
PASTO.....	71



3.1 Factores de Primer Orden .....	114
3.1.1 Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia) .....	114
3.1.2 Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).....	114
3.1.3 Factor C) Fuerza del Yo (Mucha Fuerza del Ego) – Propensión a la Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego) .....	115
3.1.4 Factor E) Dominancia – Sumisión.....	115
3.1.5 Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia).....	115
3.1.6 Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego) 115	
3.1.7 Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia) .....	116
3.1.8 Factor I) Premsia-Harria .....	116
3.1.9 Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia) .....	116
3.1.10 Factor M) Autia- Praxernia.....	117
3.1.11 Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez) .....	117
3.1.12 Factor O) Propensión A la Culpa (Tendencia a la Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable) .....	117
3.1.13 Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo .....	118
3.1.14 Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión al Grupo.....	118
3.1.15 Factor Q3) Mucho Control de su Autoimagen- Baja Integración .....	118
3.1.16 Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica .....	118

3.2 Resultados de la Aplicación de la Metodología 16 Pf para el Análisis la Personalidad de los Gerentes de las Medianas Empresas con Mayor Índices de “Goodwill” en la Ciudad San Juan de Pasto .....	119
3.2.1 Resultados Obtenidos del Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia).....	120
3.2.2 Resultados Obtenidos del Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).....	121
3.2.3 Resultados Obtenidos del Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego).....	122
3.2.4 Resultados Obtenidos del Factor E) Dominancia – Sumisión) .....	122
3.2.5 Resultados Obtenidos del Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia).....	123
3.2.6 Resultados Obtenidos del Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego).....	124
3.2.7 Resultados Obtenidos del Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia)	125
3.2.8 Resultados obtenidos del Factor I) Premsia-Harria .....	126
3.2.9 Resultados obtenidos del Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia) .....	127
3.2.10 Resultados obtenidos del Factor M) Autia- Praxernia.....	128
3.2.11 Resultados obtenidos del Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez).....	129

3.2.12 Resultados obtenidos del Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable) .....	130
3.2.13 Resultados obtenidos del Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo .....	131
3.2.14 Resultados obtenidos del Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión Al Grupo .....	132
3.2.15 Resultados obtenidos del Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración .....	133
3.2.16 Resultados obtenidos del Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica .....	134
3.3 Resultados de Factores 16PF Según Empresa .....	135
3.3.1 Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño .....	136
3.3.2 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur.....	138
3.3.3 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS .....	140
3.3.4 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A) .....	141
3.3.5 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur) .....	143

3.3.6 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur).....	145
3.3.7 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad) .....	147
3.3.8 Resultados obtenidos Resultado de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Supergas de Nariño S.A ESP .....	150
3.3.9 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A).....	151
3.3.10 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A .....	154
3.3.11 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Traumédical S.A.S).....	156
3.4 Resultados de los dieciséis factores de personalidad (16 FP) según Puntuación (Alto – Promedio – Bajo).....	158
<b>CAPÍTULO IV. ¿EXISTE RELACIÓN ENTRE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD Y EL “GOODWILL” EMPRESARIAL EN SAN JUAN DE PASTO?.....</b>	<b>161</b>
4.1 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia) .....	162
4.2 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).....	163
4.3 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor C) Fuerza del Yo (Mucha Fuerza del Ego) – Propensión a la Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego):.....	164

4.4 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor E) Dominancia – Sumisión).	166
4.5 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia).	167
4.6 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego):	168
4.7 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia).	170
4.8 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor I) Premsia-Harria	171
4.9 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)	172
4.10 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor M) Autia- Praxernia	173
4. 11 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez)	175
4.12 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor O) Propensión a la Culpa (Tendencia a la Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)	176
4.13 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo	177
4.14 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión	179

4.15 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración .....	180
4.16 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica:.....	181
CONCLUSIONES .....	184
RECOMENDACIONES.....	187
BIBLIOGRAFÍA .....	188
ANEXOS .....	193
ANEXO 1 .....	193
ANEXO 2 .....	196
ANEXO 3 .....	197
ANEXO 4 .....	199
ANEXO 5 .....	201

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Información general San Juan de Pasto. Alcaldía de Pasto. Academia Nariñense de Historia.....	38
Ilustración 2. Estratificación de la Población en la Ciudad - Superintendencia de Servicios.....	69
Ilustración 3. Resultados de encuesta a ciudadanos de San Juan de Pasto sobre la conceptualización.....	67
Ilustración 4. Análisis por género La Cigarra SAS. ....	76
Ilustración 5. Análisis por género Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C .....	78
Ilustración 6. Análisis por género Puyo S.A.....	80
Ilustración 7. Análisis por género Clínica Bellatriz S A S .....	82
Ilustración 8. Análisis por género Supergas de Nariño S.A. E.S.P. ....	84
Ilustración 9. Análisis por género Distribuidora Tropipasto SAS .....	86
Ilustración 10. Análisis por género Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS .....	88
Ilustración 11. Análisis por género Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS.....	90
Ilustración 12. nálisis por género Casaburalgo SAS .....	92
Ilustración 13. Análisis por género Instituto Radiológico del Sur S A S .....	94
Ilustración 14. Análisis por género Automotores de Nariño Autodenar S.A. ....	96
Ilustración 15. Análisis por género Grupo Editorial Diario del Sur SAS.....	98
Ilustración 16. Análisis por género Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS.....	100
Ilustración 17. Análisis por género Gaseosas Nariño S.A.....	102

Ilustración 18. Análisis por género Panavias Ingeniería & Construcciones S A.....	104
Ilustración 19. Análisis por género Clínica Oncológica Aurora SAS .....	107
Ilustración 20. Análisis por género Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S. .....	109
Ilustración 21. Resultado del Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia).....	120
Ilustración 22. Resultado del Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios. ....	121
Ilustración 23. Resultado del Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego). ....	122
Ilustración 24. Resultado del Factor E) Dominancia – Sumisión). ....	123
Ilustración 25. Resultado del Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia). .....	124
Ilustración 26. Resultado del Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego) .....	125
Ilustración 27. Resultado del Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia) .....	126
Ilustración 28. Resultado del Factor I) Premsia-Harria .....	127
Ilustración 29. Resultado del Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia) .....	128
Ilustración 30. Resultado del Factor M) Autia- Praxernia.....	129
Ilustración 31. Resultado del Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez) ...	130
Ilustración 32. Resultado del Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable).....	131
Ilustración 33. Resultado del Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo .....	132

Ilustración 34. Resultado del Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión Al Grupo.....	133
Ilustración 35. Resultado del Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración .....	134
Ilustración 36. Resultado del Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica .....	135
Ilustración 37. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño .....	136
Ilustración 38. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur.....	138
Ilustración 39. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS .....	140
Ilustración 40. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A ....	142
Ilustración 41. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur.....	143
Ilustración 42. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur .....	146
Ilustración 43. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS.....	148
Ilustración 44. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Supergas de Nariño S.A ESP .....	150
Ilustración 45. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A .....	152
Ilustración 46. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A....	154

Ilustración 47. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Traumédical S.A.S .....	156
Ilustración 48. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia).....	162
Ilustración 49. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).....	163
Ilustración 50. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego). .....	165
Ilustración 51. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor E) Dominancia – Sumisión) .....	166
Ilustración 52. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia). .....	167
Ilustración 53. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego).....	169
Ilustración 54. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia).....	170
Ilustración 55. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor I) Premsia-Harria .....	171
Ilustración 56. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia).....	173
Ilustración 57. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor M) Autia- Praxernia. ....	174

Ilustración 58. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor N) Suspicious (Astucia) – Naiveté (Sencillez).....	175
Ilustración 59. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable). .....	176
Ilustración 60. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q1) Radicalismo-Conservadurismo .....	178
Ilustración 61. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión.....	179
Ilustración 62. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración. ....	180
Ilustración 63. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica.....	182

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Listado de empresas medianas en la ciudad de San Juan de Pasto.....	70
Tabla 2. Listado de empresas medianas en la ciudad de San Juan de Pasto.....	72
Tabla 3. Listado empresas con mayor “Goodwill” según personas residentes en San Juan de Pasto.....	74
Tabla 4. Análisis por estrato La Cigarra SAS.....	77
Tabla 5. Análisis por estrato Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C .....	79
Tabla 6. Análisis por estrato Puyo S.A.....	81
Tabla 7. Análisis por estrato Clínica Bellatriz S A S .....	83
Tabla 8. Análisis por estrato Supergas de Nariño S.A. E.S.P.....	85
Tabla 9. Análisis por estrato Distribuidora Tropipasto SAS .....	87
Tabla 10. Análisis por estrato Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS .....	89
Tabla 11. Análisis por estrato Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS.....	91
Tabla 12. Análisis por estrato Casaburalgo SAS.....	93
Tabla 13. Análisis por estrato Instituto Radiológico del Sur S A S .....	95
Tabla 14. Análisis por estrato Automotores de Nariño Autodenar S.A. ....	97
Tabla 15. Análisis por estrato Grupo Editorial Diario del Sur SAS.....	99
Tabla 16. Análisis por estrato Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS.....	101
Tabla 17. Análisis por estrato Gaseosas Nariño S.A. ....	103
Tabla 18. Análisis por estrato Panavias Ingeniería & Construcciones S A.....	105
Tabla 19. Análisis por estrato Clínica Oncológica Aurora SAS .....	108
Tabla 20. Análisis por estrato Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S. .	110

Tabla 21. Factores 16PF por Mayor Porcentaje de Puntuación.....	158
---	-----

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación liderado desde el programa de Administración de Empresas en cooperación con el programa de Psicología de la Universidad de Nariño, trata de establecer **relaciones existentes entre los rasgos psicológicos (en este caso centrados en los de personalidad) y el “Goodwill”**, que para términos de esta investigación es entendido como el “buen nombre”, el cual mide el desempeño integral en las organizaciones a través de terceros.

En este sentido, el presente proyecto tiene como primera instancia la utilización de un listado de empresas las cuales están registradas ante Cámara de Comercio; a estas se les aplicó un filtro según número de personal y el valor de los activos, para que de esta manera se puedan categorizar como empresas grandes, medianas, pequeñas o microempresas; como segunda instancia se realizó un listado de medianas empresas de acuerdo al filtro anteriormente mencionado en donde las empresas fueron escogidas por medio de una **encuesta** realizada a 382 personas residentes de la ciudad de Pasto, con el fin de establecer por medio de terceros (residentes mencionados) las organizaciones con un alto índice de “Goodwill”.

Por tal motivo el desarrollo de este trabajo de grado se divide en cuatro capítulos, donde el primero de estos da una cronología del concepto de “Goodwill” a través de la historia, sus autores más representativos y el tratado de este concepto en la legislación Colombiana con el fin de comprender de una manera más amplia tanto la evolución de este término como su nivel de conocimiento en la ciudad de San Juan de Pasto, además al final de este capítulo se establece una diferencia entre el concepto “Goodwill” y Marca.

El segundo capítulo establece un ranking de medianas empresas con altos índices de “Goodwill” y una depuración de resultados por empresa, en cuanto al el número de personas por estrato, establecidos por medio de tablas y gráficas.

El tercer capítulo establece las razones por las cuales fue escogido el test 16PF para este estudio, con el cual se logró analizar e interpretar la personalidad de los gerentes de medianas empresas escogidas en el ranking anteriormente mencionado, estos resultados fueron analizados tanto por factor de personalidad como por gerentes, con el fin de encontrar características en común entre ellos, esta información fue analizada teniendo en cuenta los informes presentados por los estudiantes de sexto semestres del programa de psicología de la Universidad de Nariño,

Finalmente para alcanzar con éxito las aspiraciones del estudio llevado a cabo en la ciudad de San Juan de Pasto, se tiene el último capítulo, el cual establece los resultados de relación de “Goodwill” y la calificación establecida por factor de personalidad, en esta sección se puede establecer que factores tienen o no relación con el “Goodwill”.

## **1. ASPECTOS GENERALES**

### **1.1. Tema De Investigación**

“Goodwill” y la personalidad de gerentes

### **1.2. Título**

Relación Entre los Rasgos de Personalidad de Gerentes de Medianas Empresas con Mayor Índice de “Goodwill” en la Ciudad de San Juan de Pasto

### **1.3 Línea y Sublínea de Investigación**

#### **1.3.1 Línea de Investigación**

Desarrollo Regional

#### **1.3.2 Sublínea de Investigación**

Coyuntura Económica y Social

## **1.4. Problema de Investigación**

### **1.4.1. Planteamiento del Problema**

La no existencia de información teórica en cuanto a si existe o no relación entre los rasgos de personalidad y el “Goodwill” es la principal falencia de esta investigación, puesto que el factor “personalidad es identificado como una diferencia individual que presenta los individuos en todo ámbito, no es más que el patrón de pensamientos, sentimientos y conducta; básicamente se refiere a la tendencia que consiste en comportarse de determinada manera ante distintas situaciones” (CASTRO, 2013, pág. 156) , podría según su concepto tener una relación entre los rasgos de personalidad y el buen nombre, debido a que se encuentra estrechamente conectado la forma actuar de las personas con los procesos administrativos, los cuales otorga el buen nombre a una organización, pero no se tiene certeza de esta conexión dado a que como se mencionó anteriormente no hay fundamento teórico acerca de la relación existente entre estos factores.

Por otra parte, en cuanto al factor “Goodwill”, el grupo de investigación ha encontrado diversos aspectos que generan dificultad a la hora comprender el concepto de “Goodwill”, ya que por parte de las empresas como de la ciudadanía en general, se presenta un desconocimiento del término, sustentado con la encuesta realizada en la ciudad San Juan de Pasto aplicada a finales del año 2018 donde se estableció que el 79% de los habitantes residentes en la ciudad no presentaban conocimiento del término, una posible causa se deba a la existencia de diversas adaptaciones o mejoras de diferentes autores dependiendo tanto de la época como del entorno, siendo este un aliciente para que no exista una unificación del concepto, que conlleva a que

posiblemente la comunidad empresarial nariñense no tenga los fundamentos necesarios para la aplicación dentro de las organizaciones.

Por tanto al no conocer adecuadamente el concepto y el tratamiento de “Goodwill” por parte de los gerentes, puede ocasionar problemas legales para las organizaciones como es el caso de la de la Distribuidora Drogas la Gran Rebaja Neiva S.A empresa que estaba en proceso de liquidación y que por aumentar su precio de venta incluyo dentro de su patrimonio “Goodwill” bajo la firma del señor Jairo Rodríguez Hernández, quien elaboro y firmo este procedimiento en el cual no tenía ninguna competencia, generando un conflicto legal por su negligencia (Distribuidora Drogas la Gran Rebaja, 2009), es decir un mal actuar en estos procesos afectaría no solo el buen nombre que es un activo intangible de las empresas que puede influir en el desarrollo de las mismas en el entorno empresarial (Castilla, Sanchez, Gallardo, Ruiz , 2016), sino también afecta integralmente a las organizaciones, ya que al generar desconfianza al cliente afecta en su totalidad todos los manejos comerciales de estas.

#### **1.4.2. Formulación del Problema**

¿Cuál es la relación que existe entre los rasgos de personalidad de los gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad San Juan Pasto?

#### **1.4.3. Sistematización del Problema**

- ¿Cuál es la definición que se puede establecer sobre “Goodwill” del sector empresarial en la ciudad de San Juan de Pasto desde el enfoque administrativo?

- Para los residentes de la ciudad de San Juan de Pasto, ¿cuáles son las principales empresas que poseen “Goodwill”?
- ¿Cuál es el método de evaluación de personalidad que permitiría identificar rasgos específicos de los gerentes de las principales empresas que poseen “Goodwill” en San Juan de Pasto?
- ¿Cuál es la relación que existe entre los rasgos de personalidad de los gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad de San Juan de Pasto?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General**

Identificar la relación existente entre los rasgos de personalidades de los gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad San Juan de Pasto.

### **1.5.2. Específicos**

- Establecer cuál es la definición que se puede dar sobre “Goodwill” para empresas desde el enfoque de la administración de empresas.
- Identificar, para las personas residentes de la ciudad de San Juan de Pasto, cuáles son las medianas empresas que poseen “Goodwill”.
- Seleccionar el método de evaluación de personalidad que permitiría identificar rasgos específicos de los gerentes de las medianas empresas que poseen “Goodwill” en San Juan de Pasto.

- Identificar la relación que existe entre los rasgos de personalidad de los gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad de San Juan De Pasto.

## **1.6. Delimitación**

### **1.6.1 Extensión**

- El perfil psicológico, campo de estudio de la psicología, permite la obtención y el análisis de los datos.
- “Goodwill”.

### **1.6.2 Alcance**

Se limitará a la selección de empresas con “Goodwill” a través de encuestas, y al análisis de resultados obtenidos por medio del test psicológico y las entrevistas acerca de los perfiles psicológicos de los gerentes con el fin de encontrar si existe una relación entre las variables.

#### ***1.6.2.1 Delimitación espacial***

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de San Juan de Pasto.

#### ***1.6.2.2 Delimitación temporal***

Se pretende llegar a concluir si existe relación entre las personalidades de los gerentes de empresas de la ciudad de San Juan de Pasto, en un lapso de un año, en el cual, se seleccionarán las empresas de estudio y se recolectarán los datos necesarios para formar un perfil psicológico de los gerentes.

## **7 Justificación**

### **1.7.1 Justificación Práctica**

En la actualidad las empresas se encuentran en la búsqueda de métodos para lograr mayor competitividad y adoptan diferentes estrategias a fin de garantizar el éxito, la mayoría de estas, basadas en nuevos enfoques gerenciales, por lo tanto, es de vital importancia ofrecer una lista de características esenciales y específicas e identificables en los gerentes de empresas con “Goodwill” en la ciudad de San Juan de Pasto, lo que brindará un apoyo a nuevos o existentes gerentes para mejorar habilidades, actitudes, carácter, o de lo contrario eliminarlas, para optimizar su desempeño laboral y en el mismo sentido, alcanzar mayores niveles en todos los escenarios empresariales; de igual manera que servirá a actuales gerentes que quieran mejorar su “Goodwill”, y lograr el reconocimiento de su empresa.

### **1.7.2 Justificación Teórica**

Desde el punto de vista teórico, esta investigación, generará reflexión y discusión ya que involucra dos áreas de estudio, por un lado se requiere de la psicología y por el otro la administración, sin embargo, éstas se encuentran relacionadas. Existe un campo dentro de la psicología, que estudia a las organizaciones y por ende a los individuos que las conforman; este trabajo, se concentra específicamente en el estudio de la personalidad de gerentes. Por otro lado, se hace uso de la administración, tomando la teoría de “Goodwill” y concentrándose en los

beneficios que puede brindar a las organizaciones, y, la combinación de los mismos generará respuesta a si existe o no relación entre la personalidad del gerente y su forma de gerenciar.

### **1.7.3. Justificación Metodológica**

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación creará nuevas formas de medir el trabajo de los gerentes, la generación de nuevo conocimiento a partir de rasgos psicológicos humanos que lideran o comandan el buen desempeño en la labor de los gerentes.

### **1.7.4. Justificación Personal**

Finalmente es importante para el grupo de investigación, brindar conocimiento acerca de las características de personalidad en los grandes empresarios de las organizaciones, permitiendo así a la comunidad conocer aspectos relevantes que pueden ser tenidos en cuenta a la hora de manejar una empresa. Con los resultados obtenidos se busca evidenciar un cierto comportamiento por parte de gerentes de empresas que cuentan con “Goodwill” en la ciudad y que pueden servir de guía para que otros apliquen dichas características generando así mayores beneficios y mayor garantía de éxito a la hora de desempeñar su cargo.

## 2 MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 Marco Legal

Se considera indispensable mencionar todos aquellos artículos y leyes que tengan relación directa con el desarrollo de esta investigación, como lo es:

**Congreso de la República, Sentencia C-199/12, Artículo 1: Definiciones:** “Derechos de propiedad intelectual, incluyendo en particular, derechos de autor y derechos conexos, y derechos de propiedad industrial, tales como patentes, procesos técnicos, marcas de fábrica y marcas comerciales, nombres comerciales, diseños industriales, know-how y “Goodwill”

**Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Superintendencia de Industria y Comercio, Auto 3449 del 2005, referencia la Sentencia 5860 del 2001:** Entre los diversos elementos que se conjugan para determinar “Goodwill”, cabe destacar, además de la proyección de los beneficios futuros, la existencia de bienes incorporeales, tales como la propiedad industrial, fórmulas químicas, procesos técnicos, la calidad de la mercancía o del servicio, el trato dispensado a los clientes, las buenas relaciones con los trabajadores...”.

**Ley 78 de 1935, Decreto 818 de 1936:** En Colombia, la noción de “Goodwill” se incorpora en el derecho fiscal colombiano como una consecuencia del impuesto sobre la renta, patrimonio y exceso de utilidades.

**Ley 35 de 1944, Artículo 30:** Estableció la valoración por la Jefatura de Rentas con intervención de peritos para los bienes intangibles adquiridos a título de venta o aporte.

**Decreto 526 de 1945, Artículo 30:** Hizo necesario el señalamiento del valor “Goodwill” adquirido, siguiendo la tramitación del formado es decir, la determinación del valor por la Jefatura, con intervención de peritos.

**Ley 81 de 1960:** En materia de “Goodwill” y bienes intangibles adquiridos a cualquier título, se debían estimar a juicio de la Administración de Impuestos Nacionales por su precio de adquisición o por el que se fijaba mediante los procedimientos ordinarios de avalúo en cuanto se pudieran aplicar.

**Decreto 2053 de 1974:** El cual establece el que el costo de bienes incorporables concernientes a la propiedad industrial y literaria, artística y científica, tales como patentes de invención, marcas, “Goodwill”, derechos de autor y otros intangibles se presume constituido por el 70% del valor de la enajenación y se estima por su costo de adquisición demostrando menos las amortizaciones concedidas y las solicitadas por el año o periodo gravable.

**Código de ética del Psicólogo, Artículo 45:** El material psicotécnico es de uso exclusivo de los profesionales en Psicología. Los Estudiantes podrán aprender su manejo con el debido acompañamiento de docentes y la supervisión y vigilancia de la respectiva facultad o escuela de

psicología.

**Código de ética del Psicólogo, Artículo 46:** Cuando el psicólogo construye o estandariza test psicológicos, inventarios, listados de chequeo, u otros instrumentos técnicos, debe utilizar los procedimientos científicos debidamente comprobados. Dichos tests deben cumplir con las normas propias para la construcción de instrumentos, estandarización, validez y confiabilidad

**Código de ética del Psicólogo, Artículo 47:** El psicólogo tendrá el cuidado necesario en la presentación de resultados diagnósticos y demás inferencias basadas en la aplicación de pruebas, hasta tanto estén debidamente validadas y estandarizadas. No son suficientes para hacer evaluaciones diagnósticas los test psicológicos, entrevistas, observaciones y registro de conductas; todos estos deben hacer parte de un proceso amplio, profundo e integral.

**Ley 1450 de 2011, artículo 43, (artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2° de la Ley 905 de 2004):** En Colombia los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño son las siguientes y mientras se reglamenta Disposición que exige el cumplimiento de las dos condiciones de cada uno de los tipos de empresa.

- Microempresa:
  - a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
  - b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,
- Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,
- Mediana empresa:
  - a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
  - b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Gran Empresa:
  - a) Planta de personal superior a los doscientos (200) trabajadores.
  - b) Activos totales superiores a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

## 2.2 Marco Contextual

### 2.1.1 Reseña histórica San Juan de Pasto

La ciudad San Juan de Pasto es la capital administrativa del departamento de Nariño, está ubicado en el centro oriente del departamento, al sur occidente de Colombia, político-administrativamente se divide en 12 comunas y 17 corregimientos. Ocupa una superficie de 6.181 kilómetros cuadrados, su cabecera municipal se ubica a una altitud de 2.527 metros sobre el nivel del mar. (Pasto, n.d.)

País	Colombia
Departamento	Nariño
Región	Andina
NIT	8912800003
Código DANE	52001

Ubicación	Latitud 1° 12' 52,48'' N Longitud 77° 16' 41,22'' O
Temperatura	12° C
Altitud	2.527 msnm
Superficie	1,181 km <sup>2</sup>
Gentilicio	Pastuso(a)
Fundación española	Año de 1537 por Sebastián de Belalcázar

*Ilustración 1. Información general San Juan de Pasto. Alcaldía de Pasto. Academia Nariñense de Historia.*

*Fuente: Alcaldía de Pasto*

“Localizado al oriente del Departamento de Nariño, cuyos límites son: al norte con los municipios de Florida, Chachagüi y Buesaco; al sur con Tangua, Funes y el Departamento del Putumayo; al oriente con el departamento del Putumayo y al Occidente con Tangua, Consacá y Florida”. (COLOMBIAMANIA.COM, 2017)

San Juan de Pasto es una ciudad imponente que se levanta al pie del volcán Galeras y se caracteriza por sus paisajes, reservas naturales y centros culturales que cautivan al turista con las distintas habilidades artísticas del pastuso en especial con la paja toquilla y sus acabados en barniz. Considerada la Ciudad Sorpresa de Colombia, San Juan de Pasto en realidad sorprende al mostrar un contraste arquitectónico sin igual, con edificaciones de la época republicana y moderna. (Colombia, n.d.)

Ciudad relativamente pequeña, pero llena de increíbles encantos. Posee una fuerte tradición religiosa representada en sus iglesias y templos. Por otro lado, ofrece cofres de arte, oleos, tallas en madera, entre otros elementos que resaltan una ciudad de grandes sorpresas. (Colombia, n.d.)

### 2.1.2 Dinámica Empresarial

En cuanto al sector empresarial nariñense existe una gran dinámica en el registro mercantil ya que según (Camara de Comercio, 2017) durante el año 2017 se presentaron 8562 nuevas matrículas, cifra positiva para la ciudad puesto que en comparación con la estadística del año 2015 donde se presentaron un total de 5.752 nuevas matrículas, en cambio para el año 2016 se presentaron 7.209, lo que indica un incremento del 18.7% para el año 2017, Entre las nuevas matrículas mercantiles, 4.177 corresponden a personas naturales, y 852 a personas Jurídicas, por tanto 3.533 se catalogan como establecimientos.

Un aspecto que destacó en este informe de la dinámica de la empresarial radica que el 96% de las matrículas corresponden a micro empresas y el 4% a pequeñas empresas, lo que revelo que en el transcurso del año 2017 no se presentaron matriculas de medianas y grandes empresas. En cuanto al sector empresarial de la ciudad sorprende el que tuvo mayor representación según (Camara de Comercio, 2017)

“Es el sector Comercio y Reparación de Vehículos, con un 55% de participación sobre el total de empresas, seguido de Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social, con un 13% de participación, evidenciando que la característica principal de la economía del Departamento de Nariño, caracterizada por ser una economía terciarizada, basada en comercio y servicios”. (Camara de Comercio, 2017, pág. 100)

Por tanto, el sector terciario es el más importante de la economía del Departamento pues aporta aproximadamente según (Camara de Comercio, 2017) el 62% del PIB<sup>9</sup>; agrupando

actividades relacionadas con prestación de servicios, ya sea por entes privados o gubernamentales, compra y venta de mercancías, captación y colocación de recursos, movilización y comunicaciones de carga.

### **2.3 Marco de Antecedentes**

Con el fin de buscar mayor información para el desarrollo óptimo del presente estudio, se realiza una investigación en torno a la relación de la personalidad de gerentes y el concepto “Goodwill”. Teniendo resultados nulos de dicha conexión tanto a nivel regional, departamental y nacional de la cual, nace el interés por encontrar si existe o no algún tipo de conexión.

Durante el proceso de recolección de información el grupo investigativo encuentra que no existe una definición única y establecida del concepto “Goodwill”, dado que desde finales del siglo XIX hasta la actualidad no se ha establecido una concepción final, información suministrada de un estudio que nos brinda las diferentes concepciones adoptadas por el concepto “Goodwill” a través de los años y cómo éste es adaptado en diferentes teorías como la contable, administrativa y mercadeo, titulado “the definition of “Goodwill” - a chronological”, elaborado por: Adriana Tiron-Tudor, contadora y conferencista del país de Rumania, perteneciente al Comité del Sector Público de la Fédération des Experts Comptables Européens y Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público, y Raluca Valeria RAȚIU, también contadora del país de Rumania quien centra sus estudios hacia el análisis y tratamiento de activos intangibles como el “Goodwill”, además, obtiene un doctorado en Contabilidad de la Universidad Babes-Bolyai.

En el estudio anteriormente mencionado encontramos a Hughes uno de los primeros autores del “Goodwill” quien fue citado por Bloom en el año 2008 quien pudo haber influenciado las diferentes perspectivas del término “Goodwill” con su concepto: "there was no one Truth and never will be. The origin of “Goodwill” can be revealed through history, but its nature is a matter of personal interpretation (no había una Verdad y nunca lo será. El origen del “Goodwill” puede ser revelada través de la historia, pero su naturaleza es una cuestión de interpretación personal)". (Hughes, 1982) Dando pie a múltiples interpretaciones, diferentes entre sí, pero con el mismo objetivo, definir “Goodwill”.

Entre tantas definiciones se encontró dos artículos relacionados con el “Goodwill”, el primer artículo titulado “El “Goodwill” como alternativa de valuación patrimonial ” realizado por la abogada Clara Elena Castillo Flores; un dato importante de este escrito es que “En Colombia, la noción de “Goodwill” se incorpora en el derecho fiscal colombiano como una de las consecuencias del impuesto sobre la renta, patrimonio y exceso de utilidades, que se creó por medio de la Ley 78 de 1935. Mediante el Decreto 818 de 1936 se reglamentó esta Ley” (Flores, 1988); el segundo artículo “Las razones para valorar una empresa y los métodos empleados” el cual toma al “Goodwill” como un método de valoración de empresa al igual que el documento español “Métodos clásicos de valorización de empresas” (Valls Martinez, 2001).

En cuanto a un nivel internacional existen más artículos como: PURCHASED “GOODWILL” AND MARKETING ASSETS IN THE SNA, “Goodwill” impairment after business combination, Intangibles—”Goodwill” and Other (Topic 350), Intangible Assets and “Goodwill” in the context of Business Combinations, Module 19 – Business

Combinations and “Goodwill”, “Goodwill” Valuation Approaches, Methods, and Procedures y The Definition of “Goodwill”- a Chronological Overview, los cuales hablan de diversos aspectos relacionados con el “Goodwill”, tales como diversas definiciones, así como su importancia en las empresas del mundo entero.

## **2.4 Marco Teórico**

### **2.4.1 “Goodwill”**

El “Goodwill” es el beneficio que surge de la conexión y la reputación (Dicksee, 1906). En otras palabras, este término (“Goodwill”) es el prestigio logrado ante terceros, llámese proveedores, entidades bancarias, y principalmente los consumidores.

La investigación The Definition of “Goodwill”- a Chronological Overview, identificó algunos elementos generales del “Goodwill” como: ubicación de la empresa, las relaciones sociales y comerciales, marcas registradas, derechos de autor, patentes, trabajadores cualificados, la calidad de los servicios o productos que vende, la lealtad del cliente ( Ratiu & Tiron, 2012)

El buen nombre se toma como un activo intangible de la empresa, el cual puede ser estimado en dinero mediante una proyección de los flujos de caja, ello con una finalidad, el lograr conocer los dividendos que generará la empresa, adicionando a esto los avances tecnológicos con que se cuenta y restándole los deterioros de los activos involucrados en la producción, como lo son maquinarias y equipos, y también se deben apreciar todos los diversos factores que ayuden a la modificación de estas cifras.

El poseer “Goodwill” para una empresa es de vital importancia, debido a que este la ubica en una posición de bastante ventaja frente a la competencia facilitando su sostenimiento en el mercado, además, permite tener ventas elevadas y en muchas ocasiones poseer precios altos en sus productos o servicios, esto último debido a que en la mayoría de veces las personas se dejan guiar por el reconocimiento de una organización, ya que ello significa, para el cliente, un alto grado de confiabilidad, en que se está adquiriendo un buen producto o servicio y de excelente calidad.

Existen dos tipos de “Goodwill”, los cuales son: **el adquirido y el formado** (Castillo, 1988). El “Goodwill” adquirido, también conocido como comprado es el que como su nombre lo indica es aquel que es adquirido por una empresa a otra que lo desarrolló y forjó (el “Goodwill”). El “Goodwill” formado es aquel que la empresa ha trabajado y forjado con el pasar de los años.

Este activo de la empresa, ya que según (2WAY, 2015) este es construido mediante la creación y desarrollo de estrategias y tácticas de comunicación las cuales permiten cerrar la brecha entre la realidad de la organización y la percepción que tienen de ella sus inversionistas, clientes, empleados, proveedores, los funcionarios públicos que controlan su actividad, y las comunidades en las cuales desarrolla sus negocios y para mantenerlo se necesita una evaluación constante de resultados obtenidos de la aplicación de una estrategia a largo plazo, dichos resultados serán evaluados a lo largo de toda la aplicación, ya que como lo menciona José María Guzmán senior partner de 2WAY, una empresa dedicada a la consultoría de “Goodwill”, “la ocurrencia de unos hechos y su manejo pueden mejorar o empeorar el “Goodwill” de un año a

otro” (2WAY, 2015), es decir debido a las decisiones que se toman, la imagen de la empresa puede mejorar o empeorar, casi inmediatamente, aunque dicha imagen es la construcción por medio de acciones, aportes y realidad de las personas que interactúan con la empresa.

En dicha construcción del “Goodwill” se deben tener aspectos de gran importancia para su mejoramiento como lo son: una muy buena ubicación dentro del mercado, excelente calidad, sea en el producto o servicio, buenas relaciones con los trabajadores, confianza generada ante el sector financiero, lograda a través de un buen desempeño gerencial, inversión en investigación e innovación, además de responsabilidad social.

Como uno de los métodos más utilizados por las organizaciones para el mejoramiento de su “Goodwill” es la implementación de una excelente campaña de publicidad, ya que es esto lo primero que ven los clientes, que son parte fundamental del “Goodwill” de la empresa, dicha campaña debe hacer ver las bondades de la empresa, para que las personas la elijan como su primera opción.

#### **2.4.2. Cattell 16PF (Dieciséis Factores De Personalidad).**

Respecto al test aplicativo 16 PF (dieciséis factores de personalidad) de Raymond Cattell (1905-1988), quien es uno de los

“psicólogos más famosos del siglo XX, con una gran productividad literaria. Autor o coautor de 55 libros y más de 500 artículos, además de haber realizado o participado en la

realización de al menos 30 pruebas estandarizadas de uso común entre los psicólogos. Todo esto le convierte en un autor muy influyente” (Gonzalo, 2012, pág. 2),

quien teorizó sobre la inteligencia y la personalidad, creando un centro de evaluación de personalidad, además de crear el reconocido estudio 16pf en el año 1949, siendo este el resultado de una investigación de más de cuarenta años, que según (Mario A. Núñez y Yanira Alemán, 2017) reduce 4.504 rasgos de personalidad a 16 rasgos básicos, mediante análisis factorial siendo este estudio una herramienta íntegra para comprender la personalidad de los seres humanos, debido a que por medio del análisis factorial se obtiene mayor detalle los aspectos psicológicos de cada individuo.

Primeramente Cattell para su investigación define claramente dos conceptos: la personalidad como aquello que permite la predicción de lo que una persona va a hacer en una situación dada y prueba que según él es “como una situación estímulo, concertada, artificial y estandarizada, con sus reglas para la calificación de respuestas, en que el sujeto conoce la clase general de réplicas de tiene que dar, y que puede ser transportado a diferentes grupos de sujetos (Cattell R. , 1977). Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) esta prueba fue creada en el año 1946, cuando se planeaba la muestra confiable con que se pueda estimar los factores de la personalidad por medio de una serie de transformaciones (aquellas de factores mediante diferentes formas de observación y medición) y también por medio de factorizaciones, se usó en aquellas personas se usó el método de definición de factores de la estructura simple (oblicua con la obtención del peso o carga factorial para cada afirmación. La finalidad del autor Cattell se basa en el estudio de rasgos normales, ya que cuando estos se convierten en

desviaciones el psicólogo está en capacidad de reconocer indicios de desajuste sobre la personalidad del sujeto a través de los dieciséis factores de Cattell, el cual se encuentra dividido en dos categorías:

### ***2.4.2.1 Factores de Primer Orden***

#### ***2.4.2.1.1 Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia)***

(Cattell R. , 2008) “Cree que representa un carácter temperamental en todas las manifestaciones dinámicas, presentándose en forma de un esfuerzo mayor inflexible y sostenido”. Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor maneja dos polos totalmente diferentes que son el positivo que muestra características como: plácido; adaptable; atento con las personas, generoso; y en el polo negativo tiene las siguientes: obstructivo; criticón; inflexible; frío, indiferente; cerrado, ansioso, lleno de secretos, reservado. Se encuentra una amplia determinación por la herencia; es de tendencia temperamental; se parece a la introversión – extraversión de Jung y Kretschmer. En este tipo de factor se encuentran características opuestas.

Por otro lado el manual “Cuestionario factorial de personalidad” de R.B. Cattell la afectotimia tiende a ser emocionalmente expresiva, amable y adaptable. Gusta de las ocupaciones que exijan contacto con la gente y las situaciones de relación social. Mientras tanto la sizotimia tiende a ser fría, escéptica, trabajan solitariamente. Son rígidas en el momento de realizar sus tareas.

#### ***2.4.2.1.2 Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental Para Los Estudios- Mucha Capacidad Mental Para Los Estudios)***

(Cattell R. , 2008) “Piensa que este factor es la habilidad generalizada para deducir relaciones y correlatos”. En su polo positivo según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) la persona posee características como: inteligente; pensativo, culto; perseverante, concienzudo; listo, asertivo. Y en su polo negativo: no inteligente; irreflexivo, dejas cosas a medias, no concienzudas; aburridas, sumisas. En el patrón intelectual deben existir diferencias debido a las diversificadas culturas. En el manual refiere a dos tipos de personas, una quien es la que es lenta al captar cosas y usa interpretaciones literales; la persona opuesta es de rápida comprensión, este factor depende también de su nivel cultural.

#### ***2.4.2.1.3 Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza Del Ego)***

(Cattell R. , 2008) “Cree que representa la capacidad para expresar la energía emocional, disponible a lo largo de canales integrados, en contra de expresión mediante canales no integrados”. Este es un factor determinado principalmente por el medio según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo muestra las siguientes características: emocionalmente estable; libre síntomas neuróticos; no hipocondríaco; realista acerca de su vida. En su polo negativo, se presenta como: emotivo, insatisfecho; evasivo, inmaduro, autista. En el cuestionario en cuanto se refiere a la poca fuerza el ego tiende a la poca tolerancia a la frustración, evade la realidad y presenta síntomas neuróticos tales como fobias, alteraciones del sueño. La persona que puntúa en mucha fuerza del ego tiende a ser emocionalmente madura y realista.

#### **2.4.2.1.4 Factor E) Dominancia – Sumisión**

(Cattell R. , 2008) “Piensa que es un amplio rasgo disposicional; una fuerza temperamental general asociada a condiciones fisiológicas, pero modificable, en parte, por la experiencia”. Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo se describe como: autoasertivo, confidente; jactancioso, presuntuoso; agresivo, belicoso; extrapunitivo; vigoroso, fuerte, tiene mentalidad independiente, es autorregulador y autoritario. Y en el negativo: sumiso, inseguro; modesto, retraído; complaciente; no punitivo; manso, dulce callado. La varianza en este factor es mayor en niños y adolescentes que en adultos; en esa edad afecta más a la personalidad y está fuertemente asociado con la *fuerza del yo*.

#### **2.4.2.1.5 Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor representa en su polo positivo a una persona: jovial, alegre; sociable, responsable, enérgica, rápida en sus movimientos; humorística, ingeniosa. En el negativo: depresivo, pesimista; apartado, retraído; subyugado, lánguido; aburrido, flemático. Este factor ocupa el sexto lugar en los adultos, pero en los niños y adolescentes parece ser el único factor cuya varianza es el mayor en la personalidad. La ligereza declina gradualmente entre los 20 y 30 años, y persiste en el ínterin, solo que ya no tan pronunciada.

**2.4.2.1.6 Factor G) Fuerza Del Superyó (Poca Fuerza Del Superego- Mucha Fuerza Del Superego)**

“Cattell Interpreta como el superyó, pero indica que se debe tomar en cuenta a) la ausencia de una fuerte referencia de culpa; b) la cualidad burguesa o filistea de las virtudes, y c) la ausencia de cariño o afecto temprano para los padres y la sensación de aquellos que fueron severos” (Cattell R. , 2008, pág. 522).

Este factor (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) describen su polo positivo como: perseverante, determinado; responsable; ordenado en forma constante; concienzuda, organizada y moralista. Y en el negativo: indolente, antojadizo; frívolo, inmaduro, relajado, displicente, descuidado. En este no se representa diferencia con el sexo, el medio es la influencia principal.

**2.4.2.1.7 Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia)**

“Según Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca este factor describe a una persona que puntúa en el polo positivo como: aventurero, le gusta conocer gente; demuestra fuerte interés en el sexo opuesto; gregario, genial, responsable; amable, amistoso, franco, dispuesto a intentar nuevas cosas. Y en el negativo: tímido, retraído; poco interés en el sexo opuesto; indiferente, frío, contenido; duro, hostil, lleno de secretos, cauteloso, permanece al margen de la actividad social. Este factor es igual para hombres y mujeres y es el que está determinado por la herencia con mayor fuerza” (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008, pág. 522).

#### **2.4.2.1.8 Factor I) Premsia-Harria**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor se asocia con la femineidad; se encuentra fuertemente determinado por el ambiente, es el factor con mayor determinación ambiental que existe, por lo que se deben encontrar marcadas diferencias culturales entre este patrón y el que se reporte en otras factorizaciones.

La tendencia PREMSIA debería ser más alta en las familias de clase media y en las culturas más antiguas y urbanizadas. En este factor, el polo positivo presenta características como: demandante, impaciente; dependiente inmaduro; amable, gentil; estéticamente fastidioso; introspectivo, imaginativo; intuitivo, sensiblemente imaginativo, idealista, artista, le disgustan las profesiones rudas. Y en el ámbito negativo: emocionalmente maduro; orientado hacia la independencia; duró; falta de sentimiento artístico; no afectado por ilusiones; práctico, lógico, varonil, responsable.

#### **2.4.2.1.9. Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)**

“Según Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca En su polo positivo describe personalidades que son de tipo suspicaz; celosas autosuficientes, retraídas, desconfiadas. Y en el negativo: confiadas, comprensivas; sosegadas, en situaciones sociales se sienten como si estuvieran en casa” (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008, pág. 522).

#### **2.4.2.1.10. Factor M) Autia- Praxernia**

(Cattell R. , 2008) Sostiene que “este factor es la capacidad temperamental para disociar” En su polo positivo representa un tipo no convencional, excéntrico; estéticamente fastidioso;

sensiblemente imaginativo; es su propia ley; no se puede depender de él; plácido, complaciente, absorto. En su polo negativo; convencional, no interesado en el arte; práctico y lógico; concienzudo; preocupado, ansioso, alerta. (José Cueli, 1997).

#### ***2.4.2.1.11. Factor N) Suspicious (Astucia) – Naiveté (Sencillez)***

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor, tiene en su polo positivo las siguientes características: pulido, socialmente habilidoso; mente exacta; frío, indiferente; estéticamente fastidioso, experimentada, mundana, “cabeza dura”, analítica. En el negativo: inepto, socialmente torpe; mentalidad sentimental y vaga; busca buena compañía; le falta dependencia en sus gustos, se preocupa por los detalles. Se parece a **K** (comenction – abcultion), correlaciona positivamente con **B** (inteligencia), con dominancia y con astenia, y negativamente con **M** (autia –praxernia).

#### ***2.4.2.1.12. Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)***

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008, pág. 522) este factor representa en su polo positivo lo siguiente: preocupado; solitario; suspicaz; sensible; desalentado, depresiva, llena de presagios, tendencia infantil a la ansiedad. Y en el negativo: confía en sí mismo; autosuficiente; acepta todo; rudo; lleno de brío, flexible, segura. Este factor es básicamente un rasgo disposicional.

Y lo que se refiere a los datos Q (cuestionarios que ofrecen las variables de los interiores mentales, estos se consideran como pruebas o evidencia.

#### **2.4.2.1.13. Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo**

(Cattell R. , 2008) “supone que este factor representa la prontitud para aceptar el patrón cultural y sus mejores valores”. En este, factor en el polo positivo el sujeto que califica aquí es: intereses intelectuales, analíticos; pulidos, equilibrado, inmune; tiende hacia la independencia; concienzudo, escéptico, críticos, de pensamiento abierto, suele mantenerse informado. Y en el polo negativo: respetuoso de las ideas establecidas, acepta lo conocido, precavido, tiende a oponerse a los cambios, crudo.

#### **2.4.2.1.14. Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión Al Grupo**

Cattell Raymond piensa que “Las personas que puntúan alto son temperamentalmente independiente, acostumbrada a seguir su propio camino; toma sus propias decisiones. No tiene en consideración la opinión del grupo, aunque no es necesariamente dominante. En el lado negativo depende de la aprobación, sigue las directrices, buen compañero” (Cattell R. , 2008, pág. 522).

#### **2.4.2.1.15. Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración**

(Cattell R. , 2008) Piensa que “Cuando la persona tiene un alto puntaje tiende a tener control de sus emociones, son socialmente adaptadas, respeto a sí mismos. De manera contraria son auto conflictivas, no se apega las exigencias sociales, se sienten desajustadas”.

#### **2.4.2.1.16. Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica**

Para (Cattell R. , 2008) es “una excitabilidad general, probablemente neurofisiológica” (Cattell, 1997). Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en el factor positivo, se

caracteriza porque el sujeto que califica alto es: tensa, demandante, impaciente; acaparador de atención, exhibicionista; excitable, hiperactivo; intranquila; irritable, egoísta. En su polo negativo sería: aletargado; relajado, tranquilo, deliberado, no frustrada.

#### ***2.4.2.2 Factores de Segundo Orden***

Además de las 16 dimensiones primarias (Cattell R. , 2008) identifico un grupo de factores de segundo orden más amplios.

##### ***2.4.2.2.1 Factor Qi (6) Ansiedad Alta- Ansiedad Baja***

No es necesariamente neurótico ya que la ansiedad puede ser ocasional, pero presenta insatisfacción en el éxito que desea. De forma negativa la persona logra llevar a cabo lo importante dentro de sus creencias, también indica la falta de motivación.

##### ***2.4.2.2.2 Factor Qii) Extraversión- Introversión***

Teniendo en cuenta el libro Teorías de la personalidad de (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) se analiza que cuando la puntuación es baja la persona es reservada e inhibida en los contactos personales; es una variable interesante para el trabajo artesanal. En cuanto a las puntuaciones altas la persona es desenvuelta, puede mantener contactos personales.

##### ***2.4.2.2.3 Factor Qiii) Mucha Socialización Controlada- Poca Socialización Controlada***

Teniendo en cuenta el libro Teorías de la personalidad de (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) se analiza que las puntuaciones altas identifican a personas escrupulosas, organizadas, sigue el ego psicoanalítico, astutos, calculadores, se encuentran dentro de la

normativa social. Las puntuaciones bajas identifican a personas a las que les desprecupan las normas, espontáneas, su conducta puede ser poco social.

#### **2.4.2.2 .4. Factor Qiv) Independencia- Dependencia**

Teniendo en cuenta el libro Teorías de la personalidad de (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) se analiza que cuando las personas puntúan alto son agresivas, emprendedores, tienen un considerable grado de iniciativa. En el lado opuesto son personas dependientes, se conducen con los grupos, se orientan a las personas que les den soporte.

#### **2.4.2.3 16PF - Perfil Del Directivo (Modelo De Ajuste)**

Teniendo en cuenta el libro Teorías de la personalidad de (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) se analiza que el perfil del directivo es un “individuo atípico, muy escaso, con cabeza creativa, capaz enfocar lo datos reales de una manera vagamente diferente a todos los demás; una persona capaz de no reaccionar rutinariamente ante lo imprevisto, capaz de anticipar el futuro y organizar el cambio” (Cattell R. , 2008). Por tanto este perfil es lo idealizado, es decir lo que busca la empresa. Este es un modelo de ajuste al manual 16 PF de Raymon B cattell, siendo este un “instrumento de estimación del potencial de un profesional como ‘directivo’” (Cubero, 1988)

Dentro de este perfil se encuentra una bidimensionalidad de la estructura de la dirección que conlleva a la división de dos grandes bloques que son la **DI-RE (DIRECCIÓN-RELACIONES)** y **DI-PRO (DIRECCIÓN- PRODUCTIVIDAD)**

#### **2.4.2.3.1 Di-Re (Dirección- Relaciones)**

Según seis dedos (Cubero, 1988) las variables que más peso tiene son: **(Q3+)**, **(H+)**, **(Q1+)**, **(O-)**, **(C+)**, **(A+)**, **(Q4-)**, **(N-)**. De las cuales hacen referencia a una persona que controla mucho su imagen(**Q3+**); emprendedora-aventurera (**H+**); crítico-analítico (**Q1+**), apacible, serena, seguro de sí (**O-**); emocionalmente estable (**C+**); tiene presente a las personas (**A+**); poca tensión érgica o relajada (**Q4-**); así como franca y natural (**N-**).

#### **2.4.2.3.2. Di-Pro (Dirección - Productividad)**

Según seis dedos (Cubero, 1988) las variables que más peso tiene son: **(N+)**, **(E+)**, **(I-)**, **(L+)**, **(Q2+)**, **(Q4+)**. Maneja características de una persona suspicaz, analítica y astuta (**N+**); dominante, fuerte y competitiva (**E+**); emocionalmente duro y realista (**I-**); desconfiadas, difíciles de engañar (**L+**); altamente tenso e hiperactivo (**Q4+**).

### **2.4.3 Prueba Cleaver**

La prueba Cleaver fue elaborado por el autor J.P Cleaver en el año 1959, quien buscaba contribuir con una herramienta objetiva, rápida y fácil de utilizar, en la tarea de identificar al mejor candidato para un puesto de trabajo (Gibran, 2017), esta prueba determina la evaluación de una persona, los cuales son cruciales en el proceso de selección de personal, a través de la medición de 13 factores críticos, fundamentales para obtener en el desempeño de todas sus funciones y estos son:

#### **2.4.3.1 Madurez**

Según se relaciona con el nivel de madurez que se requiere para rendir en el puesto. La edad representa madurez que se asocia con el buen criterio, sentido común. (GARCIA, 2011)

#### **2.4.3.2 Salud**

Capacidad física para viajar, soportar cargas de trabajo. Se refiere al nivel de energía de una persona para el trabajo y a la capacidad de pensar adecuadamente cuando hay presión (salud mental) (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.3 Situación Personal**

Se refiere a su estado civil, porque es indicativo de la estabilidad que en algunos casos se requiere (que tenga una familia que lo deje viajar, que no tenga presiones para soportar las condiciones de su ambiente) (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.4 Educación.**

Se necesita definir el nivel de educación y buscar el mínimo sin pedir más de esto (determinar si requiere de que esté capacitado en forma continua, que títulos debió obtener, de qué universidad proviene). Es concretar el índice del nivel esperado (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.5 EXPERIENCIA**

Se refiere a cuánta experiencia y de qué tipo se requiere específicamente, ya que por ejemplo una persona muy experta puede caer en descuidar los detalles (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.6 Inteligencia**

Es conocer qué tipo de historial se requiere, cantidad y calidad. Se refiere a conocer cuál es la norma de inteligencia para el puesto; cuál es estilo de inteligencia requerido (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.7 Valores Personales**

Qué valor es el que ayuda a la persona a identificarse con el puesto (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.8 Conducta**

Cómo actúa. Qué tipo de conducta es necesaria para el puesto (por ejemplo, manejo de personal, confianza en sí mismo, trabajo en equipo) (GARCIA, 2011).

#### **2.4.3.9 Automotivación**

Se refiere a conocer las causas que lo conducen a hacer el esfuerzo requerido y más para cumplir con el puesto. Se refiere a la iniciativa o a la relación con un alto desempeño, a condiciones favorables físicas o emocionales (GARCIA, 2011)

#### **2.4.3.10 Integridad**

Se refiere a la honestidad que es una habilidad de vivir con decisiones; decisión de hacer lo que se piensa que es correcto. Capacidad de reconocer errores y reportarlos a tiempo (GARCIA, 2011).

#### ***2.4.3.11 Relaciones***

Habilidad de tener relaciones que contribuyen al éxito de la empresa. Que tan importante es a quien conoce (GARCIA, 2011).

#### ***2.4.3.12 Imagen***

Se refiere a proyectar una imagen de la empresa (habilidad del uso de palabra, voz, forma de vestirse y de presentarse ante otros); significa la impresión física que debe causar una persona en el puesto (GARCIA, 2011).

#### ***2.4.3.13 Otros***

Cada puesto tiene responsabilidades concretas, por ejemplo, el manejo financiero que se relaciona con la importancia de tomar decisiones de dinero, la capacidad de manejarlo, conciencia de los costos, etc. (GARCIA, 2011).

El formato que se utiliza para determinar los 13 factores críticos de puestos, permite confrontar estos con las cualidades de un candidato y los resultados obtenidos indican el peso que tiene cada uno de los factores; del puesto y de la persona, es decir, determina cuál de los factores es el más o los más importantes.

### **2.4.4 Teoría de las Cinco Grandes**

El nacimiento de esta teoría surge a partir de una profunda crisis en el área de la psicología a finales de los años 60' del siglo XX la cual según los autores (Roberto Sanchez y

Rubén Ledesma) fue ocasionada tanto por factores internos a la disciplina (problemas de medición, resultados empíricos contradictorios, etc.) como externos (la avanzada situacionista y el posterior debate persona – situación originados en las críticas de Mischel a partir de su impactante obra “Personalidad y evaluación” de 1968). Así que el “Modelo de los Cinco Grandes Factores de la Personalidad” surge en la década de 1980 y 1990 por los autores Costa y McCrae, esta teoría despoja “cinco” de los matices cognitivistas - constructivistas de la tradición léxica, defienden una versión genotípica de los rasgos como entidades internas, estables, endógenas y determinadas biológicamente, es decir que esta teoría Analiza cinco dimensiones de la personalidad los cuales se presentan a continuación.

#### ***2.4.4.1 Extraversión- Introversión***

Llamada Surgencia en algunos modelos. Evalúa la sociabilidad, como la facilidad para comunicarse con los demás, el asertividad y la facilidad para iniciar y mantener conversaciones. El polo negativo es propio de personas con tendencia al aislamiento o el retraimiento.

- Cordialidad: capacidad para establecer relaciones cordiales con otros con otros
- Gregarismo: preferencia para estar en compañía de otros.
- Asertividad: tendencia a estar seguro con uno mismo, facilidad para verbalizar lo que se piensa, aunque se esté en desacuerdo.
- Actividad: necesidad de estar siempre haciendo algo. Se caracteriza por conductas motoras vigorosas.
- Búsqueda de emociones: tendencia a acercarse a las fuentes de estimulación, capacidad para disfrutar lo novedoso.

- Emociones positivas: tendencia a experimentar con frecuencia emociones de alegría, felicidad, entusiasmo y optimismo

#### ***2.4.4.2 Amabilidad***

Evalúa la capacidad para establecer vínculos psicosociales y la disposición a preocuparse por los demás. En casos extremos, el polo negativo se asocia a la psicopatía. Esta dimensión no aparece en todos los modelos factoriales de personalidad, tal vez por su marcado carácter valorativo.

- Confianza: tendencia a atribuir buenas intenciones a los demás
- Franqueza: persona franca, sincera y algo ingenua
- Altruismo: preocupación activa por los otros, generosidad
- Actitud conciliadora: evitación de conflictos, cooperatividad, perdonar ofensas
- Modestia: modestia sin desvalorización o inseguridad, tendencia a pasar desapercibido
- Sensibilidad social: preocupación por los demás, sentimientos de piedad y solidaridad

#### ***2.4.4.3 Responsabilidad***

Evalúa la capacidad para actuar de acuerdo propósitos o metas claras, para poder organizar y llevar adelante proyectos e ideas. El polo negativo es propio de personas que andan sin rumbo u objetivo, o resultan indolentes. Esta dimensión, también ausente en otros modelos, incluye el control de impulsos tanto como una clara disposición a ser escrupuloso y obediente.

- Competencia: sentimiento de creerse capaz, efectivo y resolutivo para tratar con los Aspectos de la vida.
- Orden: propio de personas ordenadas y bien organizadas.
- Sentido del deber: tendencia a adherirse estrictamente a sus principios éticos y cumplir con las obligaciones.
- Necesidad de logro: propio de personas con altos niveles de aspiración y tendencia trabajar duro para conseguir sus objetivos.
- Autodisciplina: habilidad para empezar tareas y llevarlas a cabo a pesar del aburrimiento o de cualquier tipo de distracción.
- Reflexión: tendencia a pensar cuidadosamente antes de actuar.

#### ***2.4.4.4 Neuroticimos***

Incluye aspectos ligados al bienestar o malestar psicológico, al afecto y las emociones negativas. Evalúa inestabilidad emocional, la tendencia a experimentar emociones negativas como miedo, sentimiento de culpa, tristeza o enojo. No necesariamente implica patología sino la tendencia a sufrir trastornos antiguamente conocidos como “neuróticos”.

- Ansiedad: propensión a la tensión y al nerviosismo, tendencia a preocuparse y a experimentar miedo.
- Hostilidad: tendencia a experimentar enfado, irritación.
- Depresión: presencia de sentimientos de culpa, tristeza, soledad y desesperanza.
- Timidez (ansiedad social): presencia de sentimientos de vergüenza, sensibilidad al ridículo e incomodidad en situaciones sociales.

- Impulsividad: dificultad en el control de impulsos y necesidades, falta de autocontrol y baja tolerancia a la frustración.
- Vulnerabilidad (al estrés): dificultad para controlar situaciones de estrés, tendencia a la dependencia en situaciones interpretadas como de emergencia.

#### ***2.4.4.5 Apertura a la experiencia***

Evalúa la presencia de una imaginación activa, sensibilidad estética, capacidad de introspección y curiosidad intelectual. El polo opuesto se relaciona con el convencionalismo, el dogmatismo y el apego a lo tradicional.

- Fantasía: capacidad de imaginar o crear.
- Estética: capacidad para apreciar el arte y la belleza.
- Sentimientos: receptividad a los propios sentimientos y emociones, que se valoran como cosas importantes de la vida.
- Acciones: interés por diferentes actividades, por ir a sitios nuevos, rechazo de lo rutinario y convencional.
- Ideas: apertura de mente a cosas nuevas, a las ideas poco convencionales, interés por los argumentos intelectuales.
- Valores: tendencia a reexaminar los valores sociales, religiosos, políticos, rechazo del Dogmatismo.

## 2.5 Marco Conceptual

**Goodwil:** es entendido como el “buen nombre”, el cual mide el desempeño gerencial en las organizaciones a través de terceros.

**Empresa:** Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

**Microempresa:** es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada.

**Pequeña Empresa:** Es aquella que tiene un máximo de 49 trabajadores y un volumen de facturación o total de activo entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Medianas Empresas:** son las empresas que tienen menos de 250 trabajadores y un volumen de facturación inferior entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Grandes Empresas:** son aquellas que manejan una planta de personal superior a los doscientos (200) trabajadores y activos totales superiores a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Activos:** Los activos son todos los bienes que posee la empresa y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes, los cuales variarán de acuerdo a la actividad económica de la empresa y serán administrados por recursos humanos.

Los activos juegan un papel fundamental dentro de la contabilidad de la empresa, ya que ellos permitirán la reducción de los valores de los pasivos que pueda adquirir dicha empresa en un ejercicio económico.

**Activos Intangibles:** son bienes que posee la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente. Sin embargo, se consideran activos porque ayudan a que la empresa produzca un rendimiento económico a través de ellos

**Personalidad:** Según (Cattell R. , 1977) personalidad es definido como aquello que permite la predicción de lo que una persona va a hacer en una situación dada.

**Test Psicológico:** es un instrumento experimental que tiene por objeto medir o evaluar una característica psicológica específica, o los rasgos generales de la personalidad de un individuo.

## 3 METODOLOGÍA

### 3.1 Tipo de Investigación

El método de investigación es **Deductivo**, ya que según (Abreu, 2014) este método permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad, es decir, mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas.

### 3.2. Enfoque

Investigación Cualitativa: según (Taylor y Bogdan, 1920) considera la investigación cualitativa aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras, habladas o escritas y la conducta observable, por tanto esta investigación aplica en este tipo, ya que uno de los objetivos se basa en la descripción de las cualidades de los gerentes de medianas empresas.

Investigación Cuantitativa: Según (Tamayo, 2007) esta metodología consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio, proceso que se realiza en esta investigación con el fin de establecer un Rankin de “Goodwill”, razón por la cual este proyecto investigativo también abarca la parte cuantitativa dentro de su desarrollo.

Por tal motivo, el enfoque que se desarrolló en la investigación es de tipo mixto ya que este consiste en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo (Anonimo, 2014), debido a la necesidad de análisis de variables cualitativas relacionada con la personalidad y análisis de datos estadísticos durante las diferentes etapas investigativas.

### **3.4 Fuentes de Información**

Para la investigación se utilizó información tanto primaria, secundaria como terciaria, que permita obtener datos completos y de esta manera el proceso de análisis sea integro. Para que de esta manera se pueda cumplir con la hipótesis planteada en esta investigación.

#### **3.4.1 Fuentes de Información Primarias**

La información primaria es la más importante en el presente trabajo investigativo, ya que no existe otro estudio realizado en el campo a tratar, por esta razón, se realizaron encuestas, test, y observación por parte de los investigadores, para la obtención de los datos requeridos para la realización del proyecto.

En cuanto al test escogido para el desarrollo favorable de la investigación fue el 16pf de Cattell debido a que la aplicación de la teoría en psicología vocacional, necesita mucho tiempo en la aplicación, tiempo que los gerentes no están en capacidad de ofrecer.

### **3.4.2 Fuentes de Información Secundarias**

La información que se requiere para lograr cumplir con el estudio se obtuvo mediante el análisis de la información en libros, artículos, revistas indexadas, trabajos de grado relacionados con el “Goodwill”, y el test de personalidad 16PF.

### **3.3.3 Fuentes Terciarias**

El presente trabajo investigativo busca información relacionada al tema en índices, bibliografías, expertos y catálogos de investigaciones relacionados con el tema de estudio.

## **3.5 Técnica e Instrumentos de Recolección de Información**

### **3.5.1 Técnica de Recolección de Información**

Encuesta para establecer el Ranking de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en Pasto

### **3.5.2 Población y Muestra**

En una primera instancia la población objeto de estudio son personas del común de la ciudad de San Juan de Pasto, quienes, por medio de una encuesta fueron los encargados de establecer el Ranking de empresas con mayor índice de “Goodwill”, sobre las cuales se aplicó el estudio directamente, esto debido a que las terceras personas son una parte importante para establecer el “Goodwill” de las mismas; en una segunda instancia la población objeto de estudio son los gerentes de medianas empresas con elevado “Goodwill”, identificadas mediante un análisis de frecuencia en las encuestas aplicadas.

Para establecer el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta la proyección de la población municipal que realizó el DANE para el año 2018, donde la ciudad de Pasto registra 74.310 habitantes. Tras aplicar la fórmula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra a calcular

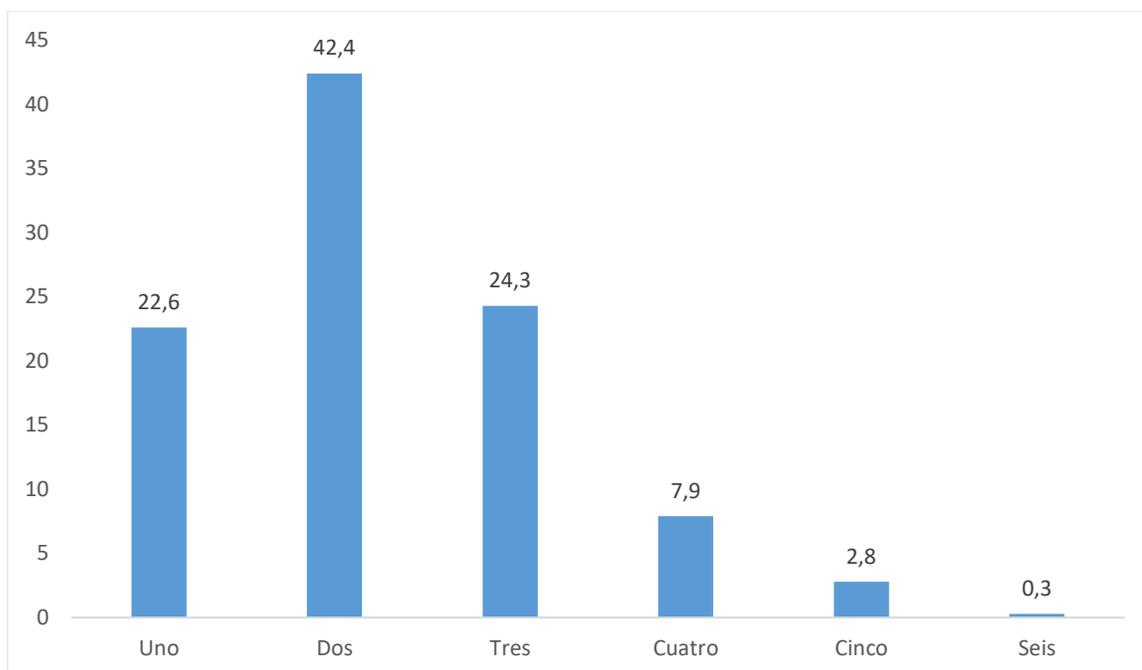
N= Tamaño de la población (74.310)

Z= Nivel de confianza (95%)

e= Error estándar (5%)

p= Probabilidad a favor (50%)

Se obtuvo como resultado una muestra de 382 personas, las cuales para efecto de esta investigación fueron divididas por estrato, según los porcentajes registrados por la superintendencia de servicios públicos y la Estratificación del Municipio San Juan de Pasto para el año 2010, según los porcentajes observados en la siguiente ilustración.



*Ilustración 2.* Estratificación de la Población en la Ciudad - Superintendencia de Servicios

Fuente: Pasto: Ciudad Región Bases para una política de inclusión productiva para la población en situación de pobreza y vulnerabilidad.

Por tanto, la muestra por estrato se estableció de la siguiente manera: Estrato uno con una muestra de 86 habitantes, el estrato dos con una muestra de 162 habitantes, el estrato tres con una muestra de 92 habitantes, el estrato cuatro con una muestra de 30 habitantes, el estrato cinco con una muestra de 11 habitantes, el estrato seis con una muestra de un habitante.

### **3.5.3 Instrumento de Recolección de Información**

La herramienta con la cual se pretende levantar la información es un modelo de encuesta, realizada por los miembros de esta investigación, la cual se encuentra como anexo 1, este cuestionario comprende una sola pregunta donde el encuestado escogió de un listado de 59 empresas medianas, cinco que considere con elevado “Goodwill”.

### 3.5.4 Tratamiento de la Información

Para la identificación de medianas empresas con un elevado “Goodwill”, se toma en primera instancia la base de datos que fue proporcionada por la Cámara de Comercio de Pasto, de la cual se realiza una primera selección, en dónde se eligen empresas ubicadas en la ciudad de San Juan de Pasto, posteriormente, a este grupo de empresas se le aplica un segundo filtro; dentro de las características que se buscan en las organizaciones a seleccionar es que éstas sean de un tamaño mediano, cuyas características están expresadas dentro de la ley 590 del 2000 expedida por el Congreso de la República dentro del artículo 2.

Puesto que en la ciudad es mayoritario el número de empresas que van desde medianas a mipymes, se decide que éste filtro se elabore refiriéndose a la cantidad de personal que las empresas poseen. Sin dejar de lado los activos de las compañías, una característica fundamental a la hora de clasificar el tamaño de estos entes.

Con el fin de evitar sesgos en la investigación, se considera que para este tercer filtro aquellas organizaciones que no contengan la parte de activos en la información suministrada por Cámara de Comercio serán tenidas en cuenta para contar un mayor rango de confianza, arrojando el siguiente listado:

*Tabla 1 Listado de empresas medianas en la ciudad de San Juan de Pasto*

Empresa	Personal
DISTRIBUIDORA TROPIPASTO SAS	200
COLLECT CENTER SAS	189

---

PUYO S.A.	160
EMPRESA TRANSPORTADORA DE AUTOBUSES DEL SUR SAS	155
ESTRUCTURAS DE NARIÑO SAS	146
SEVITEM LTDA TRANSPORTE Y MENSAJERIA	131
CLINICA ONCOLOGICA AURORA SAS	118
JOSE AVILA DIAZ Y CIA. LTDA.	116
CACHARRERIA CALI VARGAS & CIA S EN C	116
SUPERGAS DE NARIÑO S.A. E.S.P.	113
EMPRESA DE OBRAS SANITARIAS DE NARIÑO EMPONAR S.A.	112
GREEN SAS	110
S E I S CONSTRUCTORES SAS	106
DOYCA CONSTRUCCIONES SAS	103
PANAVIAS INGENIERIA & CONSTRUCCIONES S A	102
DOS CONSTURCTORES SAS	102
LA CIGARRA SAS	100
UNIDAD CARDIOQUIRUGICA DE NARIÑO SAS	100
DISTRIMAYOR PASTO SAS	99
AUTOMOTRES DE NARIÑO AUTODENAR S.A.	97
INDUSTRIA CAFETERA DE NARIÑO SAS	97
CLINICA BELLATRIZ S A S	97
TRUJILLO SERRANO Y CIA S EN C	96
DISTRITIENDAS DE NARIÑO LTDA. C.I.	94
K R K CAFFETO SAS	91

---

---

ERASO GONZALES SOLEDAD	91
CENTOR MEDICO VALLE DE ATRIZ EMPRESA UNIPERSONAL	90
CONSTRUCCIONES Y VIAS E U	90
CONSTRUCTORA VALLE DE ATRIZ SAS	89
GRUPIO EDITORIAL DIARIO DEL SUR SAS	88
CR DOS CONSTRUCTORA SAS	88
GASEOSAS NARIÑO S.A.	77
TAYKA COLOMBIA SAS	76
CONSTRUCCIONES FUTURO LTDA. CONFUTURO LTDA.	75
SALAZAR ARROYO JORGE MARIO	74
R Y R SUMINISTROS E INGENIERIA SAS	72
INSTITUTO RADIOLOGICO DEL SUR S A S	71
TRANSPORTES EJECUTIVOS SAS	70
GUERRA SANCHEZ CARLOS ARTEMIO	69
INGENIERIA MEDICA DEL SUR IMEDSUR SAS	68
KEEWAY BENELLI COLOMBIA SAS	67
PATINO HERMES ANTONIO	66
DEJO CONSTRUCCIONES SAS	66
ASEO Y SERVICIO LIMITADA	65
CLINICA DE ORTOPEDIA Y FRACTURAS TRAUMEDICAL S.A.S.	65
LABORATORIO DE ESPECIALIDADES CLINIZAD SAS	65
COMERCIALIZADORA DE FIJACION EXTERNA SAS	63
ENRIQUEZ DE LA ROSA ANIBAL	63

---

---

ELECTRODOMESTICOS CREDICENTRO LTDA.	60
DE LA PORTILLA MONCAYO JAIME EDUARDO	60
INVERSIONES SAN IGNACIO SAS	59
CASABURALGO SAS	57
INVERSIONES PASTO SAS	57
BRAVO MENESES ERNESTO	57
CH – Z Y CIA S C S	56
COMPANIA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD NARIÑO LTDA	55
COVISNAR LTDA	
FRIGORIFICO JONGOVITO S.A. FRIGOVITO S.A.	55
TRANSPORTES T&M SAS	51
MORA INSUASTY GERMAN EUGENIO	51

---

Fuente: Cámara de Comercio San Juan de Pasto año 2018.

Cuando se seleccionaron las empresas objeto de estudio, se aplicó al gerente de estas el test 16pf, cuyos datos fueron analizados a través del programa SPSS, con el fin de establecer si existe o no relación entre los rasgos de personalidad y el “Goodwill”.

## **4 HPOTESIS**

### **4.1 Hipótesis Del Trabajo**

Si existe relación entre los rasgos de personalidades de gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad de San Juan de Pasto.

### **4.2 Hipótesis Nula.**

No existe relación entre los rasgos de personalidades de gerentes de medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” en la ciudad de San Juan de Pasto.

## **CAPITULO I. “GOODWILL” DEFINICIÓN, RETOS Y ALCANCE EN LA CIUDAD SAN JUAN DE PASTO**

### **1.1 Conceptualización de “Goodwill”**

El concepto “Goodwill” no es un término nuevo, por el contrario ( Ratiu & Tiron, 2012) afirman que este término nace en la década de 1980 por el autor LR Dicksee, quien escribió el primer libro dedicado al “Goodwill” titulado “Goodwill and Its Treatment in Accounts” (Dicksee, 1906). Para este autor “Goodwill” es el beneficio que surge de la conexión y la reputación (Dicksee, 1906).

De igual manera Lord Macnaghten hace referencia al “Goodwill” como:

“el beneficio y la ventaja del buen nombre, la reputación y la conexión de un negocio. Es la fuerza de atracción que trae en la costumbre... El “Goodwill” se compone de una variedad de elementos. Se diferencia en su composición en diferentes oficios y en diferentes empresas en el mismo comercio” ( Ratiu & Tiron, 2012, pág. 2).

Courtis concibe de forma similar tal como lord Macnagheten dado que estos autores fundamentan que el “Goodwill” no se puede tomar como una variable más dentro de las cuentas comerciales, ya que dentro este se evalúan diferentes componentes y no se puede hacer la separación de estos para ser estimados como activos ( Ratiu & Tiron, 2012). Al igual que Robert F. Reilly en su artículo “Goodwill Valuation Approaches, Methods, and rocedures” sustenta que dentro de las diversas interpretaciones del concepto de buen nombre se pueden segmentar en dos

categorías: interpretaciones residuales e interpretaciones de ingresos, sin que ninguna de estas se encuentre alejada en sus elementos (Reilly, 2015)

Desde esta perspectiva, la investigación *The Definition of “Goodwill”- a Chronological Overview*, identificó algunos elementos generales del “Goodwill” como: ubicación de la empresa, las relaciones sociales y comerciales, marcas registradas, derechos de autor, patentes, trabajadores cualificados, la calidad de los servicios o productos que vende, la lealtad del cliente (Ratiu & Tiron, 2012) .

Ahora bien, en Colombia a través del documento “El “Goodwill” como Alternativa de Valuación Patrimonial” se establecieron algunos componentes que difieren de los anteriores mencionados, como son: habilidad del empresario, experiencia técnica y superutilidades. (Castillo, 1988), desde el enfoque financiero “Goodwill” nacionalmente es definido como “El valor actual o capitalizado de las ganancias futuras estimadas de una empresa establecida, con exceso de los resultados normales que pudieran razonablemente presumirse realizados por una empresa”, quien además cita a Patón y complementa la definición con la capacidad de la empresa en la realización de súper-utilidades (Castillo, 1988).

Adicionalmente en el país este concepto se incorporó en el derecho fiscal Colombiano como resultado del impuesto sobre la renta, patrimonio y exceso de utilidades, mediante la Ley 78 de 1935 y el Decreto 818 de 1936 y así entonces, se puede constatar que “El “Goodwill” puede ser valorado como la diferencia entre el valor neto de los activos individualmente de una

empresa y el valor total de la empresa” (Flores, 1988), contabilizando el producto total del material tangible e intangible que conforma la sociedad colombiana empresarial.

Finalmente se puede establecer que el desarrollo económico, social, industrial y hasta tecnológico han influido en la extensión del concepto “Goodwill”, puesto que definirlo es un proceso que se despliega y dilata dependiendo de las etapas o épocas en el que se conceptualice, a finales de los años 1800 y hasta la actualidad sin obtener un resultado permanente de “Goodwill”. Siendo mejor explicado por (Hughes, 1982) “... no había una verdad y nunca lo será. El origen de “Goodwill” puede ser revelado a través de la historia, pero su naturaleza es una cuestión de interpretación personal y de la subjetividad”.

Teniendo en cuenta lo mencionado por Hughes, para la actualidad en el entorno colombiano, el concepto podría trascender de forma evolutiva haciendo referencia al “Goodwill” como:

“Al buen prestigio logrado frente a terceros; es considerado como el bien intangible de mayor representación en los activos de una compañía, como quiera que le permite acceder con facilidad a los diversos campos y ampliación de referentes con proveedores y clientes, dado su gran reconocimiento en el mercado, constituyéndose así en parte principal del acervo patrimonial de una empresa” definido por (Rojas, 2015, pág. 1).

## **1.2 Reto del “Goodwill” – Alineación de Parámetros Internos y Externos en la Organización**

Recientemente se podría decir que el principal reto de una empresa que ha obtenido buen nombre es mantenerlo, ya que cualquier desacierto o cambio mal realizado en éste puede dismantelar el trabajo de años o retroceder su avance en las esferas internas y externas como fue el caso de la famosa marca Fósforos “El Rey”, ya que al no innovar los productos en su empresa pasa satisfacer las nuevas necesidades de la sociedad, la compañía atravesó un proceso de liquidación al perder reconocimiento ante terceros (clientes); frente a esta situación el liquidador de la Compañía fosforera Colombiana expresó: “No se puede pretender que una compañía que tiene más de 80 años fabricando fósforos siga subsistiendo. Se trata de un producto que ha venido en decadencia” (El Tiempo, 2018). Demostrando la necesidad que tiene una organización de innovar en todos los ámbitos empresariales para mantenerse en los mercados.

Desde esta visión los retos en los procesos internos de las organizaciones se traducen en el fortalecimiento de las esferas internas, por ejemplo, el desarrollo integral del talento humano de las empresas buscan alinear los parámetros organizaciones ordenándolos con los objetivos del desarrollo personal de los empleados y la misión organizacional, no es una gestión sencilla para llevar a cabo; esta estrategia es tan cambiante como el concepto “Goodwill”, debido a que depende de la época así como del entorno en el que se desenvuelva y al recogimiento de las necesidades y el logro de las satisfacciones del personal. Pero el logro de esta según (Cravero, Sepúlveda, Trujillo y Mazón, 2009). “permite tener un equipo motivado en cualquier situación” para un mayor impacto en el mercado bajo el componente “Goodwill” administrativo.

Cuando se refiere a la alineación de parámetros se establece un soporte técnico y fundamental con los niveles de satisfacción concerniente al clima laboral dentro de aquellas empresas adquirientes del método en el proceso de motivación y desempeño, para que se efectúen aquellas características especiales que tiene el “Goodwill”: “Desde esta aproximación, se planteaba que las tareas asignadas al trabajador tenían que ser diseñadas de un modo tal que se creasen condiciones favorables para la alta motivación, la satisfacción y el desempeño”. (HERNÁNDEZ, SALANOVA y PEIRÓ, 2003). Esto enseña que la alineación de objetivos particulares con los institucionales acentúa el engrandecimiento de una empresa multiplicando la producción de los activos tangibles e intangibles.

En conclusión podemos destacar el ámbito de estabilidad empresarial al Talento Humano, el cual debe estar comprometido con los objetivos misionales y personales, que hace que el reconocimiento salarial sea un objetivo secundario, al dejar de lado las condiciones salariales se prioriza el desempeño personal lo que conlleva al cumplimiento de metas organizacionales, de esta manera se producen unas características que ejercen un control subjetivo e inducido por parte de las empresas que desean una retribución óptima en el buen desempeño de sus cargos.

En cuanto a las esferas externas organizacionales se destaca las relaciones con otras entidades, como lo son las instituciones financieras, debido a que el crédito mercantil es un elemento de “Goodwill”, el cual está inmerso dentro de las relaciones humanas (negocios), como se mencionó al inicio del capítulo, estas alianzas empresariales son importantes debido a que

aportan capital a las empresas para el crecimiento o sostenimiento de las mismas, lo que conlleva al incremento y consolidación del “Goodwill”.

Por tanto, según (Castillo, 1988) una ventaja para aquellas empresas con “Goodwill”, radica en que estas cuenten con mayor facilidad para adquirir capital o crédito bancario en vista de su presencia en el mercado y la confiabilidad que refleja ante las entidades bancarias. Cabe aclarar que estos organismos financieros también tienen en cuenta la capacidad de pago de las organizaciones solicitantes de crédito para aprobar o reprobar la solicitud de crédito.

### **1.3 Alcance - Interpretación Local Sobre “Goodwill”**

#### **1.3.1 Conceptualización “GOODWILL” en San Juan de Pasto.**

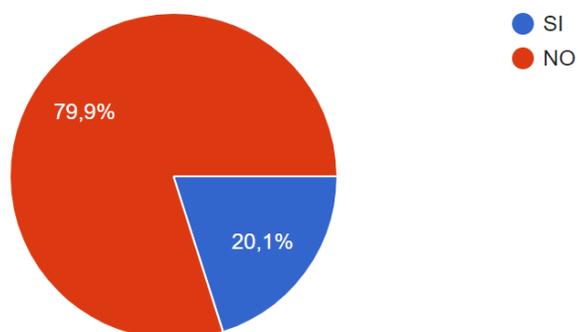
Con el fin de establecer el nivel de conocimiento en cuanto al concepto de Goodwil en la ciudad San Juan de Pasto se llevó a cabo una encuesta aplicada en el mes de febrero del presente año (2019), a través de una plataforma virtual bajo el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/forms/d/1aoQ3dj2QdLhUWFfAduhRRsKNrmDQnvLKnoC36D3jejo/edit>

it, donde resultaron quinientas setenta y dos personas encuestadas como se visualiza en la siguiente ilustración:

## CONOCE EL CONCEPTO DE GOODWILL EMPRESARIAL?

572 respuestas



*Ilustración 3. Resultados de encuesta a ciudadanos de San Juan de Pasto sobre la conceptualización.*

Fuente: Este estudio.

Se obtuvo como resultado que de quinientas setenta y dos (572) encuestas el 79,9% dicen desconocer el concepto de “Goodwill”, y un grupo de ochenta personas lo que equivale al 20.01% dicen desconocer el término, por consiguiente, se infiere que para la mayoría de los ciudadanos de San Juan de Pasto existe un desconocimiento del concepto “Goodwill”.

### 1.3.2 Marca Vs “Goodwill”

A pesar de que el 20.01% de personas dijo conocer el concepto “Goodwill”, se pudo identificar una confusión conceptual entre este término y lo referente a marca, al encontrar que en algunas respuestas hacen referencia a marca y no a “Goodwill”, como se puede concluir con la siguiente interpretación obtenida en la encuesta anteriormente mencionada: “dar calidad y posicionamiento a la marca de un producto” (PASTO, 2019).

Ahora bien, se podría decir que es normal la manera en la cual los conceptos sobre marca adquieren una dimensión más amplia, y que, la sociedad podría abarcar un constructo mayor que las supera y sobrepasa a aquello que representa el “Goodwill”, que sin duda no tiene relevancia a la hora de ser definido por las personas,

Para esclarecer estos conceptos, tenemos que interpretar la característica principal que diferencian a marca sobre “Goodwill”, donde marca solamente hace referencia a un producto o servicio bandera, dicho de otro modo por el autor Pedro Fenollar Querada:

“El consumo contemporáneo que está dado por un carácter interdisciplinario, abordado por disciplinas que lo nutren tales como psicología, economía, sociología, administración, antropología, etc. Lo que genera una interdependencia entre estas disciplinas que nutren a su vez al marketing y desde allí al concepto mismo de marca” (Querada, 2014, pág. 2).

De ahí que la concepción de marca se amplía desde el sistema capitalista bajo sus factores: económico y comercial, donde intervienen todas las disciplinas que participan en este elemento, de igual manera (Palacios, 2014) opina que:

“Esto permite que el campo de acción de la marca pueda emplear los diferentes elementos propios de las diversas disciplinas, a manera de ejes sobre los cuales actuar e incluso les facilita instaurar reglas, normas, prácticas y actividades culturales, dándole un rol de apoyo al sistema capitalista”. (Pag 9)

Ahora bien el concepto de “Goodwill” está conformado como un proceso más interno y de carácter humano donde:

“Su valoración requiere de un procedimiento de conformidad con lo que disponen el Decreto 55 de 1942, en armonía con lo dispuesto en el Decreto 526 de 1.945, normas que establecen los factores constitutivos del “Goodwill” comercial o industrial, siendo el Decreto 2650 de 1993 el que estableció que su registro contable se efectúe con el nombre de “Crédito Mercantil” (que abarca el buen nombre, prestigio y reconocimiento alcanzado por una empresa frente a un mercado), indicando que se registre dentro de todos los activos netos comprados, teniendo en cuenta el reconocimiento de atributos como son el buen ...”. (Rojas, 2015, pág. 1)

En conclusión, marca es uno de los elementos de “Goodwill”, como se expresa en el artículo “El “Goodwill” como Alternativa de Valuación Patrimonial” (Castillo, 1988) cuando define los elementos integrantes de “Goodwill” como clientela, habilidad del empresario, prestigio, experiencia, técnica, competencia, nombre comercial, crédito, marca (...). Por consiguiente, estos conceptos no son equivalentes, a pesar de que al término marca la sociedad le ha atribuido más dimensión de la que éste abarca.

Teniendo en cuenta lo expuesto en este capítulo y, sobre todo, la perspectiva que esta investigación adopta de Hughes, quien avala la elaboración de concepto “Goodwill”, teniendo en cuenta que hay que identificar algunos requisitos necesarios para la construcción del “GOODWILL” como son: la época, el territorio y el desarrollo empresarial. Con base en esto, se elaboró un concepto considerando todos los factores del territorio nariñense y los sustentos del concepto “Goodwill” de diferentes épocas, obteniendo como resultado el siguiente concepto:

“Goodwill es un activo intangible que ofrece reconocimiento a las organizaciones, el cual es medido solamente por las percepciones positivas de las terceras personas (clientes, proveedores, trabajadores, personas naturales, jurídica, entidades financieras, entes gubernamentales....)” frente a todos los componentes administrativos (infraestructura, talento humano, atención al usuario, área de comercialización y ventas, área administrativa, área financiera, logística, posventa, área de producción) que le genere valor. (Fuente: Esta investigación)

Por último, se puede decir que en el transcurso de la historia el concepto de “Goodwill” se ha transformado en un componente importante para la solidificación de las empresas, llevando a cabo una dinamización económica significativa, el desarrollo del capital y el factor humano; elementos fundamentales en el fortalecimiento del buen nombre, los cuales logran un referente proporcional en donde los activos aumenten de forma positiva en las cuentas del capital que se refleja en el reconocimiento positivo por parte de terceras personas, cabe aclarar que el “Goodwill” está formado por componentes tanto tangibles, como intangibles, en el primero se puede encontrar por ejemplo materiales y maquinaria, en la parte intangible se encuentra el reconocimiento de la empresa, la forma cómo miden su desempeño en prestación de servicios y el capital intelectual.

## **CAPITULO II. RANKING EN “GOODWILL” EMPRESARIAL EN SAN JUAN DE PASTO**

Partiendo del hecho del desconocimiento del término “Goodwill” ratificado en el capítulo uno del presente trabajo de investigación, se hace necesario el desarrollo de una escala que permita identificar qué empresas poseen dicho activo intangible; razón por la cual se desarrollaron y aplicaron encuestas a personas residentes en la ciudad de San Juan de Pasto, cuyo objetivo fue identificar las empresas con mayor “Goodwill” en la Ciudad.

Para iniciar la encuesta se caracterizó a los encuestados identificando: nombre, estrato y ocupación lo que permitió realizar un cruce de variables.

Para el cumplimiento del objetivo de la encuesta se realizaron las inducciones necesarias a todos los encuestados respecto al término “Goodwill”. Además, el listado de las medianas empresas son las que se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Pasto con fecha de corte noviembre de 2017.

A los encuestados se les solicitó la selección de las cinco principales empresas que ellos consideraban con mayor índice de “Goodwill” en una lista de 59 posibles, las cuales se relacionan a continuación:

*Tabla 2. Listado de empresas medianas en la ciudad de San Juan de Pasto*

NOMBRE DE LA MEDIANA EMPRESA	
1	DISTRIBUIDORA TROPIPASTO SAS
2	COLLECT CENTER SAS
3	PUYO S.A.
4	EMPRESA TRANSPORTADORA DE AUTOBUSES DEL SUR SAS
5	ESTRUCTURAS DE NARIÑO SAS
6	SEVITEM LTDA TRANSPORTE Y MENSAJERIA
7	CLINICA ONCOLOGICA AURORA SAS
8	JOSE AVILA DIAZ Y CIA. LTDA.
9	CACHARRERIA CALI VARGAS & CIA S EN C
10	SUPERGAS DE NARIÑO S.A. E.S.P.
11	EMPRESA DE OBRAS SANITARIAS DE NARIÑO EMPONAR S.A.
12	GREEN SAS
13	S E I S CONSTRUCTORES SAS
14	DOYCA CONSTRUCCIONES SAS
15	PANAVIAS INGENIERIA & CONSTRUCCIONES S A
16	DOS CONSTURCTORES SAS
17	LA CIGARRA SAS
18	UNIDAD CARDIOQUIRUGICA DE NARIÑO SAS
19	DISTRIMAYOR PASTO SAS
20	AUTOMOTRES DE NARIÑO AUTODENAR S.A.
21	INDUSTRIA CAFETERA DE NARIÑO SAS
22	CLINICA BELLATRIZ S A S
23	TRUJILLO SERRANO Y CIA S EN C
24	DISTRITIENDAS DE NARIÑO LTDA. C.I.
25	K R K CAFFETO SAS
26	ERASO GONZALES SOLEDAD
27	CENTOR MEDICO VALLE DE ATRIZ EMPRESA UNIPERSONAL
28	CONSTRUCCIONES Y VIAS E U
29	CONSTRUCTORA VALLE DE ATRIZ SAS
30	GRUPIO EDITORIAL DIARIO DEL SUR SAS
31	CR DOS CONSTRUCTORA SAS
32	GASEOSAS NARIÑO S.A.
33	TAYKA COLOMBIA SAS
34	CONSTRUCCIONES FUTURO LTDA. CONFUTURO LTDA.
35	SALAZAR ARROYO JORGE MARIO
36	R Y R SUMINISTROS E INGENIERIA SAS
37	INSTITUTO RADIOLOGICO DEL SUR S A S

---

38	TRANSPORTES EJECUTIVOS SAS
39	GUERRA SANCHEZ CARLOS ARTEMIO
40	INGENIERIA MEDICA DEL SUR IMEDSUR SAS
41	KEEWAY BENELLI COLOMBIA SAS
42	PATINO HERMES ANTONIO
43	DEJO CONSTRUCCIONES SAS
44	ASEO Y SERVICIO LIMITADA
45	CLINICA DE ORTOPEDIA Y FRACTURAS TRAUMEDICAL S.A.S.
46	LABORATORIO DE ESPECIALIDADES CLINIZAD SAS
47	COMERCIALIZADORA DE FIJACION EXTERNA SAS
48	ENRIQUEZ DE LA ROSA ANIBAL
49	ELECTRODOMESTICOS CREDICENTRO LTDA.
50	DE LA PORTILLA MONCAYO JAIME EDUARDO
51	INVERSIONES SAN IGNACIO SAS
52	CASABURALGO SAS
53	INVERSIONES PASTO SAS
54	BRAVO MENESES ERNESTO
55	CH – Z Y CIA S C S
56	COMPANIA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD NARIÑO LTDA COVISNAR LTDA
57	FRIGORIFICO JONGOVITO S.A. FRIGOVITO S.A.
58	TRANSPORTES T&M SAS
59	MORA INSUASTY GERMAN EUGENIO

---

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, noviembre 2017.

Se aplicó la encuesta a 382 personas residentes en la ciudad de San Juan de Pasto de los diferentes estratos de la ciudad, cuya muestra quedó repartida de la siguiente manera: en el estrato uno se realizaron 86 encuestas, en el estrato dos 162 encuestas, en el estrato tres 92 encuestas, en el estrato cuatro 30 encuestas, en el estrato cinco 11 encuestas y finalmente en el estrato seis 1 encuesta, todo esto a fin de observar los gustos y preferencias de todos los estratos y también debido al poder adquisitivo de cada uno de ellos, ya que no todos pueden acceder a los productos o servicios ofrecidos por las empresas que se les presentaron.

Es así que, tras realizar un análisis de frecuencias de todas las encuestas realizadas a las personas residentes en San Juan de Pasto, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

*Tabla 3. Listado empresas con mayor “Goodwill” según personas residentes en San Juan de Pasto*

Puesto	Empresas medianas (Organizadas teniendo en cuenta sus índices de “Goodwill” según estudio)	Resultado
1	La Cigarra SAS	9,7%
2	Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C	8,9%
3	Puyo S.A.	8,1%
4	Clínica Bellatriz S A S	6,8%
5	Supergas de Nariño S.A. E.S.P.	6,3%
6	Distribuidora Tropipasto SAS	5,4%
7	Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS	3,8%
8	Cardioquirúrgica de Nariño SAS	3,7%
9	Casaburalgo SAS	3,6%
10	Instituto Radiológico del Sur S A S	3,6%
11	Automotores de Nariño Autodenar S.A.	3,5%
12	Grupo Editorial Diario del Sur SAS	3,0%
13	Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS	3,0%
14	Gaseosas Nariño S.A.	2,8%
15	Panavias Ingeniería & Construcciones S A	2,5%
16	Clínica Oncológica Aurora SAS	2,3%
17	Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.	2,2%

Fuente. Este estudio.

Se puede evidenciar que 23,52% de las empresas son comercializadoras, 17,64% son empresas productivo industrial y 58,82% son empresas prestadoras de servicios; también se puede decir que de las 17 empresas el 23,52% poseen sucursales dentro de la ciudad.

Según la percepción de los encuestados, existe mayor recordación cuando el nombre de la empresa se relaciona con el producto, por ejemplo, la empresa “La Cigarra SAS” cuyo producto es altamente reconocido como gaseosa “La Cigarra”.

Para muchos de los encuestados fue difícil la elección de las empresas debido a que existía mayor remembranza por la marca de la empresa, más que por el nombre de la empresa en sí; esto sumado a que la ciudadanía reconoce a las empresas no con el nombre con el que se encuentra registrada ante Cámara de Comercio, sino por otros que pueden ser similares o totalmente distintos, caso de ello es la empresa “Gaseosas Nariño S.A.”, que popularmente se la conoce como “Postobon”.

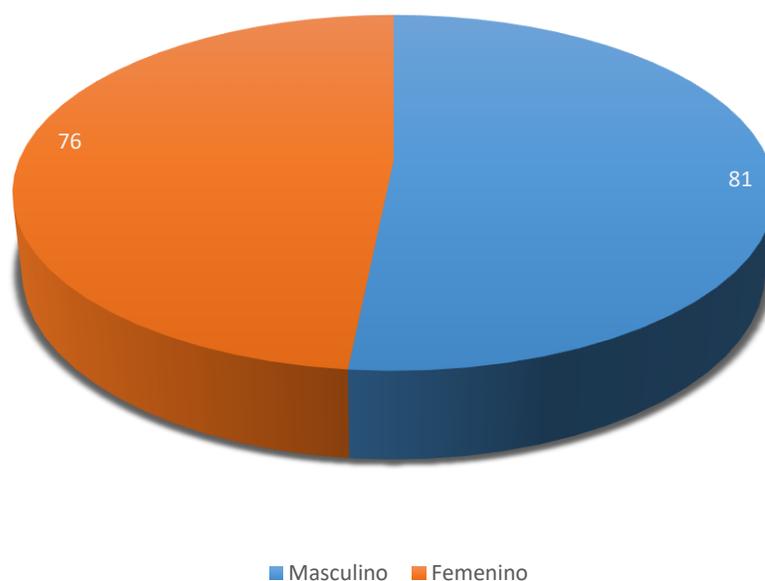
## **2.1. Presentación de Resultados Según Encuesta – Caracterización Según Empresa**

A continuación se presentan las características de los ciudadanos residentes en la ciudad de San Juan de Pasto, que participaron en el diligenciamiento de la encuesta que tuvo como objetivo: identificar las medianas empresas con mayor “Goodwill” en la ciudad de San Juan de Pasto.

### 2.1.1. La Cigarra SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 157 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “La Cigarra SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 4. Análisis por género La Cigarra SAS.*

Fuente. Este estudio.

Al analizar el porcentaje de mujeres que votaron por la empresa “La Cigarra SAS” con relación al total de mujeres encuestadas, se encuentra que el 9,21% dijo que ésta es una de las empresas con mayor “Goodwill”, mientras que el porcentaje de hombres es del 10,12%, dejando en evidencia que existe un 0,91% de preferencia por parte de la población masculina hacia la empresa.

De acuerdo con estos resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “La Cigarra SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 157 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “La Cigarra SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 4. Análisis por estrato La Cigarra SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
LA CIGARRA SAS	30	65	46	11	4	1	157

Fuente. Este estudio.

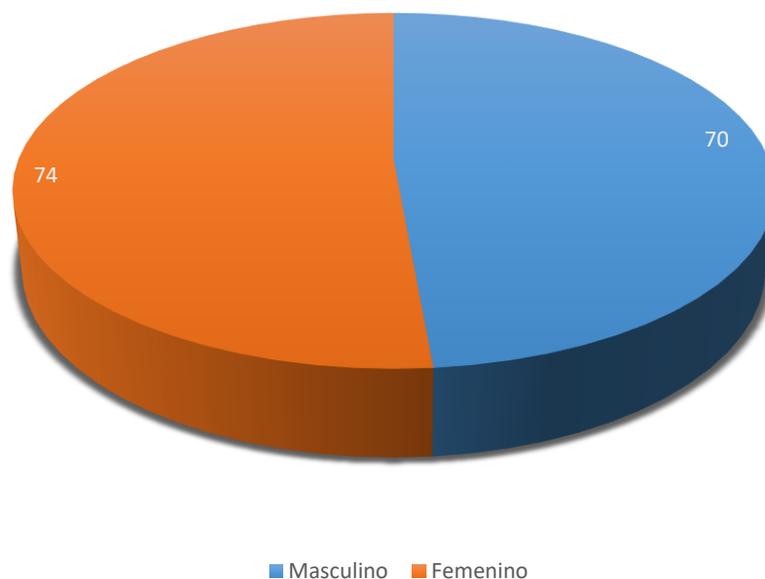
Con relación al total de personas encuestadas, los votos para “La Cigarra SAS” se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno obtuvo una votación equivalente al 34,88%, en el estrato dos al 40,12%, en el estrato tres al 50,00%, en el estrato cuatro al 36,66%, en el estrato cinco al 36,36% y finalmente en el estrato seis del 100%, siendo evidente que entre el estrato tres y el estrato seis es una de las empresas con mayor reconocimiento en el mercado, ya que, como se puede observar, las votaciones en estos estratos superan el 50%.

El estrato seis es el que más consume y prefiere a la empresa “La Cigarra SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.2.2. Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 144 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 5. Análisis por género Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C*

Analizando los resultados obtenidos en la encuesta se encuentra que el 8,96% del total de las mujeres encuestadas prefieren a la “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C” que representa únicamente un 0,21% sobre los encuestados hombres quienes representan el 8,75% en relación con el total de encuestados hombres; mostrando que la población femenina opta por esta empresa como una de las que posee mayor “Goodwill”

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 144 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 5. Análisis por estrato Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
CACHARRERIA CALI							
VARGAS & CIA S EN C	18	51	52	22	1	0	144

Fuente. Este estudio.

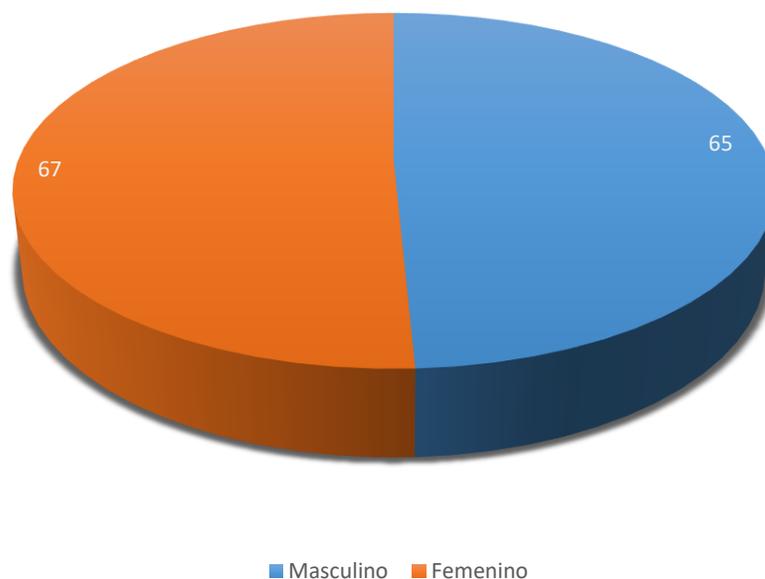
La “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C” según los votos que obtuvo con relación a la muestra poblacional definida, por estratos, para el estudio reparte dichos votos de la siguiente manera: votos del estrato uno equivalentes al 20,93%, en el estrato dos al 31,48%, en el estrato tres al 56,52%, en el estrato cuatro al 73,33% y en el estrato cinco al 9,09%, siendo evidente que se encuentra en un sitio de preferencia entre los estratos tres y cuatro.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Cacharrería Cali Vargas & Cía. S En C”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.3. Puyo S.A.

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 132 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Puyo S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 6. Análisis por género Puyo S.A.*

Fuente. Este estudio.

La población femenina que considera que la empresa “Puyo S.A.” es una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 8,12%, al igual que la población masculina; teniendo en cuenta que el porcentaje de mujeres encuestadas con relación a los hombres encuestados, es levemente mayor con un 1,53%.

Se puede decir que tanto hombres como mujeres consideran, en igual porcentaje, que la empresa “Puyo S.A.” posee un “Goodwill” elevado, así mismo se puede decir que ambos géneros consumen y tienen preferencia por esta empresa.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 132 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Puyo S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 6. Análisis por estrato Puyo S.A.*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
PUYO S.A.	22	53	41	11	4	1	132

Fuente. Este estudio.

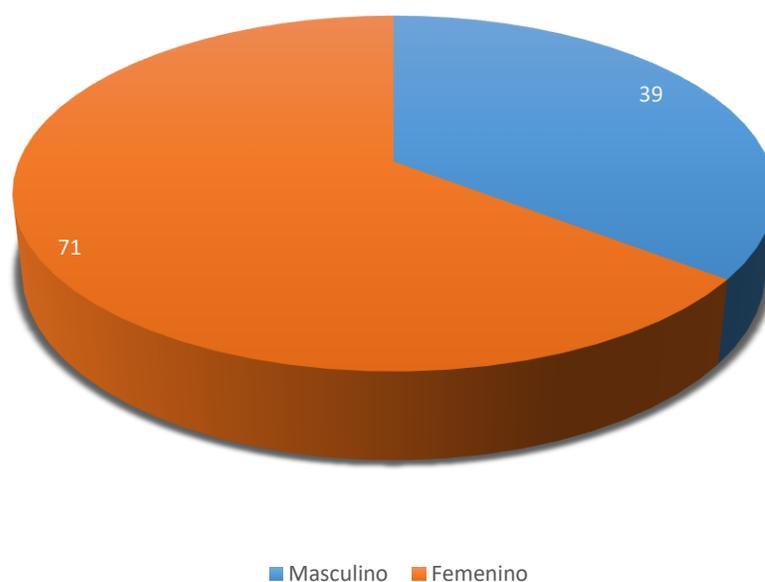
La empresa “Puyo S.A.” se posiciona en tercer lugar en el ranking de las empresas con mayor “Goodwill” según los encuestados, obteniendo un 8,1 % del total de los votos, los cuales según el estrato, en relación a la muestra de cada uno, se reparten así: el 25,58% del total de encuestados del estrato uno, el 32,71% del estrato dos, el 44,56% del estrato tres, el 36,66% del estrato cuatro, el 36,36% del estrato cinco y finalmente el 100% del estrato seis, siendo este último el que mayor preferencia posee por la empresa “Puyo S.A.”.

El estrato seis es el que más consume y prefiere a la empresa “Puyo S.A.”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

#### 2.1.4. Clínica Bellatriz S A S

##### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 110 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica Bellatriz S A S” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 7. Análisis por género Clínica Bellatriz S A S*

Fuente. Este estudio.

Para la “Clínica Bellatriz S A S” la diferencia entre los votos que obtuvo por parte de la población masculina y femenina es bastante amplia, obteniendo por parte del total de mujeres encuestadas un 8,60% de los votos, mientras que por parte de los hombres únicamente el 4,87% votaron a esta empresa como una de las que posee mayor “Goodwill”, dejando en claro que la población femenina tiene una mayor preferencia a esta empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Clínica Bellatriz S A S”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 110 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica Bellatriz S A S” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 7. Análisis por estrato Clínica Bellatriz S A S*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
CLINICA							
BELLATRIZ S A S	19	40	30	18	2	1	110

Fuente. Este estudio.

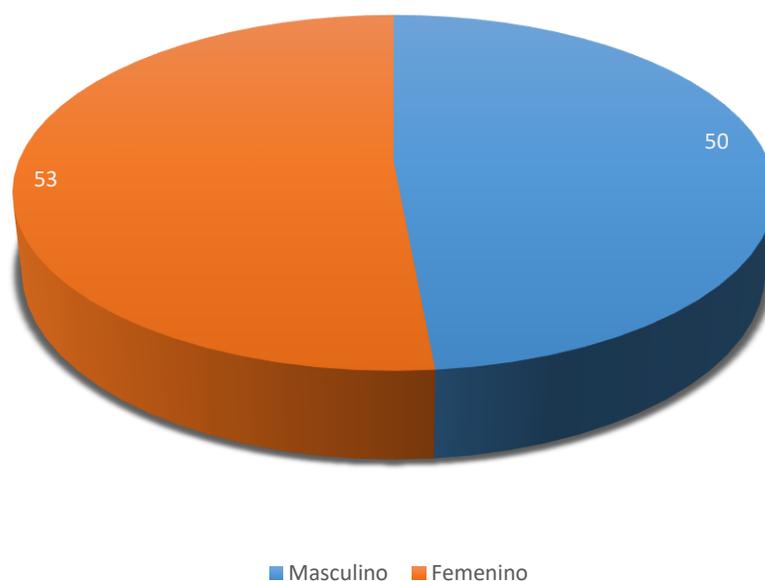
Con relación al total de personas encuestadas, los votos se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno obtuvo una votación equivalente al 22,09%, en el estrato dos al 24,69%, en el estrato tres al 32,60%, en el estrato cuatro al 60,00%, en el estrato cinco al 18,18% y finalmente en el estrato seis del 100%, siendo los estratos cuatro y seis los que tienen una mejor percepción de “Clínica Bellatriz S A S”, superando el 50% del total de votos en cada estrato.

El estrato seis es el que más consume y prefiere a la empresa “Clínica Bellatriz S A S”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.5. Supergas de Nariño S.A. E.S.P.

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 103 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 8. Análisis por género Supergas de Nariño S.A. E.S.P.*

Fuente. Este estudio.

Analizando los resultados obtenidos en la encuesta se encuentra que el 6,42% del total de las mujeres encuestadas prefieren a la empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.” que representa únicamente un 0,17% sobre los encuestados hombres quienes representan el 6,25% en relación con el total de encuestados hombres; mostrando que la población femenina considera esta empresa como una de las de mayor “Goodwill”.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 103 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 8. Análisis por estrato Supergas de Nariño S.A. E.S.P.*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
SUPERGAS DE NARIÑO S.A. E.S.P.	19	44	35	5	0	0	103

Fuente. Este estudio.

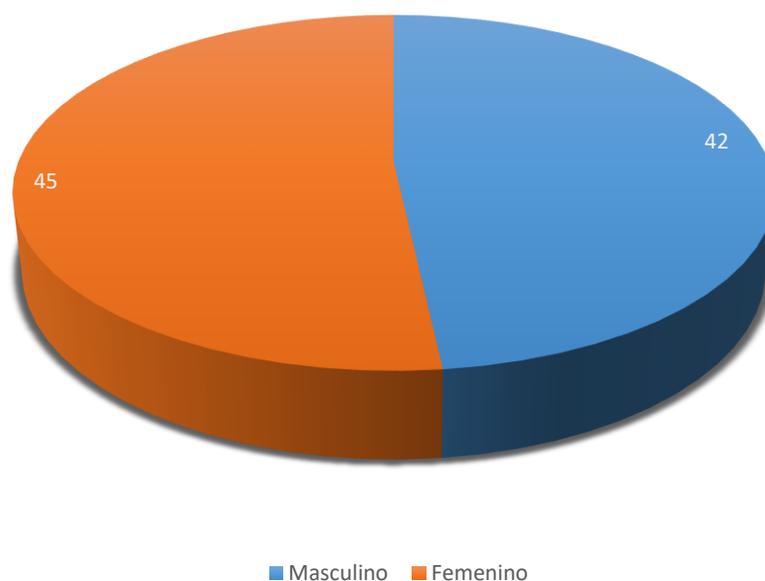
La empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.” entra en la escala de empresas con mayor “Goodwill”, según los encuestados, en el quinto lugar, ya que se posiciono con el 6,3% del total de los votos; los cuales con relación al total de encuestados por estrato se dividen en 22,09% en el estrato uno, 27,16% en el estrato dos, 38,04% en el estrato tres, y finalmente en el estrato cuatro el 16,66%.

El estrato tres es el que más consume y prefiere a la empresa “Supergas de Nariño S.A. E.S.P.”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.6. Distribuidora Tropipasto SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 87 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Distribuidora Tropipasto SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 9. Análisis por género Distribuidora Tropipasto SAS*

Fuente. Este estudio.

La “Distribuidora Tropipasto SAS” contó con una votación por parte de las mujeres del 5,45% en relación con el total de las encuestadas, por otra parte por parte del total de los hombres contó con un porcentaje de 5,25% del total de los votos de los hombres.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Distribuidora Tropipasto SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 87 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Distribuidora Tropipasto SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 9. Análisis por estrato Distribuidora Tropipasto SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
DISTRIBUIDORA							
TROPIPASTO SAS	17	37	22	6	4	1	87

Fuente. Este estudio.

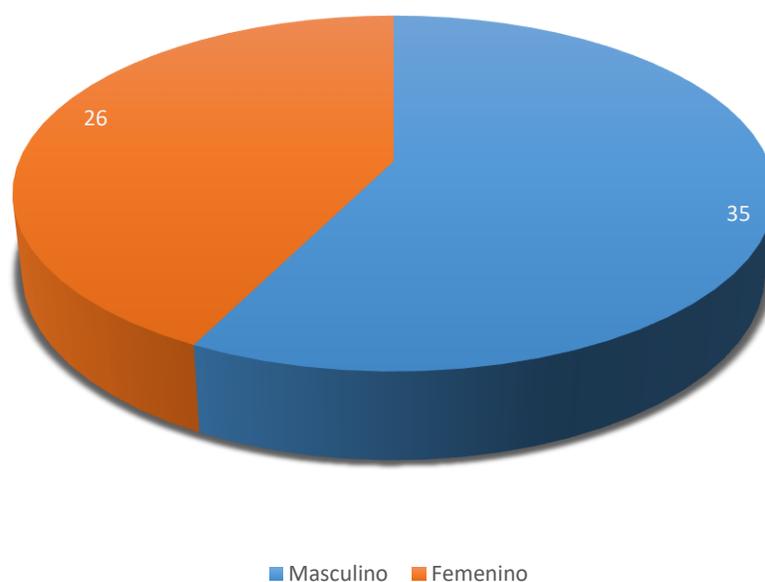
La “Distribuidora Tropipasto SAS” es la sexta empresa con mayor “Goodwill” según los encuestados, ya que se posiciono con el 5,4% del total de los votos; los cuales equivalen por estrato al 19,76% en el estrato uno, 22,83% en el estrato dos, 23,91% en el estrato tres, 20,00% en el estrato cuatro, 36,36% en el estrato cinco y finalmente el 100% en el estrato seis.

El estrato seis es el que más consume y prefiere a la empresa “Distribuidora Tropipasto SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.7. Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 61 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 10. Análisis por género Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS*

Fuente. Este estudio.

La población femenina que considera que la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS” es una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 3,15%, mientras que la población masculina que la considera como una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 4,35%, por lo que se puede decir que la población masculina prefiere a esta empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 61 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 10. Análisis por estrato Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
ESMPRESA							
TRANSPORTADORA							
DE AUTOBUSES	10	25	19	6	1	0	61
DEL SUR SAS							

Fuente. Este estudio.

El séptimo lugar lo ocupa la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS” como una de las empresas con mayor “Goodwill” según los encuestados, ya que se posiciono con el 3,8% del total de los votos.

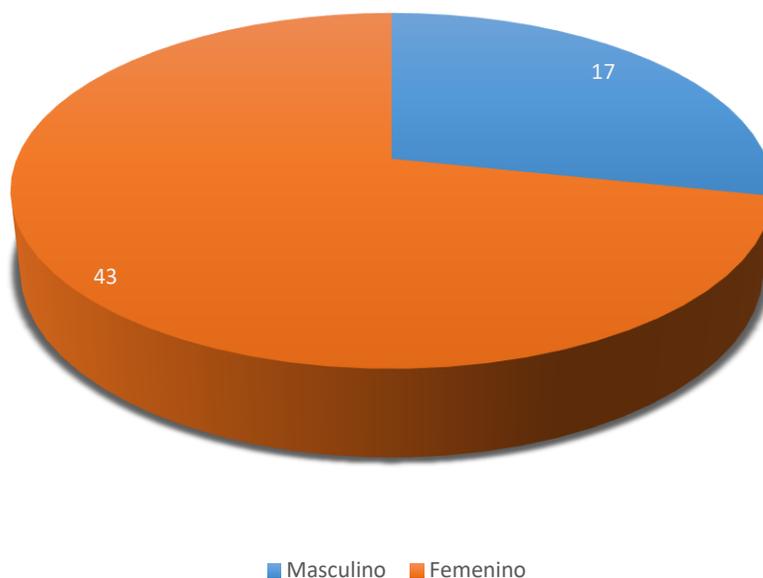
Con relación al total de encuestados por estrato los porcentajes se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno el 11,62%, en el estrato dos el 15, 43%, en el estrato tres el 20,65%, en el estrato cuatro el 20,00% y en el estrato cinco el 9,09%.

El estrato tres es el que más consume y prefiere a la “Empresa Transportadora de Autobuses del Sur SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.8. Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 60 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 11. Análisis por género Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS*

Fuente. Este estudio.

La población femenina encuestada considera que la “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS” es la una de las empresas con mayor “Goodwill” obteniendo un porcentaje de

5,21% del total de votos de las mujeres encuestadas, mientras que de los hombres encuestados solo obtuvo el 2,12%.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 60 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 11. Análisis por estrato Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
UNIDAD							
CARDIOQUIRUGICA	11	17	22	8	2	0	60
DE NARIÑO SAS							

Fuente. Este estudio.

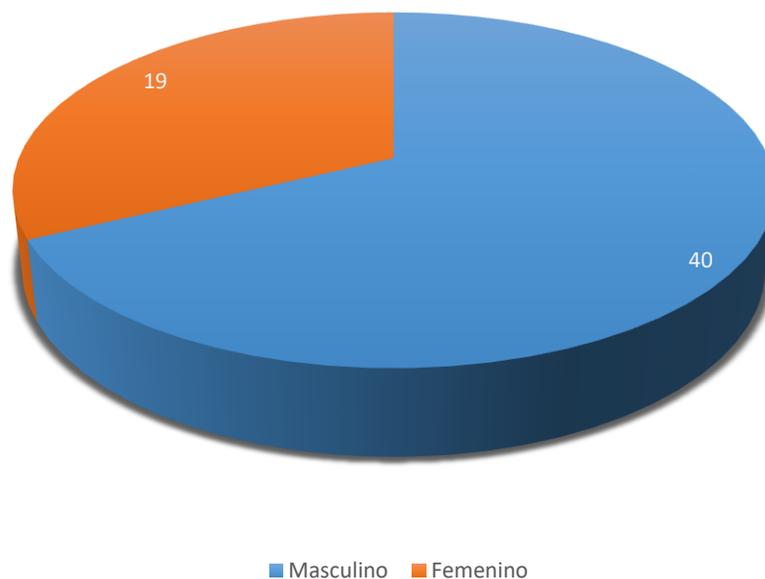
La “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS” es la octava empresa con mayor “Goodwill” según la percepción de los encuestados, con un 3,7% de votos, donde por parte del estrato uno obtuvo el 12,79%, del estrato dos el 10,49%, del estrato tres el 23,91%, del estrato cuatro el 26,66% y del estrato cinco el 18,18%.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Unidad Cardioquirúrgica de Nariño SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.9. Casaburalgo SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 59 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Casaburalgo SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 12. análisis por género Casaburalgo SAS*

Fuente. Este estudio.

La población femenina que considera que la empresa “Casaburalgo SAS” es una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 2,30%, mientras que la población masculina que la

considera como una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 5,00%, por lo que se puede decir que la población masculina prefiere a esta empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Casaburalgo SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 59 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Casaburalgo SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 12. Análisis por estrato Casaburalgo SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
CASABURALGO							
SAS	15	23	14	5	2	0	59

Fuente. Este estudio.

La empresa “Casaburalgo SAS” entra dentro del ranking siendo novena en la lista de empresas con mayor “Goodwill” en Pasto según los encuestados, con el 3,6% del total de los votos.

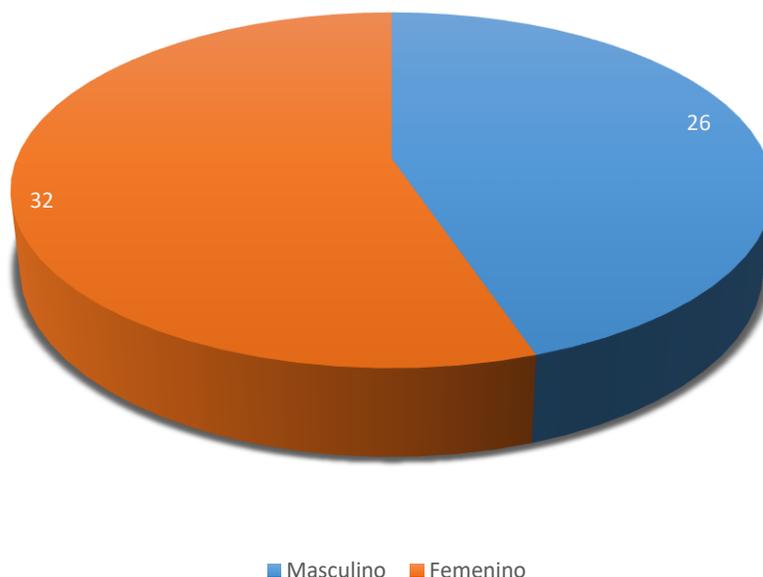
Donde en el estrato uno obtuvo el 17,44%, en el estrato dos el 14,97%, en el estrato tres el 15,21%, en el estrato cuatro el 16,66% y finalmente en el estrato cinco el 18,18%.

El estrato cinco es el que más consume y prefiere a la empresa “Casaburalgo SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.10. Instituto Radiológico del Sur S A S

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 58 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Instituto Radiológico del Sur S A S” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 13. Análisis por género Instituto Radiológico del Sur S A S*

Fuente. Este estudio.

Analizando los resultados obtenidos en la encuesta se encuentra que el 3,87% del total de las mujeres encuestadas prefieren al “Instituto Radiológico del Sur S A S” que representa únicamente un 0,62% sobre los encuestados hombres quienes representan el 3,25% en relación

con el total de encuestados hombres; mostrando que la población femenina opta por esta empresa como una de las que posee mayor “Goodwill”.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Instituto Radiológico del Sur S A S”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 58 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Instituto Radiológico del Sur S A S” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 13. Análisis por estrato Instituto Radiológico del Sur S A S*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
<b>INSTITUTO</b>							
<b>RADIOLOGICO DEL</b>	11	25	16	6	0	0	58
<b>SUR S A S</b>							

Fuente. Este estudio.

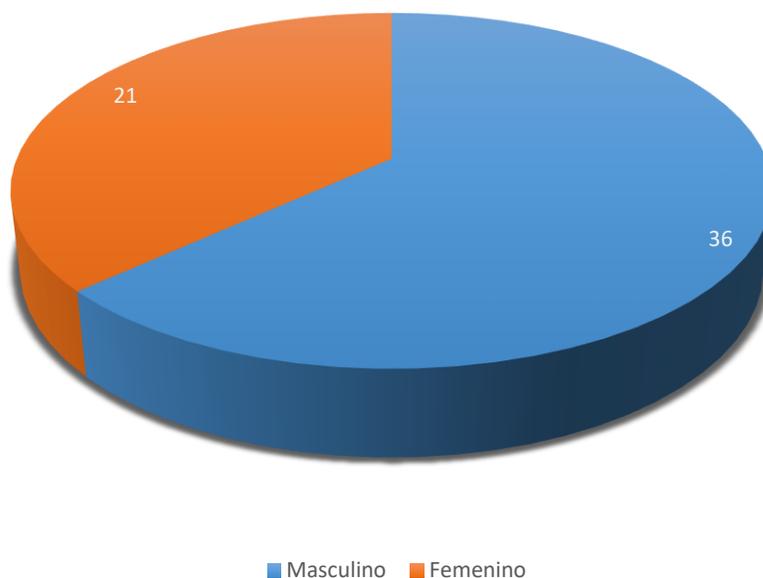
Con relación al total de encuestados por estrato los porcentajes se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno el 12,79%, en el estrato dos el 15,43%, en el estrato tres el 17,39%, y finalmente en el estrato cuatro el 20,00%.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Instituto Radiológico del Sur S A S”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.11. Automotores de Nariño Autodenar S.A.

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 57 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 14. Análisis por género Automotores de Nariño Autodenar S.A.*

Fuente. Este estudio.

La población femenina que considera que la empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.” es una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 2,54%, mientras que la

población masculina que la considera como una de las empresas con mayor “Goodwill” es del 4,50%, por lo que se puede decir que la población masculina prefiere a esta empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 57 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 14. Análisis por estrato Automotores de Nariño Autodenar S.A.*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
AUTOMOTORES DE							
NARIÑO	9	18	21	8	1	0	57
AUTODENAR S.A.							

Fuente. Este estudio.

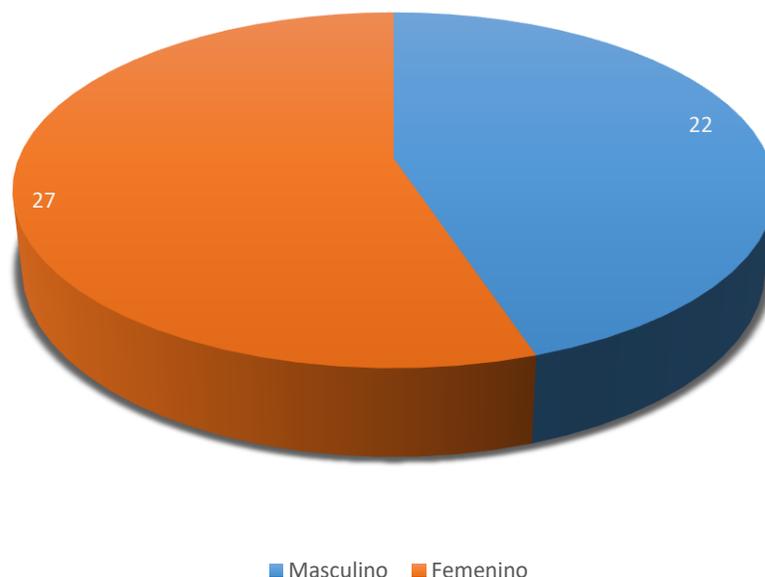
La empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.” es la onceava empresa con mayor “Goodwill” según los encuestados, ya que se obtuvo con el 3,5% del total de los votos, donde por parte del estrato uno obtuvo el 10,46%, del estrato dos el 11,11%, del estrato tres el 22,82%, del estrato cuatro el 26,66% y del estrato cinco el 9,09%.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Automotores de Nariño Autodenar S.A.”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.12. Grupo Editorial Diario del Sur SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 49 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Grupo Editorial Diario del Sur SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 15. Análisis por género Grupo Editorial Diario del Sur SAS*

Fuente. Este estudio.

La población femenina encuestada considera que el “Grupo Editorial Diario del Sur SAS” es la una de las empresas con mayor “Goodwill” obteniendo un porcentaje de 3,27% del

total de votos de las mujeres encuestadas, mientras que de los hombres encuestados solo obtuvo el 2,75%.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Grupo Editorial Diario del Sur SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 49 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Grupo Editorial Diario del Sur SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 15. Análisis por estrato Grupo Editorial Diario del Sur SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
<b>GRUPO EDITORIAL</b>							
DIARIO DEL SUR	16	15	12	5	1	0	49
<b>SAS</b>							

Fuente. Este estudio.

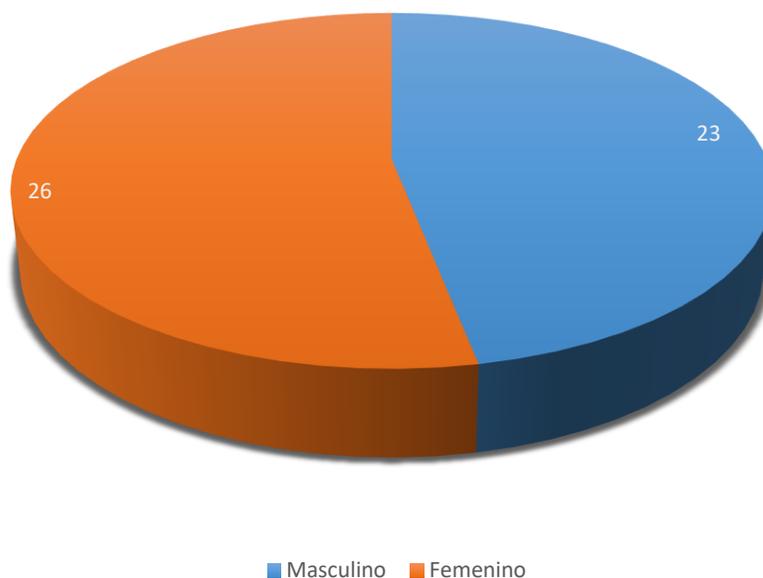
El “Grupo Editorial Diario del Sur SAS” entra en el ranking de las empresas con mayor “Goodwill” según los encuestados, ocupando así el puesto número doce, con un total de 3,0% de los votos; los cuales con relación al total de encuestados por estrato se dividen en 18,60% en el estrato uno, 9,25% en el estrato dos, 13,04% en el estrato tres, 16,66 en el estrato cuatro y finalmente en el estrato cinco el 9,09%.

El estrato uno es el que más consume y prefiere a la empresa “Grupo Editorial Diario del Sur SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.13. Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 60 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 16. Análisis por género Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS*

Fuente. Este estudio.

El “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS” contó con una votación por parte de las mujeres del 3,15% en relación con el total de las encuestadas, por otra parte por parte del total de los hombres contó con un porcentaje de 2,87% del total de los votos de los hombres.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 60 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 16. Análisis por estrato Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
LABORATORIO DE							
ESPECIALIDADES	11	17	22	8	2	0	60
CLINIZAD SAS							

Fuente. Este estudio.

El “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS” al igual que la anterior empresa obtuvo el 3,0% de los votos, compartiendo así el puesto doce como una de las empresas con mayor “Goodwill” según los encuestados, obteniendo el 3,0% del total de los votos, los cuales según el estrato, en relación a la muestra de cada uno, se reparten así: el 12,79% del total de

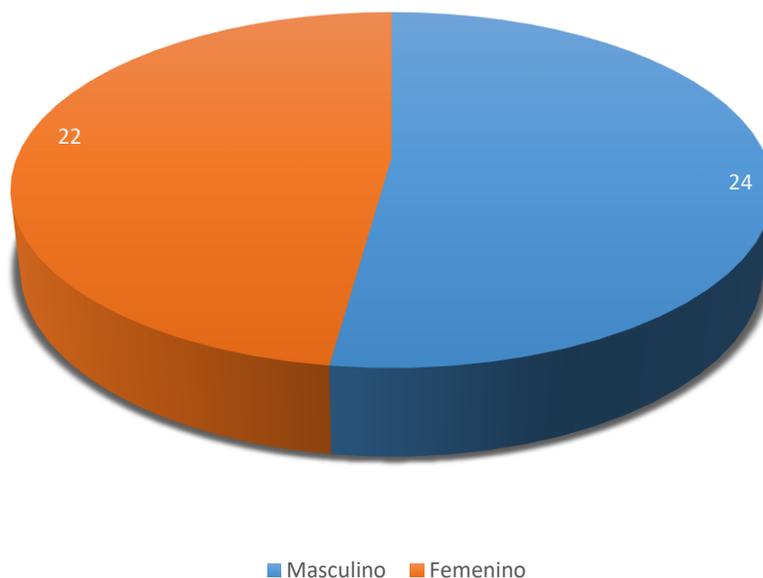
encuestados del estrato uno, el 10,49% del estrato dos, el 23,91% del estrato tres, el 26,66% del estrato cuatro y finalmente el 18,18% del estrato cinco.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

#### 2.1.14. Gaseosas Nariño S.A.

##### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 59 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Gaseosas Nariño S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 17. Análisis por género Gaseosas Nariño S.A.*

Fuente. Este estudio.

Al analizar el porcentaje de mujeres que votaron por la empresa “Gaseosas Nariño S.A.” con relación al total de mujeres encuestadas, se encuentra que el 2,66% dijo que ésta es una de las empresas con mayor “Goodwill”, mientras que el porcentaje de hombres es del 3,00%, dejando en evidencia que existe un 0,34% de preferencia por parte de la población masculina hacia la empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Gaseosas Nariño S.A.”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 59 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Gaseosas Nariño S.A.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 17. Análisis por estrato Gaseosas Nariño S.A.*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
GASEOSAS							
NARIÑO S.A.	15	23	14	5	2	0	59

Fuente. Este estudio.

“Gaseosas Nariño S.A.” es la empresa número trece con mayor “Goodwill” de acuerdo con los encuestados, debido a que alcanzó el 2,8% de los votos en la encuesta.

Con relación al total de personas encuestadas, los votos se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno obtuvo una votación equivalente al 17,44%, en el estrato dos al 14,19%, en el estrato tres al 15,21%, en el estrato cuatro al 16,66% y en el estrato cinco al 18,18%.

El estrato cinco es el que más consume y prefiere a la empresa “Gaseosas Nariño S.A.”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.15. Panavias Ingeniería & Construcciones S A

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 58 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Panavias Ingeniería & Construcciones S A” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

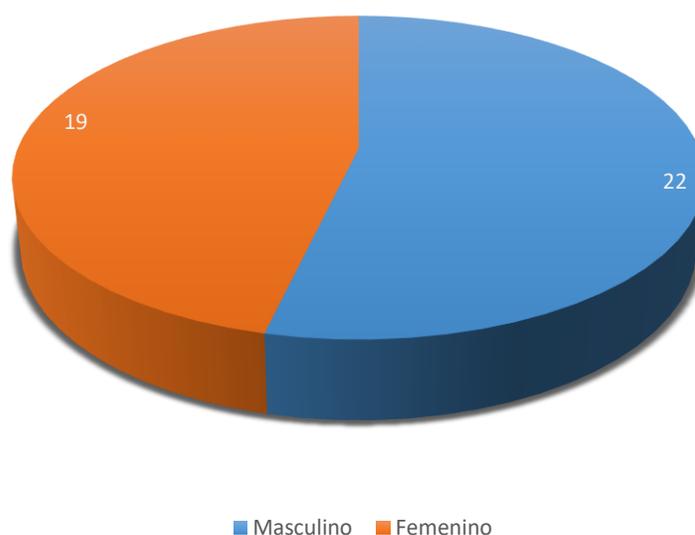


Ilustración 18. Análisis por género Panavias Ingeniería & Construcciones S A

Fuente. Este estudio.

Analizando los resultados obtenidos en la encuesta se encuentra que el 2,30% del total de las mujeres encuestadas prefieren a la “Panavias Ingeniería & Construcciones S A” que representa únicamente un 0,45% sobre los encuestados hombres quienes representan el 2,75% en relación con el total de encuestados hombres; mostrando que la población masculina opta por esta empresa como una de las que posee mayor “Goodwill”.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Panavias Ingeniería & Construcciones S A”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 58 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Panavias Ingeniería & Construcciones S A” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 18. Análisis por estrato Panavias Ingeniería & Construcciones S A*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
PANAVIAS							
INGENIERIA &	11	25	16	6	0	0	58
CONSTRUCCIONES S A							

Fuente. Este estudio.

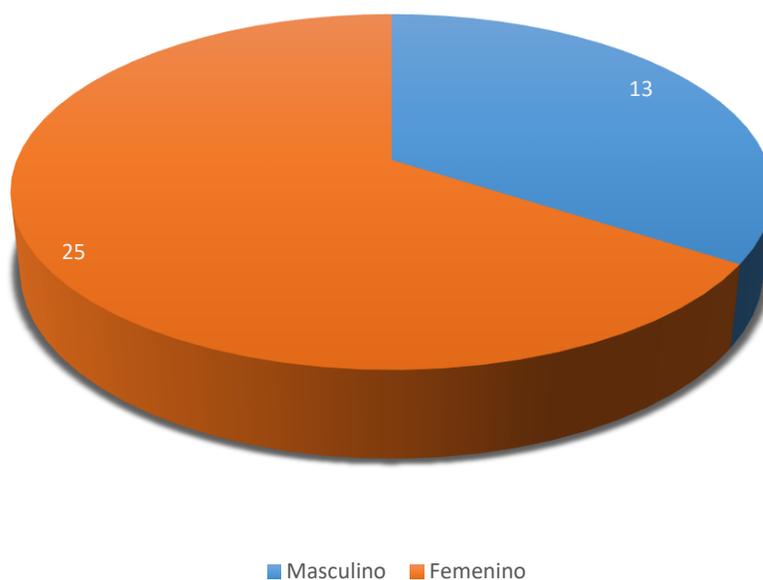
La empresa “Panavias Ingeniería & Construcciones S A” es la decimoquinta empresa con mayor “Goodwill” según los encuestados, porque contó con el 2,5% del total de los votos; votos que con relación a la muestra poblacional definida, por estratos, para el estudio se reparte de la siguiente manera: votos del estrato uno equivalentes al 12,79%, en el estrato dos al 15,43%, en el estrato tres al 17,39%, y por último en el estrato cuatro al 20,00%.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Panavias Ingeniería & Construcciones S A”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

#### **2.1.16. Clínica Oncológica Aurora SAS**

##### **Género**

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 57 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica Oncológica Aurora SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 19. Análisis por género Clínica Oncológica Aurora SAS*

Fuente. Este estudio.

Para la “Clínica Oncológica Aurora SAS”, el porcentaje de hombres que la votaron como una de las empresas con mayor “Goodwill” es de 1,62%, mientras que el de las mujeres es mayor, ya que contó con el 3,03% del total de la votación de las mujeres, siendo evidente que éste último grupo muestra su preferencia hacia esta empresa.

De acuerdo con los resultados se puede decir que las mujeres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Clínica Oncológica Aurora SAS”.

## **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 57 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica Oncológica Aurora SAS” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 19. Análisis por estrato Clínica Oncológica Aurora SAS*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
CLINICA							
ONCOLOGICA	9	18	21	8	1	0	57
AURORA SAS							

Fuente. Este estudio.

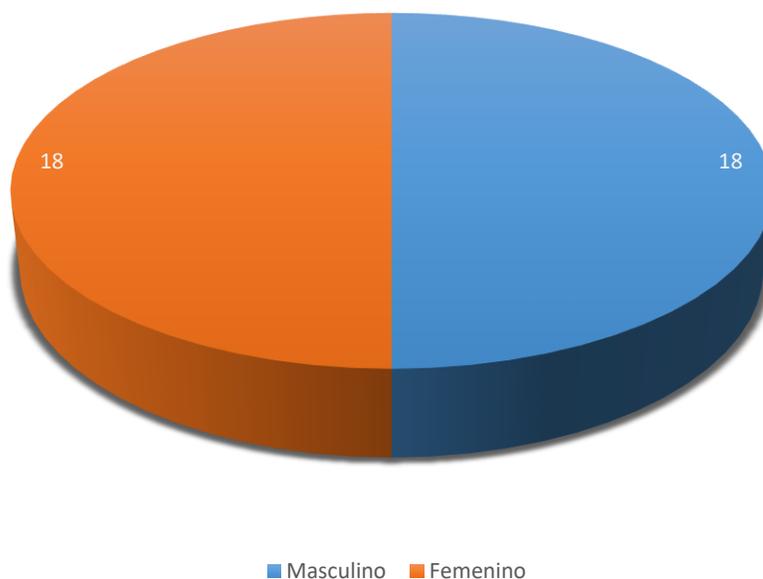
Con relación al total de personas encuestadas, los votos para la “” se dividen de la siguiente manera: en el estrato uno obtuvo una votación equivalente al 10,46%, en el estrato dos al 11,11%, en el estrato tres al 22,82%, en el estrato cuatro al 26,66%, y en el estrato cinco al 9,09%.

El estrato cuatro es el que más consume y prefiere a la empresa “Clínica Oncológica Aurora SAS”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### 2.1.17. Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.

#### Género

A continuación se presenta la ilustración resumen según género de 49 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.



*Ilustración 20. Análisis por género Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.*

Fuente. Este estudio.

Finalmente, tras analizar las encuestas realizadas, se encuentra que para la “Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.” el porcentaje de votos obtenidos por las mujeres, con relación a todas las encuestadas es de 2,18%, mientras que el porcentaje obtenido por hombres con relación a los encuestados es de 2,25%, lo que nos muestra una preferencia mayor por parte de la población masculina.

De acuerdo con los resultados se puede decir que los hombres consumen con mayor frecuencia y tienen una preferencia más elevada hacia la empresa “Clínica Oncológica Aurora SAS”.

### **Estrato**

A continuación se presenta la tabla resumen según estrato de 49 encuestados residentes en la ciudad de San Juan de Pasto que optaron por la empresa “Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.” como una de las que poseen mayor “Goodwill”.

*Tabla 20. Análisis por estrato Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.*

Nombre de la empresa	1	2	3	4	5	6	TOTAL
CLINICA DE							
ORTOPEDIA Y							
FRACTURAS	16	15	12	5	1	0	49
TRAUMEDICAL							
S.A.S.							

Fuente. Este estudio.

Finalmente, la “Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.” es la empresa número diecisiete con mayor “Goodwill” según los encuestados, obteniendo el 2,2% del total de los votos, donde por parte del estrato uno obtuvo el 18,60%, del estrato dos el 9,25%, del estrato tres el 13,04%, del estrato cuatro el 16,66% y del estrato cinco el 9,09%.

El estrato uno es el que más consume y prefiere a la empresa “Clínica de Ortopedia y Fracturas Traumedical S.A.S.”, siendo el estrato que mayor porcentaje de votos aportó a la empresa, dentro de la encuesta, teniendo en cuenta únicamente los votos obtenidos por esta.

### **CAPITULÓ III. MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD DE LOS GERENTES EN SAN JUAN DE PASTO.**

Para el óptimo desarrollo y análisis de información se decidió emplear como test de personalidad el 16 PF (dieciséis factores de personalidad) por Raymond Cattell puesto que según su autor esta prueba presenta concordancia de puntuación factorial entre los factores con el propio instrumento (Sánchez, 2011), además, el Magister (Zambrano, 2019), coordinador del Laboratorio de Medición y Evaluación Psicológica de la Universidad Nariño, sugirió esta prueba debió a su factibilidad de aplicación. Por otra parte, también se consultó cual sería la mejor metodología en cuanto al área de psicología con Oriana Ruiz Bravo Profesional en Psicológica quien expresó:

“El Cuestionario de los 16 Factores de la Personalidad (16PF) es un instrumento de medición psicológica diseñado para evaluar el constructo de personalidad y ajuste global de una persona en un breve periodo de tiempo. Es un instrumento que presenta buenas propiedades psicométricas y ha sido adaptado a población colombiana mostrando niveles significativos de validez y confiabilidad. Esta prueba ha sido de gran utilidad dentro del campo organizacional, especialmente como una herramienta de apoyo al proceso de selección de personal, ya que permite identificar un perfil de habilidades o puntos fuertes y débiles del futuro trabajador, comprobando si dicho perfil es adecuado o no para el cargo que se desea contratar.

La aplicación del cuestionario se puede realizar sin ningún inconveniente dentro del sector empresarial en cuanto cumpla las condiciones del Código Deontológico y Bioético de la

Profesión de Psicología (Ley 1090 de 2006), específicamente lo referido en el apartado del uso de material psicotécnico.” (Bravo, 2019, pág. 1)(Anexo 2)

Por otro lado, Bladimir Coral Bustos psicólogo nariñense con más de diecisiete años de experiencia sugirió este test por los siguientes motivos:

“Por lo anterior éste instrumento de medición de la personalidad utiliza criterios empíricos y/o racionales, es un Test que tiene vigencia en la actualidad debido a que adhiere criterios factoriales relacionados con el contexto social de la época mide rasgos de personalidad comparativas, dichas mediciones contribuyen a la predicción sobre el comportamiento humano, permite valorar los rasgos medidos según el desenvolvimiento de los participantes frente a situaciones cotidianas, su objetivo es estudiar y valorar los rasgos de personalidad a partir de criterios factoriales, dieciséis principales y secundarios o globales, los factores se pueden catalogar como bipolares, esto significa que valoran de un extremo a otro de la personalidad, por ej. Factor E. Polo Sumisión - Polo Dominancia.

Como objetivo preciso el 16pf está creado para hacer análisis de rasgos y estilos de respuesta de la persona a evaluar, además con su interpretación se obtiene un perfil básico de la personalidad de cada individuo, Se aplica en áreas de la investigación, psicología de las organizaciones y recursos humanos y en psicología clínica, está centrado en evaluar personalidad típica o características psicológicas más comunes frente a las situaciones de la vida, no se basa en el

análisis de psicopatología en diagnóstico de trastornos. Por eso no se pretende con éste Cuestionario rotular clínicamente a los individuos participantes del mismo”. (Bustos, 2018, págs. 1-2)(Anexo 3)

La prueba 16 PF contiene dieciséis factores de personalidad los cuales se dividen en dos partes, la primera son los factores de primer orden y la segunda son los factores de segundo orden los cuales serán explicados a continuación.

### **3.1 Factores de Primer Orden**

#### **3.1.1 Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor maneja dos polos totalmente diferentes que son el positivo muestra características como: plácido; adaptable; atento con las personas, generoso; y en el polo negativo tiene las siguientes: obstructivo; criticón; inflexible; frío, indiferente; cerrado, ansioso, lleno de secretos, reservado

#### **3.1.2 Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo estas características como: inteligente; pensativo, culto; perseverante, concienzudo; listo, asertivo. Y en su polo negativo: no inteligente; irreflexivo, dejás cosas a medias, no concienzudas; aburridas, sumisas.

### **3.1.3 Factor C) Fuerza del Yo (Mucha Fuerza del Ego) – Propensión a la Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo muestra las siguientes características: emocionalmente estable; libre síntomas neuróticos; no hipocondríaco; realista acerca de su vida. En su polo negativo, se presenta como: emotivo, insatisfecho; evasivo, inmaduro, autista.

### **3.1.4 Factor E) Dominancia – Sumisión**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo se describe como: auto asertivo, confidente; jactancioso, presuntuoso; agresivo, belicoso; extra punitivo; vigoroso, fuerte, tiene mentalidad independiente, es autorregulado y autoritario. Y en el negativo: sumiso, inseguro; modesto, retraído; complaciente; no punitivo; manso, dulce callado.

### **3.1.5 Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor representa en su polo positivo a una persona: jovial, alegre; sociable, responsable, enérgica, rápida en sus movimientos; humorística, ingeniosa. En el negativo: depresivo, pesimista; apartado, retraído; subyugado, lánguido; aburrido, flemático.

### **3.1.6 Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor describe su polo positivo como: perseverante, determinado; responsable; ordenado en forma constante;

concienzuda, organizada y moralista. Y en el negativo: indolente, antojadizo; frívolo, inmaduro, relajado, displicente, descuidado.

### **3.1.7 Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor describe a una persona que puntúa en el polo positivo como: aventurero, le gusta conocer gente; demuestra fuerte interés en el sexo opuesto; gregario, genial, responsable; amable, amistoso, franco, dispuesto a intentar nuevas cosas. Y en el negativo: tímido, retraído; poco interés en el sexo opuesto; indiferente, frío, contenido; duro, hostil, lleno de secretos, cauteloso, permanece al margen de la actividad social.

### **3.1.8 Factor I) Premsia-Harria**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en este factor, el polo positivo presenta características como: demandante, impaciente; dependiente inmaduro; amable, gentil; estéticamente fastidioso; introspectivo, imaginativo; intuitivo, sensiblemente imaginativo, idealista, artista, le disgustan las profesiones rudas. Y en el ámbito negativo: emocionalmente maduro; orientado hacia la independencia; duró; falta de sentimiento artístico; no afectado por ilusiones; práctico, lógico, varonil, responsable.

### **3.1.9 Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo describe personalidades que son de tipo suspicaz; celosas autosuficientes, retraídas, desconfiadas. Y en el

negativo: confiadas, comprensivas; sosegadas, en situaciones sociales se sienten como si estuvieran en casa. (José Cueli, 1997)

### **3.1.10 Factor M) Autia- Praxernia**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en su polo positivo representa un tipo no convencional, excéntrico; estéticamente fastidioso; sensiblemente imaginativo; es su propia ley; no se puede depender de él; plácido, complaciente, absorto. En su polo negativo; convencional, no interesado en el arte; práctico y lógico; concienzudo; preocupado, ansioso, alerta.

### **3.1.11 Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor, tiene en su polo positivo las siguientes características: pulido, socialmente habilidoso; mente exacta; frío, indiferente; estéticamente fastidioso, experimentada, mundana, “cabeza dura”, analítica. En el negativo: inepto, socialmente torpe; mentalidad sentimental y vaga; busca buena compañía; le falta dependencia en sus gustos, se preocupa por los detalles.

### **3.1.12 Factor O) Propensión A la Culpa (Tendencia a la Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) este factor representa en su polo positivo lo siguiente: preocupado; solitario; suspicaz; sensible; desalentado, depresiva, llena de presagios, tendencia infantil a la ansiedad. Y en el negativo: confía en sí mismo; autosuficiente; acepta todo; rudo; lleno de brío, flexible, segura.

### **3.1.13 Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en este factor en el polo positivo el sujeto que califica aquí es: intereses intelectuales, analíticos; pulidos, equilibrado, inmune; tiende hacia la independencia; concienzudo, escéptico, críticos, de pensamiento abierto, suele mantenerse informado. Y en el polo negativo: respetuoso de las ideas establecidas, acepta lo conocido, precavido, tiende a oponerse a los cambios, crudo.

### **3.1.14 Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión al Grupo**

Cattell Raymond piensa que “Las personas que puntúan alto son temperamentalmente independiente, acostumbrada a seguir su propio camino; toma sus propias decisiones. No tiene en consideración la opinión del grupo, aunque no es necesariamente dominante. En el lado negativo depende de la aprobación, sigue las directrices, buen compañero” (Cattell R. , 2008, pág. 522).

### **3.1.15 Factor Q3) Mucho Control de su Autoimagen- Baja Integración**

(Cattell R. , 2008) Piensa que “Cuando la persona tiene un alto puntaje tiende a tener control de sus emociones, son socialmente adaptadas, respeto a sí mismos. De manera contraria son auto conflictivas, no se apega las exigencias sociales, se sienten desajustadas”.

### **3.1.16 Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica**

Según (Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca, 2008) en el factor positivo, se caracteriza porque el sujeto que califica alto es: tensa, demandante, impaciente; acaparador de

atención, exhibicionista; excitable, hiperactivo; intranquila; irritable, egoísta. En su polo negativo sería: aletargado; relajado, tranquilo, deliberado, no frustrada.

### **3.2 Resultados de la Aplicación de la Metodología 16 Pf para el Análisis la Personalidad de los Gerentes de las Medianas Empresas con Mayor Índices de “Goodwill” en la Ciudad San Juan de Pasto**

Teniendo en cuenta la aplicación de los instrumentos de recolección de información se desarrolló un cronograma de trabajo con el fin de contactar a los gerentes de las principales medianas empresas con mayor índice de “Goodwill” según el estudio, el cual se encuentra mayormente explicado en el capítulo dos.

Una vez reunidos con los gerentes se acordó unas sesiones de trabajo a desarrollarse los días primero y cinco de febrero del año 2019 en el hotel Morasurco con el fin de aplicar el test psicológico 16 PF (dieciséis factores de personalidad) realizado por los estudiantes de psicología de la Universidad de Nariño con el direccionamiento del Laboratorio de Medición y Evaluación Psicológica de la universidad (Anexo 4); aquellos gerentes (Traumédical S.A.S, Diario del Sur, Supergas de Nariño S.A ESP, Clínica Oncológica Aurora S.A.S) que no pudieron asistir por motivos laborales se brindó la posibilidad de realizar esta aplicación en su lugar de trabajo (Anexo 5).

La aplicación tuvo los siguientes resultados los cuales serán presentados por factor:

### 3.2.1 Resultados Obtenidos del Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia)

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor A de la prueba psicológica 16PF de Cattell

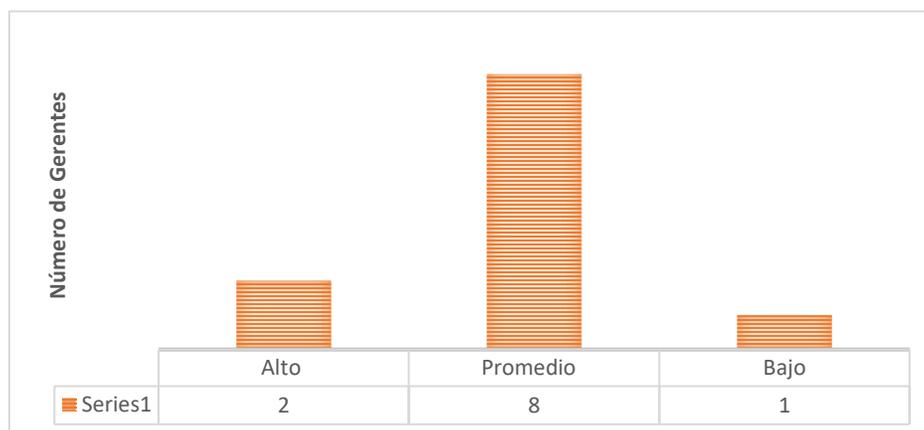


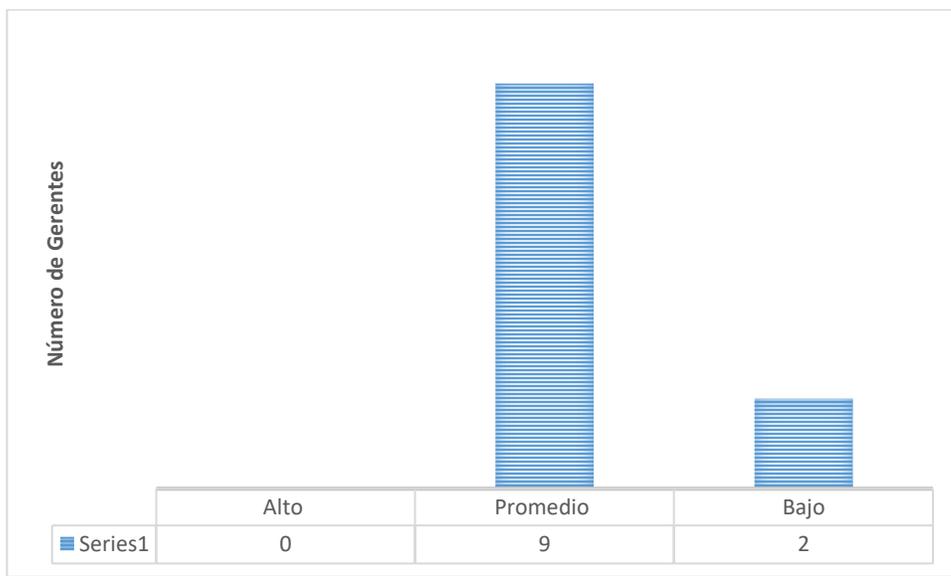
Ilustración 21. Resultado del Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia)

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración se observa que el 73% de los gerentes en su aplicación se encuentran en estado “promedio”, lo que significa que estas personas no tienen tendencia a ninguna de las características de este factor, mientras que el 18% de gerentes que puntuaron “alto”, lo cual se refiere que puede estar dentro de las siguientes características: plácido; adaptable; atento con las personas y generoso; por el contrario el 9% restante de gerentes hacen referencia a cualidades como: obstructivo; crítico; inflexible; frío, indiferente; cerrado, ansioso, lleno de secretos y reservado.

### 3.2.2 Resultados Obtenidos del Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios)

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor B de la prueba psicológica 16PF de Cattell



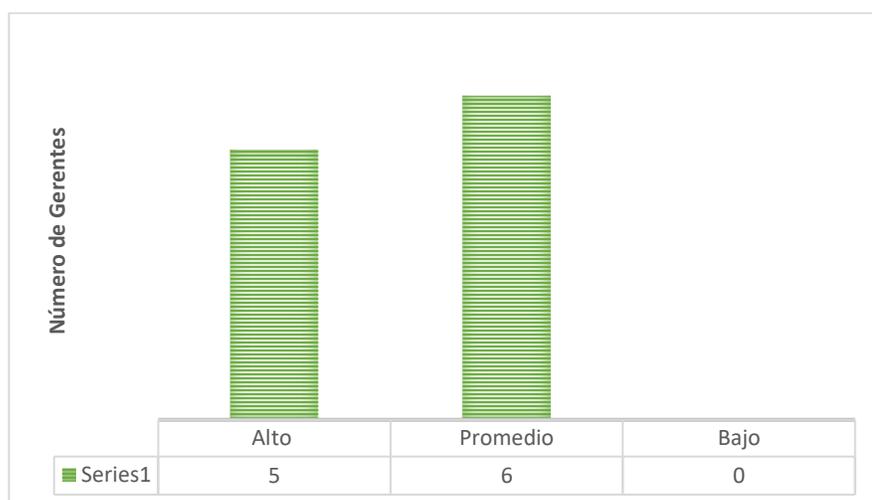
*Ilustración 22. Resultado del Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).*

*Fuente: Este estudio.*

Según los resultados de test se puede constatar que el 82% de los gerentes cuentan con una inteligencia “promedio”, mientras que el 18% de gerentes cuentan con inteligencia baja los cuales se podrían encontrar inmersos en las siguientes cualidades: no inteligente; irreflexivo, dejados a medias, no concienzudas; aburridas, sumisas.

### 3.2.3 Resultados Obtenidos del Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego)

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación del factor C de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



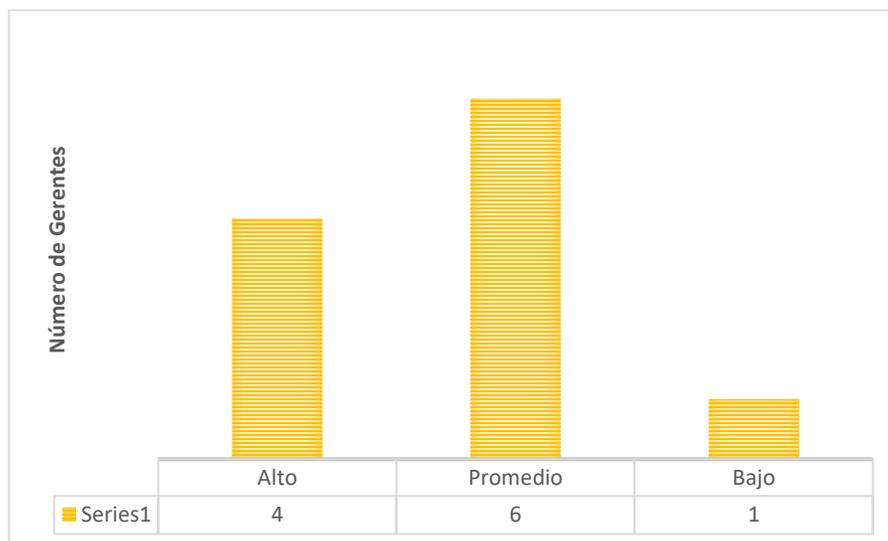
*Ilustración 23. Resultado del Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego).*

Fuente: Este Estudio.

Según la figura 4 se observa que el 45% de los gerentes son personas a quienes se consideran emocionalmente estable; libre síntomas neuróticos; no hipocondríaco; realista acerca de su vida, mientras que el 55% restante se encuentran en estado “promedio”, lo que significa que ellos son neutros en este factor de personalidad.

### 3.2.4 Resultados Obtenidos del Factor E) Dominancia – Sumisión)

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor E de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



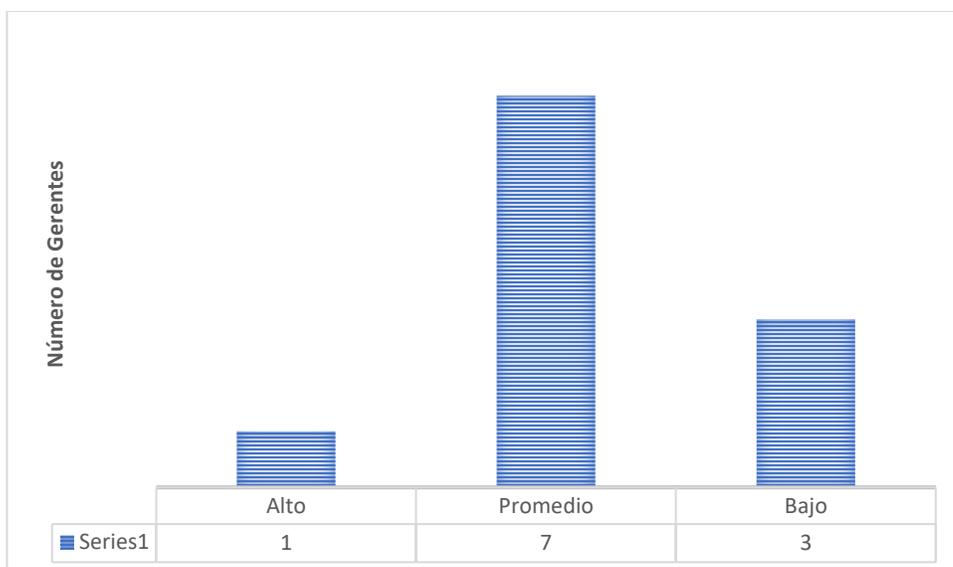
*Ilustración 24. Resultado del Factor E) Dominancia – Sumisión).*

Fuente: Este Estudio.

Considerando la ilustración número cinco se puede observar que el 55% se ubica en el rango “promedio”, mientras que el 36% de los gerentes se ubican en las siguientes características de personalidad: auto asertivo, confidente; jactancioso, presuntuoso; agresivo, belicoso; extra punitivo; vigoroso, fuerte, tiene mentalidad independiente, es autorregulado y autoritario, en el lado contrario están el 9% restante de gerentes que puntúan cualidades como: sumiso, inseguro; modesto, retraído; complaciente; no punitivo; manso, dulce callado

### **3.2.5 Resultados Obtenidos del Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor A de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



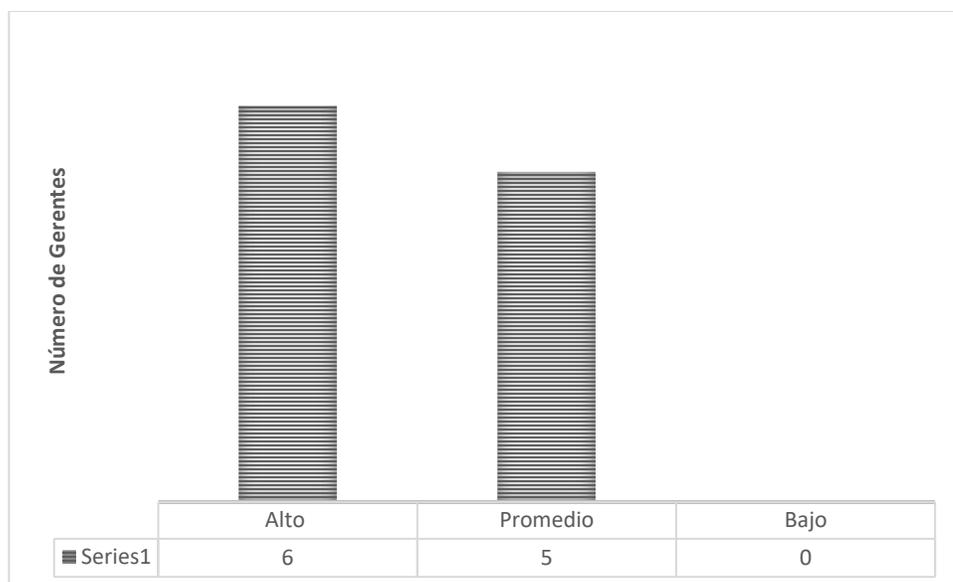
*Ilustración 25. Resultado del Factor F) Ligereza (Surgencia)- Lentitud (Desurgencia).*

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la presente grafica se observa que el 9% de gerentes marca personas como: jovial, alegre; sociable, responsable, enérgica, rápida en sus movimientos; humorística, ingeniosa. En caso opuesto está el 27% de gerentes quienes obtuvieron puntuación “bajo”, lo que hace referencia a cualidades como: depresivo, pesimista; apartado, retraído; subyugado, lánguido; aburrido, y flemático, mientras que el 64% de gerentes puntúan como “promedio”.

### **3.2.6 Resultados Obtenidos del Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor G de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



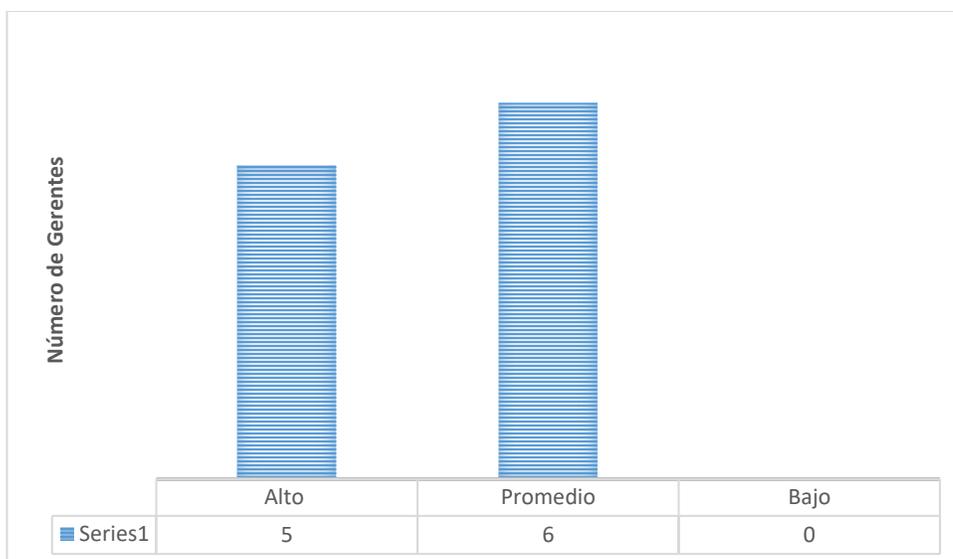
*Ilustración 26. Resultado del Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego)*

Fuente: Este Estudio.

Al observar la figura siete, se aprecia que el 55% de gerentes puntúa como “alto” en los resultados de su prueba, lo que significa que son personas: perseverantes, determinadas; responsables; ordenados en forma constante; concienzudas, organizadas y moralistas mientras que el 45% de gerentes puntúan como “promedio”, siendo personas neutras en este factor de personalidad.

### **3.2.7 Resultados Obtenidos del Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor H de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



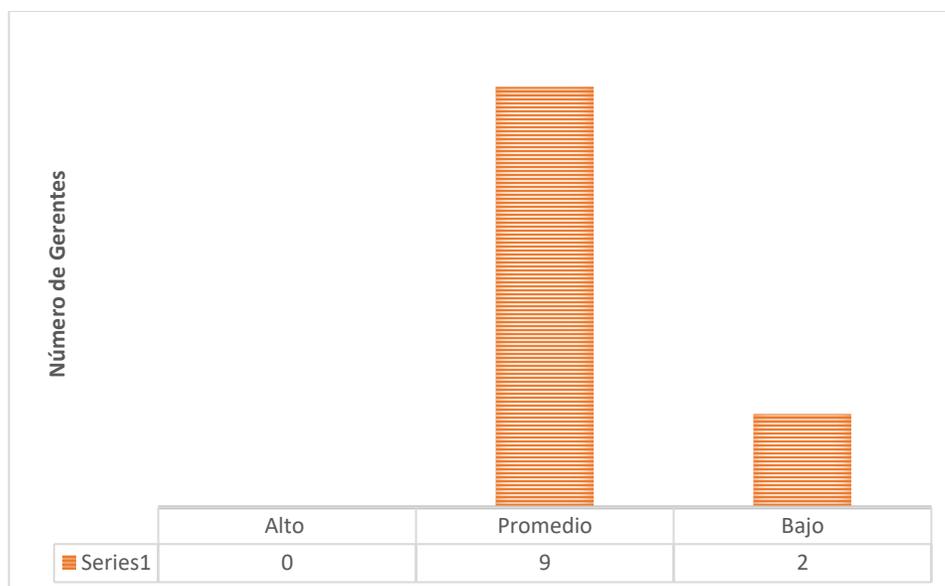
*Ilustración 27. Resultado del Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia)*

Fuente: Este Estudio.

Al observar la figura anterior se observa que el mayor porcentaje está en la clasificación “promedio” con un 55% lo que se equipara como neutro en este factor, en cambio el 45% en la puntuación “alta” lo que se asemeja con característica tales como: aventurero, le gusta conocer gente; demuestra fuerte interés en el sexo opuesto; gregario, genial, responsable; amable, amistoso, franco, dispuesto a intentar nuevas cosas

### **3.2.8 Resultados obtenidos del Factor I) Premsia-Harria**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor I de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



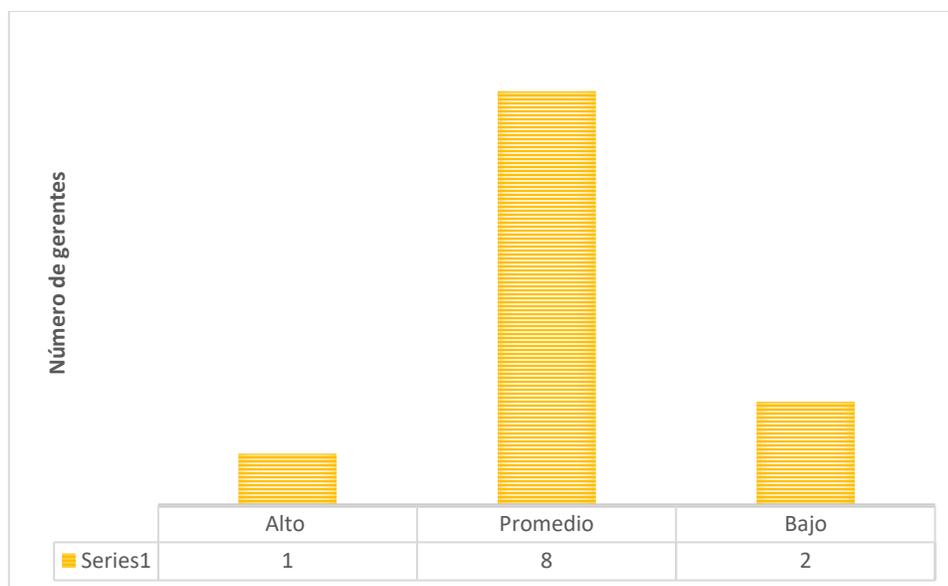
*Ilustración 28. Resultado del Factor I) Premsia-Harria*

Fuente: Este Estudio.

Considerando la figura 9 se observa que el 82% de los gerentes presentes en la prueba puntuaron “promedio” lo que significa que estas personas no tienen tendencia a ninguna de las características de este factor, por lo contrario el 18% de gerentes puntuó “bajo” lo que describe personas como: emocionalmente maduro; orientado hacia la independencia; duró; falto de sentimiento artístico; no afectado por ilusiones; práctico, lógico, varonil, responsable.

### **3.2.9 Resultados obtenidos del Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor L de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



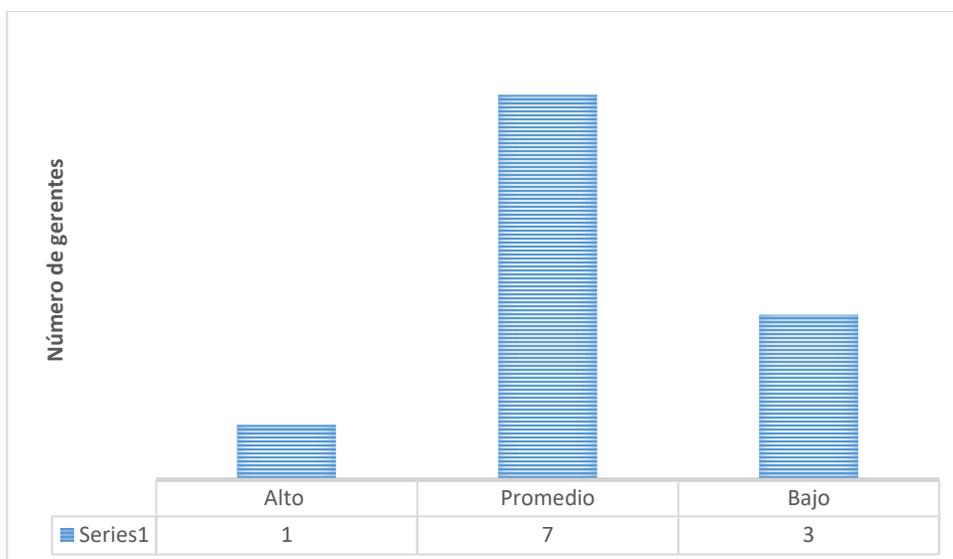
*Ilustración 29. Resultado del Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)*

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración presentada anteriormente se puede evidenciar que la mayoría de gerentes se encuentran bajo la puntuación “promedio”, lo que dentro del aplicativo 16PF significa son personas neutras bajo este factor, en cambio el 9% de gerentes que se encuentran en el factor “alto” son personas de tipo: suspicaz; celosas autosuficientes, retraídas, desconfiadas. En caso contrario, están los gerentes calificados con la denominación “bajo” quienes están dentro de las siguientes características: confiadas, comprensivas; sosegadas, en situaciones sociales se sienten como si estuvieran en casa.

### **3.2.10 Resultados obtenidos del Factor M) Autia- Praxernia**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor M de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



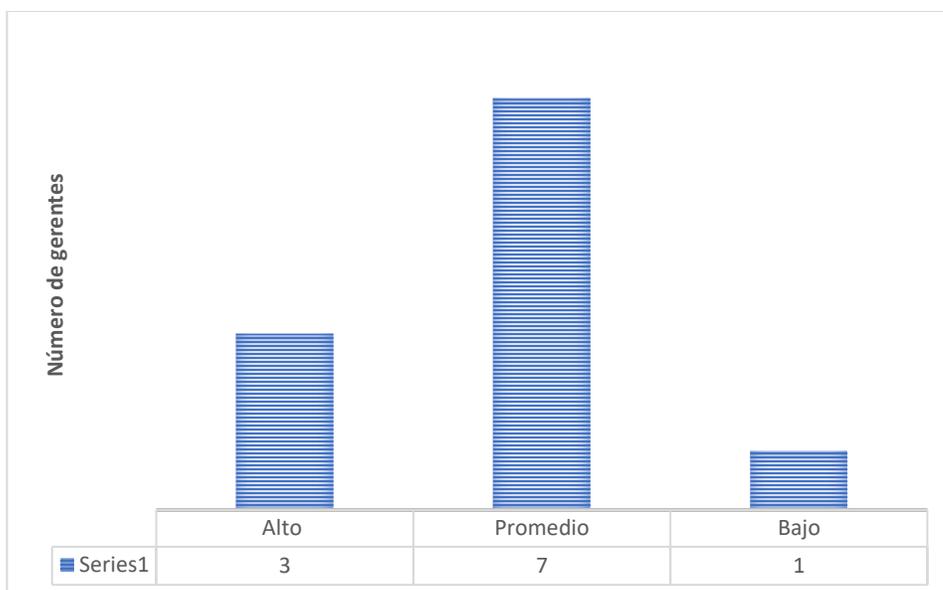
*Ilustración 30. Resultado del Factor M) Autia- Praxernia*

Fuente: Este Estudio.

Al observar la ilustración número 11 se aprecia que la menor participación la tiene el factor “alto” con el 9%, los gerentes bajo esta puntuación son personas: convencionales, excéntricas; estéticamente fastidiosas; sensiblemente imaginativas; es su propia ley; no se puede depender de ella; plácidas y complacientes, en caso opuesto está el 27% el cual representa a personas convencionales, no interesados en el arte; prácticos y lógicos; concienzudos; preocupados, ansiosos y alerta; mientras que la mayoría de gerentes están en la categoría “promedio” la cual cuenta con el 64%.

### **3.2.11 Resultados obtenidos del Factor N) Suspiciacia (Astucia) – Naiveté (Sencillez)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor N de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



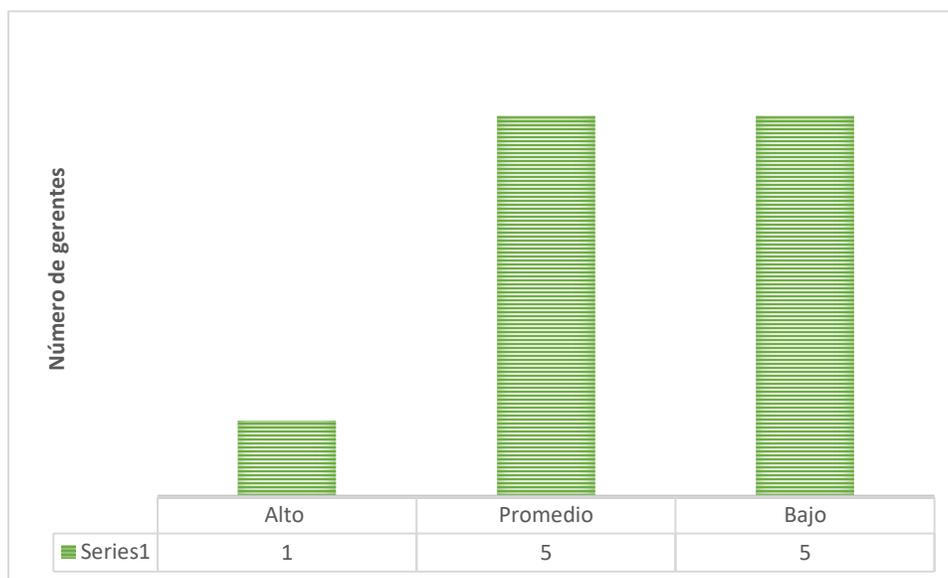
*Ilustración 31. Resultado del Factor N) Suspicious (Astucia) – Naivete (Sencillez)*

Fuentes: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración número 12 se observa que la menor participación la tiene el factor “bajo” con el 9%, los gerentes bajo esta puntuación son personas: ineptas, socialmente torpes; mentalidad sentimental y vaga; busca buena compañía; le falta dependencia en sus gustos y se preocupa por los detalles; en caso opuesto está el 27% el cual representa a personas pulidas, socialmente habilidosas; mente exacta; frías, indiferentes; estéticamente fastidiosos, experimentadas, mundanas, “cabeza dura” y analíticas, mientras que la mayoría de gerentes están en la categoría “promedio” la cual cuenta con el 64%.

### **3.2.12 Resultados obtenidos del Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor O de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



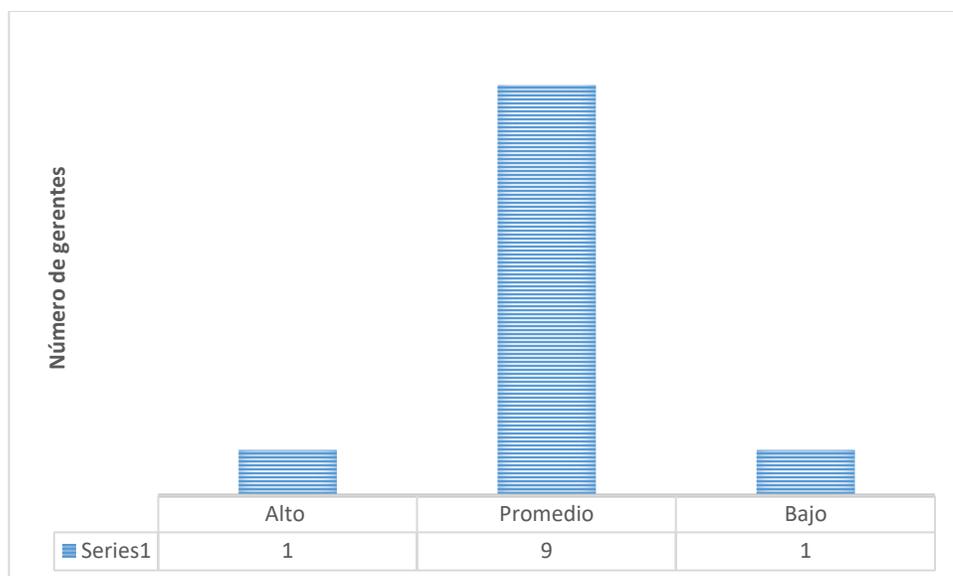
*Ilustración 32. Resultado del Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)*

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración presentada anteriormente, se puede evidenciar que el menor porcentaje la obtiene la categoría “alto” con el 9.01%, que representa a personas: preocupadas; solitarias; suspicaces; sensibles; desalentadas, depresivas, llena de presagios y con tendencia infantil a la ansiedad, en cambio las categorías “promedio” y “bajo” cuentan con un 45.5% en donde el segundo factor hace referencia a características tales como: confianza en sí mismo; autosuficiente; acepta todo; rudo; lleno de brío, flexible, segura.

### **3.2.13 Resultados obtenidos del Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor Q1 de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



*Ilustración 33. Resultado del Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo*

Fuente: Este Estudio.

Considerando la ilustración 13 se observa que la mayoría de gerentes se ubican en el factor “promedio” contando con un 82%, los gerentes ubicados bajo este factor son personas neutras dentro de este factor, en cambio las categorías “alto” y “bajo” cuentan con el 9% en donde la primera categoría hace referencia a personas como intereses intelectuales, analíticos; pulidos, equilibrado, inmune; tiende hacia la independencia; concienzudo, escéptico, críticos, de pensamiento abierto y suelen mantenerse informado, en cambio en el segundo factor son personas: respetuosas de ideas establecidas, acepta lo conocido, precavido y tiende a oponerse a los cambios.

### **3.2.14 Resultados obtenidos del Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión Al Grupo**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor Q2 de la prueba psicológica 16PF de Cattell.

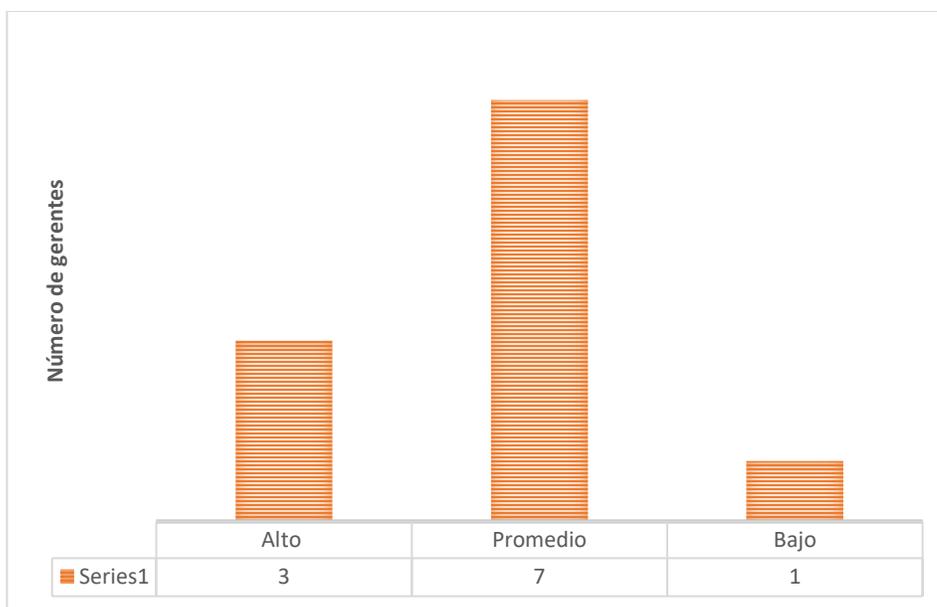


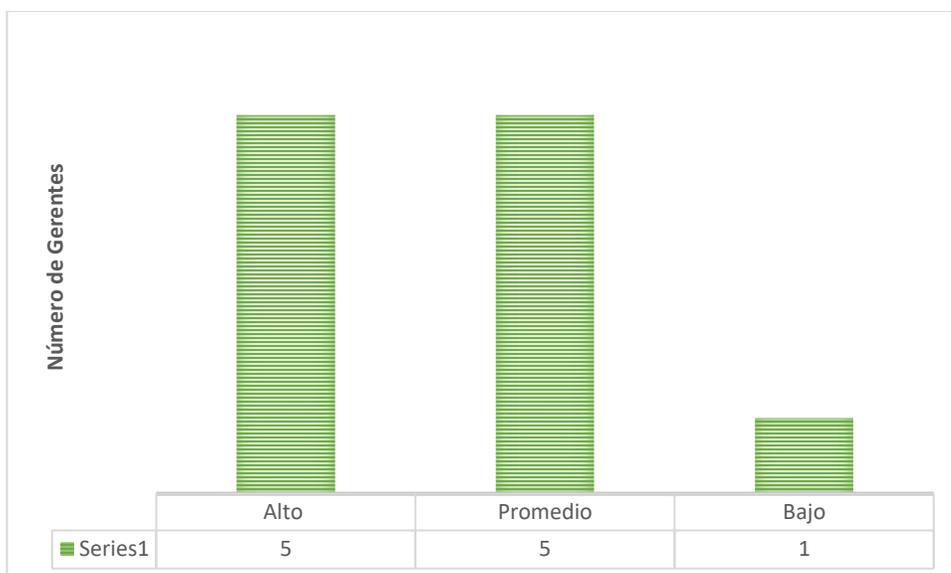
Ilustración 34. Resultado del Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión Al Grupo

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración número 15 se observa que la menor participación la tiene el factor “bajo” con el 9%, los gerentes bajo esta puntuación son personas que dependen de la aprobación, sigue las directrices y son buenos compañeros; en caso opuesto está el 27% el cual representa a personas temperamentales independientes, acostumbradas a seguir su propio camino; toman sus propias decisiones, mientras que la mayoría de gerentes están en la categoría “promedio” la cual cuenta con el 64%.

### 3.2.15 Resultados obtenidos del Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor Q3 de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



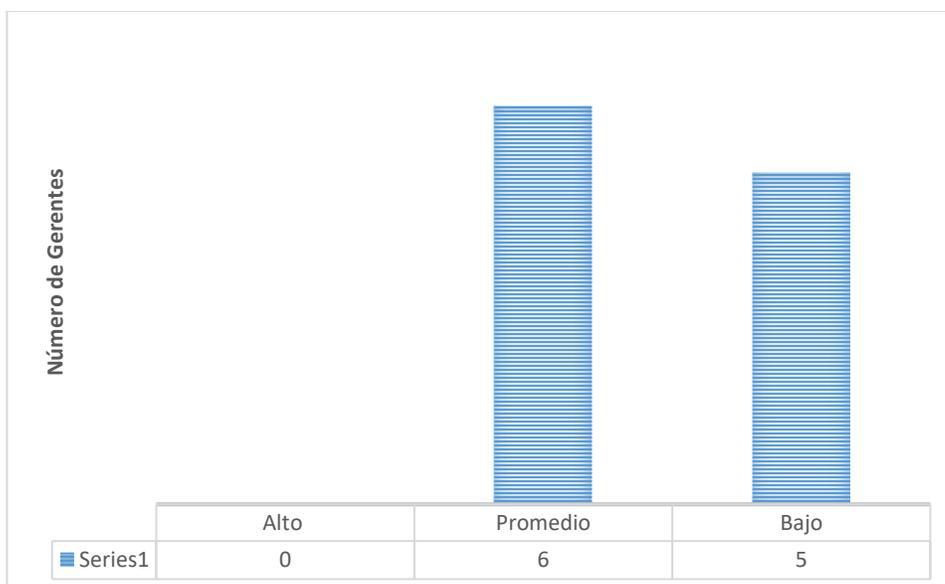
*Ilustración 35. Resultado del Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración*

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta la ilustración presentada anteriormente se puede evidenciar que el menor porcentaje la obtiene la categoría “alto” con el 9.01%, que representa a personas: auto conflictivas, no se apega las exigencias sociales y se sienten desajustadas, en cambio las categorías “promedio” y “bajo” cuentan con un 45.5% en donde el segundo factor hace referencia a personas que tiende a tener control de sus emociones, son socialmente adaptadas, y se respetan a sí mismas.

### **3.2.16 Resultados obtenidos del Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica**

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del factor Q4 de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



*Ilustración 36. Resultado del Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica*

Fuente: Este Estudio.

Al observar la figura siete se aprecia que el 55% de gerentes puntúa como “bajo” en los resultados de su prueba, lo que significa que son personas: serías; relajadas, tranquilas, deliberadas, no frustradas, mientras que el 45% de gerentes puntúan como “promedio”, lo que hace referencia a personas neutras en este factor de personalidad.

### **3.3 Resultados de Factores 16PF Según Empresa**

Teniendo en cuenta los análisis entregados por estudiantes de sexto semestre del programa de psicología de la Universidad de Nariño en el mes de febrero del año 2019, se realizó por empresa un resumen para explicar mejor el comportamiento de cada gerente determinado por sus resultados en la prueba psicológica 16PF (dieciséis factores de personalidad); cada análisis se hará a nombre de la empresa, ya que por ética los informes contienen datos sensibles, y el ser divulgados puede atentar contra la integridad del evaluado.

Cabe aclarar que el orden de las empresas presentado a continuación no tiene relación con el Ranking de “Goodwill” presentado en el capítulo 2.

### 3.3.1 Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad

#### Cardioquirúrgica de Nariño

A continuación se presentan los resultados de la aplicación de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño

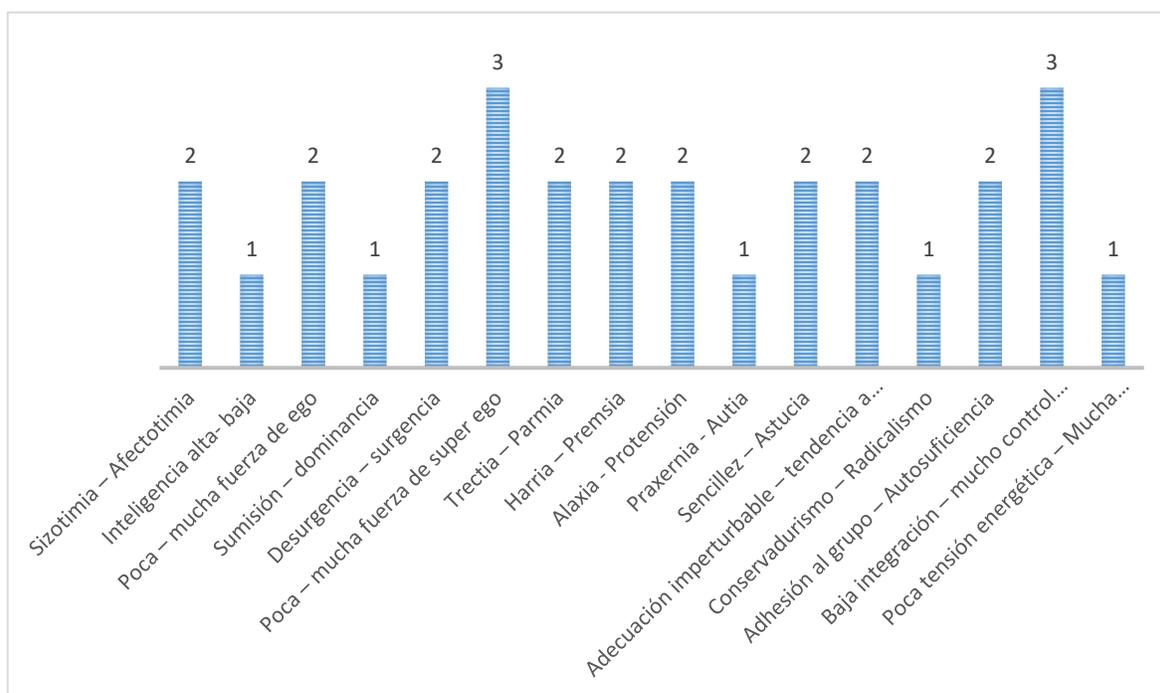


Ilustración 37. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño

Fuente: Este Estudio.

Según (Benavides, Estefany y Riascos, 2019) evaluadores de esta prueba 16PF las caracterizas de personalidad más relevantes y significativas del representante de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño son:

- Se puede suponer que la evaluada presenta algunos rasgos de sumisión y docilidad en cuanto a su carácter
- “Cuenta con herramientas adaptativas que facilitan su desarrollo en el entorno laboral y social, esto sugiere que la participante es una persona responsable, organizada y correcta que prefiere que su trabajo sea prolijo y que se realice según sus directrices, debido a que podría ser una persona perfeccionista y está guiada por un gran sentido de deber y exigencia”. (Benavides, Estefany y Riascos, 2019, págs. 6-7)
- “El participante es una persona muy ordenada con sus tiempos, especialmente en el ámbito laboral, ya que siempre está atenta a los problemas prácticos ya sean propios de su labor o de sus subalternos, ya que cuenta con la capacidad de mantenerse tranquila y serena en situaciones que así lo requieran”. (Benavides, Estefany y Riascos, 2019, págs. 6-7)
- Es posible que la evaluada tenga características de una persona conservadora en cuanto a su nivel moral y religioso, así mismo podría ser una persona racional que cuida de su autoimagen en el contexto social.
- El participante podría presentar un pensamiento concreto y literal y como consecuencia se manifiesta una dificultad al seguir el ritmo de aprendizaje.
- El perfil de la evaluada, sugiere que es una persona relajada, tranquila, conformista y a ser poco activa en el área profesional, lo cual es totalmente contradictorio a lo obtenido en los otros factores y a la entrevista realizada.

- “El participante es una persona cuenta con altas habilidades sociales y preocupada por las personas que se encuentran a su alrededor, además este perfil podría sugerir que la participante dispone de herramientas para manejar de una mejor forma las relaciones interpersonales con sus pares y superiores, para lograrlo posiblemente la evaluada cuenta con un sistema de cualidades y valores que le permitan alcanzar con éxito el cumplimiento de sus objetivos tanto personales como laborales”. (Benavides, Estefany y Riascos, 2019)

### 3.3.2 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur

A continuación se presentan los resultados de la aplicación de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño

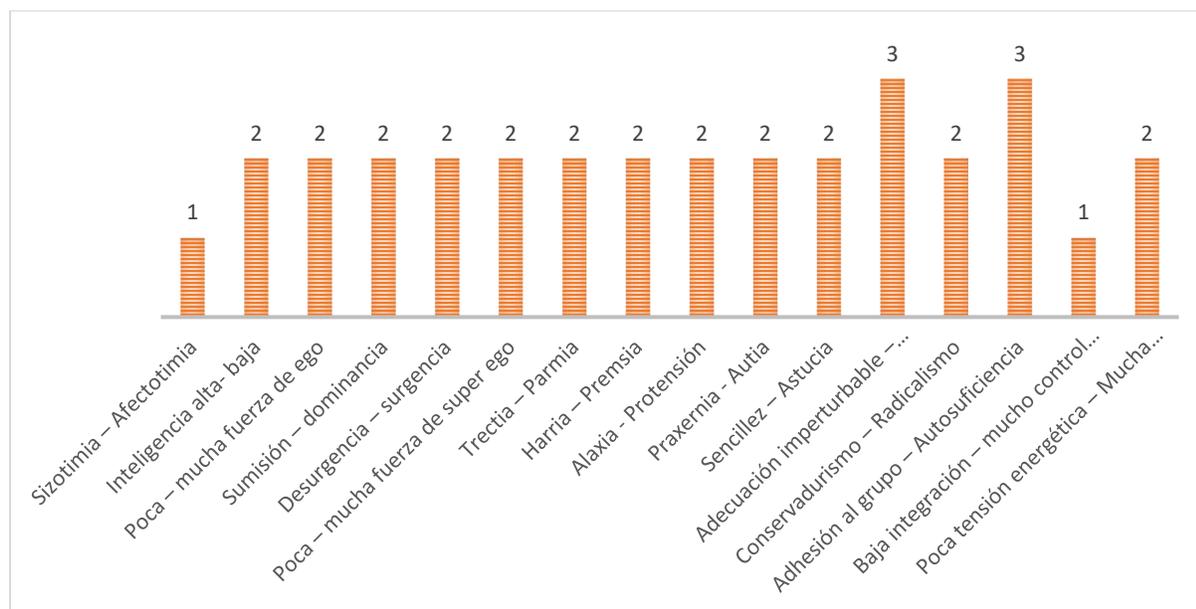


Ilustración 38. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta el informe psicológico entregado por los evaluadores de esta prueba (Lagos, Moncayo, Riascos Y Zambrano, 2019 ) , los factores de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Instituto Radiológico del Sur:

- Probablemente la evaluada presenta tendencia a baja integración, es posible que no se preocupe por aceptar y ceñirse a las exigencias sociales, donde podría tender a ser dura, fría, escéptica y a mantenerse alejada o interactuar sólo cuando considere necesario.
- El participante podría presentar desadaptaciones afectivas pero no paranoicas, lo que tal vez influiría en el hecho de que posiblemente tienda a ser temperamentalmente independiente.
- “El evaluado se podría considerar como una persona cuidadosa o moderada con respecto a los asuntos de la empresa donde propende a actuar orientada bajo sus propias necesidades y su alta autosuficiencia, lo que se puede relacionar con la posibilidad de que sea una persona que realiza la toma de decisiones por su cuenta y esto probablemente sea de forma personal sin hacer válidas las opiniones de los demás”. (Benavides, Estefany y Riascos, 2019, pág. 5)
- “El gerente creer que no necesita el apoyo de otras personas, por lo tanto este factor posiblemente puede hacer referencia a seguir su propio camino, en pro de una búsqueda constante de beneficios para su empresa o vida personal, lo cual podría encaminarla a sentir una responsabilidad tan grande que pueda traer consigo una tendencia a la culpabilidad, donde el probablemente tienda a

presentar características depresivas y de preocupación”. (Benavides, Estefany y Riascos, 2019, pág. 5)

- El presenta altos niveles de ansiedad ocasional y tiende a mostrar insatisfacción al responder a las urgencias de la vida o con los éxitos en lo que desea.

### 3.3.3 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Clínica

#### Oncológica Aurora SAS

A continuación se presentan los resultados de la de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS

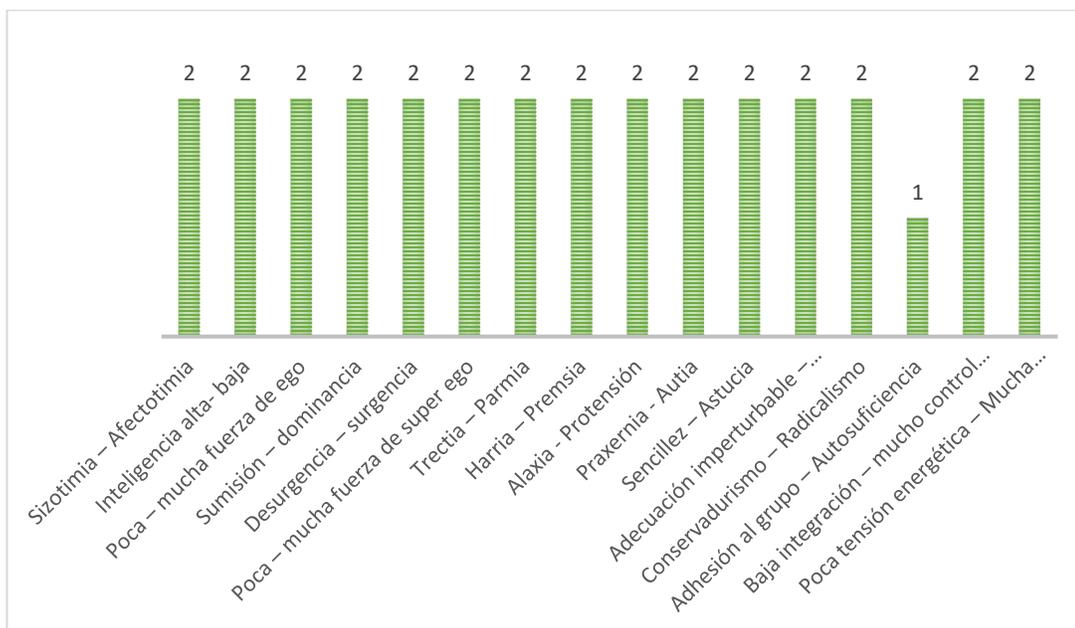


Ilustración 39. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS

Fuente: Este Estudio.

Según (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019) los evaluadores de esta prueba psicológica las características de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS de Nariño son:

- Probablemente el evaluado tiene una característica de adhesión al grupo, se infiere que es buena compañera y que se le facilita la unión a su grupo de trabajo, lo que probablemente prefiere trabajar y tomar decisiones con los demás.
- Probablemente le guste contar con la aprobación de los demás por lo cual prefiere el apoyo del grupo antes que tomar decisiones de forma personal.
- “El evaluado tiene una característica de marcada dependencia, donde la persona posiblemente se presenta como pasiva y conducida por su grupo de trabajo, tiende a necesitar apoyo por parte de los demás y es posible que su conducta esté orientada a las personas que le brindan soporte”. (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 4)

#### **3.3.4 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A)**

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A.

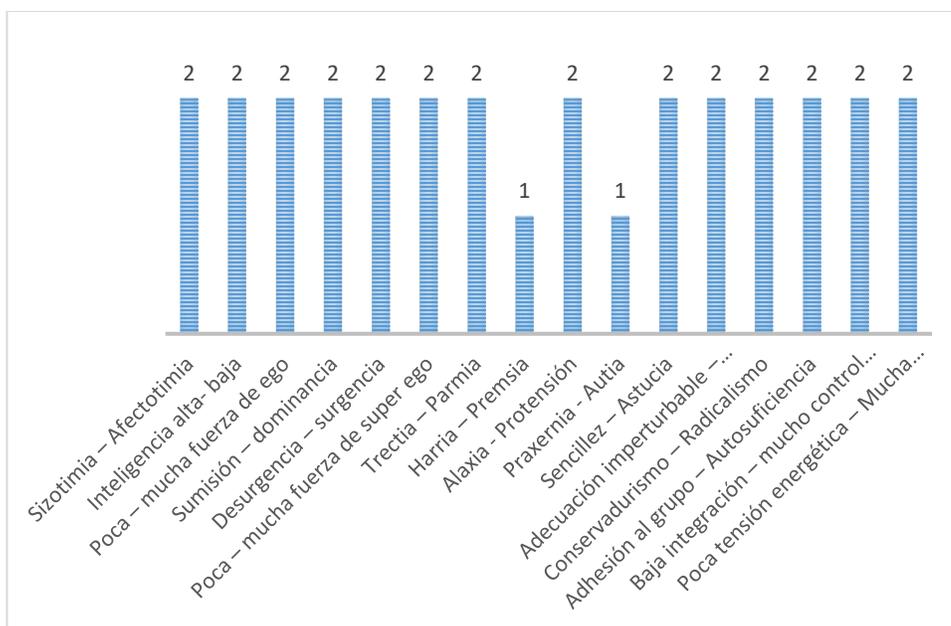


Ilustración 40. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta el informe psicológico entregado por los evaluadores de esta prueba (Estrella, López, Toro y Valencia, 2019), los factores de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Puyo S.A son:

- “la persona tiende a confiar en sí mismo y a enfrentar de manera realista las distintas situaciones presentadas en su vida cotidiana, lo cual tiende a relacionarse con valores morales como la responsabilidad y la toma de decisiones acertada, con el fin de ir mejorando y avanzando en sus propias metas donde podría tener mayor influencia lo racional antes que lo emocional”.  
(Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 5)
- Es importante destacar la posible tendencia que tiene el evaluado a ser una persona independiente en las diferentes situaciones que se le puedan presentar.

- Es probable que solo en algunas situaciones pueda llegar a tener una actitud pasiva, lo cual podría relacionarse con la dependencia a recibir el apoyo de personas allegadas.

### 3.3.5 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur)

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur.

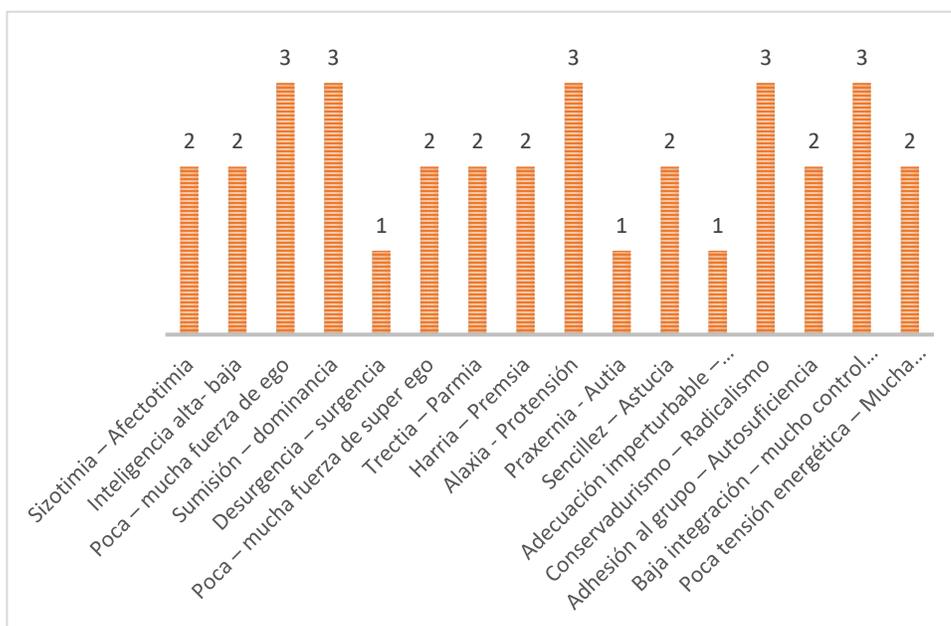


Ilustración 41. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur

Fuente: Este Estudio.

Según (David, Fernández, Hidalgo y Izquierdo, 2019) los evaluadores de esta prueba psicológica las características de personalidad más relevantes y significativas del Subgerente de la empresa Instituto Radiológico del Sur de Nariño son:

- “El evaluado tiende a ser estable emocionalmente, lo cual le permite afrontar la realidad con madurez, es una persona emprendedora con actitud entusiasta y optimista, lo anterior podría ayudarlo a mantener el control de las situaciones, esto además facilita su adaptación en diferentes contextos ya que se considera una persona dócil para llegar a acuerdos” (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 6).
- Para el evaluado los buenos argumentos permiten solucionar diversas situaciones y por lo tanto no se opone a ellos, aunque tiende a ser reservado al momento de socializar con otras personas.
- “Las relaciones interpersonales le resultan agradables. Lo anterior implica que podría ser la persona ideal para tomar una decisión adecuada, aconsejar y resolver un problema o afrontar una situación estresante con tranquilidad y bajas o ausentes manifestaciones de ansiedad, siempre buscando el bienestar de todas las partes implicadas y teniendo en cuenta todos los argumentos que se le presenten por eso, es considerado por los demás cómo una persona tranquila y confiable” (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 6).
- El evaluado es seguro de sí mismo y tiene una buena autorregulación, por tanto tiende a ser prudente y digno de confianza, podría percibir su vida de manera gratificante y sentir que hace lo que es importante para él.
- Respecto al ámbito laboral, tiende a ser una persona autoritaria, independiente y competitiva, que define claramente los intereses que le motivan y propone constantemente nuevas ideas sin preocuparse demasiado por las opiniones que otras personas tengan sobre sus propias decisiones.

- “Por lo general suele estar dispuesto a los cambios y adaptarse con facilidad a situaciones que tengan impactos positivos, no sin antes informarse bien sobre las implicaciones de los mismos y analizarlas cuidadosamente, por otro lado, cuando una situación implica cambios negativos para alguna de las partes involucradas, le resulta difícil enfrentar el cambio”. (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 6)
- “Ante las situaciones que implican estrés tiene a actuar de manera tranquila y teniendo en cuenta los riesgos, para luego ejecutar las acciones. Lo anterior, probablemente estaría relacionado con la tendencia a mantener el control de las situaciones, fijarse metas, ser persistente, perfeccionista y eficaz en su trabajo; estas son características propias de una persona líder, ya que encuentra agradable relacionarse con otras personas asumiendo su rol en su trabajo, lo cual le ha permitido alcanzar y trabajar a diario en sus metas laborales y personales como director de la empresa”. (Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez, 2019, pág. 6)

### **3.3.6 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur)**

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur

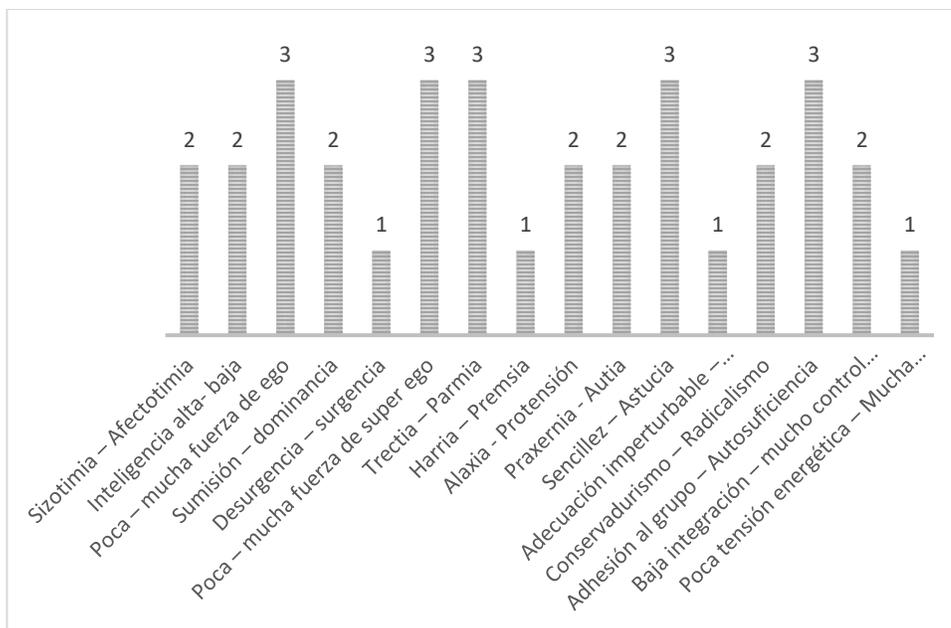


Ilustración 42. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta el informe psicológico entregado por los evaluadores de esta prueba (Imbaquin, Ortiz, Ruano, Orbes, 2019), los factores de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Diario del Sur son:

- El evaluado, frente a sus relaciones interpersonales, si bien tiende a mostrarse abierta en el trato con otros, es cauta y respetuosa con los mismos, manteniendo la formalidad en cómo se expresa y cómo se comporta.
- Laboralmente muestra tendencia a ser una persona muy responsable, organizada y escrupulosa, con astucia frente a las situaciones y con un aspecto calculador y analítico. Posiblemente se caracteriza por ser una persona práctica, realista e independiente en lo que hace.
- Indica una disposición moralista en su actuar, segura de sí misma y de sus decisiones, y convencida de su actuar, siendo cuidadosa y prudente.

- Puede ser una persona que busca que el grupo se encuentre en constante trabajo, llegando a ser una buena líder, sin perder su postura; tendiendo a requerir poco la aprobación de otros a la hora de tomar decisiones.
- Es una persona centrada en lo que hace, dejando que las emociones no sean las que guíen su camino, teniendo un estado de ánimo constante, siendo una persona madura, y poco ansiosa en las situaciones a las que diariamente se enfrenta.
- El evaluado propende a mostrarse terca, sin perder la flexibilidad en su actuar, llegando a ser una persona emocionalmente estable, y sin sentimiento de frustración por las actividades del día a día.
- El evaluado tiene disposición para mostrarse como una directiva atenta a las relaciones personales como un medio de trabajo, el cual lleva a la producción.

### **3.3.7 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad)**

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad

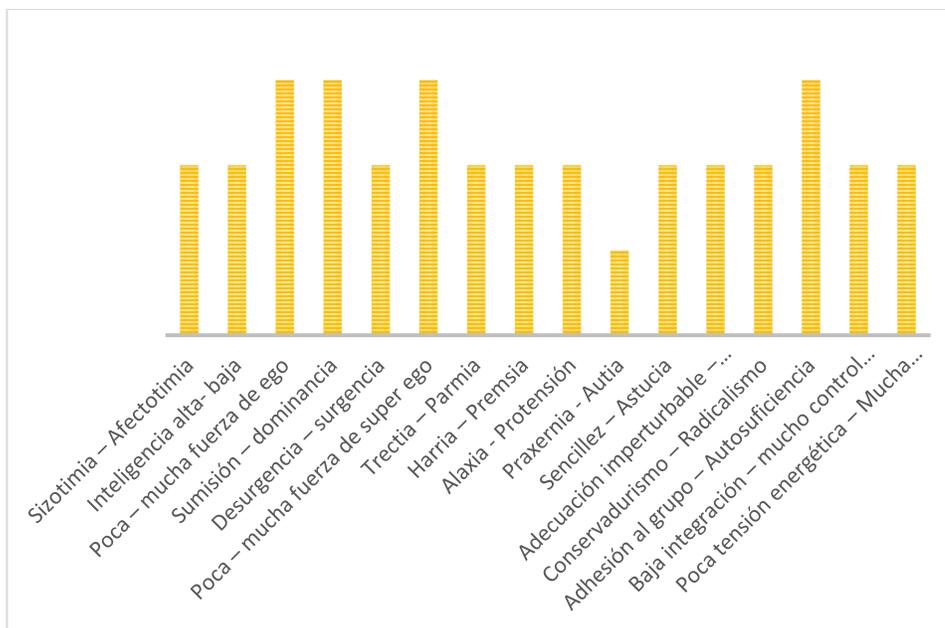


Ilustración 43. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad

SAS

Fuente: Este Estudio.

Según (Araujo, Ramírez, Tobar y Vodniza, 2019) los evaluadores de esta prueba psicológica las caracterizas de personalidad más relevantes y significativas del Subgerente de la empresa Laboratorio de Especialidades Clinizad:

- El evaluado posiblemente es estable emocionalmente, tranquila, madura y puede afrontar la realidad. Además, es posible que presente características de una postura realista acerca de la vida, buena firmeza interior y capacidad para mantener una sólida moral del grupo
- El evaluado puede ser una persona dominante, competitiva y obstinada. Tiende a ser dogmática, segura de sí misma, de mentalidad independiente, autorreguladora, austera y autoritaria en el manejo de los demás.

- El evaluado tiende a ser perseverante, escrupulosa, sensata. Posiblemente con un carácter exigente, responsable, organizada y dominada por el sentido del deber. Además, con posible preferencia por personas trabajadoras que no malgastan un minuto.
- El evaluado tiende a ser una persona imaginativa, creativa, centrada en sus necesidades íntimas, es poco convencional, motivada por sí misma, preocupada por lo esencial.
- “El evaluado puede presentar características como la autosuficiencia, prefiriendo sus propias decisiones, temperamentalmente independiente y llena de recursos. Posiblemente acostumbra a seguir su propio camino, tomando decisiones y actuando por su propia cuenta. En ocasiones, posiblemente no tiene en consideración la opinión del grupo, y no es que le disguste, simplemente que tal vez no necesita de su asentimiento o apoyo.” (Araujo, Ramírez, Tobar y Vodniza, 2019, pág. 7)
- El evaluado es socialmente desinhibida y desenvuelta, es decir con buena capacidad para lograr y mantener contactos personales.
- Es posiblemente que el evaluada tiende a presentar características de una persona calculadora y astuta, con carácter dominante y capacidad competitiva, de sensibilidad dura y postura realista frente a la vida, suspicaz, difícil de engañar, así como autosuficiente frente al grupo
- El evaluada puede ser una persona emocionalmente estable, tranquila, madura en su toma de decisiones y con capacidad para afrontar la realidad y adaptarse a

ella, lo cual guarda concordancia en que puede ser una mujer autosuficiente, llena de recursos, y ser independiente

### 3.3.8 Resultados obtenidos Resultado de la prueba Psicológica 16PF de la empresa

#### Supergas de Nariño S.A ESP

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa

#### Supergas de Nariño S.A ESP

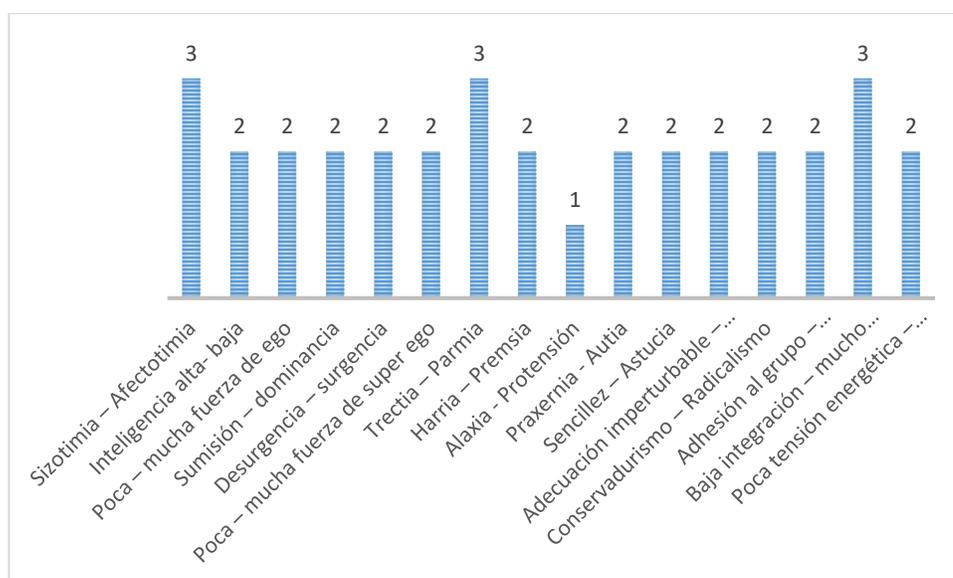


Ilustración 44. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Supergas de Nariño S.A ESP

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta el informe psicológico entregado por los evaluadores de esta prueba (Gerrero y Peña, 2019), los factores de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Supergas de Nariño S.A ESP:

- El evaluado tiende a presentar habilidades sociales adecuadas y espontaneidad en las relaciones interpersonales, esto se puede ver favorecido por su disposición a la cooperación y sentido de liderazgo y amabilidad
- El evaluado probablemente presente capacidad de adaptabilidad y la manera en la que se desenvuelve ante las diferentes situaciones y demandas del medio.
- El evaluado sugiere no ser una persona celosa ni tendiente a la envidia, sino más bien tiende a ser altruista y con una adecuada capacidad adaptativa.
- Es una persona que suele tener mucho control respecto a su conducta, tendiente a ser muy cuidadoso y abierto a lo social en donde puede mostrar una percepción de gran relevancia a la reputación social.
- El evaluado puede tender a ser obstinado y mostrar características de liderazgo.

### **3.3.9 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A)**

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A

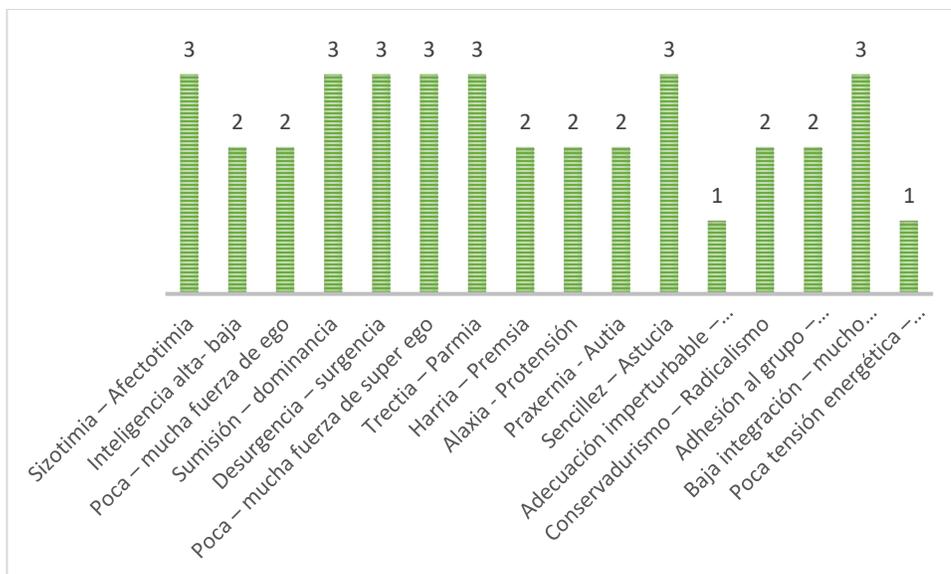


Ilustración 45. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A

Fuente: Este Estudio.

Según (Erazo, Giraldo y Morales, 2019) los evaluadores de esta prueba psicológica las caracterizas de personalidad más relevantes y significativas del Subgerente de la empresa Gaseosas Nariño S.A:

- El evaluado tiende a ser una persona agradable, emocionalmente expresivo, dispuesto a cooperar, servicial con los demás, bondadoso, amable y que se le facilita adaptarse, lo anterior puede explicar que sea una persona activa, conversadora, franca y expresiva.
- El evaluado tiende a tener un comportamiento muy sociable y una actitud espontánea, lo cual posiblemente contribuye a que se desempeña muy bien en contextos laborales.
- “El evaluado muestra tendencia a ser autoritario en sus relaciones con los demás, ser seguro de sí mismo y autorregulador pero también a ser punitivo con otros,

lo anterior contrasta con la tendencia a comportarse de manera afectuosa, abierta y amable en situaciones que exijan relaciones sociales, pero puede explicar la tendencia del evaluado a ser exigente, dominado por el sentido del deber y responsable, lo cual posiblemente se deba a que el individuo busca establecer reglas y orden con su equipo de trabajo para obtener resultados favorables tanto a nivel individual como a nivel grupal”. (Erazo, Giraldo y Morales, 2019, pág. 13)

- El evaluado posee características que lo hacen impulsivo, animado y entusiasta, posiblemente le permitan establecer adecuadas relaciones sociales con clientes y ser innovador, logrando explicar por qué es apto para ocupar puesto de líder y cumplir demandas donde requiera estrategias empresariales.
- El evaluado presente un carácter exigente, sea un individuo responsable y organizado al momento de realizar actividades. Posiblemente eso lo vuelve competente en procesos de liderazgo, toma de decisiones y responder a las situaciones particulares de manera efectiva y variada.
- el evaluado posee ciertas características como la astucia, la perspicacia y la experiencia, lo cual lo vuelve un individuo bastante analítico al momento de elegir entre determinadas opciones. Lo anterior tiene semejanza con la tendencia al emprendimiento, a intentar cosas nuevas
- El evaluado muestra una tendencia a ser apacible, flexible y seguro al momento de tratar con diferentes problemas, lo anterior explica la tendencia del sujeto a mantener su estado emocional estable, tranquilo y maduro al momento de enfrentar dificultades.

- En cuanto a su carácter el individuo muestra tendencia a ser relajado, tranquilo y a no frustrarse, pero si a relajarse o descuidarse en ausencia de presión,
- El evaluado maneja un perfil de baja ansiedad, el cual puede significar que en algunas ocasiones no sienta la motivación suficiente.
- El evaluado posiblemente tenga una actitud emprendedora y espontánea, tendiendo a ser seguro de sí mismo, dispuesto a cooperar, servicial con los demás y amable, así como también puede tender a ser una persona relajada, tranquila y satisfecha, con una alta tolerancia a la frustración.

### 3.3.10 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A.

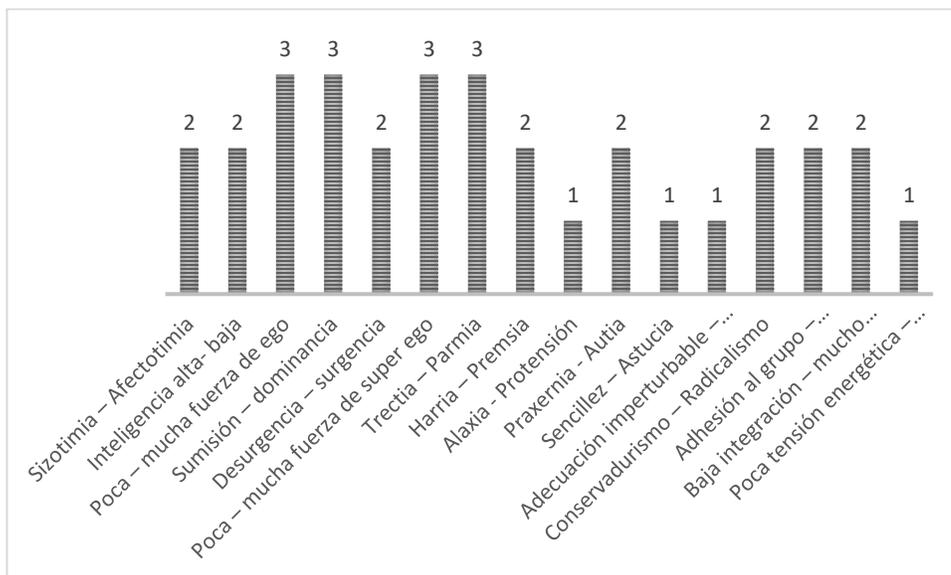


Ilustración 46. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A.

Fuente: Este Estudio.

Teniendo en cuenta el informe psicológico entregado por los evaluadores de esta prueba (Beltran, Benavides, Gomez y Santacruz, 2019), los factores de personalidad más relevantes y significativas del gerente de la empresa Supergas de Nariño S.A ESP:

- “El evaluado tiende a ser emocionalmente estable y con una posible capacidad de mantener una sólida moral de grupo, lo que probablemente ocasiona que este encuentre satisfacción en establecer contacto con otras personas, al tiempo que puede lograr adaptarse fácilmente a distintos contextos, adicionalmente puede que tenga una mentalidad independiente, que le permite centrarse en su trabajo y que a la vez se le hace posible mejorar el entorno que lo rodea”. (Beltran, Benavides, Gomez y Santacruz, 2019, pág. 6)
- El evaluado tiende a ser exigente, dominado por el sentido del deber, responsable, tendiendo a ser perfeccionista, a resolver los problemas solo con tendencia a ser sociable, espontaneo, adaptable, innovador, identificándolo como líder que propone y guía a su equipo.
- “El evaluado tiende rasgos directivos, teniendo en cuenta las relaciones interpersonales, donde los gerentes ajustados a este perfil suelen ser definidos como personas socialmente escrupulosas, seguras de sí misma, con características emocionales estables, relajados y espontáneos, lo que les podría permitir enfocarse mayormente en las relaciones sociales y establecer actitudes de liderazgo, con una tendencia a un buen desempeño en el área de ventas debido a la facilidad que presentan para interactuar y establecer un mejor

desempeño en el ámbito laboral”. (Beltran, Benavides, Gomez y Santacruz, 2019, pág. 6)

### 3.3.11 Resultados obtenidos de la prueba Psicológica 16PF de la empresa

#### Traumédical S.A.S)

A continuación se presentan los resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Traumédical S.A.S

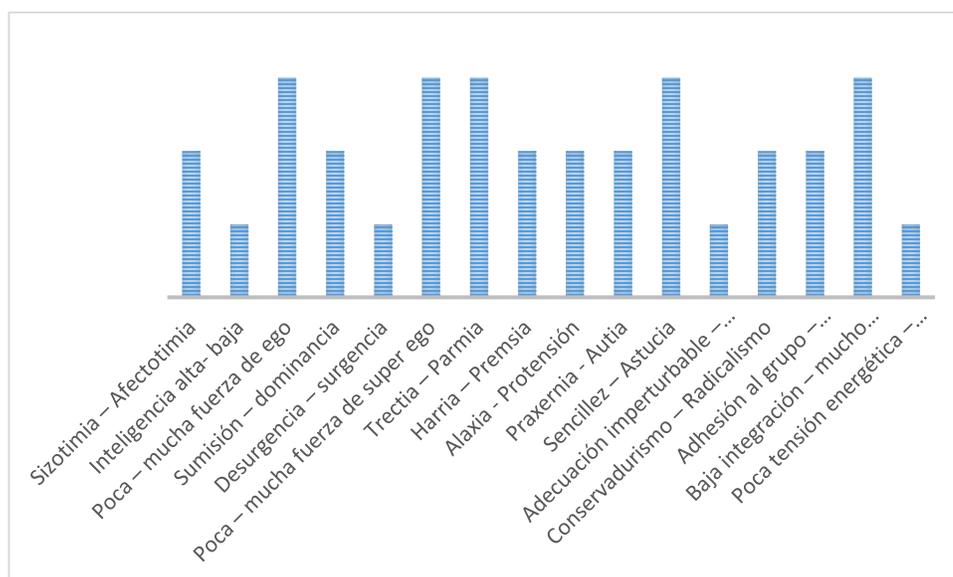


Ilustración 47. Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Traumédical S.A.S

Fuente: Este Estudio.

Según (Oliva, 2019) la evaluadora de esta prueba psicológica las caracteriza de personalidad más relevantes y significativas del Subgerente de la empresa Gaseosas Nariño S.A:

- El evaluado, en cuanto a sus relaciones interpersonales indica tendencia a ser espontánea, tranquila y sociable, pero siempre muy prudente, formal y preocupada por su reputación social.
- “En cuanto a su ámbito laboral, el evaluado se muestra con disposición a ser escrupulosa, responsable y organizada, con un sentido de cautela y emprendedor en cierta medida, hasta el punto de poder llegar a ser percibida como una persona astuta, calculadora y analítica”. (Oliva, 2019, pág. 5)
- En sus relaciones de liderazgo muestra tendencia a ser eficaz al manejar un grupo, aunque en algunas ocasiones posiblemente no cuente con gran motivación por actividades comunes, lo que podría ocasionar que se conforme con resultados de algunas tareas.
- El evaluado en su situación personal, muestra tendencia a mirarse con respeto y confianza por sí misma, sumando su estabilidad emocional y su posible mirada a la vida como algo gratificante y de gran valor
- El evaluado indica disposición a ser moralista, madura y realista frente a los aspectos de la vida cotidiana, a los cuales afronta sin frustración.
- En cuanto al perfil directivo, la evaluada tiene disposición para mostrarse como una directiva atenta a las relaciones personales como un medio de trabajo, el cual lleva a la producción.

### 3.4 Resultados de los dieciséis factores de personalidad (16 FP) según Puntuación

(Alto – Promedio – Bajo)

La siguiente tabla describe los dieciséis factores de personalidad correspondiente a la prueba 16PF, esta cuenta con tres tipos de puntuaciones las cuales son: alto, promedio y bajo, la tabla solo registra la puntuación que obtuvo mayor porcentaje de las tres. El objetivo de esta es analizar cuáles son los factores que tuvieron mayor incidencia de gerentes para esto solo se tomó aquellos factores que obtuvieron un porcentaje mayor al sesenta por ciento (60%), teniendo así claridad de que variables o cualidades son las más persistentes en los gerentes de la ciudad San Juan de Pasto de aquellas empresas con mayores índices de “Goodwill”.

Cabe aclarar que los datos en los cuales se basa la siguiente tabla fueron obtenidos de los informes presentados por los estudiantes de psicología de sexto semestre de la Universidad de Nariño entregados en el mes de febrero del presente año.

*Tabla 21. Factores 16PF por Mayor Porcentaje de Puntuación.*

<b>Factor de la Prueba 16PF</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Porcentaje</b>
Sizotimia – Afectotimia	Promedio	73%
Inteligencia alta- baja	Promedio	82%
Poca – mucha fuerza de ego	Promedio	55%
Sumisión – dominancia	Promedio	55%
Desurgencia – surgencia	Promedio	64%
Poca – mucha fuerza de super ego	Alto	55%
Trectia – Parmia	Promedio	55%
Harría – Premsia	Promedio	82%
Alaxia - Protensión	Promedio	73%
Praxernia - Autia	Promedio	64%
Sencillez – Astucia	Promedio	64%

Adecuación imperturbable – tendencia a culpabilidad	Promedio-Bajo	45%
Conservadurismo – Radicalismo	Promedio	82%
Adhesión al grupo – Autosuficiencia	Promedio	64%
Baja integración – mucho control Autoimagen	Alto - Promedio	45,5
Poca tensión energética – Mucha tensión energética	Promedio	55%

Fuente: Este Estudio.

De la tabla anterior se puede evidenciar que de 16 Factores de personalidad, trece marcaron promedio, de estos los que tuvieron mayor porcentaje de incidencia por parte de los gerentes son los factores: Conservadurismo – Radicalismo, Harria – Premsia e Inteligencia Alta-Baja, cada uno de estos elementos cuentan con un porcentaje del 82%, representando de esta manera nueve de un total de once gerentes.

Dentro del mismo grupo los factores Sizotimia – Afectotimia y Alaxia – Protensión también cuentan con un porcentaje significativo dentro de los resultados de esta prueba, donde cada componente representa un 73%, lo que es equivalente a ocho gerentes que dentro de estos factores marcaron “promedio”.

Siguiendo con este orden de ideas los últimos factores que tienen relevancia según lo que estableció al principio de esta sección son: Adhesión Al Grupo – Autosuficiencia, Sencillez – Astucia, Praxernia – Autia y Desurgencia – Surgencia, los cuales corresponden a un porcentaje del 64%, lo que equivale a siete de un total de once gerentes obtuvieron en su resultado “promedio”.

Por otro lado se puede observar que de todos los factores inmersos en la prueba 16PF solo dos factores obtuvieron puntuación alto, estos son: Poca – Mucha Fuerza De Super Ego y Baja Integración – Mucho Control Autoimagen y únicamente el factor Adecuación Imperturbable – Tendencia A Culpabilidad marco con puntuación bajo en un 45%.

Para concluir, se puede decir que existe coincidencia en cuanto a algunos factores de personalidad en gerentes de aquellas empresas con mayores índices de “Goodwill”.

#### **CAPÍTULO IV. ¿EXISTE RELACIÓN ENTRE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD Y EL “GOODWILL” EMPRESARIAL EN SAN JUAN DE PASTO?**

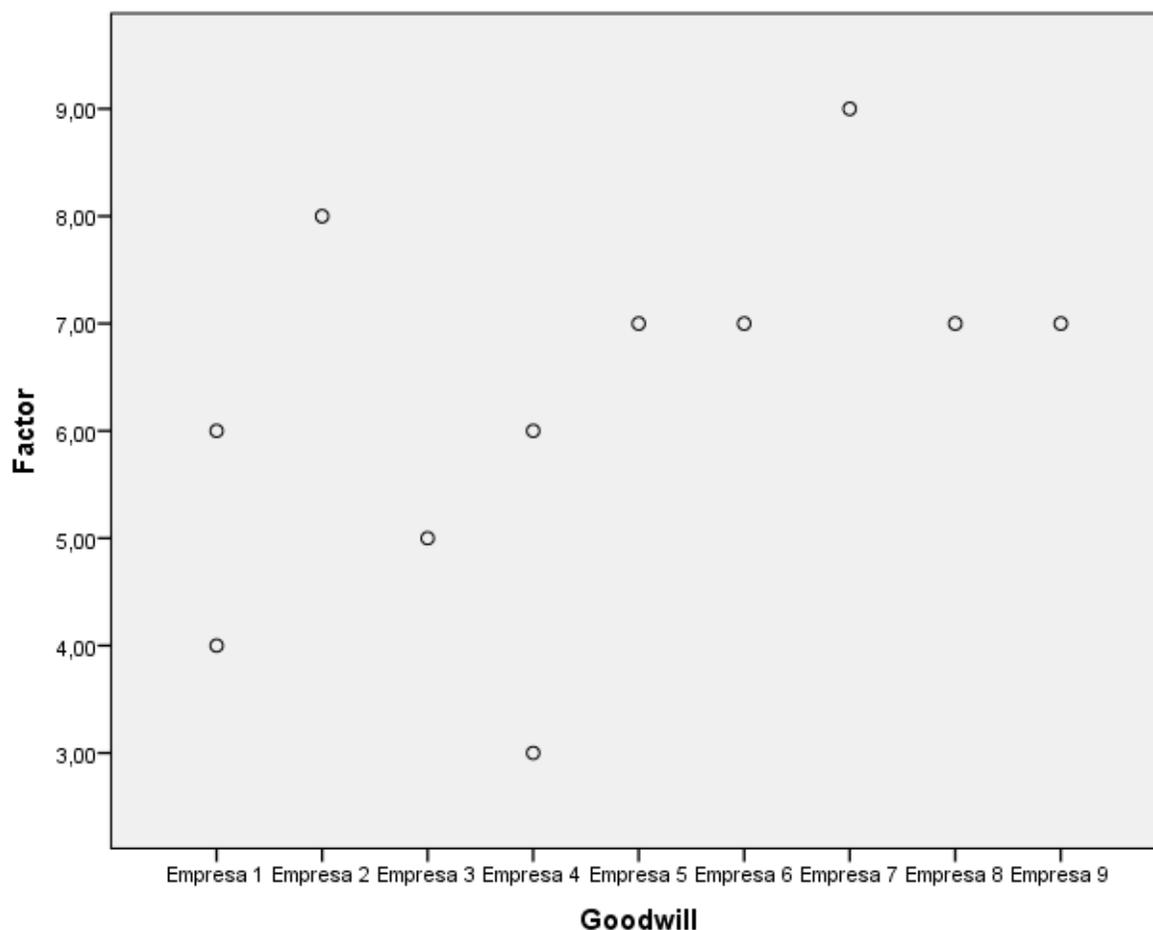
El objetivo de este capítulo es establecer la relación entre los factores de personalidad y la escala de “Goodwill” establecida en el capítulo 2, cabe resaltar que este proceso se realizará por cada factor de personalidad debido a que por condiciones de propias del test 16 PF no se pueden unificar las puntuaciones establecidas por cada componente, teniendo en cuenta que no existe homogeneidad entre estos; por esta razón el tratamiento de datos es a través del programa estadístico SPSS, bajo el método de coeficiente de correlación Spearman ya que las variables son ordinarias y continuas.

Dentro de la evaluación de coeficiente de correlación Spearman se establecen unos rangos de medición que son:

- 0 correlación nula
- Entre 0,01 y 0,199 muy baja la correlación
- Entre 0,200 y 0,399 baja la correlación
- Entre 0,400 y 0,599 moderada correlación
- Entre 0,600 y 0,799 buena correlación
- Entre 0,800 y 0,999 muy buena correlación
- 1 correlación perfecta

#### 4.1 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia)

A continuación se presentan el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor A de la prueba Psicológica 16PF.



*Ilustración 48. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor A) Ciclotimia (Afectotimia). Esquizotimia (Sizotimia).*

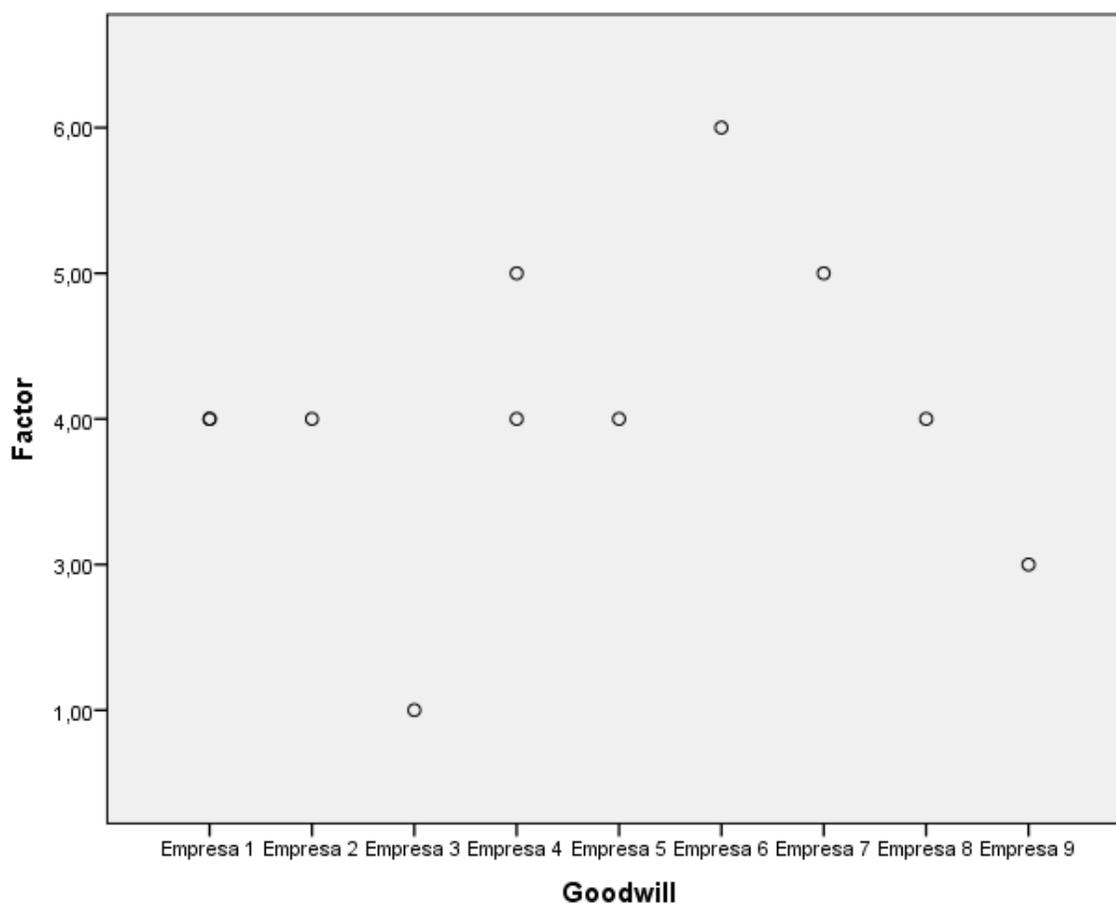
*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración uno, se puede observar que existe una relativa agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de

0.515, con un nivel de significancia de 0.105 lo que se traduce a una moderada correlación, es decir que no es el único factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.2 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).

A continuación se presentan el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor B de la prueba Psicológica 16PF.



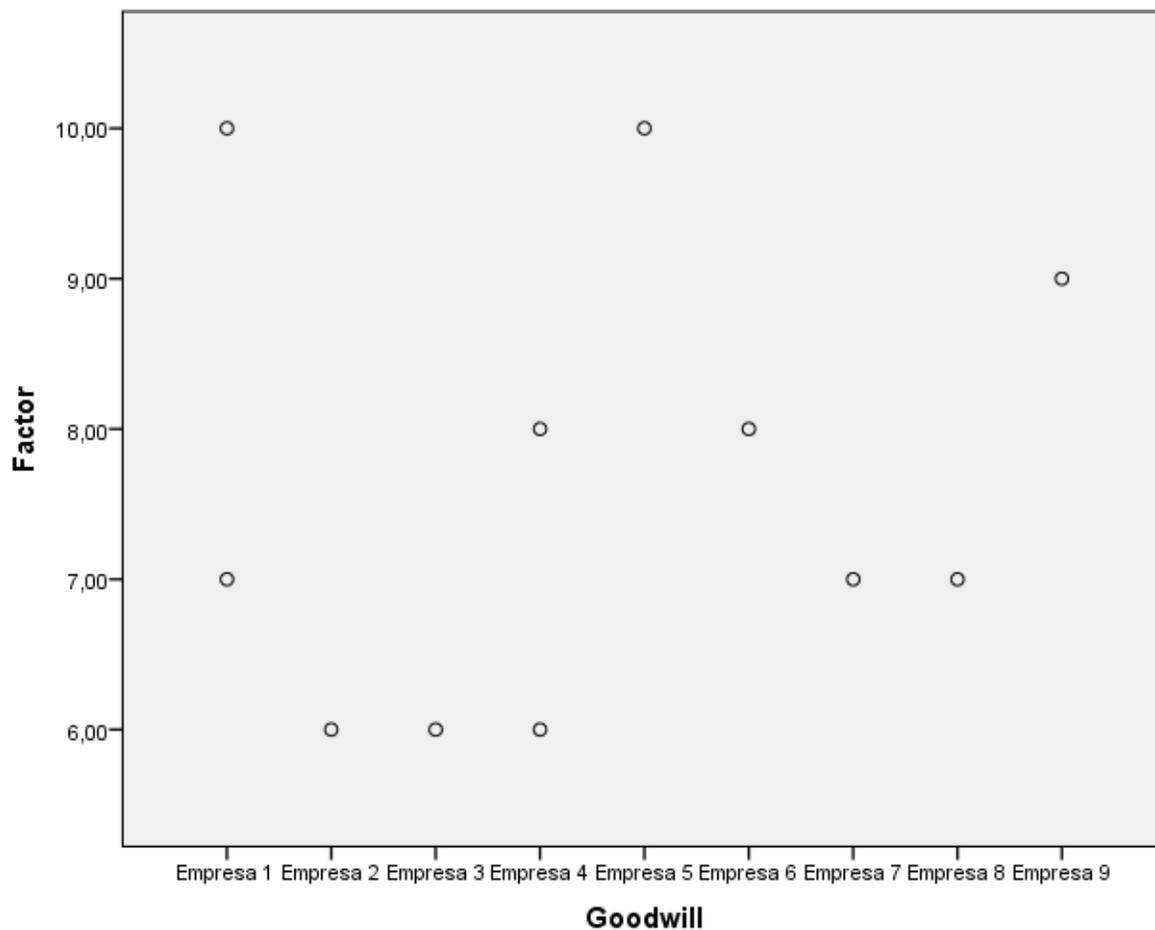
*Ilustración 49. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor B) Inteligencia (Poca Capacidad Mental para los Estudios- Mucha Capacidad Mental para los Estudios).*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no se presenta una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arroja un coeficiente de correlación de 0.125, con un nivel de significancia de 0.715 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.3 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor C) Fuerza del Yo (Mucha Fuerza del Ego) – Propensión a la Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego):**

A continuación se presentan el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor C de la prueba Psicológica 16PF.



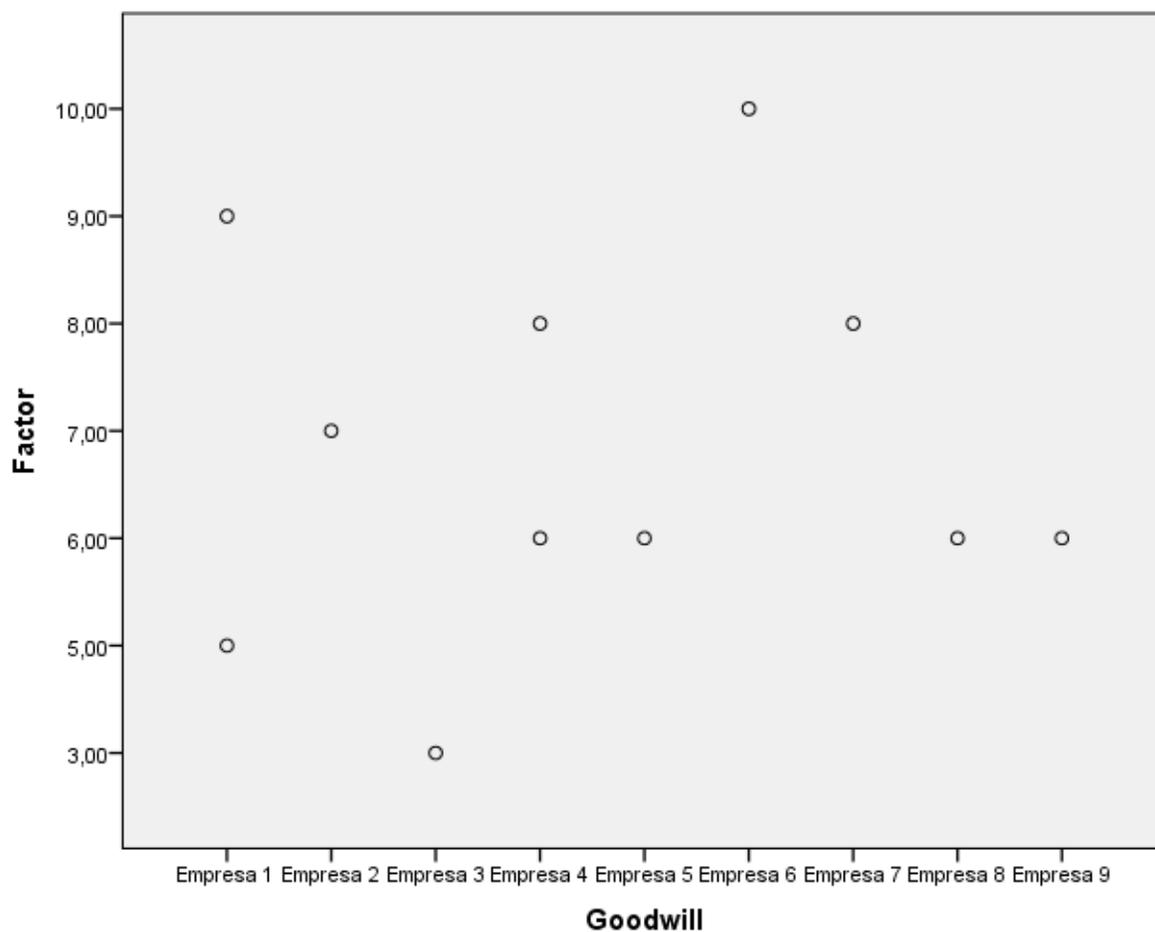
*Ilustración 50. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor C) Fuerza Del Yo (Mucha Fuerza Del Ego) – Propensión A La Neuroticidad (Poca Fuerza del Ego).*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración tres, se puede observar que no se presenta una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.196, con un nivel de significancia de 0.563 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.4 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor E) Dominancia – Sumisión).

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor E de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



*Ilustración 51. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor E) Dominancia – Sumisión)*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no se presenta una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojo un coeficiente de correlación

de 0.084, con un nivel de significancia de 0.805 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.5 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor F) Ligereza (Surgencia)-Lentitud (Desurgencia).

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor F de la prueba psicológica 16PF de Cattell.

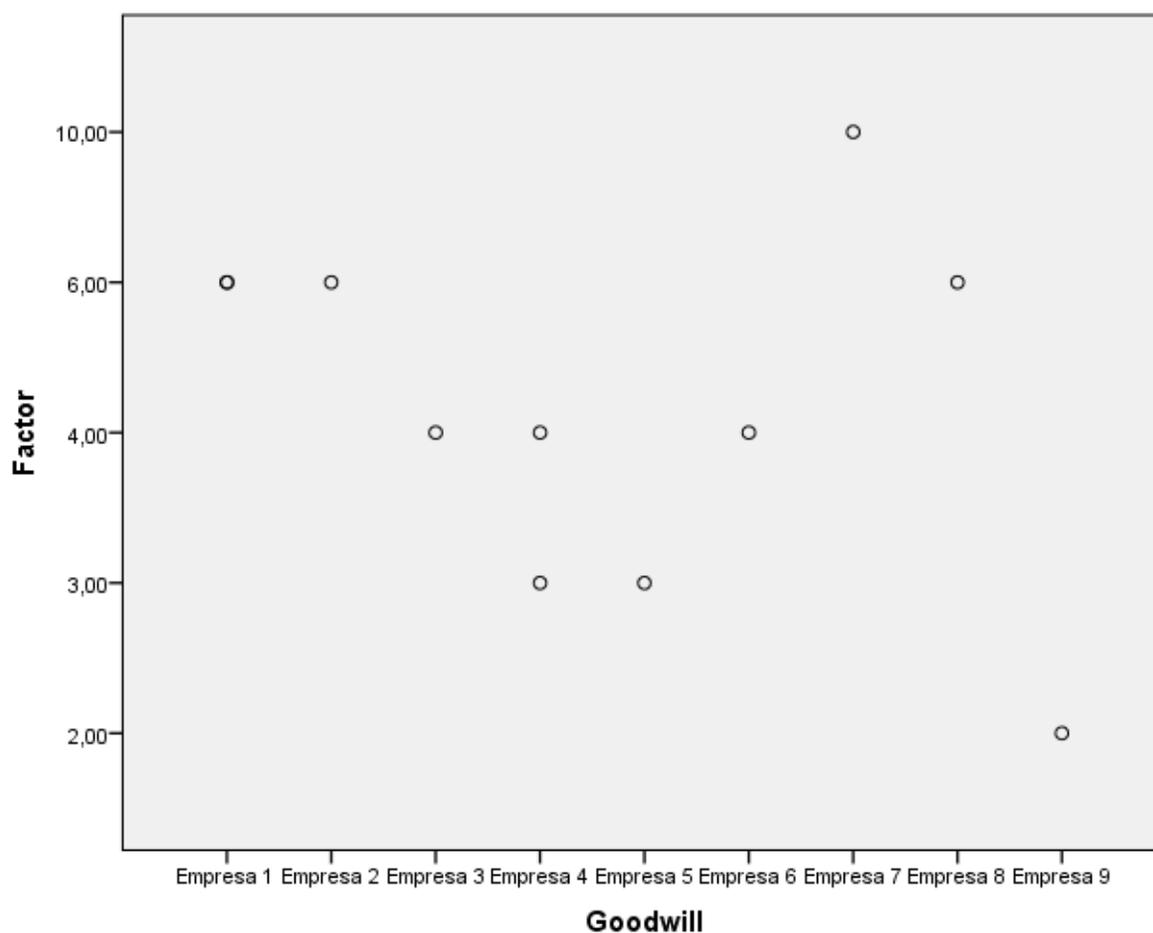


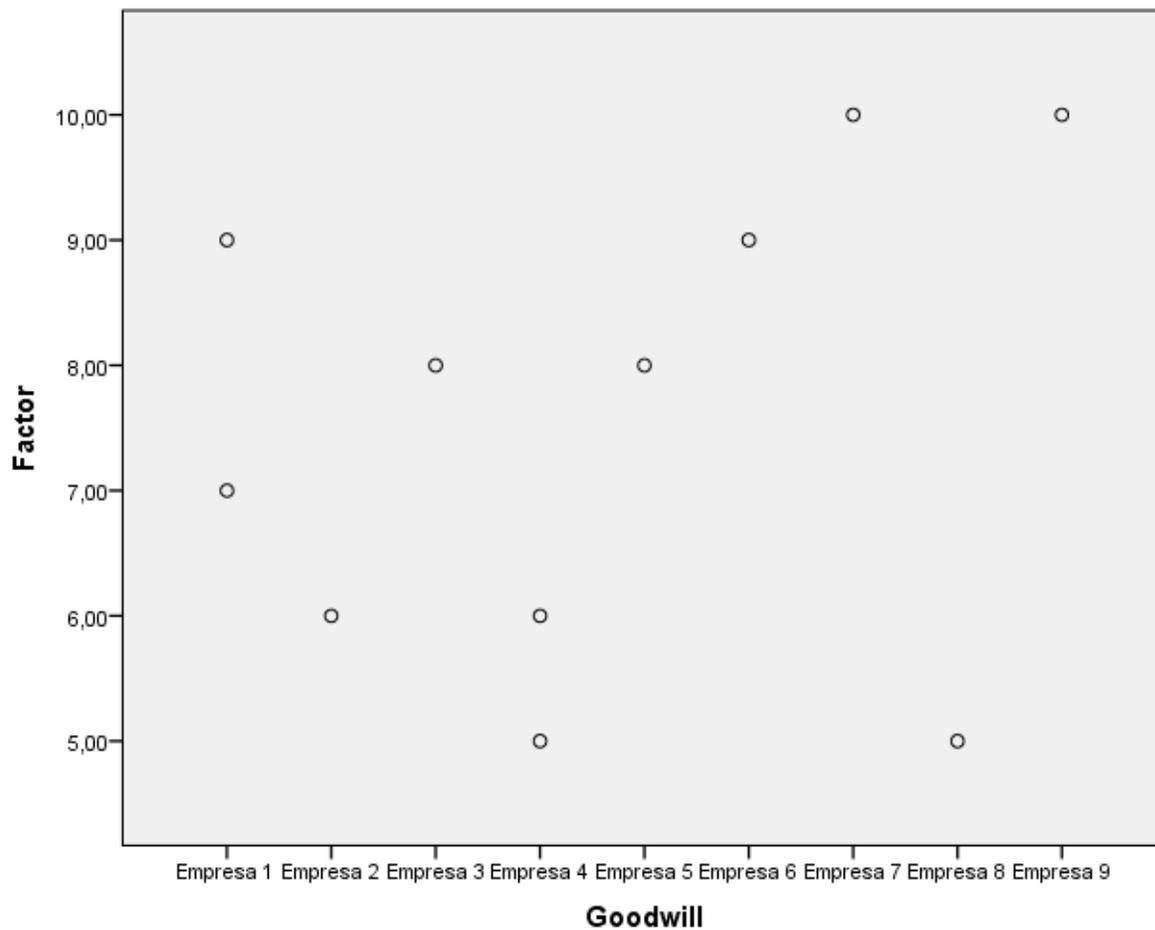
Ilustración 52. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor F) Ligereza (Surgencia)-Lentitud (Desurgencia).

Fuente: Este Estudio.

Según la ilustración cinco, se puede observar que no se presenta una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arroja un coeficiente de correlación de - 0.209, con un nivel de significancia de 0.377 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.6 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego):**

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor G de la prueba psicológica 16PF de Cattell.



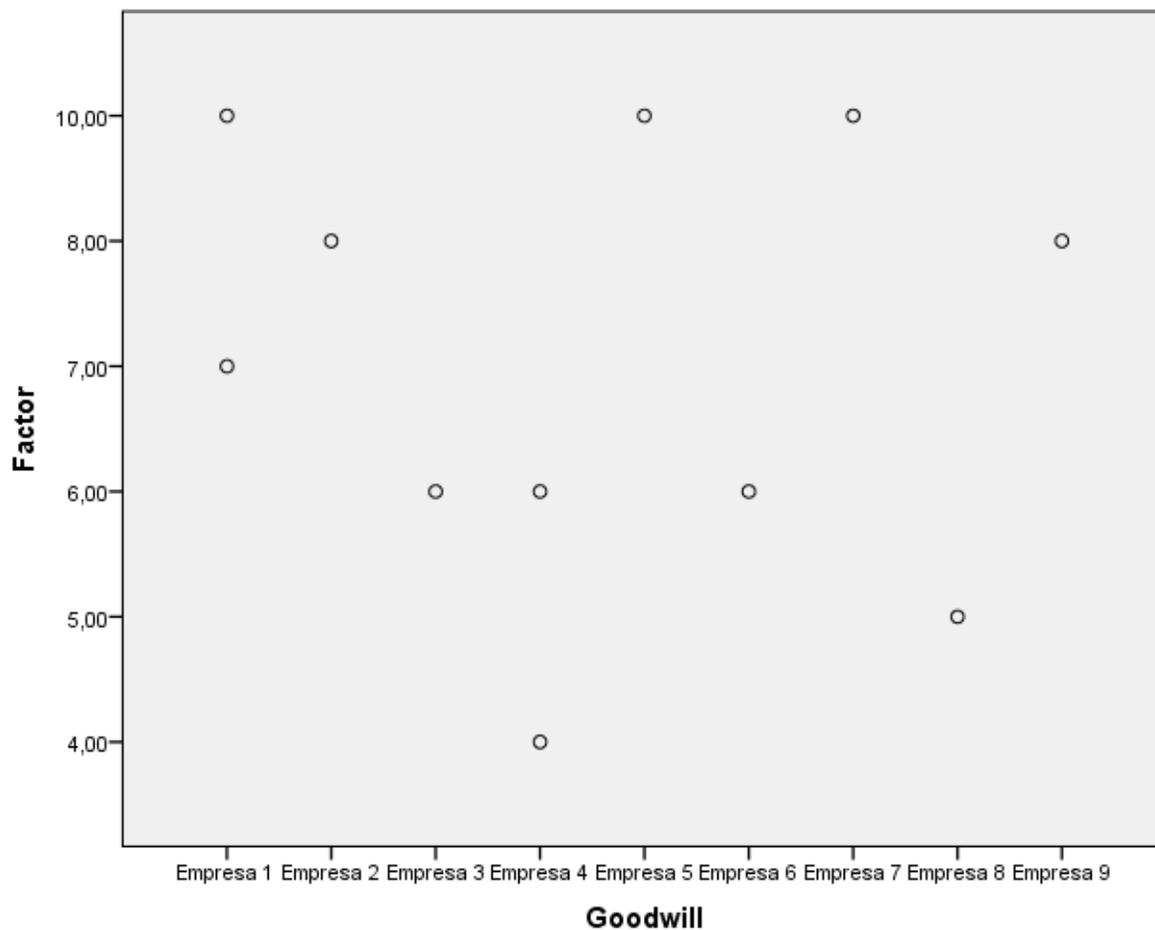
*Ilustración 53. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor G) Fuerza del Superyó (Poca Fuerza del Superego- Mucha Fuerza del Superego).*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración seis, se puede observar que no se presenta una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.247, con un nivel de significancia de 0.464 lo que se traduce a una baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.7 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia).

A continuación se el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor H de la prueba psicológica 16PF de Cattell



*Ilustración 54. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor H) Permatia (Parmia)- Threctia (Trectia).*

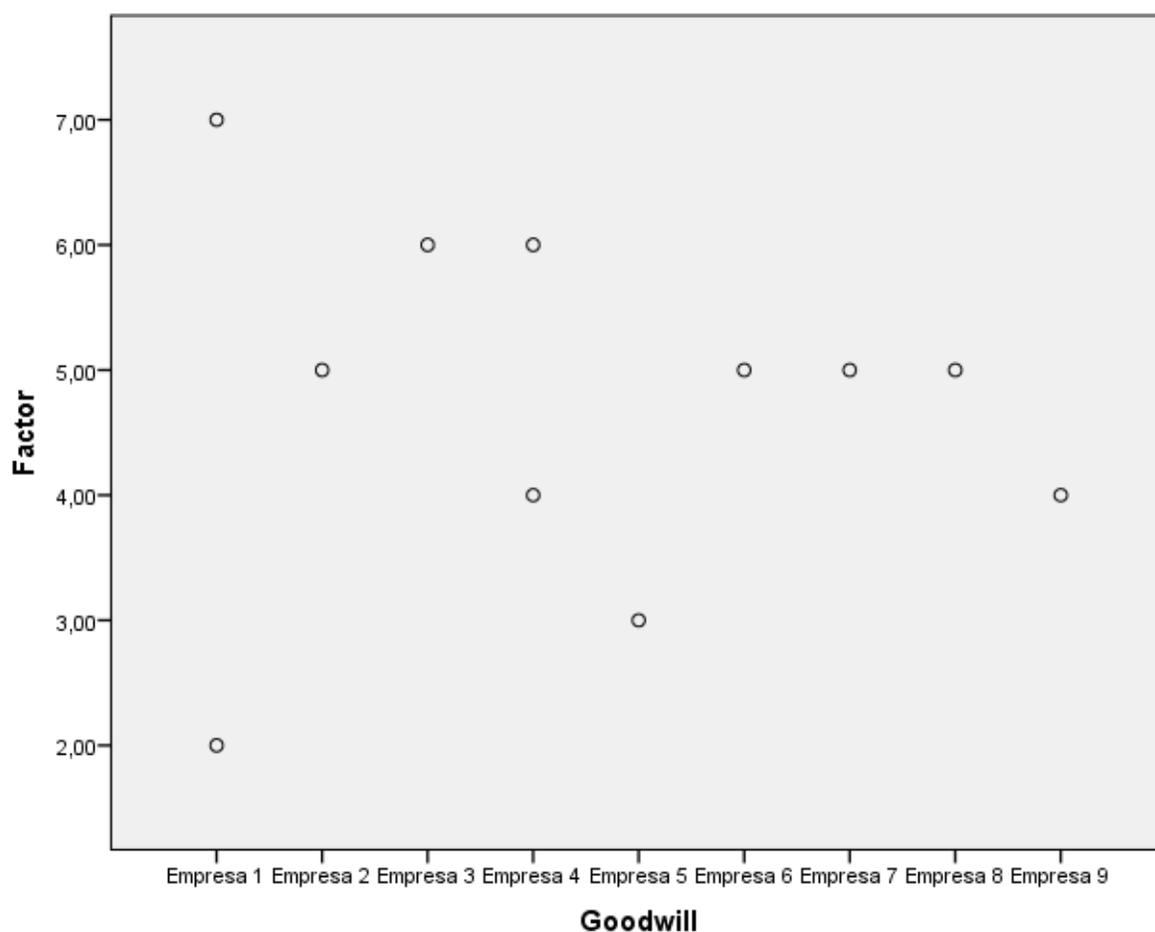
*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -

0.107, con un nivel de significancia de 0.754 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.8 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor I) Premisa-Harria

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor I de la prueba psicológica 16PF de Cattell



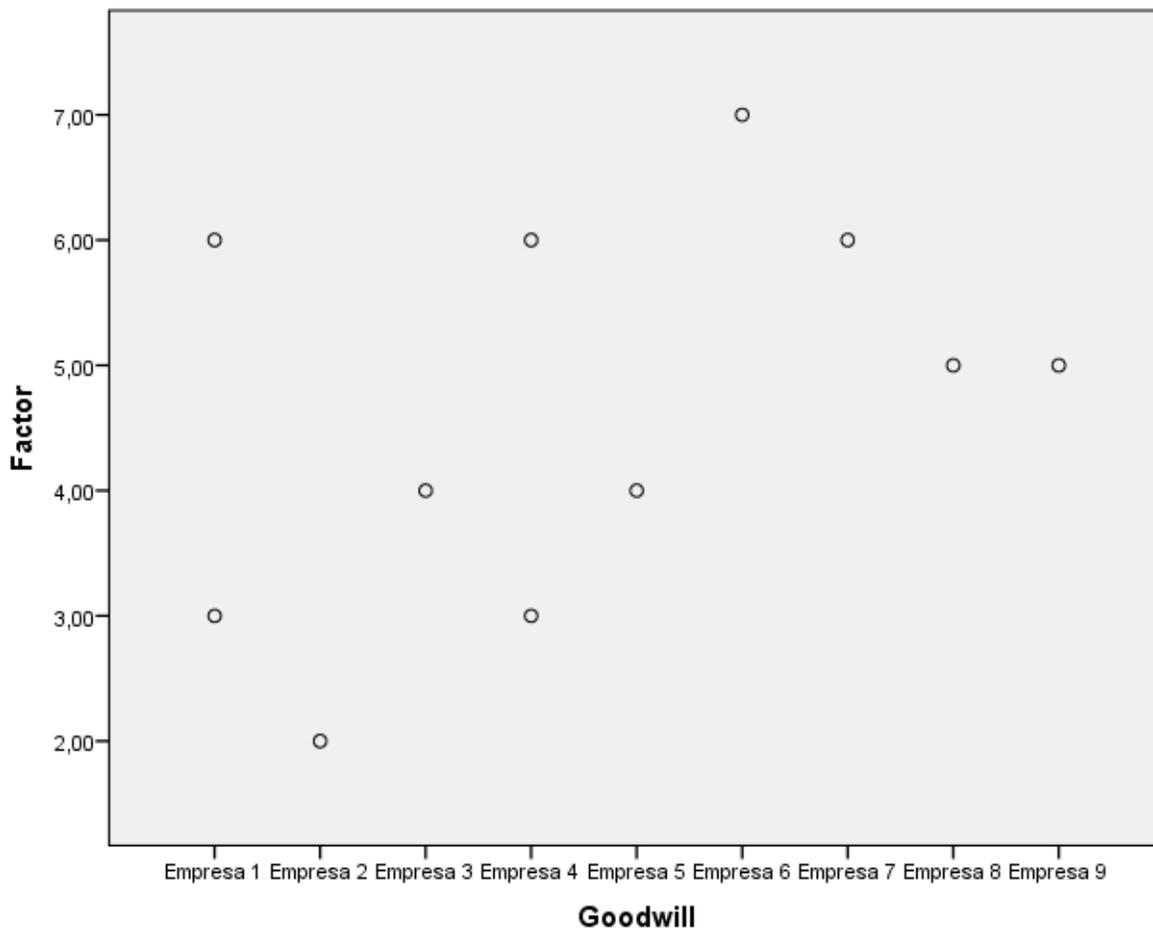
*Ilustración 55. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor I) Premisa-Harria*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración ocho, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -0.197, con un nivel de significancia de 0.561 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.9 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)**

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor L de la prueba psicológica 16PF de Cattell



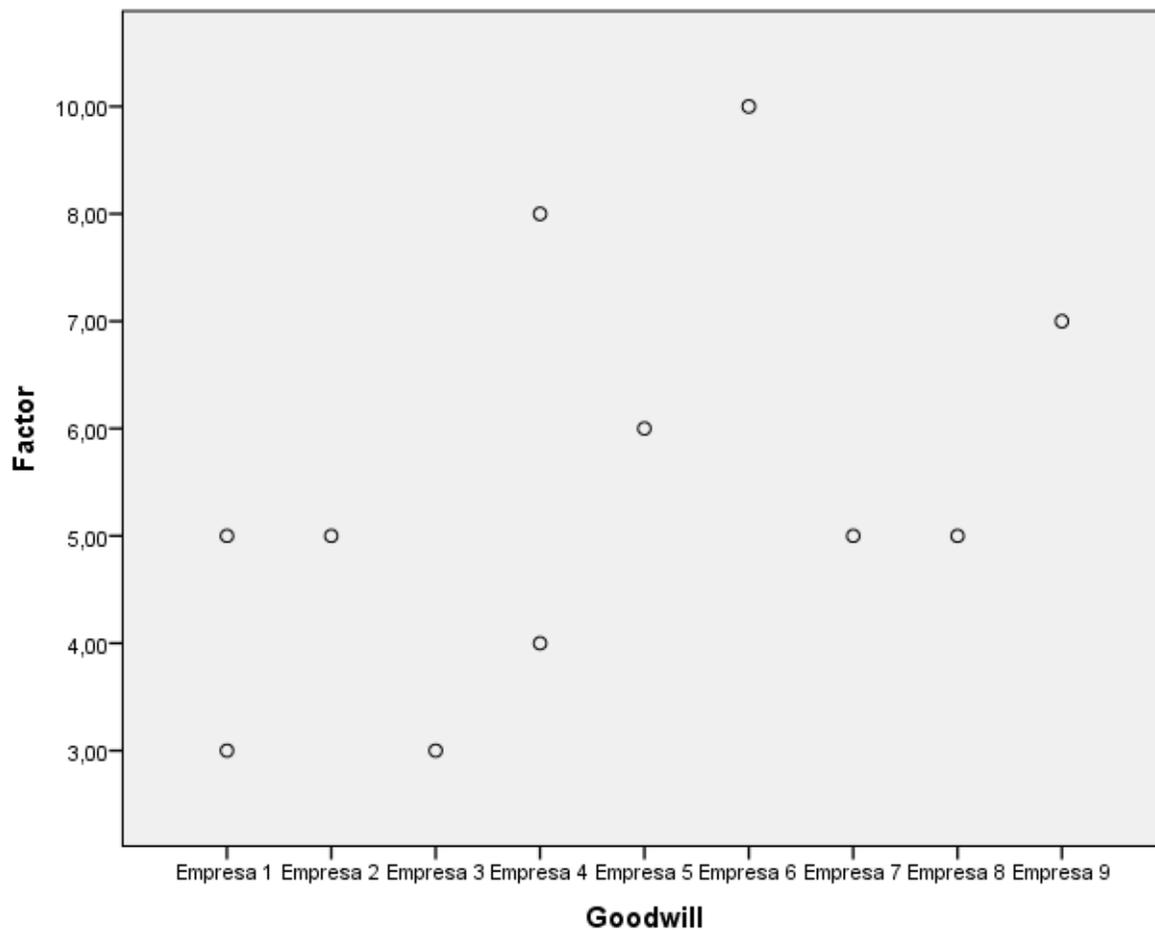
*Ilustración 56. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor L) Protección – Relajación Interna (Alaxia)*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar una baja agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.394, con un nivel de significancia de 0.230 lo que se traduce a una baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.10 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor M) Autia- Praxernia**

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor M de la prueba psicológica 16PF de Cattell



*Ilustración 57. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor M) Autia- Praxernia.*

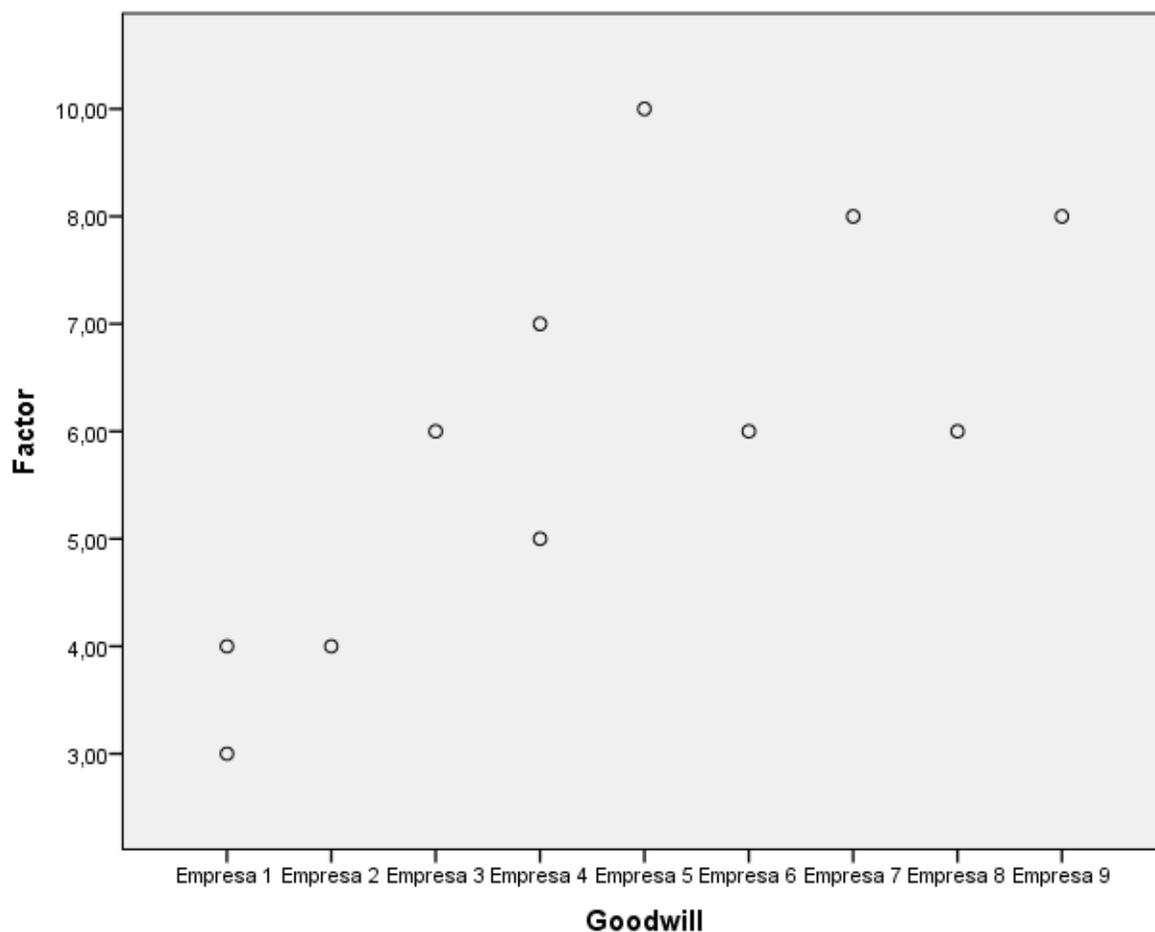
*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración diez, se puede observar una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.676, con un nivel de significancia de 0.022 lo que se traduce a una buena correlación, es decir que es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4. 11 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor N) Suspicious (Astucia)

##### – Naiveté (Sencillez)

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor N de la prueba psicológica 16PF de Cattell



*Ilustración 58. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor N) Suspicious (Astucia) – Naiveté (Sencillez).*

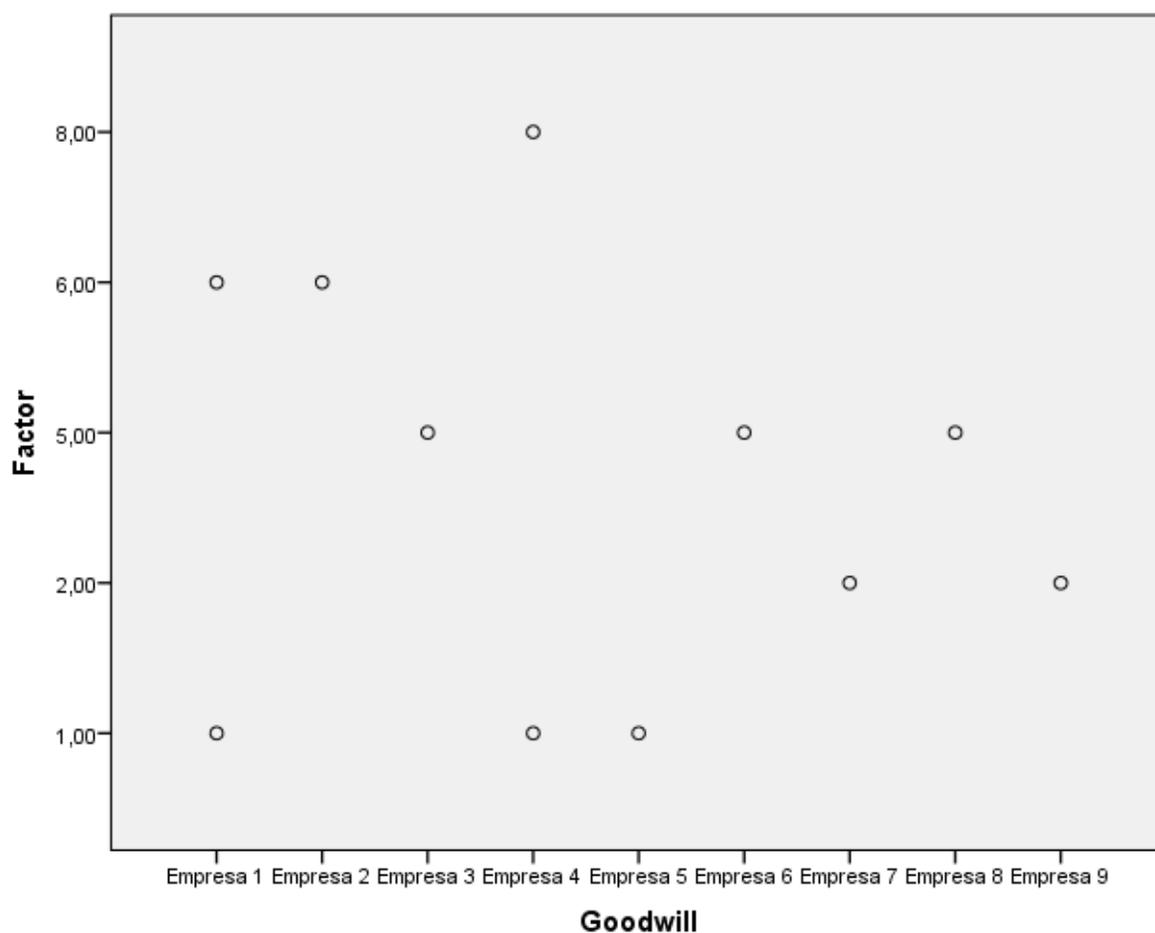
*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración once, se puede observar una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojo un coeficiente de correlación de 0.757, con un nivel

de significancia de 0.007 lo que se traduce a una buena correlación, es decir que es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.12 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor O) Propensión a la Culpa (Tendencia a la Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable)

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor O de la prueba psicológica 16PF de Cattell



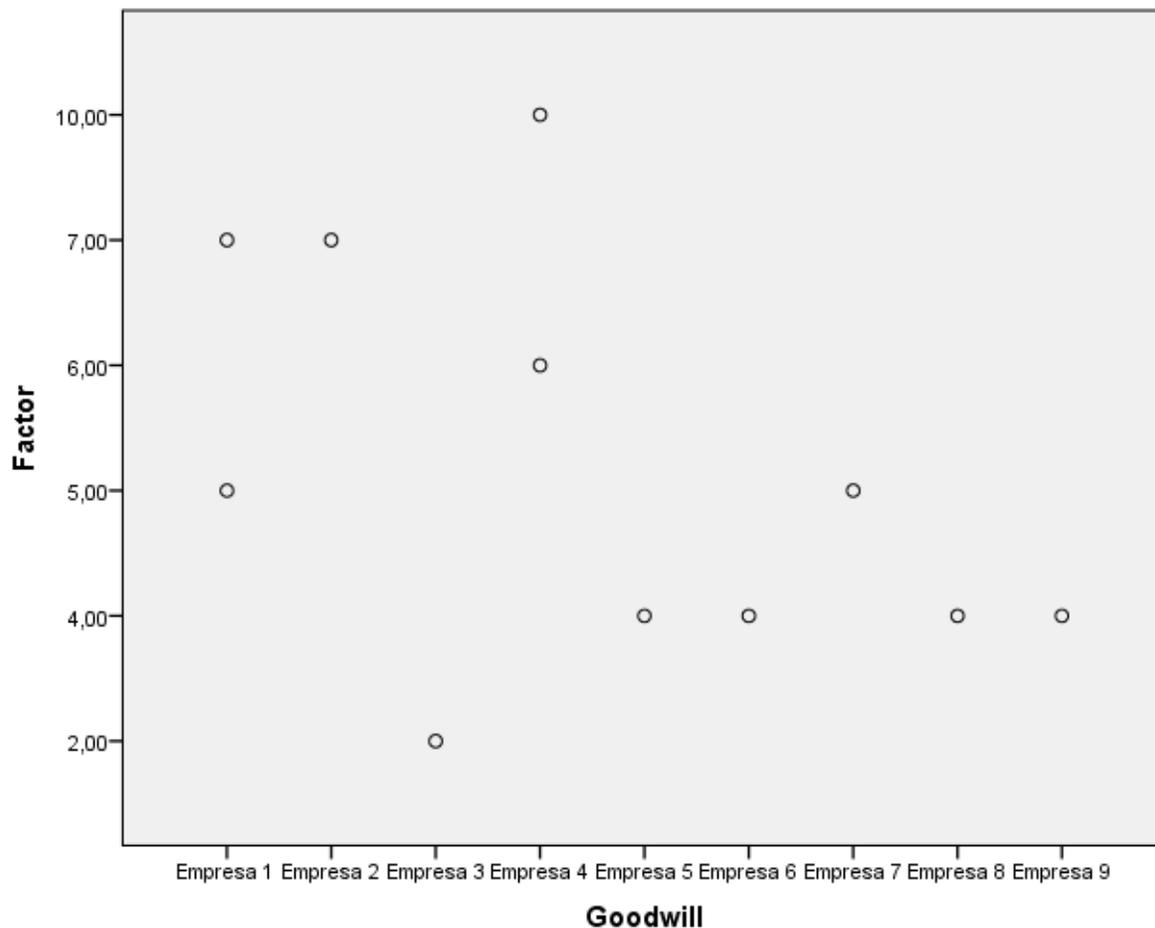
*Ilustración 59. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor O) Propensión A La Culpa (Tendencia A La Culpabilidad) – Confianza (Adecuación Imperturbable).*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -0.194, con un nivel de significancia de 0.568 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.13 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q1) Radicalismo-Conservadurismo**

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor Q1 de la prueba psicológica 16PF de Cattell



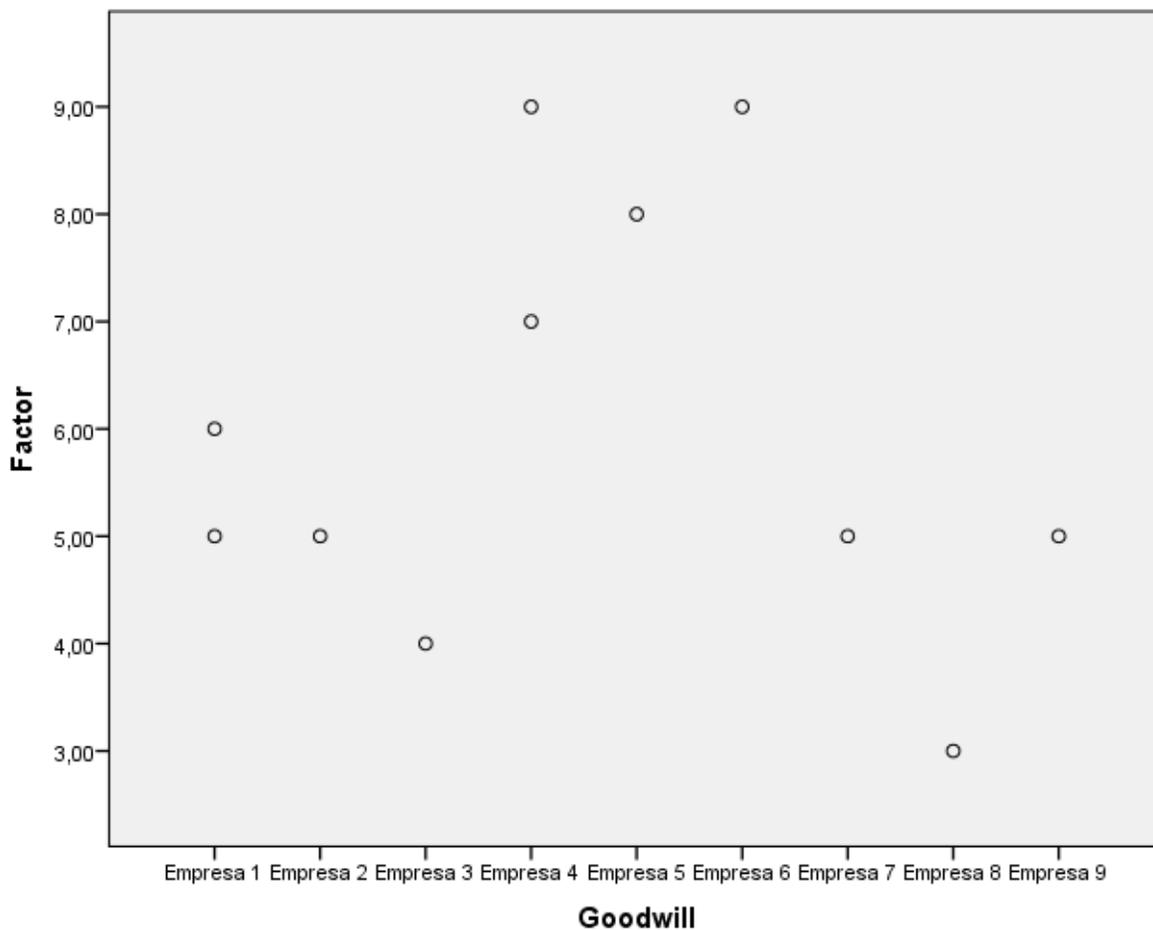
*Ilustración 60. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q1) Radicalismo- Conservadurismo*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración trece, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -0.474, con un nivel de significancia de 0.140 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.14 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q2) Autosuficiencia-Adhesión

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor Q2 de la prueba psicológica 16PF de Cattell



*Ilustración 61. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q2) Autosuficiencia- Adhesión*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -

0.084, con un nivel de significancia de 0.816 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### 4.15 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor Q3 de la prueba psicológica 16PF de Cattell

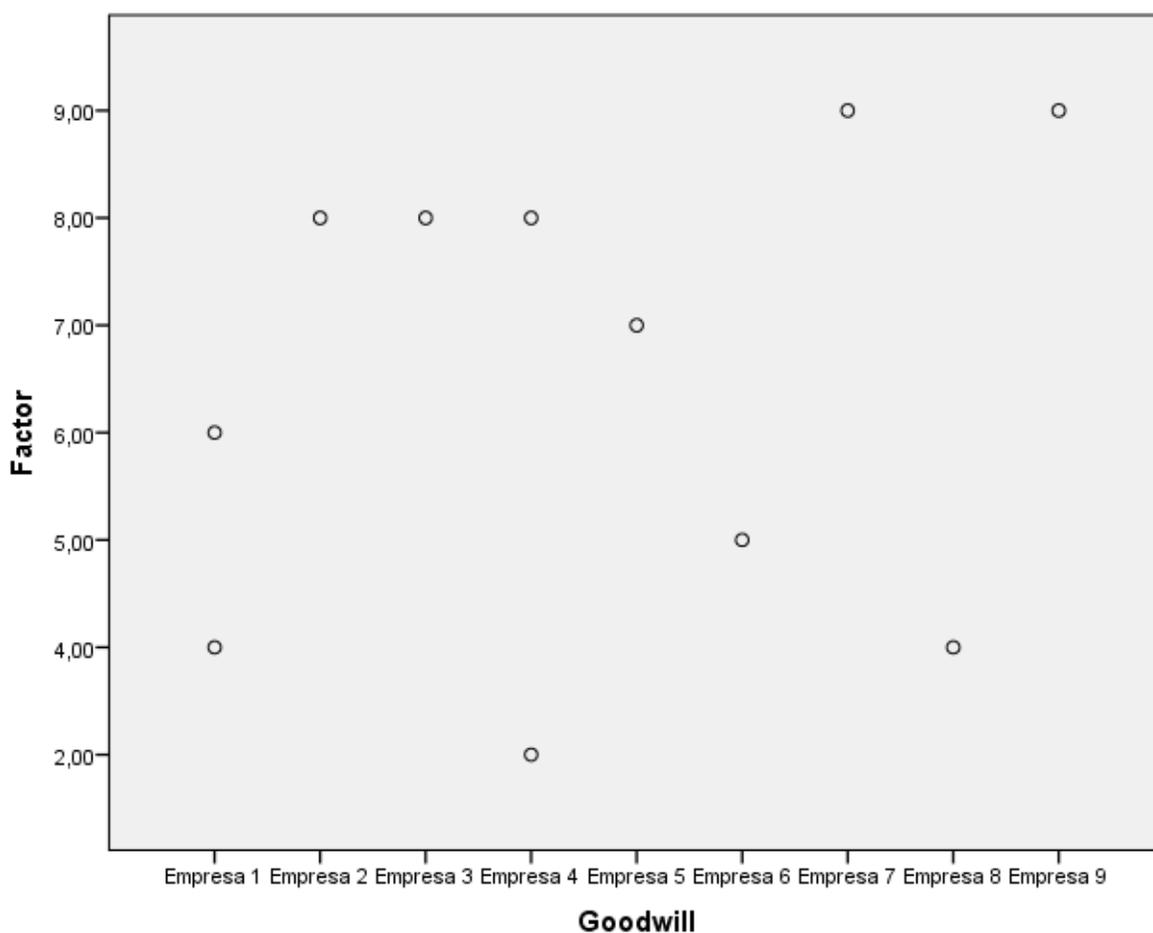


Ilustración 62. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q3) Mucho Control De Su Autoimagen- Baja Integración.

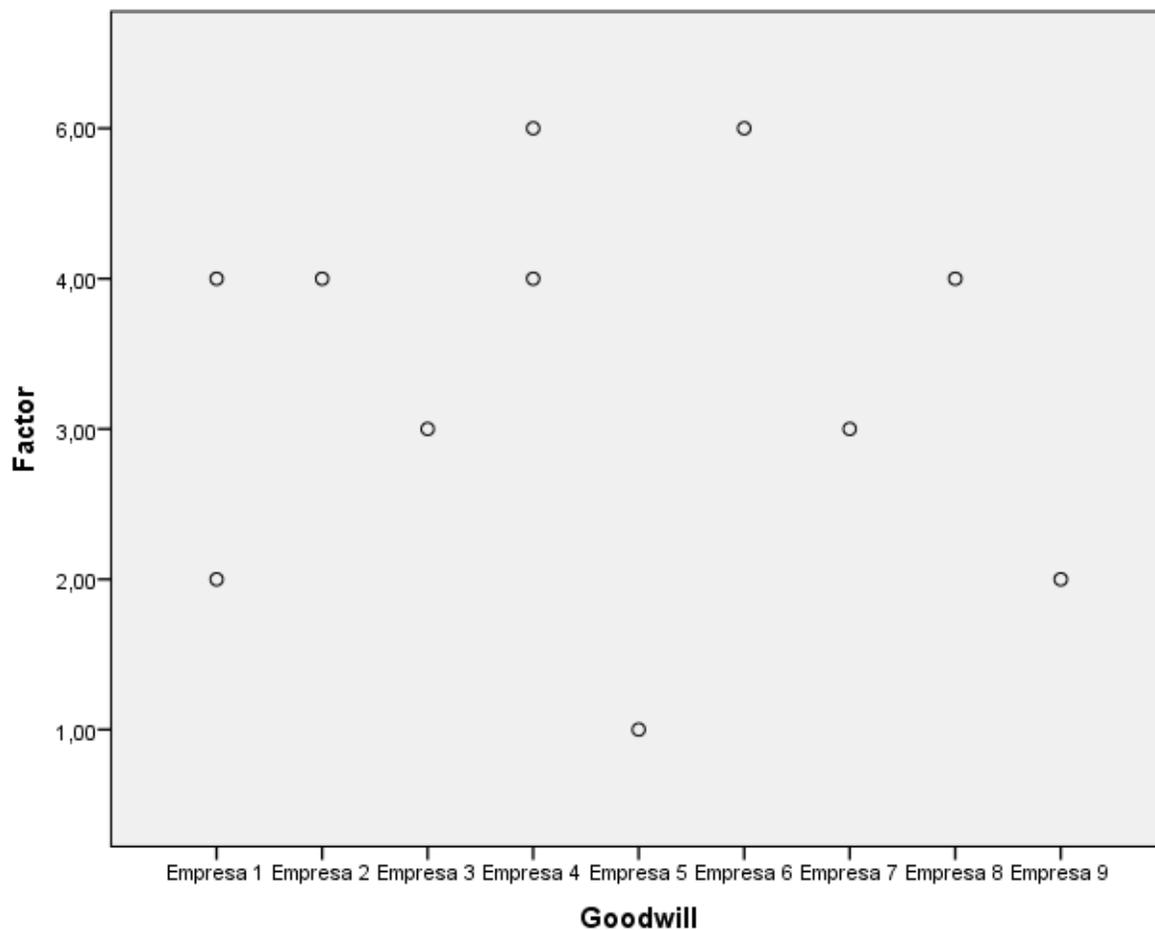
Fuente: Este Estudio.

Según la ilustración quince, se puede observar una baja agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.275, con un nivel de significancia de 0.412 lo que se traduce a una baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

#### **4.16 Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q4) Mucha Tensión**

##### **Érgica- Poca Tensión Érgica:**

A continuación se presenta el resultado de relación entre la escala de personalidad y el factor Q4 de la prueba psicológica 16PF de Cattell



*Ilustración 63. Resultados de Relación entre “Goodwill” y el Factor Q4) Mucha Tensión Érgica- Poca Tensión Érgica.*

*Fuente: Este Estudio.*

Según la ilustración anterior, se puede observar que no existe una agrupación de datos, lo que se puede verificar con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de -0.071, con un nivel de significancia de 0.837 lo que se traduce a una muy baja correlación, es decir que no es un factor influyente a la hora de desarrollar “Goodwill”.

Tras analizar la relación existente entre cada uno de los factores de personalidad con la escala de “Goodwill”, se hizo evidente que los factores M (Praxernia – Autia) y N (Sencillez –

Astucia) son los más representativos a la hora de desarrollar un elevado “Goodwill”, ya que dichos factores presentan una relación fuerte con la escala de “Goodwill”, razón por la cual son importantes dentro de la personalidad de un gerente a la hora de gerenciar una organización.

## CONCLUSIONES

Primeramente hay que establecer que el Goodwill, como activo intangible de una empresa, representa un componente importante dentro de ella ya que su valor prolongado hace que esta se valorice con el pasar del tiempo y que mantenga una posición importante dentro del mercado y por tanto el Goodwill o buen nombre de la persona que lidera una empresa, pone en posición de ventaja a dicha empresa frente a sus homólogos en competencia, facilitando su sostenimiento dentro del mercado lo que hará que sus clientes potenciales no le den importancia al hecho de tener que pagar precios más altos para adquirir los productos o servicios que la empresa ofrezca.

Respecto al capítulo de este trabajo de grado se lograron apreciar cuatro aspectos importantes, el primero hace referencia que el concepto “Goodwill” no es un término nuevo, por el contrario ( Ratiu & Tiron, 2012) afirman que este término nace en la década de 1980 por el autor LR Dicksee, quien escribió el primer libro dedicado al “Goodwill” titulado “Goodwill and Its Treatment in Accounts”. El segundo aspecto relevante es que en toda la trayectoria de este término es mejor explicado por (Hughes, 1982) quien lo entiendo como “... no había una verdad y nunca lo será. El origen de “Goodwill” puede ser revelado a través de la historia, pero su naturaleza es una cuestión de interpretación personal y de la subjetividad”.

El tercer aspecto hace referencia a que en el país este concepto se incorporó en el derecho fiscal como resultado del impuesto sobre la renta, patrimonio y exceso de utilidades, mediante la Ley 78 de 1935 y el Decreto 818 de 1936 y finalmente se puede decir que en la

ciudad de San Juan de Pasto existe un desconocimiento del termino ya que de quinientas setenta y dos (572) personas el 79,9% dicen desconocer el concepto de “Goodwill” y el 20.01% (80 personas) que dicen desconocer el término.

En cuanto al capítulo dos se puede evidenciar que existe mayor recordación cuando el nombre de la empresa se relaciona con el producto, por ejemplo, la empresa “La Cigarra SAS” cuyo producto es altamente reconocido como gaseosa “La Cigarra”, la cual obtuvo el porcentaje de votación más alta por los residentes de la ciudad San Juan de Pasto dentro de este estudio, en caso contrario tenemos a “Postobon”, empresa que no tuvo una votación significativa puesto que se encuentra que registrada ante Cámara de Comercio, bajo el nombre de “Gaseosas Nariño S.A.”, nombre que no es muy reconocido dentro de la ciudad y puede ser esta la razón por la que la empresa quedara entre los últimos puestos de las empresas seleccionadas para caso de estudio. Por otra parte Según la información de las distintas encuestas, y tomando como referencia los datos tomados según los diferentes estratos, podemos identificar que: Entre el estrato tres y cuatro, aportan la mayor preferencia hacia las empresas presentes en la región, seguida de cerca por el estrato dos, esto puede ser consecuencia de que estos aportan mayormente a la dinámica económica en la región.

En el capítulo tres se puede concluir que existe coincidencia en cuanto a algunos factores de personalidad en gerentes de aquellas empresas con mayores índices de “Goodwill”, debido a que de 16 Factores de personalidad, trece marcaron promedio, de estos los que tuvieron mayor porcentaje de incidencia por parte de los gerentes son los factores: Conservadurismo – Radicalismo, Harria – Premsia e Inteligencia Alta- Baja, cada uno de estos elementos cuentan

con un porcentaje del 82%, representando de esta manera nueve de un total de once gerentes, Por otro parte solo dentro del mismo grupo solo dos factores obtuvieron puntuación alto, estos son: Poca – Mucha Fuerza De Super Ego y Baja Integración – Mucho Control Autoimagen y solo el factor Adecuación Imperturbable – Tendencia A Culpabilidad marca como puntuación bajo en un 45%.

En torno al cuarto capítulo cuatro se concluye que bajo el coeficiente de correlación de Spearman se logró establecer que existente relación entre los factores de personalidad: M (Praxernia – Autia) y N (Sencillez – Astucia) con la escala de “Goodwill”, ya que en el primer caso con Rho de Spearman el cual arrojó un coeficiente de correlación de 0.676 y en el segundo caso el Rho de Spearman arrojó un coeficiente de correlación de 0.757, ubicándose estos dos factores en el rango de evaluación Entre 0,600 y 799 teniendo como resultado una buena relación, por la cual podríamos establecer que son importantes dentro de la personalidad de un gerente a la hora de gerenciar una organización.

## RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta el desconocimiento del término Goodwill en la ciudad San Juan de Pasto y la importancia de este como activo intangible se sugiere a los entes de educación superior su incorporación en las unidades temáticas de aquellas carreras donde sea pertinente su aprendizaje.

Es también importante que la Cámara de Comercio de Pasto forme parte activa de impulsar el conocimiento del término “Goodwill”, esto mediante eventos como foros, mesas de trabajo y conferencias, los cuales permitan dar a conocer dicho término a las empresas, así como su debido tratamiento y su correcto aprovechamiento. Además, se hace necesario que las actualizaciones sobre las empresas inscritas en la ciudad se haga de forma ágil y constante y, que, en unión con la razón social, se solicite a las empresas, el nombre comercial por el cual se conocen.

Por otra parte, se recomienda a personas interesadas en el área de la gerencia desarrollar estas estas cualidades: imaginativo; plácido, no convencional, práctico, lógico; concienzudo; ansioso, suspicaz; confiado en sí mismo; autosuficiente; rudo; flexible, seguro; puesto que estas cualidades son las que tienen relación con el Goodwill según este estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

- HERNÁNDEZ, SALANOVA y PEIRÓ. (2003). EL ESTRÉS LABORAL: ¿UN CONCEPTO CAJÓN-DE-SASTRE? 4.
- Ratiu & Tiron. (2012). The Definition of Goodwill- a Chronological Overview. *Revista Română de Statistică*, 2.
- 2WAY. (2015). *las 30 empresas colombianas que registran el mejor 'goodwill'*. Diario Portafolio.
- Araujo, Ramírez, Tobar y Vodniza. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de Laboratorio de Especialidades Clinizad SAS*. San Juan de Pasto : Universidad de Nariño.
- Argote, Burbano, Ortega y Rodriguez. (2019). *Resultados del 16PF de la empresa Clínica Oncológica Aurora SAS*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Beltran, Benavides, Gomez y Santacruz. (2019). *Resultados de la Prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A*. San Juan de Pasto: Universdiad de Nariño.
- Benavides, Estefany y Riascos. (2019). *Resultados 16PF de la empresa Unidad Cardioquirúrgica de Nariño*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Bravo, O. T. (29 de Marzo de 2019). Cual seria el mejor test de personalidad para aplicar en esta investigación. (M. A. Castillo, Entrevistador)
- Bustos, B. C. (23 de Noviembre de 2018). Sugerencia de test psicológico para aplicar en esta investigación. San Juan de Pasto, Colombia.
- Camara de Comercio, P. (2017). *Informe de Coyuntura Economica*. Obtenido de Camara de Comercio, Pasto: <http://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2018/02/Informe-de-Coyuntura-2017.pdf>

- Castillo, C. H. (1988). El Goodwill como Alternativa de Valuación Patrimonial. *Escuela de la Administración de Negocios*, 3.
- Cattell, R. (1977). *16PF Dieciseis factores de personalidad*.
- Cattell, R. (2008). Cattell. En R. M. Cueli, *Teorías de la personalidad* (pág. 522). Mexico: Editorial Trillas.
- Colombia, E. (s.f.). *San Juan de Pasto*. Obtenido de [http://www.experienciacolombia.com/destino.php?Colombia=Pasto\(Narino\)&San-Juan-de-Pasto&destino=18](http://www.experienciacolombia.com/destino.php?Colombia=Pasto(Narino)&San-Juan-de-Pasto&destino=18)
- COLOMBIAMANIA.COM. (2017). *INFORMACIÓN CIUDADES/Pasto*. Obtenido de PASTO, COLOMBIA/Información general de la ciudad: <http://www.colombiamania.com/ciudades/pasto.html>
- comercio, C. d. (2017). *CENSO ECONÓMICO EMPRESARIAL DE PASTO-NARIÑO 2017*. San Juan de Pasto. Obtenido de CENSO ECONÓMICO EMPRESARIAL DE PASTO-NARIÑO 2017.
- Courtis. (1983). *dddd*. dd: dd.
- Cravero, Sepúlveda, Trujillo y Mazón. (2009). El Alineamiento de Objetivos de la Organización como propuesta para. *WORKSHOP INTERNACIONAL*, 3.
- Cubero, N. S. (1988). *MANUAL ABREVIADO DEL CUESTIONARIO 16 PF – 5*. TEA Ediciones S.A.
- Cueli, Reidy, Marti, Lartigue y Michaca. (2008). *Teorías de la Personalidad*. Mexico: Editorial Trillas.
- David, Fernández, Hidalgo y Izquierdo. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur*. San Juan de Pasto: Universidad de Nariño.

- Dicksee, L. R. (1906). Nature of Goodwill. En L. R. Dicksee, “*Goodwill and Its Treatment in Accounts*” (pág. 33). Printers and Publishers, Third Edition,.
- El Tiempo. (7 de Diciembre de 2018). *America Retail*. Obtenido de Colombia: Fósforos El Rey no deja de dar batalla contra los encendedores: <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-fosforos-el-rey-no-deja-de-dar-batalla-contra-los-encendedores/>
- Erazo, Giraldo y Morales. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Gaseosas Nariño S.A.* San Juan de Pasto: Universida Nariño.
- Estrella, López, Toro y Valencia. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Puyo S.A.* Pasto: Universidad de Nariño.
- Flores, C. E. (1988). El Goodwill como alternativa de valuación patrimonial. *Revista de consultoria*, 2. Obtenido de ¿QUE ES EL GOODWILL?: <https://www.revistadeconsultoria.com/goodwill>
- Gerrero y Peña. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de Supergas de Nariño S.A ESP.* 2019: Universidad de Nariño.
- Gonzalo, A. (2012). Psicología de la Personalidad. Apuntes sobre Catell y el 16PF. *Raymond Bernard Cattell, 2.*
- Hughes, H. P. (1982). “Goodwill in Accounting”. En Hughes H.P., *Hughes H.P.*, Georgia State University: Business Publishing Division, College of.
- Imbaquin, Ortiz, Ruano, Orbes. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Diario del Sur.* San Juan de Pasto: Universidad de Nariño.
- Lagos, Moncayo, Riascos Y Zambrano. (2019 ). *Informe de la Prueba 16PF de la empresa Instituto Radiológico del Sur.* Pasto: Universidad de Nariño.

- Mario A. Núñez y Yanira Alemán. (2017). El 16PF como instrumento psicométrico: Una revisión de literatura. *El 16PF como instrumento psicométrico: Una revisión de literatura*, 1.
- Oliva, K. D. (2019). *Resultados de la prueba Psicológica 16PF de la empresa Traumédical S.A.S.* San Juan de Pasto: Universidad de Nariño .
- Palacios, S. D. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. En S. D. Palacios, *Discusión. Conceptualización* (pág. 9). Medellín: Medellín, La carreta editores.2007.
- Pasto, A. d. (s.f.). *Información genera, Pasto NAriño*. Obtenido de <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio>
- PASTO, E. C. (Febrero de 2019). CONCEPTUALIZACIÓN GOODWILL EN PASTO. (D. y. Castillo, Entrevistador)
- Quereda, P. F. (2014). En S. D. Cepeda-Palacio, *Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio compatarivo en la historia* (pág. 2). Medellín: Medellín, Carretera de editores.
- Reilly, R. F. (2015). Goodwill Valuation Approaches, Methods,. *Financial Advisory Services Insights*, 11.
- republica, E. c. (2010). ACUERDO BILATERAL PARA LA PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE INVERSIONES ENTRE EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Y EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA. *Artículo 1: Definiciones*. Colombia: Sentencia C-199/12.
- Rojas, M. L. (20 de Agosto de 2015). *La percepción del Good will en Colombia*. Obtenido de LA REPUBLICA: <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/la-percepcion-del-good-will-en-colombia-parte-i-2291151>

Sánchez, N. F. (2011). Cuestionario de 16 Factores de Personalidad. En H. E. Cattell,  
*Cuestionario de 16 Factores de Personalidad* (pág. 4). Abril: Universidad Nacional  
Autónoma de México.

Zambrano, C. (Marzo de 2019). Test de Aplicación. Pasto.

## ANEXOS

## ANEXO 1



UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y ADMINISTRATIVAS, DEPARTAMENTO  
DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta No. 040



## ENCUESTA

**DIRIGIDA:** POBLACIÓN RESIDENTE EN LA CIUDAD DE PASTO.

**OBJETIVO:** LOGRAR IDENTIFICAR LAS MEDIANAS EMPRESAS CON ELEVADO "GOODWILL" EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO QUE LOS CIUDADANOS CONSIDEREN MÁS REPRESENTATIVAS EN EL MERCADO LOCAL.

**Nota:** La información obtenida solo tendrá aplicación de tipo académico.

Nombre: \_\_\_\_\_

Estrato: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Entendiendo el "Goodwill" como un activo intangible que ofrece reconocimiento a la empresa el cual es medido por la concepción positiva de una perspectiva general de la misma (infraestructura, talento humano, calidad en el servicio, manejo de la empresa, etc.) por parte de terceras personas (clientes, proveedores, trabajadores, etc.); en la siguiente tabla, marque cinco (5) empresas que usted considere con "Goodwill".

EMPRESAS A SELECCIONAR:	
1	DISTRIBUIDORA TROPIPASTO SAS
2	COLLECT CENTER SAS
3	PUYO S.A.
4	EMPRESA TRANSPORTADORA DE AUTOBUSES DEL SUR SAS
5	ESTRUCTURAS DE NARIÑO SAS
6	SEVITEM LTDA TRANSPORTE Y MENSAJERIA
7	CLINICA ONCOLOGICA AURORA SAS
8	JOSE AVILA DIAZ Y CIA. LTDA.
9	CACHARRERIA CALI VARGAS & CIA S EN C
10	SUPERGAS DE NARIÑO S.A. E.S.P.
11	EMPRESA DE OBRAS SANITARIAS DE NARIÑO EMPONAR S.A.
12	GREEN SAS
13	S E T S CONSTRUCTORES SAS
14	DOYCA CONSTRUCCIONES SAS
15	PANAVIAS INGENIERIA & CONSTRUCCIONES S A
16	DOS CONSTURCTORES SAS

Encuesta No. 040

17	LA CIGARRA SAS	
18	UNIDAD CARDIOQUIRUGICA DE NARINO SAS	
19	DISTRIMAYOR PASTO SAS	
20	AUTOMOTRES DE NARINO AUTODENAR S.A.	
21	INDUSTRIA CAFETERA DE NARINO SAS	
22	CLINICA BELLATRIZ S A S	
23	TRUJILLO SERRANO Y CIA S EN C	
24	DISTRITIENDAS DE NARINO LTDA. C.I.	
25	K R K CAFFETO SAS	
26	ERASO GONZALES SOLEDAD	
27	CENTOR MEDICO VALLE DE ATRIZ EMPRESA UNIPERSONAL	
28	CONSTRUCCIONES Y VIAS E U	
29	CONSTRUCTORA VALLE DE ATRIZ SAS	
30	GRUPIO EDITORIAL DIARIO DEL SUR SAS	
31	CR DOS CONSTRUCTORA SAS	
32	GASEOSAS NARINO S.A.	
33	TAYKA COLOMBIA SAS	
34	CONSTRUCCIONES FUTURO LTDA. CONFUTURO LTDA.	
35	SALAZAR ARROYO JORGE MARIO	
36	R Y R SUMINISTROS E INGENIERIA SAS	
37	INSTITUTO RADIOLOGICO DEL SUR S A S	
38	TRANSPORTES EJECUTIVOS SAS	
39	GUERRA SANCHEZ CARLOS ARTEMIO	
40	INGENIERIA MEDICA DEL SUR IMEDSUR SAS	
41	KEEWAY BENELLI COLOMBIA SAS	
42	PATINO HERMES ANTONIO	
43	DEJO CONSTRUCCIONES SAS	
44	ASEO Y SERVICIO LIMITADA	
45	CLINICA DE ORTOPEDIA Y FRACTURAS TRAUMEDICAL S.A.S.	
46	LABORATORIO DE ESPECIALIDADES CLINIZAD SAS	
47	COMERCIALIZADORA DE FIJACION EXTERNA SAS	
48	ENRIQUEZ DE LA ROSA ANIBAL	
49	ELECTRODOMESTICOS CREDICENTRO LTDA.	
50	DE LA PORTILLA MONCAYO JAIME EDUARDO	
51	INVERSIONES SAN IGNACIO SAS	
52	CASABURALGO SAS	
53	INVERSIONES PASTO SAS	
54	BRAVO MENESES ERNESTO	
55	CH - Z Y CIA S C S	
56	COMPANIA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD NARINO LTDA COVISNAR LTDA	
57	FRIGORIFICO JONGOVITO S.A. FRIGOVITO S.A.	
58	TRANSPORTES T&M SAS	
59	MORA INSUASTY GERMAN EUGENIO	

**Encuesta No. 040**

Acepto que he recibido toda la información clara y concreta, y se me ha explicado y he comprendido satisfactoriamente la naturaleza y propósito del estudio aludido y de las posibles implicaciones que podría tener. He podido preguntar mis inquietudes al respecto y recibido las respuestas y explicaciones en forma satisfactoria.

También se me ha informado de mi derecho a rechazar esta autorización o revocarla cuando así yo lo requiera.

He sido interrogado (a) sobre la aceptación o no, de esta autorización para este estudio, por lo tanto, autorizo para que los estudiantes dispongan de la información aquí consignada para uso exclusivamente académico.

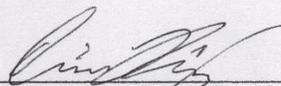
Firma: \_\_\_\_\_

**ANEXO 2****A QUIEN LE INTERESE:**

El Cuestionario de los 16 Factores de la Personalidad (16PF) es un instrumento de medición psicológica diseñado para evaluar el constructo de personalidad y ajuste global de una persona en un breve periodo de tiempo. Es un instrumento que presenta buenas propiedades psicométricas y ha sido adaptado a población colombiana demostrando niveles significativos de validez y confiabilidad. Esta prueba ha sido de gran utilidad dentro del campo organizacional, especialmente como una herramienta de apoyo al proceso de selección de personal, ya que permite identificar un perfil de habilidades o puntos fuertes y débiles del futuro trabajador, comprobando si dicho perfil es adecuado o no para el cargo que se desea contratar.

La aplicación del cuestionario se puede realizar sin ningún inconveniente dentro del sector empresarial en cuanto cumpla las condiciones del Código Deontológico y Bioético de la Profesión de Psicología (Ley 1090 de 2006), específicamente a lo referido en el apartado del uso de material psicotécnico.

En constancia se firma en San Juan de Pasto a los 29 días del mes de marzo del 2019.



**ORIANA TERESA RUIZ BRAVO**  
C.C. 1.085.327.887 de Pasto  
Psicóloga Universidad de Nariño  
T.P. 192217

**ANEXO 3**

San Juan de Pasto, noviembre 23 de 2018

**Señores:  
Estudiantes Grupo de Investigación CES  
Ciudad**

Saludo cordial

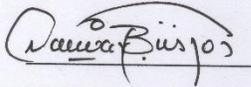
En respuesta a la consulta que de antemano presentaron, respecto de los métodos más eficaces para la evaluación de la personalidad, me permito sustentar brevemente la validez del Cuestionario Factorial de la personalidad o Test de los 16 factores de la personalidad.

Se ha de tener en cuenta primero que todo que la personalidad no es un elemento objetivo fácilmente identificable. Es más bien un constructo abstracto difícil de cuantificar.

- ✓ Por lo anterior éste instrumento de medición de la personalidad utiliza criterios empíricos y/o racionales.
- ✓ Es un Test que tiene vigencia en la actualidad debido a que adhiere criterios factoriales relacionados con el contexto social de la época.
- ✓ Mide rasgos de personalidad comparativas
- ✓ Dichas mediciones contribuyen a la predicción sobre el comportamiento humano.
- ✓ Permite valorar los rasgos medidos según el desenvolvimiento de los participantes frente a situaciones cotidianas.
- ✓ Su objetivo es estudiar y valorar los rasgos de personalidad a partir de criterios factoriales, dieciséis principales y secundarios o globales
- ✓ Los factores se pueden catalogar como bipolares, esto significa que valoran de un extremo a otro de la personalidad, por ej. Factor E. Polo Sumisión - Polo Dominancia.
- ✓ Como objetivo preciso el 16pf está creado para hacer análisis de rasgos y estilos de respuesta de la persona a evaluar.
- ✓ Con su interpretación se obtiene un perfil básico de la personalidad de cada individuo.
- ✓ Se aplica en áreas de la investigación, psicología de las organizaciones y recursos humanos y en psicología clínica.

- ✓ Está centrado en evaluar personalidad típica o características psicológicas más comunes frente a las situaciones de la vida.
- ✓ No se basa en el análisis de psicopatología en diagnóstico de trastornos. Por eso no se pretende con éste Cuestionario rotular clínicamente a los individuos participantes del mismo.

Atentamente,



Bladimir Coral Bustos  
Psicólogo  
Registro No 123041

## ANEXO 4



Universidad de Nariño  
Departamento de Psicología  
Laboratorio de Medición y Evaluación Psicológica  
Sitio Web: <http://laimep.unnar.edu.co>  
E-mail: [laimep@unnar.edu.co](mailto:laimep@unnar.edu.co)

San Juan de Pasto, 17 de septiembre de 2018

Señores,

MARCO ANTONIO BURGO

Asesor

MARIA CAMILA DÍAZ

Estudiante

JORGE ALEJANDRO LOPEZ

Estudiante

MARIA ALEJANDRA CASTILLO

Estudiante

Cordial saludo,

Teniendo en cuenta su solicitud, respecto a apoyar con la aplicación de la prueba 16pf en el marco de la investigación *"relación que existe entre la personalidad de los gerentes de 12 empresas medianas con "Goodwill" en la ciudad de San Juan de Pasto"*, manifiesto como coordinador del Laboratorio de Medición y Evaluación Psicológica el interés por apoyar en el proceso, toda vez, que contemos con el recurso humano y el apoyo necesario respecto a impresiones, transporte y refrigerios.

Se llevará la solicitud a los estudiantes que cursan actualmente medición y evaluación psicológica, a los monitores del Departamento de Psicología y a los estudiantes de práctica profesional de psicología. Una vez, se seleccione un grupo entre 12 a 24 estudiantes, se los capacitará en la aplicación y análisis de la prueba, para finalmente entregar a ustedes el informe por cada gerente (sin la hoja de respuestas, ya que quedará resguardada en el archivo del laboratorio). Por lo tanto, todas las actividades de logística, citación e invitación a los gerentes es responsabilidad de ustedes. Es importante mencionar, que el proceso se realizará garantizando la rigurosidad técnica y ética, para lo cual los instrumentos fotocopiados serán de uso eminentemente ACADÉMICO y solo por estudiantes de psicología con la supervisión de un psicólogo titulado, así como también se respetará la confidencialidad de datos personales de los gerentes que contesten las pruebas. Al finalizar el proceso, se solicita además una constancia que reconozca la participación de los estudiantes y del Laboratorio.

Agradezco la atención,





CHRISTIAN ZAMBRANO  
Coordinador

## ANEXO 5



Universidad de Nariño  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

FUNDADA EN 1904

San Juan de Pasto, enero 28 de 2019

Para: Gerentes de Empresas en Pasto.

Asunto: Almuerzo de trabajo con representantes del sector empresarial de pasto

Señor Gerente:

La Universidad de Nariño a través del grupo de Investigación Coyuntura Económica y social viene desarrollando un proyecto liderado por grupo de estudiantes del programa de Administración de Empresas interesados en el ámbito gerencial de la ciudad de Pasto, relacionado al "Goodwill" o "Buen Nombre" de las organizaciones.

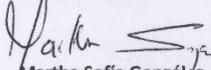
Desde esta perspectiva la investigación pretende establecer si existe una relación proporcional entre la personalidad de los gerentes y el "Goodwill", a través de la aplicación de un Test (16 PF, Cattell) desarrollado y aplicado por un experto de la Universidad de Nariño, el costo de la aplicación de esta herramienta diagnóstica está valorizada en ocho millones de pesos, sin embargo para los gerentes seleccionados es totalmente gratis, proporcionándoles información fidedigna para el direccionamiento efectivo de estrategias gerenciales que conlleve a incrementar el "Goodwill" de las organizaciones que lideran.

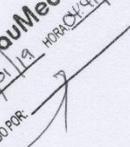
En la primera fase del estudio, a través de la aplicación de 382 encuestas a la ciudadanía de Pasto, se identificó las doce organizaciones con mayor índice "Goodwill", motivo por el cual extendemos la invitación a su organización, constituyéndose en una de las más representativas en la región y punto vital en la presente investigación. Por lo anterior, solicitamos su asistencia dependiendo de su disponibilidad a una jornada de trabajo el día 01 o 05 de Febrero del presente año 11 am en el hotel Morasurco, con el fin de aplicar la prueba psicológica con duración aproximada de una hora.

Cabe resaltar que dicha investigación es sin ánimo de lucro, sino única y exclusivamente para fines académicos.

De antemano agradecemos su colaboración.

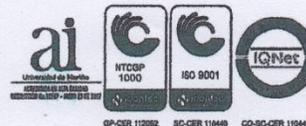
Atentamente,

  
Martha Sofía González  
Vicerrectora Académica  
Universidad de Nariño

  
RECIBIDO POR:   
FECHA: 27/01/19 HORA: 04:11 PM

Redactó Alejandra Castillo – Estudiante Administración de Empresas Udenar  
Revisó Paola Fuertes – Asesora Estrategia de titulación exitosa  
Aprobó Jaime Hernán Cabrera – Director División de Autoevaluación, Acreditación y Certificación

Ciudadela Universitaria Torobajo - Calle 18 No. 50 - 02 - Bloque Tecnológico Oficina No. 205 - Piso 2  
Celular 3113086096 - Línea gratuita 018000957071 - acreditacioninstitucional@udenar.edu.co  
www.udenar.edu.co - San Juan de Pasto - Nariño - Colombia



GP-CER 11282 5C-CER 11048 CO-SC-CER 11048